

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E HOSPITALIDADE –
MESTRADO E DOUTORADO

EVELISE ZERGER

**HOSPITALIDADE, TURISMO E DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO:
CONSTRUÇÃO DO PERFIL DE UMA COMUNIDADE COMO CORPO COLETIVO
ACOLHEDOR, SOB A ÓTICA DE SUJEITOS PRIMARIAMENTE ACOLHEDORES,
NUMA PERSPECTIVA SOCIODINÂMICA RELACIONAL.**

CAXIAS DO SUL
2016

EVELISE ZERGER

**HOSPITALIDADE, TURISMO E DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO:
CONSTRUÇÃO DO PERFIL DE UMA COMUNIDADE COMO CORPO COLETIVO
ACOLHEDOR, SOB A ÓTICA DE SUJEITOS PRIMARIAMENTE ACOLHEDORES,
NUMA PERSPECTIVA SOCIODINÂMICA RELACIONAL.**

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo. Linha de Pesquisa: Turismo, Cultura e Educação.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Marcia Maria Cappellano dos Santos.

CAXIAS DO SUL

2016

Z58h Zerger, Evelise

Hospitalidade, turismo e desenvolvimento turístico: construção do perfil de uma comunidade como corpo coletivo acolhedor, sob a ótica de sujeitos primariamente acolhedores, numa perspectiva sociodinâmica relacional. / Evelise Zerger. – 2016.

106 f.

Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, 2016.

Orientação: Marcia Maria Cappellano dos Santos.

1. Relação hospitalidade/acolhimento e turismo. 2. Comunidade e Corpo Coletivo Acolhedor. 3. Desenvolvimento da potencialidade turística. 4. Urupema/SC/BR. I. Santos, Marcia Maria Cappellano dos, orient. II. Título.

“Hospitalidade, turismo e desenvolvimento turístico: construção do perfil de uma comunidade como Corpo Coletivo Acolhedor, sob a ótica de sujeitos primariamente acolhedores, numa perspectiva sociodinâmica relacional”

Evelise Zerger

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade – Mestrado e Doutorado, da Universidade de Caxias do Sul, como parte dos requisitos necessários para a obtenção do título de Mestre em Turismo, Área de Concentração: Desenvolvimento Regional do Turismo.

Caxias do Sul, 23 de setembro de 2016.

Banca Examinadora:

Profa. Dra. Marcia Maria Cappellano dos Santos (Orientadora)

Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Luciane Todeschini Ferreira

Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Marlei Saete Mecca

Universidade de Caxias do Sul

Profa. Dra. Ana Paula Garcia Spolon

Universidade Federal Fluminense

AGRADECIMENTOS

Acima de tudo a Deus e aos meus Anjos da Guarda que estiveram sempre ao meu lado, me protegendo de todos os perigos, me trazendo Paz, Luz e Sabedoria durante essa caminhada.

Ao meu querido esposo, amigo, conselheiro, Diego, que permaneceu ao meu lado com todo seu Amor, mesmo nos momentos mais difíceis dessa jornada. Ele foi meu grande incentivador e apoiador, com todo seu carinho, paciência e compreensão.

À minha família: pai, mãe, avós (em memória), sogra/mãe e irmãos, que mesmo distantes fisicamente, sempre torceram, acreditaram e confiaram em mim. Levo parte da essência e ensinamentos de vocês em tudo que faço.

À minha orientadora tão dedicada e competente, querida professora Marcia. Obrigada por cruzar meu caminho neste momento tão importante da minha vida, momento esse que, por ter alguém como você ao lado, deu um sentido muito mais amplo à pesquisa, favoreceu-me crescer como pessoa, como professora, favoreceu-me re/olhar o mundo.

Aos demais professores do Programa, em especial à professora Susana Gastal e ao professor Rafael José dos Santos, que oportunizaram as mais profundas reflexões durante suas aulas, que me reafirmaram o quão é prazeroso e instigante apreender.

À mais atenciosa secretária da UCS, nossa querida Regina, que sempre estava pronta a nos ajudar e a nos acolher no Programa.

Às Professoras Siloe Pereira, Olga Araujo Perazzolo e Luciane Todeschini. Ferreira, que me hospedaram no Grupo de Pesquisa e me ajudaram a ter novas e instigantes leituras sobre acolhimento.

A todos os colegas/amigos que pude fazer ao longo dessa caminhada e que, de uma forma ou outra, colaboraram na realização do mestrado. Em especial, as minhas amigas gaúchas, Sara e Carol, por compartilharem comigo comentários e sentimentos diversos.

À comunidade de Urupema, que de uma maneira geral, se abriu à pesquisa, e me oportunizou também construir boas relações de amizade e aprendizados no tempo em que morei e trabalhei lá.

À Secretaria Estadual de Educação, que confiou e acreditou nesta pesquisa me apoiando como bolsista.

A todas aquelas pessoas que de uma forma ou outra contribuíram na realização deste trabalho.

Grata!

*Eu quero desaprender para aprender
de novo. Raspar as tintas com que
me pintaram. Desencaixotar
emoções, recuperar sentidos.*

Rubem Alves

RESUMO

No contexto do processo de desenvolvimento da potencialidade turística de uma localidade, faz-se fundamental dar voz e promover a escuta da comunidade, para assim alicerçar frutíferas bases. O presente trabalho, ao buscar responder à questão *Que traços sinalizam concepções de turismo e hospitalidade/acolhimento e relações estabelecidas entre esses fenômenos, por parte de sujeitos primariamente acolhedores do município de Urupema/SC, que possam encaminhar à construção de um perfil dessa comunidade como Corpo Coletivo Acolhedor?*, estabelece como objetivos: apreender e analisar sinalizadores dessas concepções e relações; propiciar a construção de subsídios para que uma comunidade seja reconhecida como um Corpo Coletivo Acolhedor – CCA, na definição de Santos, Perazzolo e Pereira (2014), e para que seus integrantes reconheçam a dinâmica relacional desse Corpo e nela se reconheçam; aportar subsídios para favorecer o desencadeamento de ações, no sentido de promover o desenvolvimento da competência para o acolhimento e, sob essa ótica, contribuir para a potencialização do desenvolvimento turístico do município, indo ao encontro das políticas públicas municipal e estadual. Sem desconsiderar as múltiplas vertentes analíticas do turismo e da hospitalidade, nesta investigação, tem-se como supostos básicos de referência, as proposições conceituais de turismo, de Perazzolo, Santos e Pereira (2013a), construídas no marco teórico da psicanálise, particularmente ao amparo de contribuições freudianas e lacanianas sobre a constituição do sujeito, bem como de hospitalidade, ou acolhimento, entendidos como um dos elementos fundantes do turismo. A pesquisa, de natureza exploratório-descritiva, tem caráter prioritariamente qualitativo e desenvolve procedimentos metodológicos definidos a partir de uma abordagem hermenêutica dos dados, cuja obtenção resultou de entrevistas semiestruturadas junto a 17 sujeitos de diferentes segmentos considerados representativos da comunidade Urupema. A análise e interpretação dos dados deu-se por meio de aproximações à técnica de Análise de Conteúdo (BARDIN, 2000), complementadas por análises linguístico-enunciativas (FUCHS, 1985 e FLORES et al., 2009). Os sinalizadores discursivos apontam para uma concepção de turismo subjacente ao discurso dos sujeitos, predominantemente mercadológica, com ênfase aos elementos de ordem estrutural e operacional vinculados à oferta e demanda de produtos turísticos com vistas à constituição de um destino turístico. Essa disponibilização de estruturas e serviços deriva da priorização de um padrão instrumental de disposição para o acolhimento (o acolhedor como meio, instrumento para atender a supostas demandas intrínsecas e autocentradas do turista/visitante), tendo por referência conceitual tipologias de turismo tecidas por Perazzolo, Santos e Ferreira (2016, no prelo), relacionadas ao acolhimento do desejo na construção da hospitalidade. No que tange aos traços que delineiam o perfil da comunidade Urupema como CCA, não se identifica, por parte dos sujeitos primariamente acolhedores, clara e suficiente compreensão – e conseqüente implementação – das relações sistêmicas, inerentes ao modelo, entre serviços, gestão e cultura, fragilizando os elos entre eles. Nesse sentido propõe-se, para além de treinamentos ou atividades de qualificação técnica, o planejamento e desenvolvimento de ações reflexivas coletivas que favoreçam ressignificações conceituais de turismo, hospitalidade/acolhimento e das respectivas relações por parte dos sujeitos primariamente acolhedores, que repercutam no fortalecimento do sentimento de pertencimento a essa comunidade, o qual, por sua vez, se reflita nas práticas cotidianas de turismo e hospitalidade/acolhimento.

Palavras-chave: Relação hospitalidade/acolhimento e turismo; Comunidade e Corpo Coletivo Acolhedor; Desenvolvimento da potencialidade turística; Urupema/SC/BR.

ABSTRACT

In the context of the process of the tourist potentiality's development of a place, it is necessary to give voice and to listen to the community in order to create solid bases. The present study tried to elucidate the following question: *Which features can show tourism and welcoming conceptions and the established relations between these phenomenon by the primarily welcoming subjects of Urupema/SC city, concerning to a construction of this community profile as a Welcoming Collective Group?* Then this study set as objectives: to infer and to analyze the traces of these conceptions and relations; to provide a construction of subsidies in order to make this community recognized as a Welcoming Collective Group – WCG, in Santos, Perazzolo and Pereira (2014) definitions, and to its inhabitants can recognize the relational dynamic of this Group and recognize themselves; to point out subsidies to favor some actions, in order to promote the development of the welcoming competence. And contribute to the potentiation of the tourism development of the city taking into account the municipal and state public policy. Without considering the multiple analitic sides of the tourism and the welcoming, this study has as basic assumptions of reference the conceptual propositions of tourism by Perazzolo, Santos and Pereira (2013) which were constructed at the psycanalysis theories, specially with the Freud and Lacan's contributions about the subject constitution as well as hospitality or welcoming which were comprehended as one of the tourism founding elements. The research is exploratory descriptive and has the qualitative character priority and developed methodological procedures which were defined by the hermeneutics approach of the data which were obtained by semi-structured interviews with 17 subjects of different segments that are considered as representative in Urupema's community. The analysis and interpretation of the results were done by the Content Analysis (BARDIN, 2000) and complemented by the analysis of the Linguistics of Enunciation (FUCHS, 1985 and FLORES et al., 2009). The discursives detectors pointed out to a tourism conception underlying to the subject's speech which is *predominantly* with marketing fields with emphasis to the *structural* and operational kinds linked to the offering and demanding of tourism products in order to the constitution of a touristic destination. This structural and services provision is derived from the prioritization of an instrumental pattern of the welcoming willingness (the welcomer as the environment, a mechanism to attend supposed internal and self-centered dermands of the tourist/guest) our tourism conceptual references typologies were developed by Perazzolo, Santos and Ferreira (2016) and related to the welcoming of the willingness in the hospitality's construction. In terms of the features that delineate the Urupema's community profile as WCG, it was not identified by the primary welcoming subjects, a direct and sufficient comprehension, and consequent implementation of the systemic relations, inherent to the model, among services, management and culture, undermining the linkages among them. In this sense, we propose something beyond training or professional qualification, the planning and development of some collective reflexive actions which can favor tourism and welcoming conceptual resignifications and of the related relations on the part of the primary welcoming subjects which would make known on the strengthening of the sense of belonging to this community and then to reflect at the tourism and welcoming daily practicing.

Key-words: Hospitality/welcoming relations; Community and Welcoming Collective Group; Touristic Potentiality Development; Urupema/SC/BR.

LISTA DE FIGURAS

| | | |
|------------|---|----|
| Figura 1 – | Interação dos vértices constitutivos do Corpo Coletivo Acolhedor.... | 40 |
| Figura 2 – | Localização do município de Urupema no Estado de Santa Catarina | 44 |
| Figura 3 – | Municípios que constituem a Região da Serra Catarinense, com destaque para localização de Urupema | 44 |
| Figura 4 – | Figuração do processo de evolução de destinos turísticos..... | 70 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1 – Enquadramento de verbalizações dos sujeitos em categorias de carência relativas ao desenvolvimento da potencialidade turística do município | 58 |
| Quadro 2 – Categorização de dimensões em que se inserem os fatores apontados como condicionantes à potencialização da capacidade de atratividade turística do município | 67 |
| Quadro 3 – Situações indicativas de aspectos negativos na relação de hospitalidade com o turista/visitante e internos à comunidade | 77 |
| Quadro 4 – Categorização de aspectos apontados pelos sujeitos como condicionantes para a efetividade do acolhimento e suas respectivas incidências por segmento representativo | 80 |

LISTA DE TABELAS

| | |
|--|----|
| Tabela 1 – Elementos já considerados atrativos/produtos de Urupema, número e percentual de sujeitos que os referem, relativamente ao total de sujeitos | 64 |
| Tabela 2 – Elementos que poderiam vir a atrair turistas/visitantes a Urupema, por sujeito, número e percentual que os referem, relativamente ao total de sujeitos..... | 65 |
| Tabela 3 – Elementos que poderiam ser apontados como identitários de Urupema, por sujeito, número e percentual que os referem, relativamente ao total de sujeitos..... | 71 |

SUMÁRIO

| | |
|--|------------|
| APRESENTAÇÃO | 12 |
| 1 SITUANDO O LEITOR..... | 14 |
| 2 INCURSÕES CONCEITUAIS | 23 |
| 2.1 TURISMO | 23 |
| 2.2 HOSPITALIDADE/ACOLHIMENTO | 30 |
| 3 CONTEXTUALIZANDO URUPEMA | 43 |
| 3.1 URUPEMA | 43 |
| 4 CAMINHOS METODOLÓGICOS | 51 |
| 4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 51 |
| 4.1.1 Seleção dos sujeitos | 51 |
| 4.1.2 Elaboração e validação do roteiro de entrevistas | 52 |
| 4.1.3 Realização das entrevistas | 52 |
| 4.1.4 Constituição do corpus e organização dos dados | 53 |
| 4.1.5 Abordagem analítica dos dados | 53 |
| 5 ANÁLISE DOS FRAGMENTOS DISCURSIVOS | 56 |
| 5.1 QUESTÃO 1 | 56 |
| 5.2 QUESTÃO 2 | 62 |
| 5.3 QUESTÃO 3 | 70 |
| 5.4 QUESTÃO 4 | 73 |
| 6 A VOZ DA COMUNIDADE: UMA SÍNTESE INTERPRETATIVA | 82 |
| 6.1 CONCEPÇÕES SUBJACENTES DE TURISMO | 82 |
| 6.2 CONCEPÇÕES SUBJACENTES DE HOSPITALIDADE..... | 86 |
| 6.3 RELAÇÕES DEPREENDIDAS ENTRE TURISMO E HOSPITALIDADE | 88 |
| 7 NA DIREÇÃO DE CONSIDERAÇÕES FINAIS | 92 |
| REFERÊNCIAS | 98 |
| APÊNDICES | 104 |

APRESENTAÇÃO

Quero compartilhar com você, caro leitor, neste breve texto de apresentação, a minha caminhada acadêmica e profissional que permeia minha trajetória de vida. Compartilhar escolhas que me permitiram alcançar metas e sonhos, que em alguns momentos pareciam muito grandes, distantes para mim, mas que, com determinação e coragem, se tornaram fato.

Durante a realização do Ensino Médio na Escola Estadual de Santa Catarina, realizei estágio na Caixa Econômica Federal da minha cidade natal, Rio Negrinho/SC, durante o período de três anos (2000-2002). Essa experiência me proporcionou posteriormente a contratação laboral em empresas privadas, para exercer principalmente funções de ordem administrativa. Nesse contexto, em 2005, iniciei o Bacharelado em Administração de Empresas, na Universidade do Contestado, em Mafra/SC, cursando-o apenas por um ano. A interrupção se deu ao perceber que não alcançaria realização profissional nessa área – ou, pelo menos, só chegaria próximo –, pois, desde a adolescência, desejava ingressar em um curso relacionado à área de produção de alimentos, mais especificamente, Gastronomia.

Assim, depois de conquistar condições financeiras favoráveis que pudessem me possibilitar cursar a graduação que almejava e me manter fora da casa dos meus pais, iniciei finalmente, em 2007, o curso de Tecnologia em Gastronomia, no Centro Universitário de Maringá – CESUMAR, na cidade de Maringá/PR. Durante o curso, que tem foco no ensino das práticas profissionais em cozinha, fui contratada pelo Restaurante Universitário da Instituição para desempenhar a função de Cozinheiro Líder. Ao longo desse período, tive a oportunidade de acompanhar estudantes de Gastronomia e Nutrição em atividades de estágio obrigatório. Nesse processo de ensino/orientação nas atividades de estágio, motivei-me, em 2010, ano da minha formatura na graduação, a ingressar no curso de Especialização em Docência em Gastronomia, o qual me aproximou de uma vivência acadêmica mais intensa e que me estimulou a continuar na busca do conhecimento científico e do exercício da docência nessa área.

Como uma das maiores conquistas da minha vida profissional, em 2010, fui aprovada em 1º. lugar no concurso público do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina – IFSC, tornando-me assim professora na área de Produção em Gastronomia. Iniciei minhas atividades em 2011 ministrando aulas em cursos profissionalizantes de diferentes níveis de ensino e desenvolvendo

projetos de pesquisa e, principalmente, de extensão. Em 2014, percebendo a necessidade de capacitação acadêmica e pelo anseio de continuar minha escalada na busca de novos conhecimentos, ingressei no Mestrado em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul.

Lotada, no período do ingresso no Mestrado, no IFSC Campus Urupema, no município de mesmo nome, localizado na região da Serra Catarinense, me deparei com os anseios de uma comunidade que buscava (e busca) o desenvolvimento do turismo. Diante desse fato, instigada pelo desejo de colaborar academicamente nesse processo, decidi pesquisar, como mestranda, a temática “hospitalidade e turismo”, com foco em proposições que pudessem vir a contribuir para o desenvolvimento da potencialidade turística do município.

Assim, durante o primeiro ano do Mestrado, cursei disciplinas obrigatórias, eletivas e optativas, bem como participei de outras atividades acadêmicas que pudessem favorecer e qualificar a realização da minha pesquisa, sempre com o essencial apoio de minha orientadora. Para além dos conhecimentos teóricos, o Mestrado proporcionou para mim um amadurecimento acadêmico e o despertar de um “novo” olhar sobre a sociedade e sua história/trajetória, sobre cultura, política e, principalmente, sobre relações humanas – e, claro, também, sobre o exercício da docência.

Dessa forma, no conjunto do aqui apresentado, esta dissertação expressa parte muito significativa, assim como um elo para busca/construção/reconstrução infindáveis do conhecimento.

1 SITUANDO O LEITOR

Na perspectiva de promover o desenvolvimento, alguns estados brasileiros estão buscando no turismo uma forma de ampliar as possibilidades de crescimento, principalmente econômico, por meio da estruturação da atividade. Santa Catarina é um desses casos, pois, acreditando na sua potencialidade para o turismo, vem implantando políticas públicas nesse sentido.

O Estado é conhecido principalmente pelo turismo de sol e praia, pois possui uma favorável extensão litorânea para atividades de lazer e entretenimento. Porém, atualmente, está se buscando consolidar a atividade turística como uma nova possibilidade de desenvolvimento também em outras regiões e com tipificações diferentes à tradicionalmente conhecida. Busca-se, dessa forma, oportunizar e ampliar a atividade no interior do Estado.

Em 2010, a fim de alcançar esse propósito, foi lançado o Plano de Desenvolvimento Regional de Turismo do Estado de Santa Catarina (PDRT-SC), com vigência até 2020. O plano tem como norteadores a Lei Estadual N. 13.792, de 2006, o Programa de Desenvolvimento Integrado do Turismo e o Programa de Regionalização do Turismo, do Ministério do Turismo.

Contudo, por meio de uma breve análise interpretativa, podemos perceber que a dimensão econômica é predominante nos objetivos e ações do plano, destinando menor espaço às demais dimensões¹. Lembre-se com Tomazzoni (2009), que, para que o desenvolvimento turístico possa acontecer de forma sustentável, faz-se necessário pensá-lo em suas múltiplas dimensões. Dessa forma, abrangem-se também os âmbitos ambiental, social e cultural, tendo por fundamento a inclusão e a qualidade de vida das pessoas residentes.

No Plano, verificou-se ainda, a apresentação de subprogramas. Ao todo, são oito, dois dos quais chamam a atenção, pois focalizam a dimensão humana do turismo. São eles: a) Sensibilização e Conscientização Turística, que tem como objetivo apoiar campanhas de sensibilização e conscientização turística; estimular a conscientização turística nas escolas; e b) Capacitação de Recursos Humanos e qualificação e Serviços Turísticos no Estado, que tem como objetivo estimular a

¹ Nos objetivos básicos do plano destacamos os termos que nos remetem à predominância da visão econômica e mercadológica: a) gestão de turismo sustentável; b) modelo de turismo competitivo; c) fonte geradora de negócios e renda; d) integração entre planejamento e gestão; e) uso de recursos materiais, financeiros e humanos; f) criar canais de comunicação; g) marketing. PDRT-SC, p.15.

qualificação dos serviços turísticos; possibilitar apoio a centros e escolas de formação turística; e incentivar a normalização do turismo para certificação da qualidade de produtos e serviços turísticos.

Para compreender as demandas regionais e favorecer o desenvolvimento do turismo, e de outras áreas, nas diferentes regiões, conta-se com 36 Secretarias de Desenvolvimento Regional (SDR), implantadas a partir de 2003. Estas descentralizam o governo do Estado e têm o papel de estabelecer interlocuções, no caso do turismo, através das Gerências de Turismo, Cultura e Esporte, com a Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte (Santa Catarina, 2015).

Conforme diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo, o Governo do Estado de Santa Catarina organizou os territórios estaduais em regiões com vocações turísticas específicas. Ao todo são dez regiões, estabelecidas conforme as características geográficas, econômicas e histórico-culturais.

Uma dessas regiões é a Serra Catarinense, gerenciada pela SDR de Lages e SDR de São Joaquim². Nesta última, fazem parte da microrregião os municípios de São Joaquim, considerado o destino indutor dessa, Urubici, Bom Jardim da Serra, Urupema, Rio Rufino e Bom Retiro.

Em linhas gerais, segundo a Santa Catarina Turismo S/A (SANTUR), órgão oficial de turismo do Estado, a Serra Catarinense é caracterizada como a região que possui as mais baixas temperaturas do Brasil. De suas condições geográficas peculiares, atingindo altitudes próximas aos dois mil metros, resulta um cenário paisagístico igualmente peculiar. Considere-se, também, que as atividades turísticas que mais representam a região são aquelas praticadas no meio rural. Ainda atualmente, as atividades de visitação às vinícolas e degustação de vinhos finos de altitude estão em crescimento.

Uma das localidades dessa região, objeto desta pesquisa, é o município de Urupema. O município possui uma população de 2.502 habitantes, de acordo com os dados do IBGE (2014). Conforme a Prefeitura Municipal de Urupema (PMU)³, o município está a uma altitude média de 1.425 metros, sendo considerada a região mais alta do Estado, e também a cidade mais fria do Brasil, o que lhe atribui um

² No momento inicial deste trabalho, constatou-se que, na Gerência de Turismo, Cultura e Esporte da SDR São Joaquim, não havia uma pessoa responsável pela função desde dezembro/2014. Em contato com essa SDR, afirmaram-nos que possivelmente essa função não existiria mais naquela Regional, por uma determinação do Governo do Estado – fato verificado e confirmado no presente momento, constatando-se a extinção dessa gerência.

³ Site oficial da Prefeitura Municipal: www.cidademaisfriadoBrasil.com.br.

crescente destaque, principalmente pela divulgação midiática das características climáticas e geográficas próprias a esse local.

Registra-se no inverno como principal fenômeno climático, a ocorrência de neve, com sensações térmicas mínimas de até 20°C negativos, sendo que a temperatura média anual é de 13°C, dados acompanhados e registrados há aproximadamente quatro anos, segundo o Centro de Informações de Recursos Ambientais e de Hidrometeorologia de Santa Catarina (CIRAM). Corroborando tal fato, acessando o próprio endereço eletrônico da PMU, a página é identificada como “Cidade mais fria do Brasil”.

Atualmente, nos registros da PMU, a economia do município é essencialmente agropecuária, destacando-se a produção, por propriedades familiares, da maçã (devido às características climáticas favoráveis), seguida pela produção de morango, batata, abóbora, uvas viníferas, da extração de pinhão e mel, bem como do plantio de árvores de reflorestamento, entre outras atividades realizadas em menor escala. Sobre a economia pecuária, prevalece a criação de gado de corte e, em menor número, de gado leiteiro, como também a piscicultura, na qual se destaca a criação de trutas, peixe que se adaptou bem às características das águas dos rios de Urupema, frias e de corredeiras.

Conforme a PMU, na região do município, existe uma considerável área de mata de araucária preservada e diversas fontes de água, elementos que, associados ao relevo de montanhas, à fauna e ao clima com temperaturas amenas, formam um conjunto de elementos potencialmente atrativos.

Apesar dos fatores apresentados, estes não se constituem como atrativos primários do deslocamento de turistas/visitantes à região. Segundo a Administração Municipal, atualmente o que principalmente atrai os visitantes é resultado da divulgação das previsões meteorológicas relacionadas à possibilidade de neve. Isso, de certa forma, desencadeia um turismo sazonal, fato que preocupa a gestão pública (apontamento realizado durante entrevistas para esta pesquisa), que afirma que essa questão limita, em alguns casos, o interesse de investimentos da iniciativa privada local nos serviços básicos de atendimento ao turista/visitante.

Mesmo assim, o crescente aumento no número de turistas que visitam o município em busca da contemplação do fenômeno climático, desencadeou alguns investimentos em meios de hospedagem. De acordo com a PMU, foram implantados pela iniciativa privada quatro hotéis e 13 pousadas, sendo que a maioria das pousadas se enquadra na tipologia Cama e Café, ou seja, a hospedagem nas casas

de famílias. Ao todo, o município disponibiliza 180 leitos. No que se refere aos serviços de alimentação, os dados apontam a existência de dois restaurantes, uma padaria e duas lanchonetes, sendo que apenas um restaurante e uma lanchonete abrem aos domingos e feriados.

Em tese, do ponto de vista econômico, Urupema apresentaria uma potencialidade de incrementação do turismo, inclusive no que diz respeito ao clima peculiar, o que viria ao encontro do PDRT-SC. Segundo Tulik (2003), já se identificaram algumas localidades rurais motivadas pela busca de novas alternativas econômicas ligadas ao turismo, e essas passaram a acreditar no seu potencial por possuírem áreas naturais, locais com cachoeiras e trilhas, acesso a alimentos produzidos nas propriedades locais e preparados de forma artesanal, ambiente bucólico, qualidade de vida, entre outros elementos.

Essa perspectiva de potencialidade é também entendimento da gestão pública do município, de acordo com a qual existem ações já empreendidas ou que estão em projeto (conforme apontamentos realizados em entrevistas para esta pesquisa). São alguns exemplos dessas ações o cuidado com a limpeza das áreas públicas, jardinagem, placas de sinalização, construção de calçadas adaptadas às pessoas com necessidades especiais, implantação de um Centro de Atendimento ao Turista, entre outras. Ressaltou-se ainda que se considera importante a qualidade de vida do cidadão, e que, esta reflete a forma como eles recebem ou receberão o turista futuramente. Um outro exemplo dessas ações, apenas para uma breve ilustração, é a oferta gratuita de mudas de flores para embelezamento dos jardins das residências dos moradores locais, acesso gratuito a aulas de danças típicas, música, canto e coral, produção de artesanatos, esportes e lutas marciais, entre outras atividades, que envolvem pessoas de diversas faixas etárias.

Depreende-se dessas ações por parte da gestão pública, que essa confere importância à atenção primária à própria comunidade. Sem desprezar valores de cunho mais pragmático, elas permitem entrever atenção especial ao humano como valor essencial do turismo (e de seu desdobramento em políticas, planos e empreendimentos públicos e privados), a centralidade de foco no sujeito turista/visitante e na própria comunidade (sujeito coletivo), potencializando assim o sentimento de pertença ao seu “próprio” lugar – o que, de acordo com Perazzolo, Pereira e Santos (2013), contribui para fomentar o florescimento de uma cultura coletiva de hospitalidade.

A partir dessa atenção aos sujeitos, esses, percebendo-se cuidados/acolhidos pelo seu próprio município, supostamente teriam melhores condições e disposição para acolher o outro, seja esse outro o visitante ou um próprio membro da comunidade, com repercussões positivas para o estabelecimento de laços sociais tecidos na dialética do acolher – ser acolhido, inerente à sociodinâmica das relações de hospitalidade/acolhimento – o que se faz, fundamental para o desenvolvimento turístico.

A hospitalidade, como Baptista (2002) enfatiza, é um modo privilegiado de encontro interpessoal, marcado pela atitude de acolhimento em relação ao outro, encontro que também revela um dos traços fundamentais da subjetividade humana, a disponibilidade da consciência para acolher uma realidade fora de si. Ainda segundo Baptista (2005), a abertura de uma comunidade para fora de si constitui um dos alicerces para o desenvolvimento pessoal e sócio-humano de seus membros.

A autora chama a atenção para o fato de que

[...] as práticas de hospitalidade deverão marcar todas as situações da vida, ou seja, a hospitalidade não deverá ficar circunscrita à disponibilidade para receber o turista, o visitante que chega de fora e está provisoriamente na cidade. [...] é necessário alargar a atitude de acolhimento e de cortesia a todo o próximo, seja ele o vizinho, o colega de trabalho ou qualquer outro que no dia-a-dia cruza o nosso caminho (BAPTISTA, 2002, p. 162).

Quando se perspectiva, pois, o desenvolvimento turístico do município de Urupema, há que se pensar a hospitalidade, ou o acolhimento⁴, como um dos elementos fundantes do turismo. Sem desconsiderar as múltiplas vertentes analíticas do turismo e da hospitalidade – que serão abordadas no item Referencial Teórico –, tem-se aqui como referente, por definição operacional, proposição conceitual de Perazzolo, Santos e Pereira (2013a), construída no marco teórico da psicanálise, particularmente ao amparo de contribuições de Freud e Lacan sobre a constituição do sujeito. Sob essa perspectiva, segundo as autoras,

[...] se poderia dizer que todo movimento da vida psíquica na direção do externo a si próprio seria uma forma de turismo, e todo impulso desencadeado na direção de transformar, de dar destinos ao “não saber”, integraria sistemas complexos que induziriam os sujeitos, pelo imaginário, a espiar, buscar sentidos, jogar com os elementos apropriados do mundo sensível, propiciando avanços no desenvolvimento humano, perpetuando deslizamentos de significações e fomentando a saúde psicossocial (p.142,

⁴ Hospitalidade e acolhimento são aqui tomados como termos equivalentes considerando a dimensão relacional que configura o fenômeno, em que os sujeitos envolvidos alternam-se, no tempo e no espaço, na dinâmica de acolher e ser acolhido.

tradução nossa) [...]. O turismo, nessa perspectiva, se caracterizaria como sendo qualquer deslocamento do sujeito na direção a alguma coisa que seu arsenal mnêmico-cognitivo não reconhece, mas que pode antecipar e à qual busca dar sentido de forma virtual, física e corporal, ou imaginariamente (p.143, tradução nossa) [...]. Assim, nas práticas turísticas, o conhecimento é produto que deriva da pulsão de conhecer, é a síntese do prazer, é resultado da interação entre sujeitos que se transformam, em alguma medida, nas alternâncias de papéis entre acolhedor e acolhido (p.139, tradução nossa).

Há, pois, que se pensar o necessário envolvimento da comunidade, vendo-se/sentindo-se parte desse processo, em que são colocadas em relação às expectativas do outro, do estrangeiro – as quais dão forma e concretude ao desejo que esse porta de conhecer, ver, viver o novo (PERAZZOLO, SANTOS e PEREIRA, 2013a) – e as daquele que se dispõe a acolher esse outro dentro de si, também com seu projeto de ampliar seus saberes, de aprender, alternando-se com ele nos polos da relação.

Na trilha desse entendimento, mostra-se como uma questão nodal a ser respondida que traços delineiam o perfil dessa comunidade relativamente a seu entendimento sobre hospitalidade/acolhimento, às relações intrínsecas entre hospitalidade/acolhimento e potencialização de desenvolvimento turístico – e, por decorrência, potencialidades de desenvolvimento turístico do município; e, principalmente, inferir traços que sinalizem como essa comunidade se percebe como um Corpo Coletivo Acolhedor. Uma comunidade corpo social, no qual se inter-relacionam, compondo sistemicamente uma triangulação, os elementos: trocas/serviços; conhecimento/cultura; processos de gestão. “O traçado dessa triangulação delimita o espaço em que o fenômeno do acolhimento e as práticas de hospitalidade se organizam e se desenvolvem”, propõem Santos, Perazzolo e Pereira e (2014, p. 55). Conceitualmente, para as pesquisadoras, esses elementos (vértices da triangulação) aglutinariam as dimensões fundamentais do tecido social: a) conjunto dos **serviços** disponibilizados no âmbito das relações internas/externas, b) **organismo gestor**, de natureza operacional, pública e privada, c) **capital cultural**, o conhecimento gerado, compartilhado e transmitido pelo grupo/comunidade.

A construção desse perfil, dado a conhecer os sujeitos envolvidos, poderá vir a constituir-se em elemento desencadeador de processos de apropriação e ressignificação de características que já lhe são próprias, redimensionando a disposição para delinear ações que, somadas àquelas já empreendidas pela gestão pública, pela iniciativa privada e pela comunidade possam vir a contribuir na

perspectiva do desenvolvimento de competências para o acolhimento e, sob essa ótica, para o desenvolvimento turístico do município de Urupema/SC.

Nessa direção, a presente investigação volta o olhar para essa comunidade, perspectivando, ao mesmo tempo, dar-lhe voz, escutá-la, propiciar a que se faça escutar, ver-se, reconhecer-se nesse corpo social, tendo por horizonte vínculos entre turismo e acolhimento e, em decorrência, apropriar-se do papel que lhe caberia nesse processo de busca do desenvolvimento turístico municipal. Volta o olhar, portanto, a incrementar processos de sensibilização, indo ao encontro da política expressa no PDRT-SC e nos subprojetos anteriormente mencionados, bem como, congruentemente com essa política, indo ao encontro de aspirações, projetos e ações empreendidas pela gestão pública municipal.

Dentro de um contexto mais abrangente, espera-se que os resultados da pesquisa possam constituir-se em subsídios para pautar reflexões, definição de políticas e ações por parte de outros municípios que compõem a SDR de São Joaquim, propiciando uma leitura integrada, regionalizada, sob a ótica do desenvolvimento regional do turismo, conforme prevê o Plano de Desenvolvimento Regional de Turismo do Estado de Santa Catarina.

Cabe aqui assinalar que este projeto contou com o apoio da Secretaria Estadual de Educação de Santa Catarina, sob forma de concessão de bolsa de estudo por meio do Programa de Bolsas Universitárias de Santa Catarina UNIEDU/Pós-Graduação.

Dentro desse quadro e considerando, do ponto de vista conjuntural:

- a recente inserção formal do município de Urupema no circuito turístico da Serra Catarinense;
- objetivos das políticas públicas estadual e municipal para o desenvolvimento turístico, respectivamente, da Serra Catarinense e de Urupema;
- a carência de estudos científicos que possam subsidiar a implementação dessas políticas, particularmente sobre o município-alvo;

E tendo ainda presente, do ponto de vista teórico, o entendimento de que:

- o turismo – mais do que o deslocamento para um lugar não habitual envolvendo a disponibilização de estruturas e serviços ao longo do trajeto e no destino turístico – designa, no âmbito psicoantropológico, o deslocamento na direção de conhecer/experienciar o novo, o outro

“lugar”, derivado da pulsão de conhecer, tendo no cerne do processo que move os sujeitos a metáfora do desejo;

- “[...] nas práticas turísticas, o conhecimento é resultado da interação entre sujeitos que se transformam, em alguma medida, nas alternâncias de papéis entre acolhedor e acolhido” (PERAZZOLO, SANTOS E PEREIRA, 2013a, p.139, tradução nossa);
- o acolhimento é um fenômeno que emerge no espaço constituído **entre** dois sujeitos: aquele que se dispõe a acolher e o outro, que deseja ser acolhido;
- o acolhimento se institui como um dos elementos fundantes do turismo e, como tal, potencializador do desenvolvimento turístico;
- o acolhimento pode ser analisado/compreendido nas perspectivas singular e coletiva, neste caso, na relação com um Corpo Coletivo Acolhedor;
- o Corpo Coletivo Acolhedor – comunidade corpo social – configura sistemicamente uma triangulação com os elementos: trocas/serviços; conhecimento/cultura e processos de gestão;

pergunta-se:

Que traços sinalizam concepções de turismo e hospitalidade/acolhimento e relações estabelecidas entre esses fenômenos, por parte de sujeitos primariamente⁵ acolhedores do município de Urupema/SC, que possam encaminhar à construção de um perfil dessa comunidade como Corpo Coletivo Acolhedor?

Na busca de resposta a essa questão, a presente pesquisa tem como objetivos gerais: depreender e analisar sinalizadores das concepções que a comunidade Urupema tem de turismo e de hospitalidade/acolhimento e as relações que estabelece entre esses fenômenos; propiciar subsídios para o reconhecimento de uma comunidade – no caso, Urupema – como um Corpo Coletivo Acolhedor e para que os integrantes dessa se reconheçam na dinâmica relacional desse corpo social; propiciar subsídios para favorecer o desencadeamento de ações, no sentido

⁵ Conforme Perazzolo, Santos e Pereira (2013a), o termo indica posições iniciais para os sujeitos acolhedores e acolhidos no processo de alternância relacional de acolhimento.

de promover o desenvolvimento da competência para o acolhimento e, sob essa ótica, contribuir para a potencialização do desenvolvimento turístico do município.

Especificamente, busca-se identificar e analisar interpretativamente:

- a visão, por parte dos entrevistados, sobre o município ser ou não turístico e, neste último caso, se com potencialidade para tal;
- elementos que, na perspectiva da comunidade, atraem ou poderiam atrair o turista/visitante;
- elementos apontados como marcas identitárias do município;
- vivências pessoais e coletivas da comunidade na relação com o turista/visitante no que tange ao acolhimento.

Cumprе ressaltar que, neste trabalho, tem-se como foco de estudo apenas o polo do sujeito primariamente acolhedor, consideradas as limitações de tempo impostas para a conclusão da pesquisa no âmbito de um curso de mestrado, tendo-se claro, porém, a importância de igualmente dar voz àquele que vem dialogar com esse Corpo Coletivo, e nele, buscar sinalizadores de mudanças afetivas e cognitivas (e suas valências) originadas de relações de acolhimento.

Assim sendo, a presente dissertação organiza-se, em continuidade a estas considerações introdutórias (Item 1), em seis outros itens, a saber: 2. Incursões conceituais; 3. Contextualizando Urupema; 4. Caminhos metodológicos; 5. Análise dos fragmentos discursivos; 6. A voz da comunidade: uma síntese interpretativa; 7. Na direção de considerações finais. Nos Apêndices, além do Roteiro de entrevistas, encontra-se a Carta de Apresentação da Pesquisadora aos entrevistados e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, observada exigência do Comitê de Ética da Instituição.

2 INCURSÕES CONCEITUAIS

Conforme texto introdutório, a presente investigação, que se volta à identificação de traços que possam delinear o perfil para o acolhimento da comunidade Urupema/SC, aborda a hospitalidade e o turismo como fenômenos interligados. Portanto, na sequência, fazem-se algumas incursões no universo conceitual desses fenômenos no sentido de construir/definir um marco teórico de referência para as análises pretendidas.

2.1 TURISMO

[...] a história do turismo é a própria história do homem.

Sarah Bacal

De simples atividade de deslocamento à sua inclusão no complexo universo fenomênico humano-social, o turismo, em sua historicidade, vem sendo analisado e compreendido sob diferentes prismas, refletindo sua natureza multidimensional e as tramas relacionais que daí decorrem, particularmente quando se faz recair o foco sobre os sujeitos como elementos fundamentais em sua constituição, consideradas as marcas dos contextos sociais em que se inserem.

Ao longo desse percurso, tiveram lugar mudanças de todas as ordens configurando novos cenários políticos, econômicos, socioculturais e ambientais, os quais passam a requerer, cada vez mais, uma compreensão do turismo de caráter mais abrangente, holístico, remetendo ao necessário aporte dos estudos científicos. Beni (2008) sublinha que, adentrando o século XXI, apesar do crescimento do turismo, surgem os paradoxos no contexto globalizado do mundo e que, se, por um lado, passaram a existir maiores possibilidades e oportunidades, de outro, aumentaram contradições e incertezas no futuro, face a desafios cada vez mais complexos.

Os desafios estendem-se aos estudos científicos quando se abordam as múltiplas dimensões do turismo em suas relações inter ou transdisciplinares. Essa perspectiva delinea-se no transcurso das plataformas propostas por Jafari (1994): desde a Plataforma da Defesa (o turismo visto ao mesmo tempo como propulsor ou reconstrutor de economias, dentro de uma lógica prioritariamente de mercado); a da Advertência, (o turismo abordado como destruidor de paisagens naturais e

desencadeador de problemas de ordem social e cultural); a da Adaptação (o desenvolvimento turístico, sendo consideradas as necessidades comunitárias do lugar, como também seus aspectos naturais e socioculturais) até a Plataforma do Conhecimento, a qual considera o turismo como um todo, dentro de uma visão holística, englobando as funções, as estruturas e as possíveis consequências de sua prática.

Sustentada em grande parte pelos membros da Academia, portanto, apoiada cientificamente, a Plataforma do Conhecimento articula-se com as demais, buscando identificar o lugar do turismo dentro do contexto social que o acolhe. Indo mais além, em 2005, Jafari propõe a Plataforma do Interesse Público. Esta apresenta o turismo também como um fenômeno sociopolítico de grande importância para os governos, de tal forma como nunca visto e reconhecido pelas autoridades internacionais. Essa atenção ao turismo surge principalmente de eventos sem precedentes, como por exemplo, os ataques terroristas aos Estados Unidos da América.

Também no sentido de compreender o turismo, os estudos de Beni (2008), abordam-no em sua universalidade. O autor conceitua o fenômeno como um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, aonde ir, como ir, a que preço, o que advém de fatores variados de cunho pessoal, social, motivacional, econômico, cultural, ecológico e científico. Para o pesquisador, esses fatores estariam na base da escolha dos destinos e da permanência nesses, assim como estariam na base da disponibilização e possibilidades de acesso a transportes, a alojamentos, ou até mesmo, repercutindo no próprio objetivo da viagem.

Assim, o fenômeno turístico, para o autor, consiste em um sistema composto de três conjuntos: Conjunto das Relações Ambientais – subsistemas ecológico, social, econômico e cultural; Conjunto da Organização Estrutural – subsistemas de superestrutura e infraestrutura; e Conjunto das Ações Operacionais – subsistemas de mercado, oferta, demanda, produção, distribuição e consumo (BENI, 1999).

Igualmente na busca de compreender a essência do fenômeno turístico e consolidar bases sólidas para o desenvolvimento científico da área – propiciando novas/outras leituras da prática turística –, estudos recentes almejam a construção de uma epistemologia e de metodologias próprias do turismo, que possam articular diferentes dimensões e a complexidade do fenômeno. Para Panosso (2005, p. 156), “[...] a aplicação da epistemologia nos estudos turísticos é de extrema importância, uma vez que ela pode auxiliar na explicação do fenômeno turístico e, ao mesmo

tempo, fornecer bases científicas seguras para os pesquisadores de turismo” – e para as respectivas aplicações.

Boualem Kadri (2008), identificando diferentes estágios de análise e de reconhecimento do turismo na sua abordagem científica, reportando-se a Knafou et al., 1997; Knafou e Stock, 2003, destaca, entre eles, o do reconhecimento da complexidade do fenômeno, o qual não pode ser reduzido a alguns aspectos analisados pelas ciências sociais, como o turista e suas motivações, o turismo e a oferta de equipamentos e serviços, o turismo em termos de fluxos, etc., devendo o turismo ser compreendido como um sistema em interação.

Porém, as diversas proposições no sentido de estabelecer uma identidade científica e os resultados já alcançados no desenvolvimento científico do turismo, observa o autor, não lograram eliminar uma visão por vezes redutora do turismo, desvalorizando-o, como ao turista e aos especialistas. Isso, porém, não deve eliminar a busca da definição de suas problemáticas importantes, a realização de diferentes colaborações entre diversas ciências “[...] numa perspectiva de ‘projeto de conhecimento’ e não de ‘objeto de conhecimento’” (Le Moigne, 2001, *apud* KADRI, 2008, p. 57, tradução nossa).

No Brasil, Moesch (2002) aponta uma das dificuldades de alcançar uma proposta de epistemologia do turismo, a qual está relacionada à forma de concepção do turismo na história – primeiramente como atividade predominantemente econômica. A pesquisadora argumenta que a produção do conhecimento do turismo vem priorizando o “saber fazer”. Isso acarreta, no mínimo, um reducionismo nos estudos do fenômeno, muitas vezes visto e abordado apenas como uma atividade econômica, pragmática e mercadológica.

Moesch (2013) afirma que é necessário revisar as teorias do turismo a partir das novas práticas sociais do fenômeno. E esse compromisso não é exclusivo dos pesquisadores e educadores da área. Essa preocupação epistemológica também deve estar presente em órgãos políticos que atuam no setor. A autora ainda coloca que não há evolução sem “revolução”, pois o progresso do turismo não se realiza por acumulações ou novas verdades justapostas às já estabelecidas.

Para Moesch (2002, p. 13), “[...] o epicentro do fenômeno [turístico] é de caráter humano, pois são os homens que se deslocam, e não as mercadorias, o que impõem complexidade ao esforço de uma argumentação sistemática dessa realidade”.

No entendimento de Gastal e Moesch (2007, p.11-12)

O turismo é um campo de práticas histórico-sociais que pressupõem o deslocamento dos sujeitos em tempos e espaços diferentes daqueles dos seus cotidianos. É um deslocamento coberto de subjetividade, que possibilita afastamentos concretos e simbólicos do cotidiano, implicando, portanto, novas práticas e novos comportamentos diante da busca do prazer. [...] o turismo envolveria processos de estranhamento, ou seja, o turista, em seus deslocamentos, ao se defrontar com o novo e com o inesperado, vivenciaria processos de mobilização subjetiva que o levariam a parar e re-olhar, a repensar, a reavaliar, a ressignificar não só a situação, o ambiente, as práticas vivenciadas naquele momento e naquele lugar, mas muitas das suas experiências passadas. [...] Por isso, no turismo fala-se cada vez mais em experienciar, vivenciar e conviver, porque esses são os grandes mobilizadores do estranhamento.

Perspectivando o fenômeno turístico a partir do sujeito, Panosso (2011, p.35-36), por sua vez, coloca que:

O turismo [...] é experiência. É experiência no momento em que constrói o “ser” turista. As impressões internas dessa ação não são formadas apenas na viagem, ou no deslocamento propriamente dito, mas também são vividas nos momentos que antecipam o ato do turismo e nos momentos que se seguem após o ser turista ter empreendido sua viagem. Assim, também, a experiência turística não pode ser analisada desconectada do momento histórico e do “vir a ser” do turista, porque o turista tem consciência de seu “eu”, de seu “ser” através do tempo, da história. Por “vir a ser”, entende-se aquilo que ainda não é, mas que pode tornar-se.

Também Campodónico & Chalar (2011) propõem que os indivíduos, na qualidade de sujeitos, devam ser considerados o centro dos estudos turísticos, relacionando-os com as categorias tempo, espaço, motivações e atividades. Nesse mesmo sentido, Moesch (2002), ressaltara a importância de se ver o humano como valor essencial ao desenvolvimento do turismo e das políticas, planos e empreendimentos públicos e privados que o fomentem e viabilizem, em sendo o sujeito o maior protagonista do fenômeno.

Nessa perspectiva do humano, Maffesoli (2001) fala da “pulsão da errância”, o nomadismo atual, o desejo, a busca pelo “outro lugar”. No nomadismo entrelaçado na lembrança contínua da impermanência das coisas, o viajante constitui sua subjetividade, suas memórias, seus conhecimentos com o outro, com o alhures. Portanto, a errância seria a expressão que revela uma outra relação com o outro e com um outro mundo, uma outra forma de vivenciar a sociedade atual.

O homem pós-moderno é visto pelo autor como aquele que sempre está em busca da aventura, tornando-se a viagem um símbolo da busca sem fim por outros

lugares e desafios. Tem-se assim o prazer e a curiosidade na origem da prática turística, na busca da satisfação do desejo de saber mais.

Igualmente, Oliveira e Santos (2010) reiteram que o fenômeno turístico se estabelece principalmente em sua dimensão humana, porque tem como cerne as relações e experiências vividas pelos sujeitos, disso implicando momentos de interação social.

Perazzolo, Santos e Pereira (2013a), tendo em conta a importância de serem aprofundadas discussões que incrementem construções conceituais envolvendo os sujeitos que protagonizam histórias e vivências turísticas, de forma a “[...] sustentar a compreensão das ações/motivações humanas e consolidar processos que se dão no cotidiano”, propõem, com uma construção teórica pautada pelo que se poderia compreender pela natureza psicológica do turismo: “[...] a motivação intrínseca e constitutiva do fazer turismo está [...] na concepção de que, no cerne do processo que move os sujeitos, está na metáfora do desejo” (PERAZZOLO, SANTOS e PEREIRA, 2013a, p. 142, tradução nossa), ou seja, desejo de conhecer/experienciar o novo, o outro “lugar” na sua forma mais primária, numa remissão a conceitos de pulsão de base freudiana ou lacaniana. Esse impulso, como referem as autoras (2013a, p. 142, tradução nossa), “[...] concebido no terreno psicoantropológico, tal como se caracteriza na essência a contribuição da psicanálise, aponta para caminhos que levam à construção simbólica do homem na busca interminável do que não pode ser conhecido”.

No sentido de ampliar a compreensão dos desejos e demandas de turistas/visitantes em relação aos lugares visitados, Perazzolo, Santos e Ferreira (2016, no prelo⁶), a partir da análise categorial de conteúdos do discurso de sujeitos entrevistados em pesquisas tendo por objeto experiências de hospitalidade na dimensão coletiva, trazem uma proposição de tipologia de turismo “[...] relacionada com diferentes níveis de disposição de turistas para o acolhimento, disposição essa que se expressa pelo não reconhecimento do acolhedor pelo turista, ou por vínculos instrumentais do turista com o acolhedor, ou pela reciprocidade constituidora da hospitalidade”. (2016, no prelo)

⁶ Artigo intitulado: Turismo e o acolhimento do desejo na construção da hospitalidade; trabalho aceito e em trâmites para publicação nos Anais do XII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo – ANPTUR, a realizar-se de 28 a 30 de setembro de 2016, na Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP), sendo esse essencial nas bases conceituais deste trabalho.

Em nota, as autoras observam que, na proposição tipológica, adotando-se o entendimento mais genérico, o termo “turismo” designa “[...] deslocamentos de sujeitos, marcados por diferentes características de tempo, espaço, motivações e níveis de subjetividade.” (2016, no prelo).

Três categorias correspondem aos tipos de turismo: o de demanda extrínseca, o de demanda intrínseca e o de demanda livre, os quais, na letra do texto, são assim definidos:

1) Turismo de Demanda Extrínseca: categoria que explicita os deslocamentos efetivados para o cumprimento de tarefas, ou seja, caracterizaria situação na qual o sujeito se desloca para desenvolver atividades determinadas por contextos externos a suas demandas pessoais (negócios, saúde, etc.). Nesse caso, os próprios sujeitos tendem a não se considerar turistas; **2) Turismo de Demanda Intrínseca:** categoria que está associada à expectativa de prazer e/ou de obtenção satisfação de necessidades/desejos pessoais e, em princípio, previamente estabelecidos (turistas que fazem uso de pacotes, ou que se deslocam para participar de festas, festivais; para realizar projetos envolvendo *spas* de beleza, compras, sexo) e; **3) Turismo de Demanda Livre:** categoria que se caracteriza por ser realizado na direção do desconhecido, marcado por processos cuja motivação é conhecer o, ou no, local (roteiros livres, visita casual, ou disposição interna do turista em qualquer contexto). (PERAZZOLO, SANTOS E FERREIRA, 2016, no prelo).

Ainda dentro dessa proposição tipológica, soma-se a caracterização de três padrões de disposição para as relações por parte de sujeitos primariamente acolhidos, quais sejam, o alienador, o instrumental e o dinâmico-relacional, padrões esses que, podendo coexistir num mesmo contexto, remetem à ideia de tendência relacionada, ao que parece, à demanda original para o deslocamento.

Interferindo significativamente na dinâmica do acolhimento e na consecução plena do fenômeno da hospitalidade, a ausência de disposição para o outro por parte do turista/visitante caracteriza o Padrão alienador. Perazzolo, Santos e Ferreira (2016, no prelo) ressaltam não haver, nesse caso, olhar, reconhecimento sensorial ou psicoafetivo de um corpo presente/presentificado, de sorte que o outro torna-se “invisível” aos olhos do alienador”, este, o turista/visitante que se desloca, por exemplo, para reuniões de trabalho, negócios, compras. Em seus relatos, normalmente, referem positiva ou negativamente elementos (estruturas, fluxos, entre outros) que tenham facilitado ou dificultado as atividades em funções das quais se deslocaram. Conjuga-se aí o padrão alienador ao tipo de turismo de demanda extrínseca. Nesse contexto, a tendência é de que quanto maior for a atenção dada ao turista/visitante relativamente a estruturas e serviços (hotéis, restaurantes, transporte, sinais de internet, etc.), mais o Corpo Coletivo Acolhedor tende a ser

considerado hospitaleiro, não sendo o encontro humano desejado *a priori*, tampouco requisito para a construção perceptiva da hospitalidade.

O segundo padrão, o instrumental, apontado pelas autoras como o dominante no atual cenário turístico, caracteriza-se pelo reconhecimento do outro como meio ou ferramenta para a satisfação das demandas. Trata-se de um padrão relacionado àqueles que se deslocam motivados por demandas nítidas, autocentradas, previamente estabelecidas, de ordem pessoal. O acolhedor assume o papel de instrumento, não sendo olhado como sujeito, mas pelo que ele **serve** ao turista/visitante. Predominam aqui trocas de natureza econômico-comercial, e a efetivação da hospitalidade é dimensionada pela forma/habilidade com que o Corpo Coletivo Acolhedor dá concretude aos projetos e desejos. No padrão instrumental (alinhado ao turismo de demanda intrínseca), “[...] o valor pago e recebido [traduz] a justa retribuição pelo prazer obtido, ou pelo serviço prestado” [mesmo em estando aí envolvidos prazer, desejo, expectativa – elementos esses de cunho subjetivo], como se a ideia de experiências não mensuráveis ou quantificadas sob forma de valor monetário, requeresse disposição para o surpreendente, para o não previsto” (PERAZZOLO, SANTOS E FERREIRA, 2016, no prelo).

Relativamente ao padrão dinâmico-relacional, afeto ao tipo de turismo de demanda livre, este se caracteriza, segundo as autoras, pela inserção do outro nas expectativas vivenciais do turista, de sorte que, com o olhar livre de expectativas prévias, a satisfação emerge, sincronicamente, na experiência de conhecer, de vivenciar o novo. O outro, segundo as autoras, passa a ser assim o cerne da experiência turística, “[...] condição para novos saberes; é desejado e concebido na perspectiva da alteridade, propiciando as bases para que o fenômeno da hospitalidade se configure por meio dos movimentos alternados de acolhimento mútuo” (PERAZZOLO, SANTOS E FERREIRA, 2016, no prelo).

Assim, essa nova proposição provoca um repensar sobre o que tende a predominar no contexto dos fazeres em turismo: os padrões “alienador” e “instrumentalizador”, em demandas “extrínsecas” e “intrínsecas”, com as condições para hospitalidade atreladas, respectivamente, a estruturas/fluxos e à realização de expectativas prévias. No entanto, cabe referir a observação de Perazzolo, Santos e Ferreira (2016, no prelo) de que, na dinâmica da hospitalidade, podem ser considerados

[...] movimentos iniciais de sujeitos acolhidos, como uma mão que se estende ao outro para que esse possa, se desejar, inaugurar a escalada relacional do acolhimento. Assim, acolher o desejo egocentrado do alienador ou do instrumentalizador pode fecundar a aproximação que anuncia o encontro do conhecimento e, para além do horizonte, dos laços fraternos que banham de afeto as memórias da viagem (PERAZZOLO, SANTOS, FERREIRA, 2016, no prelo).

Como se pode, pois, constatar, não mais prevalecendo apenas as abordagens mercadológicas e, assim, ampliando-se o número de estudiosos que estão desenvolvendo pesquisas com enfoque no humano e no social, na complexidade do fenômeno turístico consideradas suas múltiplas dimensões, vê-se também ampliarem-se aproximações do turismo com o fenômeno da hospitalidade, ao focalizá-lo inserido no terreno das relações humanas estabelecidas pelos processos de interação desencadeadores de aprendizagem mútua entre sujeitos. Korstanje (2011) define o turismo como a ciência da hospitalidade, esta repercutindo nas diferentes dimensões, nos planos individual e coletivo, potencializando transformações entre acolhidos e acolhedores.

Essa relação será tratada mais detalhadamente nas considerações que seguem.

2.2 HOSPITALIDADE/ACOLHIMENTO

*Tudo começa naquela soleira,
naquela porta à qual se bate e que
vai se abrir para um rosto
desconhecido, estranho. Limite entre
dois mundos, entre o exterior e o
interior, o dentro e o fora, a soleira é
etapa decisiva semelhante a uma
iniciação.*

Alain Montandon

À semelhança da multiplicidade de lentes teóricas com que vêm sendo desenvolvidos os estudos em turismo, também no âmbito da hospitalidade distinguem-se diferentes abordagens do fenômeno, expressando a pertinência de analisá-la e compreendê-la em sua multidimensionalidade.

De acordo com Camargo (2015), conceitos essenciais para a reflexão do conceito de hospitalidade e que se integram nesse universo dizem respeito à relação humana, à virtude, ao ritual e à troca. A temática “hospitalidade” inicialmente foi abordada pelo enfoque místico e religioso, como virtude e atenção às necessidades

de alguém em situação menos favorável. O autor afirma ainda que, mais do que um fato observável, a hospitalidade é uma virtude presente em todas as sociedades e culturas, com rituais distintos, sendo envolta em uma atitude que se espera no defrontar-se com o estranho. Todo estranho também é um estrangeiro, alguém que ainda não é, mas deve ser reconhecido como o outro.

Camargo, na apresentação da obra “O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas” (2011), organizada pelo antropólogo Alain Montandon, destaca que uma qualidade intrínseca à hospitalidade genuína, incondicional nos termos de Derrida (2003), é a virtude: esta, já de há muito tempo, centrada na ideia de não agressão, de amizade, de generosidade, de caridade. Na condição de estranhos, somos diferentes, e mesmo os iguais podem ser excluídos. Mesmo aquele que é aceito como hóspede, em alguma medida é um estranho, e também igualmente, aquele que recebe é um estranho. Para Camargo (2004) esse encontro pode originar um ritual que resultará em amizade, favorecendo o vínculo humano e a afetividade, a virtude exercida, ou a agressão, a hostilidade, sendo a face contrária à hospitalidade.

O pesquisador reflete ainda sobre a hospitalidade fazendo parte de um estatuto ancestral, ao mesmo tempo de ética e de direito, não se restringindo apenas ao receber e visitar domésticos, pois pode e deve se estender a todas às situações do cotidiano, de forma individual ou coletiva.

Ainda de acordo com as considerações de Camargo (2004), as ações de hospitalidade são definidas por leis não escritas, de sorte que a vida social obriga a segui-las. Nessa perspectiva das leis não escritas, o autor remete a Mauss (2003), que, em sua obra *Sociologia e Antropologia*, de 1923-1924, publicada em 1950, descreve como se dava em certas comunidades primitivas e arcaicas, o sistema de trocas configurado no paradoxal tripé “dar, receber e distribuir”.

Nas trocas centradas na dádiva, o princípio está em alguém que oferece algo a outra pessoa que a aceita e, de alguma forma, retribui. O livro aborda a hospitalidade como um processo sem fim, uma ação cíclica, porque a retribuição é uma nova dádiva a ser retribuída.

Os estudos de Mauss (2003) centraram-se na análise das formas de contrato, do sistema de trocas e de transações econômicas de sociedades da Polinésia, Melanésia, do Noroeste Americano e de outros modelos de Direito como o romano, o hindu e o germânico. As observações são em torno da natureza das relações humanas nas sociedades chamadas arcaicas ou primitivas. Nesses

modelos sociais, as trocas se davam por dom e dádiva, anteriores ao estabelecimento de mercados e moedas.

O autor destaca que

[...] são coletividades que se obrigam mutuamente, trocam e contratam; as pessoas presentes ao contrato são pessoas morais, clãs, tribos, famílias, que se enfrentam e se opõem seja em grupos frente a frente num terreno, seja por intermédio de seus chefes, seja ainda dessas duas maneiras ao mesmo tempo. (MAUSS, 2003, p.190) [...] São antes de tudo amabilidades, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas, feiras, dos quais o mercado é apenas um dos momentos [...] essas prestações e contraprestações se estabelecem de uma forma sobretudo voluntária, por meio de regalos, presentes, embora elas sejam no fundo rigorosamente obrigatórias, sob pena de guerra privada ou pública. (MAUSS, 2003, p.191)

Para Mauss (2003), as trocas como dádiva têm uma grande importância para as famílias e comunidades, pois, antes de qualquer objetivo, têm o propósito de fortalecer uma amizade entre duas pessoas ou um grupo. Sobre a moralidade da dádiva, Perrot (2011, p.63) comenta: “Moralmente obrigatório, é, contudo, um ato espontâneo que inaugura uma relação [...] Em nenhum caso é uma restituição, uma retribuição pela qual se “pagaria” a outrem por seus serviços ou seus méritos”.

O compromisso moral e ético é essencial no processo de dar-receber-retribuir, e ninguém é livre para negar um presente, pois a troca tem o sentido da reciprocidade e representa a gratidão e respeito pelo outro. Origina ao mesmo tempo uma liberdade e uma obrigação de dar e receber e também uma liberdade e obrigação de retribuir, estabelecendo laços e alianças, relações, vínculos e o principal, a socialização humana.

Essa obrigação, segundo Mauss (2003, p. 232):

“[...] se exprime de maneira mítica, imaginária ou, se quiserem, simbólica e coletiva: ela assume o aspecto do interesse ligado às coisas trocadas: estas jamais se separam completamente de quem as troca; a comunhão e a aliança que elas estabelecem são relativamente indissolúveis”.

Assim, as trocas vão muito além do material, do presente em si, envolvem trocas espirituais, de amizade, envolvem “misturas”. “Misturam-se as almas nas coisas, misturam-se as coisas nas almas. Misturam-se as vidas, e assim as pessoas e as coisas misturadas saem cada qual de sua esfera e se misturam: o que é precisamente o contrato e a troca” (MAUSS, 2003, p.212).

Para Mauss (2003), ao dar, dá-se sempre algo de si próprio, e ao aceitar, quem recebe aceita algo do outro. Assim ele acredita que, pela dádiva, criam-se as trocas espirituais, de amizade, de afeto, criando-se também os vínculos sociais, religiosos, jurídicos e políticos. A dádiva é mais mental do que material, comenta Perrot (2011), pois como o objeto dado veicula algo do doador, a dádiva coloca em questão a identidade, a daquele que, dando, dá algo de si e, mais ainda, a daquele que, recebendo, acolhe algo do outro.

Nesse sistema de dádivas, as trocas analisadas por Mauss (2003) se aproximavam dos sentimentos de gratidão, reciprocidade, cordialidade, solidariedade e hospitalidade, estabelecendo princípios morais e éticos que seriam próprios aos seres humanos. Nesse quadro, a troca material não tinha tanta importância quanto o ato da troca.

O autor ainda acrescenta que é necessária uma preocupação humanitária em relação à hospitalidade, gestos que, na atual sociedade mercantilista, estão ficando extintos:

É preciso mais boa fé, sensibilidade e generosidade nos contratos de arrendamento de serviços, de locação de imóveis, de venda de gêneros alimentícios necessários. E será preciso que se encontre o meio de limitar os frutos da especulação e da usura. [...] pode-se e deve-se voltar ao arcaico, ao elementar; serão redescobertos motivos de vida e de ação que numerosas sociedades e classes ainda conhecem: a alegria de doar em público; o prazer do dispêndio artístico generoso; o da hospitalidade e da festa privada e pública. [...] É possível mesmo conceber o que seria uma sociedade em que reinassem tais princípios (MAUSS, 2003, p.298-9).

Em suas reflexões sobre o sistema da dádiva, Gonçalves e Sousa (2014) mencionam que a primeira preocupação de Mauss seria a de descobrir uma estrutura produtiva alternativa do vínculo social: em outras palavras, a “economia simbólica” do dom e do contra-dom.

Consideradas as leis não escritas da dádiva quando situadas no âmbito doméstico, o anfitrião, assinala Camargo (2011), deve honrar seu hóspede, oferecendo-lhe o que tiver de melhor, provendo-o em suas necessidades, sejam elas de acolhimento, alimentação, entretenimento ou acomodação, organizando o espaço, sem deixar, no entanto de “vigiá-lo”. Ao hóspede cabe honrar o anfitrião, restringir-se ao espaço que lhe é reservado, aceitando as gentilezas com que é tratado. Não ficam aí excluídos riscos para ambos os sujeitos, pois, como explicita o autor, o anfitrião está exposto a riscos da intrusão, de parasitismo e, quando não, de inconveniência do hóspede. Para este, os riscos incluem uma relação com um

anfitrião inospitaleiro ou hostil, que poderá não conhecer as leis de hospitalidade, abusando do direito sobre o espaço, sufocando o hóspede com excessos de gentilezas ou agredindo-o física ou psicologicamente.

Por outro lado, ao longo da história dos deslocamentos, e com o aumento desses a partir do século XVIII, conforme apresentado anteriormente, as necessidades de locais de hospedagem foram crescendo, as hospedagens privadas/domésticas – em que se sobrepujam práticas de hospitalidade como virtude, sem pagamento monetário obrigatório – tornam-se insuficientes, surgindo então os serviços de hospedagem paga, logo buscados e/ou prestigiados pelos viajantes. Esse fato configura novos cenários à prática da hospitalidade, emergindo um mercado crescente ao lado das atividades de deslocamento, uma redefinição de papéis entre sujeitos que recebem e aqueles que são recebidos, como também a presença da moeda nas relações em contexto de hospitalidade urbana e comercial (CAMARGO, 2003).

A definição predominante aplicada à hospitalidade há algumas décadas, sob a lógica de mercado, segundo, por exemplo, Lashley e Morrison (2004), é a de uma troca que tem como intuito aumentar a reciprocidade – o bem-estar – entre as partes envolvidas, isso por meio da oferta comercial de alimentos e bebidas e/ou acomodação. Consonantes com esse pensar, segundo Camargo (2003), os estudos sobre hospitalidade, predominantemente nos países de língua inglesa, são desenvolvidos sob o enfoque dos serviços prestados nos meios de hospedagem, assim como na esfera da administração de empreendimentos. Frequentemente o termo “hospitalidade” tem sido vinculado à hotelaria e ao conjunto de serviços também nomeados de “indústria da hospitalidade”.

Chon e Sparrowe (2003), abordando a *hospitality management*, na perspectiva americana, focaliza os contratos de base comercial da indústria de serviços (agências, hotéis, transportadoras, hotéis, que oferecem pernoite e/ou bebida e/ou alimento e/ou transporte) numa base comercial. Essa indústria da hospitalidade compreende, de acordo com Mullins (2004), serviços comerciais (acomodação, *trade*, refeições, turismo e viagens), industriais e públicos (pensões e hospitais), nos quais a gestão leva em conta, entre outros, elementos das teorias da administração das empresas como garantia de qualidade, lucro, metas, gestão de pessoas.

No cenário das relações mercantis, firmando-se as atribuições de ambas as partes por meio de um contrato, não haveria sacrifício (aquele afeto à dádiva) e,

sendo assim, se poderia dizer (remetendo a Camargo (2007, 2011) que não haveria hospitalidade propriamente dita. A boa acolhida do hóspede deve acontecer a todo custo. O pagamento pelo serviço anula a dádiva, e a assimetria da cena se perde. Dencker (2004) acrescenta que depois da troca, no âmbito da hospitalidade comercial, não haveria relações de troca uns com os outros, estando a dívida paga em moeda.

Apesar da forte incidência sobre a perspectiva comercial da hospitalidade, Lashley e Morrison (2004), na proposta de ampliar seu contexto interpretativo, já apontavam a necessidade, na atualidade, de uma definição mais abrangente de hospitalidade. Defendem a análise do tema nos domínios social, privado e comercial, de forma individual e articulada. No livro “Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado” (2004), os autores reúnem estudiosos que retratam o tema sob diversos aspectos, referindo que o cenário social da hospitalidade pode auxiliar a situar o seu estudo num contexto maior e em todos os seus domínios.

Novamente voltando-se para essas questões, Lashley, em seu artigo Hospitalidade e hospitabilidade, publicado em 2015, discorre a esse respeito:

Até o fim do século XX, hotéis, restaurantes e bares costumavam ser sinônimo da oferta de acomodação, alimentação e bebidas. Também era comum apontar cafés, lanchonetes, cantinas, refeições escolares e cafés em terminais de transportes como locais de provisão de hospitalidade. Nos anos de 1980, a palavra ‘hospitalidade’ surgiu como uma palavra guarda-chuva para descrever todos esses estabelecimentos e os serviços por eles prestados. O termo assumiu o papel de um descritor conveniente, mas também ajudou a promover uma imagem positivista da hospitalidade, visão que acabou por obscurecer o comércio. A ideia de hospitalidade fazia referência à imagem de hóspedes sendo recebidos e acolhidos, desde que pudessem pagar por isso (ASHNESS, LASHLEY, 1995). Entretanto, talvez como uma consequência involuntária, esta noção de hospitalidade abriu espaço para o estudo do relacionamento entre hóspede e anfitrião, em todos os domínios: privado, cultural e comercial (LASHLEY, 2008). (LASHLEY, 2015, p.71-72)

Igualmente sob esse prisma, Heal (*apud* Lashley e Morrison, 2004) afirma que ser um bom anfitrião pressupõe mais do que possuir condutas básicas, como garantir bebida e comida suficientes para os hóspedes. Requer algo além disso, requer um desejo genuíno de agradá-los e deixá-los satisfeitos em vários sentidos. É preciso que o hóspede sinta que o anfitrião está sendo hospitaleiro por sentimentos de generosidade, pelo desejo de agradar e por ver e estar com ele.

Enfatizando esse entendimento, Selwyn *in* Lashley e Morrison (2004) considera que a função básica da hospitalidade é mais do que estabelecer um relacionamento, é também promover relacionamentos já existentes. Assim, para ele, os atos de hospitalidade consolidam as relações, promovendo-as simbolicamente e também as transformando em novas estruturas de relação. “A hospitalidade transforma: estranhos em conhecidos, inimigos em amigos, amigos em melhores amigos, forasteiros em pessoas íntimas, não-parentes em parentes” (SELWYN *in* LASHLEY e MORRISON, 2004, p.26-27).

Cabe aqui a reflexão de Camargo, em seu texto *Os interstícios da hospitalidade*, publicado em 2015, de que não se pode apressadamente excluir, no negócio, a complexidade da troca. “O espírito hospitaleiro é facilmente reconhecível no que presta um serviço comercial e no que tem essa hospitabilidade, a capacidade de ser hospitaleiro” (p. 53). Em suas considerações, recorre ainda a Lugosi (2008), apontando a existência de diferentes dimensões ou formas de hospitalidade no âmbito comercial, dentre as quais a meta-hospitalidade, expressão com que se refere a estados temporários de espírito, diversos das manifestações racionais de hospitalidade. Os vínculos para momentos comunicativos, nos termos do autor, inserem, no universo das transações comerciais, momentos de vivências emocionais esporádicas.

Numa outra leitura do fenômeno, os estudos da hospitalidade também refletem contributos da filosofia, dentre os quais a literatura tem destacado, de modo particular: Kant (para quem a hospitalidade deve ser vista como dever moral, como modo de vida ético, isto é, como “imperativo categórico”, exercício de virtudes, pressupondo integridade de ânimo e bondade de vida, disposição para qualquer ação conforme a lei moral) (NOGUERO, 2013); Lévinas (o qual, nos termos de Isabel Baptista (2005), centra suas reflexões nas relações com o “outro”, sendo a hospitalidade incondicional, ou seja, nunca excluindo ou rejeitando o outro e, nesse sentido, representando a disponibilidade da consciência para acolher); e Derrida (segundo o qual a hospitalidade não corresponde a uma região da ética, mas a própria ética, entendendo que as leis da ética são sempre leis da hospitalidade e que a ética da hospitalidade se institui para além do político) (DERRIDA, 2003).

Já para o antropólogo Alain Montandon (2003), tanto no plano individual como no coletivo, no público ou privado, no dos negócios ou no da educação, ela pode e deve ser manifestada, portanto, é uma das formas essenciais de socialização humana. Ela faz vigorar o saber ver e ser visto, o saber falar e ouvir como portas de

entrada e também como ancoradouros da vida coletiva. Para tanto, a hospitalidade deve ser prática cotidiana na vida humana, estendida em todos os seus contextos. “O indivíduo é anfitrião em sua casa, mas hóspede de todos os locais para os quais se dirige em sua e em outras cidades que visita”. (CAMARGO, 2011, p. 19). Em assim sendo, “A hospitalidade apresenta-se como experiência fundamental, constitutiva da própria subjetividade, devendo como tal ser potenciada em todas as suas modalidades e em todos os seus contextos de vida. (BAPTISTA, 2002, p.157-158).

Uma outra abordagem, também focando a dimensão humana e relacional da hospitalidade, mas construída sob as lentes da psicologia, é apresentada por Perazzolo, Pereira e Santos (2013). Na proposição teórica das autoras, hospitalidade ou acolhimento (termos tomados como equivalentes)⁷ designam o fenômeno que emerge no espaço constituído entre dois sujeitos (singular ou coletivo): aquele que se dispõe a acolher, e o outro, que deseja ser acolhido. “Essa interlocução relacional resulta de articulações psicossociais, dinâmicas, e é originária de uma perspectiva subjetiva do desejo (PERAZZOLO, PEREIRA e SANTOS, 2013, p. 2).

Trata-se, portanto, de um fenômeno habitado por uma dupla consciência, e essas consciências se alternam no papel de acolhido e acolhedor, tornando a relação, primariamente dual, composta, também por dois outros, na medida em que, para que ocorra, cada sujeito deve abdicar de parte importante de suas demandas e acolher o outro dentro de si, abdicando da confortável certeza do saber prévio acerca do desejo de seu interlocutor, por meio do exercício empático. O acolhimento, ou a hospitalidade, nessa perspectiva, seria uma variante das relações humanas, no âmbito da vida cotidiana, potencializadora de aprendizagens para todos os envolvidos. Naturalmente, se a interação não ocorre, prevalecem as demandas autocentradas, e o fenômeno não se constitui (PERAZZOLO, SANTOS, PEREIRA, 2013, p. 2)

O acolhimento, portanto, não pode ser entendido apenas como ato, na medida em que não ocorre de forma independente, nem somente como a expressão do desejo de um ou de outro sujeito situado em um dos polos de interação. Tampouco se restringiria ao produto da relação direta que estabelecem os sujeitos. Referir-se a acolhimento implica haver uma disposição compartilhada (que marca o encontro), de acolher o outro dentro de si. Para Perazzolo, Santos e Pereira (2013b), seria uma manifestação rudimentar da competência relacional para o acolhimento

⁷ Nas análises apresentadas posteriormente, será empregado o termo “acolhimento”, tomando-se, operacionalmente, por marco conceitual de referência neste trabalho, a proposição teórica das autoras no que diz respeito a turismo e hospitalidade/acolhimento.

quando alguém, na condição de cidadão ou profissional, se mostra gentil em situações de civilidade, de interações formais; quando oferece sua “casa”, como na recepção hoteleira ou turística; ou quando mostra/oferece seus produtos, físicos ou culturais. O acolhimento é entendido como um fenômeno complexo e ativo, decorrente “[...] do encontro dinâmico de demandas distintas necessariamente com origem em uma perspectiva subjetiva do desejo orbitado por eventos do acaso”. (Perazzolo, Santos e Pereira (2013a, p. 149, tradução nossa). Nesse encontro, a dimensão relacional, que marca o acolhimento, repercute na transformação dos sujeitos “[...] em direções que acabam por retonalizar toda a configuração mental e, portanto, por transformar a percepção⁸ que os sujeitos têm sobre sua casa, sobre seus produtos e bens materiais/imateriais, sobre si próprios” (PERAZZOLO, SANTOS E PEREIRA, 2013a, p. 149, tradução nossa).

Assumindo esse conceito de acolhimento, bem como aquele já referido relativamente ao turismo na perspectiva de Perazzolo, Pereira e Santos (2013), (como expressão psicológica do desenvolvimento humano e social), identifica-se um vínculo intrínseco a ambos os fenômenos. Se o turismo é compreendido como a expressão humana do movimento na busca de conhecer/experienciar o novo, o prazer num “outro lugar”, desconhecido *a priori*, então, esse conhecer/experienciar é potencializado pelas relações de acolhimento, na medida em que a competência para o acolhimento, como enfatizam Perazzolo, Pereira, Santos e Ferreira (2014, p. 68), “pressupõe disposição para sair de si, criar e transitar por uma área que é também do outro, pressupõe acolher e ser acolhido”, sendo essa uma condição essencial para a ocorrência do turismo, em sendo este entendido como o movimento na busca de conhecimento/reconhecimento.

Dito de outra forma,

Como processo, o turista se deslocaria para saber/ter o que não sabe/não tem, mas é a dinâmica do acolhimento, este derivado da tessitura relacional,

⁸ A palavra “percepção” assume diferentes acepções conforme o viés teórico a partir do qual é analisada. De acordo com estudos que se fundamentam em princípios gestaltistas, trata-se de um processo pelo qual se organiza, interpreta e dá significado às informações sensoriais que chegam ao cérebro por meio das mais variadas sensações, atribuindo-se, assim, um significado ao meio (Morris & Maisto, 2004). Já estudos sobre percepção social apontam-na como um processo de interpretação do comportamento de outras pessoas (Asch, 1960), constituindo-se numa condição para a interação humana. Neste trabalho, assume-se o conceito de Maturana (1998), segundo o qual percepção diz respeito a um fenômeno cognoscitivo resultante de um acoplamento entre organismo e meio, que envolve história de interações entre eles, incluindo-se aqui, portanto, o “observador” como um ser vivo.

que rompe as fronteiras dos territórios do acolhedor e do acolhido, inaugurando novos, únicos e transformados espaços de dimensões objetivas e subjetivas em cada ponto da relação (PERAZZOLO, SANTOS E PEREIRA, 2013a, p. 49).

Em síntese, tem-se o acolhimento como um dos elementos fundantes do turismo.

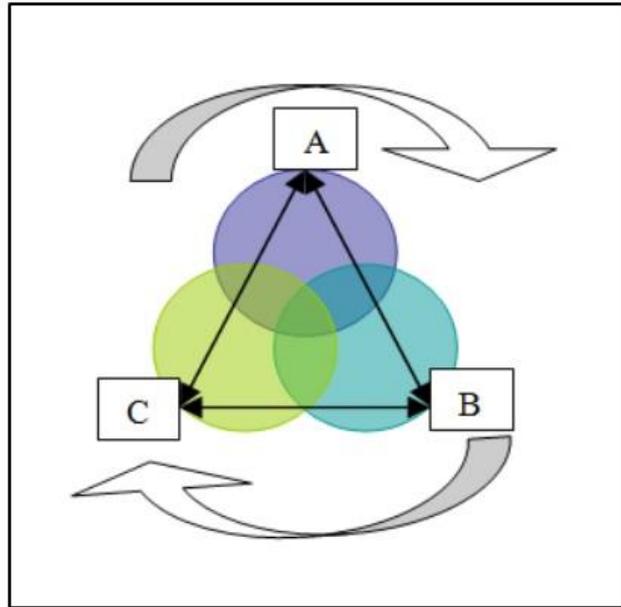
Ora, a relação de acolhimento pode se dar envolvendo sujeitos na perspectiva individual, mas também na perspectiva coletiva. Diferentes estudiosos realizam importantes leituras da hospitalidade sob esse prisma, caso de Cinotti (2009, *apud* Santos, Perazzolo e Pereira, 2014), por exemplo, ao examinar, nas relações entre a população local e os turistas, aspectos comunicacionais, linguísticos, sociais, comportamentais, organizações turísticas e não turísticas. Distingue-se, de modo especial, Grinover (2007, 2009, 2013), por sua análise da realidade urbana, nas dimensões: acessibilidade, legibilidade, identidade, e ainda, qualidade de vida, cidadania e urbanidade; para a estruturação da hospitalidade urbana, abarcando aspectos de cunho histórico, sócio-econômico-cultural e ambiental.

Santos, Perazzolo e Pereira (2014, p. 53), trazem igualmente à reflexão a abordagem coletiva nas relações de acolhimento envolvendo comunidade e visitantes/turistas, isto é, quando, esse,

[...] envolve a participação de um sistema complexo no jogo das relações, constituído por grupos humanos, por suas organizações estruturais e funcionais; seus elementos do entorno; seus recursos internos e disponíveis ou passíveis de serem explorados; suas trajetórias históricas, constitutivas dos valores da cultura e dos processos adotados na sua transmissão e seus projetos de futuro.

Eis onde se insere o modelo de Corpo Coletivo Acolhedor, que dá forma e identidade às comunidades, estas compreendidas como a representação mental de um corpo social habitado, compartilhado e construído pelo pensamento, no qual se inter-relacionam, compondo sistemicamente uma triangulação, os elementos: trocas/serviços; conhecimento/cultura; processos de gestão. “O traçado dessa triangulação delimita o espaço em que o fenômeno do acolhimento e as práticas de hospitalidade se organizam e se desenvolvem”, propõem Santos, Perazzolo e Pereira (2014, p. 55).

Figura 1 – Interação dos vértices constitutivos do Corpo Coletivo Acolhedor: A) Conjunto dos serviços; B) Organismo gestor; C) Capital cultural.



Fonte: Perazzolo, Santos e Pereira (2011, p. 6).

Conceitualmente, esses elementos (vértices da triangulação) aglutinariam as dimensões fundamentais do tecido social, assim caracterizados nos termos das pesquisadoras e aqui retomados, na sequência, para assegurar a reprodução fiel da proposição teórica (SANTOS, PERAZZOLO e PEREIRA, 2014).

A) **Conjunto dos serviços** disponibilizados no âmbito das relações internas/externas: abarcaria a rede de segmentos de trocas comerciais, de ordem econômica, envolvendo todos os segmentos de que o corpo dispõe: alimentos, vestuário, calçados, presentes, bares, restaurantes, hotéis, farmácias etc., mas também segmentos de áreas como a saúde, a educação, a segurança, estabelecendo os processos e as condições de atendimento das necessidades coletivas. Os serviços atuam como os membros, como as mãos do corpo comunitário, através das quais o microcosmo efetivaria seu sistema de transações diretas, as práticas de dar e receber;

B) **Organismo gestor**, de natureza operacional, pública e privada: administraria os recursos disponíveis e aportaria os elementos básicos de infraestrutura de manutenção e de desenvolvimento do corpo social. Nesse sentido, a ação do complexo público viabilizaria a organização do sistema, providenciando as condições estruturais e funcionais necessárias à consecução das demandas internas/externas e de suporte para que as inexoráveis transformações possam ocorrer, mantendo o sistema coletivo vivo e capacitado para tolerá-las. Concretamente essa dimensão inclui o acesso à comunidade, a pavimentação, o

sistema de trânsito/deslocamento, a atenção aos padrões estéticos (de natureza arquitetônica, de ambientação); os aportes infraestruturais (saneamento, transportes, comunicações), os investimentos em lazer (praças, campos esportivos) e na saúde (atenção primária, postos, hospitais), as ações no campo educativo e profissional (escolas, materiais, observância às políticas estratégicas de desenvolvimento), entre outros aspectos. Rigorosamente, a função gestora não é desempenhada apenas pelo segmento político formal. Diferentes aspectos da administração social são determinados pela ação gestora da iniciativa privada, da coletividade, de parcerias, via organizações não governamentais, voluntários organizados, dentre outros agentes;

C) **Capital cultural**, o conhecimento gerado, compartilhado e transmitido pelo grupo/comunidade: envolveria o conjunto de valores, saberes e os respectivos mecanismos de transmissão, bem como o processo de produção e socialização dos conhecimentos formais e informais apropriados pelas comunidades. Este vértice marca a linha intergeracional, define a ontogênese do corpo social e é colorido pela influência étnica, por fatores climáticos, geográficos, políticos, comunicacionais/interativos. A analogia com o corpo biológico permite atribuir a essa dimensão o caráter de aparelho psíquico, de cérebro, e, portanto, do espaço onde moram as concepções morais, as crenças, os desejos.

Instaura-se na interdependência desses vetores a constituição do soma social que, “[...] se acolhedor, transforma-se na relação com o visitante, o estrangeiro, o turista, o outro”. Mas, na perspectiva das aprendizagens efetivadas pelas relações genuínas de acolhimento, esses, inversamente dialogam com a comunidade para onde se deslocaram, “[...] por meio de tantas vozes que ecoam dos três vértices” (SANTOS, PERAZZOLO e PEREIRA, 2014, p. 60).

É a partir da percepção⁹ compartilhada de totalidades, da experiência de ser/integrar um espaço vital delimitado, que o Corpo Acolhedor toma sua forma coletiva. Um corpo que acolhe o estrangeiro, por meio do discurso

⁹ A palavra “percepção” assume diferentes acepções conforme o viés teórico a partir do qual é analisada. De acordo com estudos que se fundamentam em princípios gestaltistas, trata-se de um processo pelo qual se organiza, interpreta e dá significado às informações sensoriais que chegam ao cérebro por meio das mais variadas sensações, atribuindo-se, assim, um significado ao meio (Morris & Maisto, 2004). Já estudos sobre percepção social apontam-na como um processo de interpretação do comportamento de outras pessoas (Asch, 1960), constituindo-se numa condição para a interação humana. Neste trabalho, assume-se o conceito de Maturana (1998), segundo o qual percepção diz respeito a um fenômeno cognoscitivo resultante de um acoplamento entre organismo e meio, que envolve história de interações entre eles, incluindo-se aqui, portanto, o “observador” como um ser vivo.

singular da cultura local, cunhado pelos valores a que foi submetido – sem que aí esteja sendo posta em questão a influência da macrocultura na constituição dos sujeitos, na forma de produção e gestão de seus serviços e saberes. Mas também é acolhido, através da interlocução com o visitante, do falar e do ouvir sobre os produtos, as praças, as flores, os prédios, os centros de informações, o atendimento à saúde, e, ainda, as pessoas, as famílias, as escolas, as organizações, as entidades produtoras, portadoras e guardiãs do saber/conhecimento que transita no espaço local. (PERAZZOLO, SANTOS E PEREIRA, 2014, p.59).

Tendo, pois, presentes, os vínculos propostos entre acolhimento e turismo – e que são operacionalmente assumidos nesta investigação dentro do marco conceitual de referência –, bem como as relações de interdependência que configuram o modelo sistêmico desenhado na forma da metáfora Corpo Coletivo Acolhedor, é que aqui se pode retomar a questão de pesquisa deste trabalho, tendo por objeto a identificação e análise de traços que possam sinalizar concepções de turismo e hospitalidade/acolhimento, bem como relações entre os fenômenos estabelecidas por parte de sujeitos primariamente acolhedores do município de Urupema/SC, que possam encaminhar à construção de um perfil dessa comunidade, por meio de segmentos que lhe são representativos, vistos como constitutivos de um Corpo Coletivo Acolhedor.

Os encaminhamentos metodológicos propostos nessa direção serão apresentados em item específico.

3 CONTEXTUALIZANDO URUPEMA

Ampliando/aprofundando as informações trazidas nas Considerações Introdutórias, será apresentado, na sequência, um breve panorama histórico-cultural-social do município-alvo deste estudo, no sentido de melhor contextualizar o objeto e os objetivos desta pesquisa, bem como dispor de elementos que possam pautar, enriquecer ou qualificar as análises da comunidade como um Corpo Coletivo Acolhedor.

3.1 URUPEMA

Na página virtual da Prefeitura de Urupema - PMU (2014), tem-se a informação de que o município de Santa Catarina está localizado na Serra Catarinense, vizinho aos municípios de Paineira, São Joaquim, Rio Rufino e Urubici, e está distante 206 quilômetros da capital do estado, Florianópolis. A área territorial do município é de 353 quilômetros quadrados e sua altitude média é de 1.425 metros, estando entre as regiões mais altas do Brasil.

Em relação ao clima, o município possui característica peculiar, apresentando temperatura anual de 13°C, em média, e sensação térmica de até 20°C negativos durante o inverno. Sua economia é predominantemente agrícola e extrativista, na qual se destaca a fruticultura, com a produção de maçã e a extração do pinhão de araucária. A vegetação predominante é de mata de araucária, com áreas nativas ainda preservadas (PMU, 2014). Seu relevo é, da mesma forma, predominantemente montanhoso, com algumas áreas de campos naturais, estes, favoráveis à criação de gado de corte.

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia Estatística - IBGE (2014), a população de Urupema é de 2.502 habitantes, portanto, a região possui densidade demográfica de 7,09 habitantes por quilômetro quadrado, o que é significativamente baixa se comparada a de outras regiões do estado de Santa Catarina. Aproximadamente metade dessa população reside no meio rural.

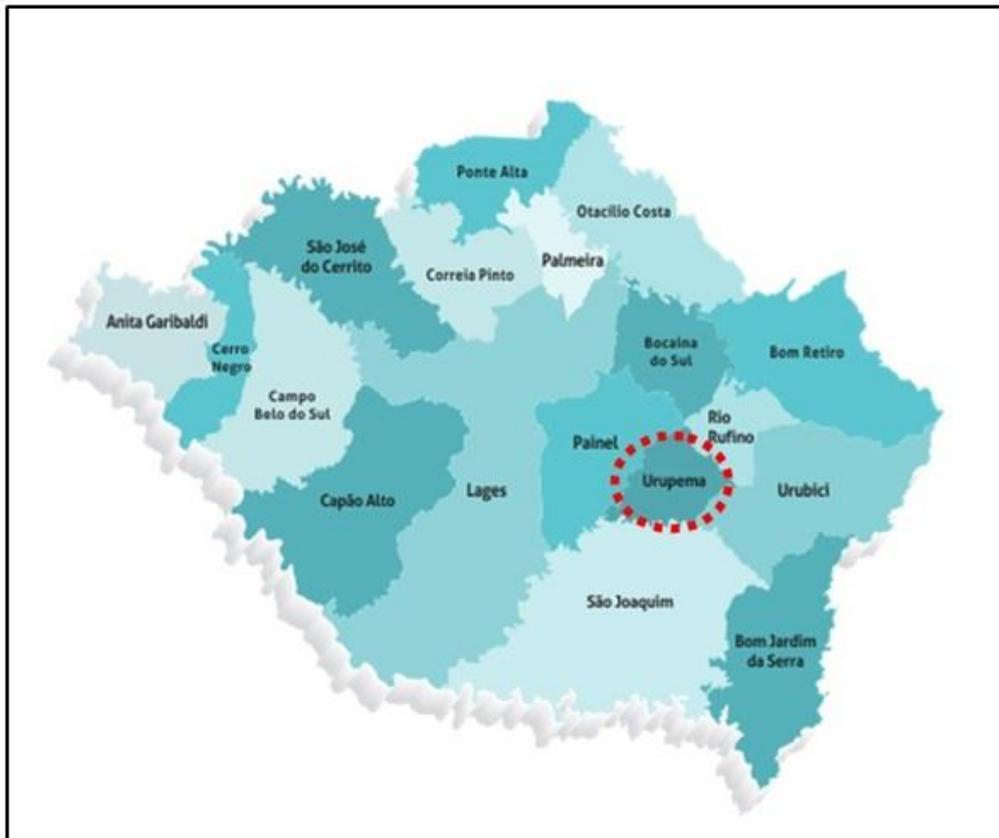
As figuras que seguem ilustram a localização do município no território do Estado, e também da região da Serra Catarinense:

Figura 2 – Localização do município de Urupema no Estado de Santa Catarina.



Fonte: Wikipédia (2014).

Figura 3 – Municípios que constituem a Região da Serra Catarinense, com destaque para localização de Urupema.



Fonte: Jornal Correio Lageano (2014).

Sobre a formação humana da Serra Catarinense, Machado (2001) observa que a população nativa da região era formada pelos índios da tribo *Kaigang*, caracterizados pelo nomadismo ou seminomadismo. Esses povos dedicavam-se à pesca, à caça, à coleta de pinhão de araucária, frutas e raízes. O processo de colonização desse espaço desencadeia a chamada “limpeza do terreno”, resultando na expulsão e extermínio da população indígena local para dar lugar às colônias de imigrantes. “Só conseguiam escapar da morte algumas mulheres jovens que seriam transformadas em esposas e companheiras de peões, pequenos sitiantes e tropeiros” (MACHADO, 2001, p.13).

Sobre essa questão, Souza (2005) acrescenta:

[...] além destas mulheres, os que escapavam da morte eram utilizados como escravos, aos que não podiam desempenhar esta “função” restava a morte, prática que se inicia no século XVII, com as bandeiras paulistas, e continua até início do século XX, com o processo de migração. Mesmo assim, os ataques perpetrados pelos indígenas aos que ali chegavam surgiam como forma de defesa de suas terras. Contudo, estes ataques não foram suficientes para barrar o processo de expansão colonialista e com ela o banimento das populações e suas culturas que eram vistas como percalços para a política vigente. Índios, negros, brancos empobrecidos fazem parte desta população que vai perdendo gradativamente o espaço nas terras do Planalto Catarinense (SOUZA, 2005, p.389).

O pesquisador aponta ainda que, além do uso da mão-de-obra indígena, os trabalhos relacionados à abertura de estradas e lida com o gado tiveram principalmente no trabalho de negros um grande impulsionador. Os dados populacionais da época mostram uma grande representatividade dessa população – livre ou escrava – que foi significativa para o desenvolvimento da região da Serra Catarinense, porém há poucos registros sobre esse dado.

Para Rodrigues Neto (2011), a Serra Catarinense foi colonizada em sua maioria por descendentes de portugueses e espanhóis vindos do Rio Grande do Sul e de São Paulo durante o movimento tropeiro. Complementando esse fato, Machado (2001) assinala que esses colonizadores, na maioria homens, com ascendência espanhola e portuguesa, tropeiros, fazendeiros e agregados, mascates e caboclos, aos poucos, implantaram fazendas para criação de gado, as quais abasteciam os mercados do sudeste. Exploravam-se ainda a madeira de araucária e a erva-mate, que eram abundantes, propiciando também a abertura de novas áreas de pastagem.

Lins (2009) destaca que o caminho dos tropeiros originou um novo aglomerado social, onde hoje se situa o município de Lages. Este estava geograficamente distante do litoral ou de centros povoados, contando com um

número reduzido de moradores, porém, gradativamente se expandiu e originou novos povoados nos territórios próximos. Ainda o autor chama a atenção para o fato de que os objetivos mercadológicos desse processo migratório em torno da criação de gado desencadearam e estabeleceram na região a estrutura econômica de produção pecuária e extrativista. A criação de gado se configura há séculos como uma espécie de representação identitária da Serra Catarinense. Nesse sentido, segue um relato de Saint-Hilaire sobre as características sociais da região:

Quando entrei nos campos gerais não somente fiquei surpreso com o aspecto da região como senti de certa forma confuso diante dos costumes dos colonos, inteiramente diferentes dos de Minas e mesmo dos habitantes do norte das províncias de São Paulo. Os homens estão sempre a cavalo e andam quase sempre a galope, levando um laço de couro preso à sela, que é de um tipo especial denominado lombilho. Os meninos aprendem desde a mais tenra idade a atirar o laço, a formar rodeio e a correr atrás dos cavalos e bois. Vi alguns que não tinha mais do que três ou quatro anos e já sabiam girar o laço acima da cabeça e lança-lo com grande destreza [...] ali não se cuida de outra coisa senão a criação de gado [...]. (SAINT-HILAIRE, 1978, p.18).

No arquivo histórico da Prefeitura de Lages (2014), tem-se a informação de que foi o bandeirante paulista Antônio Correia Pinto de Macedo que fundou, em 1766, a capitania de Nossa Senhora dos Prazeres dos Campos de Lajens, pertencente a São Paulo, que mais tarde passou a ser chamada apenas de Lajes. Em 1820, esse território passa a ser administrado pela capitania de Santa Catarina e, desde 1960, o nome do município é escrito como, Lages. Os colonizadores, aos poucos, foram explorando outros territórios na procura de ampliar os campos para a criação de gado e extração da madeira de araucária. Dessa forma se estabeleceram também em terras onde hoje se localiza o município de São Joaquim.

Segundo Lisboa (1991), na região onde hoje se localiza o município de São Joaquim, foi surgindo um povoado com pessoas vindas principalmente de Piracicaba e Araraquara, interior de São Paulo e de Santo Antônio da Patrulha e Viamão, Rio Grande do Sul. Em 1873, Manoel Joaquim Pinto fundou São Joaquim de Cruzeiros e, em 1887, o povoado conquistou seu desmembramento de Lajes, oficializando dessa forma, a instalação do município de São Joaquim, em 7 de maio do mesmo ano.

Uma família de sobrenome Pereira de Medeiros, procedente da Ilha dos Açores, de Portugal, havia chegado em 1711 à chamada terra de Sant'Ana, território localizado em terras que, posteriormente, formaram São Joaquim. Em 1918, nesse local, se estabeleceria o povoado de Santana fundado por Manoel Pereira de

Medeiros, local esse que, mais tarde, viria a ser o município de Urupema (LISBOA, 1991).

Em 1923, o povoado de Santana passa a ser distrito do município de São Joaquim. Em 1988, conquista sua emancipação política e administrativa, e se institui o município de Urupema¹⁰, tendo como data de instalação 1 de junho de 1989 (PMU, 2014).

Sobre a base econômica da região da Serra Catarinense, Lins (2009) salienta que, no decorrer da trajetória histórica da região, desencadearam-se diversos ciclos econômicos ligados principalmente à pecuária e ao extrativismo. Algumas dessas atividades permanecem até hoje, como a criação de gado de corte, a extração da erva-mate e do pinhão de araucária. Porém, outras, devido às preocupações ambientais, foram extintas, caso do corte do pinheiro de araucária. Atualmente a economia madeireira provém do reflorestamento, em especial aquele feito com o pinheiro americano, também conhecido como pinus, e de eucalipto.

De acordo com Cazella e Búrigo (2008), ratificando considerações anteriores, durante um longo período, a Serra Catarinense dependeu da economia baseada na produção pecuária, com sistema de criação extensiva e da exploração madeireira. Atualmente a região ainda guarda essa herança histórica, porém, outras atividades foram implantadas, como, por exemplo, a fruticultura de clima temperado em São Joaquim e municípios do seu entorno. Apesar desses avanços, a região tem ainda uma baixa participação estadual na formação bruta da produção agropecuária.

A Serra Catarinense é a região com menores índices de desenvolvimento humano e econômico de Santa Catarina. Esse dado é apresentado por LINS (2008, p.340):

[...] 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.

¹⁰ A origem da palavra Urupema, segundo Chiaradia (2009), provém do tronco linguístico Tupi-Guarani *uru-pema*, que consiste em um artefato confeccionado em fibra vegetal cujo formato lembra ou remete a uma peneira.

Ainda nessa direção, Cazella e Búrigo (2008) complementam que as atividades industriais da região concentram-se em Lages, Otacílio Costa, Curitiba e Campos Novos. Com isso, existe dentro da região um processo migratório contínuo principalmente para Lages, o que leva a uma perda significativa da população rural dos pequenos municípios e a baixa taxa de absorção pelos empreendimentos urbanos. Esses municípios menores apresentam, ao mesmo tempo, taxas de crescimento populacional negativa e os maiores índices de pobreza do estado.

Conforme entrevista realizada com a administração municipal de Urupema (2015) para fins desta pesquisa, atualmente, como uma das formas de promover o desenvolvimento da região, o município – e também o Estado (contemplando a Serra Catarinense) –, está investindo em projetos e ações com vistas ao desenvolvimento da atividade turística, pois, constatou-se que é crescente o número de visitantes que procuram a região principalmente durante o inverno, com a intenção de “ver/sentir” a neve e o frio, contemplar as paisagens naturais e o ambiente interiorano.

Conforme a PMU (2014), na região do município, existe uma considerável área de mata de araucária preservada e diversas fontes de água, elementos que, associados ao relevo de montanhas, à fauna e ao clima com temperaturas amenas, formam um conjunto de elementos potencialmente atrativos. Sobre o valor cultural da região, é comum afirmar-se que a população é hospitaleira¹¹ e que as heranças tropeiras, mescladas com as gaúchas, italianas e portuguesas, associadas à culinária – que tem o pinhão e churrasco como principais elementos emblemáticos e, atualmente, pratos à base de truta – potencializam a atividade turística no município.

Na visão de Cordeiro (2006), na base econômica da região de São Joaquim, que inclui também Urupema, destaca-se a fruticultura, com produção realizada por propriedades familiares, da maçã – devido às características climáticas favoráveis – seguida pela produção de morango, batata, abóbora, uvas viníferas, da extração de pinhão e mel, bem como do plantio de árvores de reflorestamento, entre outras atividades realizadas em menor escala. O pinhão, semente da araucária, por exemplo, cuja coleta acontece durante abril e agosto, possibilita a geração de renda extra às famílias da região, e é também um ingrediente essencial em pratos

¹¹ É interessante destacar que a primeira frase do Hino Municipal apresenta Urupema como: “Terra hospitaleira”, levando-nos a supor que o sentimento da comunidade local é o de abertura desse território a todos que queiram estar ou passar por ele.

culinários emblemáticos da Serra. Na economia pecuária, prevalecem a criação de gado de corte e, em menor número, de gado leiteiro, bem como a piscicultura, na qual se destaca a criação de trutas, peixe que se adaptou bem às características das águas dos rios de Urupema, frias e de corredeiras.

França Jr. e Silva (2014) explica que a região da SDR de São Joaquim é conhecida por seu entorno natural, com áreas de matas nativas e de proteção ambiental, campos divididos por taipas¹², vales, cachoeiras e rios de corredeira, aliados ao patrimônio cultural, que representam as etnias colonizadoras. Também, o Projeto Acorde (2009)¹³ ressalta que os primeiros movimentos turísticos na região de São Joaquim foram incentivados pelo fenômeno de precipitação da neve e, mais recentemente, também pela vitivinicultura, com produção de vinhos finos de altitude, os quais vêm ganhando reconhecimento nacional e internacional. Porém, para Lins (2008), a experiência turística na região é motivada primeiramente por atrativos primários relacionados aos recursos paisagísticos e climáticos, seguidos pelos atrativos socioculturais e históricos da região.

Os resultados apresentados pelo Projeto Acorde (2009) revelam que a região da SDR de São Joaquim dispunha, no momento da pesquisa, de 797 leitos em hotéis e 986 leitos em pousadas, como também sublinham o potencial para o turismo rural. Os resultados estatísticos apontam também a vocação turística dos municípios: Bom Jardim da Serra, turismo de aventura nos cânions Aparados da Serra; Bom Retiro, turismo religioso; Rio Rufino, turismo ligado ao artesanato de vime; São Joaquim, gastronomia, enoturismo e eventos; Urubici, turismo de natureza e de aventura; e Urupema, truticultura. O estudo pôs em destaque que, dos elementos turísticos da Região, 43% são atrativos naturais; 16%, culturais; 16%, através de equipamentos; e 25%, de eventos.

O diagnóstico turístico realizado pelo Projeto Acorde (2009) põe em evidência assim o município de Urupema pela criação de trutas e, tendo em conta essa vertente econômica, seu potencial para desenvolver atrativos turísticos ligados

¹² De acordo com Bornhausen (2009), são muros construídos com pedras de basalto, abundantes na região, dispostos de forma paralela e que estabeleciam a divisão das fazendas para criação do gado. Foram construídos em um primeiro momento por mão-de-obra escrava, negra ou indígena. A existência de corredores de taipa evitava que animais das tropas se dispersassem no campo ou se misturassem ao rebanho existente nas fazendas. Atualmente existe uma grande extensão desses corredores, ainda preservados, tornando-se um importante patrimônio cultural da região.

¹³ Projeto Ação Conjunta de Revitalização e Desenvolvimento – Acorde, desenvolvido na região de São Joaquim pela Universidade do Vale do Itajaí, sob a coordenação da professora Doris Meene Ruschmann.

a essa atividade. Para o grupo acadêmico, as possibilidades de investimento estão relacionadas ao turismo de pesca esportiva e restaurantes típicos à base de truta e comida campeira ou serrana.

Portanto, ao que parece remeter esse breve panorama aqui traçado, o município de Urupema, nas características que englobam o cenário social, cultural, ambiental e econômico, principalmente pelo fato de sua recente emancipação política, busca o seu reconhecimento, desenvolvimento e representação dentro da região da Serra Catarinense e do Estado.

4 CAMINHOS METODOLÓGICOS

Tendo em conta, primeiramente, a natureza do problema construído, os objetivos traçados e o marco teórico de referência, esta pesquisa caracteriza-se como exploratório-descritiva, de recorte predominantemente qualitativo.

De acordo com Goldenberg (2004), o reconhecimento da especificidade das ciências sociais conduz à necessidade de um método que aborde a subjetividade e a singularidade dos fenômenos sociais. A autora acrescenta também que a representatividade dos dados da pesquisa qualitativa está relacionada ao fato de propiciar uma descrição densa dos fenômenos sociais, ampliando-lhes as possibilidades de compreensão e atribuição de significados.

Nessa direção, Minayo (2001) ressalta que a pesquisa qualitativa trabalha com um universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes. Isso corresponde adentrar em um espaço mais profundo das relações em processos e fenômenos. No âmbito dos estudos turísticos, dadas as características do fenômeno turístico, mostra-se como uma direção investigativa o recurso à força e à legitimidade das tradições da pesquisa qualitativa e humanística, como propõe Walle, referido por Panosso (2005, p.115).

4.1 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Coerentemente, pois, com a natureza da investigação, definiram-se os procedimentos metodológicos explicitados na sequência, com vistas à coleta de dados e à constituição do *corpus*.

4.1.1 Seleção dos sujeitos

No sentido de obter sinalizadores da pluralidade de vozes constitutivas do Corpo Coletivo Acolhedor, optou-se por “ouvir”, mediante entrevistas semiestruturadas, diferentes segmentos representativos da comunidade Urupema. No âmbito da gestão pública, foram ouvidos representantes da Prefeitura Municipal, da Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Econômico e da Câmara Municipal de Vereadores. Ainda no meio urbano, ouviram-se proprietários de meios de hospedagem e de restaurantes, comerciantes, trabalhadores autônomos do ramo de artesanato e guiamento turístico (não credenciado), estudante e pessoa do lar.

As vozes do meio rural (comunidades interioranas: Cedro e Bossoroca) estiveram representadas por produtores agrícolas (um desses, ao mesmo tempo representante comunitário), pecuaristas e proprietários de meios de hospedagem. Ao todo, foram entrevistados 17 sujeitos.

Cabe ressaltar que se buscou ouvir outros segmentos, como o cultural, por exemplo, ou mesmo ampliar o número de sujeitos em alguns dos segmentos selecionados, mas não se logrou encontrar adesão à participação na pesquisa. Em momento algum, porém, se perdeu de vista a natureza qualitativa da abordagem metodológica e, por consequência, a clareza de se estar lidando com dados considerados apenas como sinalizadores de traços que viriam a compor o perfil da comunidade Urupema como um Corpo Coletivo Acolhedor, não desprovidos, no entanto, de significado, face aos objetivos propostos.

Os sujeitos da pesquisa são aqui identificados com números associados aos seguintes segmentos: SGP_{1, 2, n} (Sujeito Gestor Público); SER_{1, 2, n} (Sujeito Empreendedor Rural); SEU_{1, 2, n} (Sujeito Empreendedor Urbano); SRC_{1, 2} (Sujeito Representante da Comunidade); STA_{1, 2} (Sujeito Trabalhador Autônomo).

4.1.2 Elaboração e validação do roteiro de entrevistas

Definida a técnica de entrevista do tipo semiestruturada para a coleta de dados, elaboraram-se questões norteadoras, as quais foram reiteradas, adaptadas, complementadas, desdobradas conforme o contexto enunciativo. As questões orientadoras foram pensadas de forma a extrair do discurso dos sujeitos primariamente acolhedores sinalizadores acerca de: suas percepções sobre o estágio/grau do desenvolvimento do turismo em Urupema e sobre potencialidades nesse cenário, considerados recursos/produtos turísticos locais e também a identificação e possível consolidação de uma marca identitária para o município; e ainda as percepções sobre como se dá o acolhimento do turista/visitante e as relação de acolhimento entre os próprios acolhedores.

O roteiro de entrevista foi validado mediante aplicação-piloto, o que resultou em alguns ajustes já contemplados nas referidas questões, as quais se encontram no Apêndice A.

4.1.3 Realização das entrevistas

Após contato prévio para agendamento e de posse de uma carta de apresentação assinada pela Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, da Universidade de Caxias do Sul (Apêndice B), as entrevistas realizaram-se nos locais de trabalho dos sujeitos, exceção feita aos sujeitos representantes da comunidade, um dos quais foi entrevistado nas instalações do Instituto Federal de Santa Catarina – Campus Urupema e o outro, na própria residência. Precederam as entrevistas a leitura e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice C).

4.1.4 Constituição do *corpus* e organização dos dados

Realizadas a transcrição, na íntegra, das entrevistas – que constituíram o *corpus* da pesquisa – e uma leitura sincrética do conjunto de respostas, iniciou-se a organização de dados agrupando todas as manifestações relativas ao objeto de cada uma das questões, independentemente do momento em que ocorreram as manifestações.

4.1.5 Abordagem analítica dos dados

Dentre as diferentes abordagens analíticas, a hermenêutica, em sentido lato, mostra-se consistente com a leitura analítico-interpretativa pretendida.

Runes (1990) refere-se à hermenêutica como “arte ou ciência da interpretação”, em cuja base, nos termos de Buzzi (1984), está a busca pela designação de significações latentes. A hermenêutica, de acordo com Buzzi (1984, p. 125), “[...] pretende alcançar a palavra ou o sentido do que acontece, auscultando e analisando a atividade humana”. Para Dilthey, lembram Brito e Chang (2002, p. 90), a hermenêutica corresponde à “[...] arte de recensear textos, de os criticar, de os interpretar e de avaliar o seu valor, baseada na inteligência íntima da língua”.

Nesse processo interpretativo, fica implícito um afastamento entre o momento e o contexto/situação em que o texto foi produzido e aquele em que o leitor o interpreta, incorporando-lhe sentidos, ressignificando-o (RICOEUR, 1978). Para tanto, requer-se uma estrutura interpretativa, a qual, neste trabalho, encontra-se em aproximações à Análise de Conteúdo, sob a ótica de Bardin (2000), complementada por análise linguístico-enunciativa, sempre que julgado pertinente.

Para a autora, a Análise de Conteúdo corresponde a uma técnica de investigação aplicável ao discurso, portanto constitui-se em uma “[...] hermenêutica controlada, baseada na dedução: a inferência. Enquanto esforço de interpretação, a análise de conteúdo oscila entre os dois polos: o do rigor da objectividade e o da fecundidade da subjectividade”. Portanto a análise de conteúdo consiste em:

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações, visando obter, por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens (BARDIN, 2000, p.42).

Assim sendo, na leitura dos dados, realizaram-se processos de análise léxica e categorial. A primeira tem como base as próprias unidades de vocabulário relacionadas ao objeto de pesquisa; a segunda tem como proposta uma releitura discursiva a partir de categorias emergentes ao longo do processo, cujos critérios de construção orientam-se pela dimensão da temática relacionada ao objeto de pesquisa perspectivada pelos referenciais teóricos, problema e objetivos propostos.

Como recurso analítico complementar, recorreu-se a processos de análise linguístico-enunciativa. Segundo Fuchs (1985), a linguística da enunciação compreende teorias que buscam analisar mecanismos linguísticos que permitem que o sujeito se inscreva no próprio âmago do sistema linguístico, relacionando-se com seu próprio enunciado, no qual estão impressas marcas de temporalidade, pessoa, aspecto verbal, conexão, modalização, entre outros elementos discursivos. Assim, para o autor, as teorias enunciativas veem o elemento subjetivo como inerente à descrição linguística, ou ainda, elas contemplam a representação do sujeito propiciada pela enunciação. Nessa perspectiva, os planos “objetivo” e “subjetivo” são vistos como indissociáveis no funcionamento real do discurso.

Sob outro aspecto, para Flores et al. (2009), pode-se afirmar que as teorias enunciativas direcionam-se para mecanismos de produção do sentido da enunciação. Os aspectos morfológicos, sintáticos e fonéticos são analisados na sua atuação como produtores de sentido, independente das diferentes ênfases que as diversas teorias dão a cada um deles. As teorias enunciativas descrevem marcas ou mecanismos que revelam processos relacionais “[...] do dizer com o dito, da enunciação com o enunciado, ou ainda, do processo de produção de um enunciado com o produto”. (FLORES et al. 2009, p.21)

No ato enunciativo, a língua é considerada em situações concretas, assim sendo, há que se levar em conta interlocutores, espaço, tempo e projeto discursivo. O primordial, como assinalam Flores et al. (2009, p. 99), “[...] não é o aspecto reiterável da forma linguística, mas sim seu caráter de novidade, o evento, aquilo que permite a circulação de posições avaliativas dos sujeitos do discurso e a permanente renovação de sentidos”.

5 ANÁLISE DOS FRAGMENTOS DISCURSIVOS

Como referido anteriormente, os procedimentos metodológicos foram desenhados na direção de compreender, por meio das vozes plurais entrelaçadas no discurso dos sujeitos entrevistados, como a comunidade Urupema constrói seu/sua conceito/cultura de turismo, de hospitalidade e de suas respectivas relações, como ela percebe a potencialidade/identidade do turismo no município, e, ainda, como ela **se** percebe como pertencente a esse corpo social (CCA) no que tange ao desenvolvimento turístico. Nesse sentido, tendo presente o roteiro de entrevistas, analisa-se, na continuidade, o conjunto de respostas dos sujeitos entrevistados (gestores públicos, empreendedores rurais e urbanos, trabalhadores autônomos e representantes da comunidade) a cada uma das questões orientadoras, perspectivando facilitar a inferência de elementos caracterizadores dos segmentos sociais tomados como representativos da comunidade Urupema e, posteriormente, construir uma síntese interpretativa.

5.1 QUESTÃO 1

Você considera Urupema, tendo em conta recente emancipação política, um município turístico ou com potencial para tal?

Independentemente do segmento a que pertencem, todos os sujeitos referem que o município possui potencialidade para o turismo e que já se verifica um processo de desenvolvimento em curso, porém, em estágios e graus diferentes, considerando o eixo temporal, contextos situacionais e ações já empreendidas ou ainda a serem empreendidas.

De um lado, encontram-se manifestações como “Eu considero, se eu não considerasse, eu jamais teria vindo aqui, né, pra cá! Tanto é que a primeira vez que nós viemos a gente poderia ter optado, inclusive muitas pessoas nos perguntavam, por que Urupema e não Urubici ou São Joaquim? **Justamente porque a gente via esse potencial [...]. “Nossa!**, mas se tem todos esses bandos de papagaios que o pessoal comenta que tem, tem que se explorar isso. [...] um lugar que é frio, que neva, que tem um bando, milhares de papagaios que passam praticamente o inverno todo, então, **é claro, é lógico** que tem esse potencial.” (SER₁). Observe-se

aqui a ênfase dada à potencialidade no uso das expressões expletivas/modalizadoras “Nossa!”, “é claro”, “é lógico”.

De outro lado, destaca-se o emprego do termo “ainda”, ora na acepção de “até o presente momento”, ora na acepção de “algum dia”, demarcando uma projeção para o futuro. Exemplos disso encontram-se em fragmentos como: “Eu considero, digamos assim, não turístico **ainda**, mas tem potencial para ser um município turístico.” (SEU₃); “Hoje eu considero com potencial para o desenvolvimento turístico, porque, porque **ainda** falta muito aparelhamento turístico.” (SGP₁); “Eu acho que ele tem potencial pra ser, **ainda** tem muita coisa pra ser turística.” (SER₃).

As variações do grau de potencialidade para Urupema tornar-se um município turístico, também se inferem discursivamente, pela ausência ou presença de expressões adverbiais como: “Eu considero [com potencial] **na medida do possível**” (SEU₁); “[...] com potencial para ser turístico. Nós **estamos com a faca e o queijo na mão**.” (SER₂); “**Sem dúvidas**, ela tem potencial.” (SGP₁) e, também, (SER₆); “[Então tem potencial?] **E grande!**” (SER₄).

Ainda mais: essas variações de grau vêm reiteradas por explicitações que remetem a uma perspectiva passada, ou por contraposições (mediante, em alguns casos, a presença do conector “mas”) que apontam para uma perspectiva futura, denotada, via de regra, por elementos/ações indicativos de “carências” marcados, em alguns casos, por expressões adverbiais ou pronominais de intensidade. É o que se verifica, a título de exemplo, em: “Está faltando **algumas** coisa.” (SEU₃); “Então ela tem um potencial pelas questões geográficas, pela questão climática, né?” (SGP₁); “Potencial, sim! **Mas** por enquanto, não podemos dizer que é turístico. Ainda estamos **muito longe** disso aí, um polo turístico. Temos que **trabalhar muito** em cima disso aí, pra chegar **realmente** a ser um município turístico.” (SEU₂); “[...] então eu acho que ele ainda está se desenvolvendo, **tá nascendo pro turismo**” (SGP₂); “[...] ainda tem **muita** coisa pra ser turística.” (SER₃); “[...] tem muito trabalho pela frente.” (SEU₁).

Tais elementos discursivos sinalizam a percepção dos sujeitos quanto ao estágio de desenvolvimento em que se encontra o município na direção de tornar-se turístico. A presença de marcadores temporais vem contribuir na demarcação de pontos no gradiente temporal de indicativos desses estágios: “**Nos dias de hoje** eu acredito que com potencial, né?” (SER₄); “**Hoje** eu considero com potencial para o desenvolvimento turístico.” (SGP₁); “[...] **de uns dez anos pra cá** começou a

despertar muito esse interesse turístico.” (SGP₃); “[...] então isso começou a ocorrer, **de dez anos pra cá** a coisa foi se organizando mais.” (SGP₂); “[...] a mídia nesses **três anos atrás** não existia mídia de Urupema.” (STA₁); “Porque nós começamos **em 2008**, que eu vim pra cá [...] **a partir de 2011** já dá pra dizer que deu para sobreviver do turismo.” (SER₁); “[...] é em **pouco tempo** de divulgação que tá vindo turista, **é muito pouco tempo**, acho que **de uns 3 anos pra cá**, eu acho que foi esse tempo, porque **antes** Urupema era meio esquecida, né?” (SEU₁).

Depreende-se dessas afirmações não haver consenso, por parte dos entrevistados dos diferentes segmentos, no que tange ao grau de potencialidade turística, tampouco no que diz respeito ao estágio de desenvolvimento turístico do município.

Quanto aos elementos/ações referidos como necessários ao desenvolvimento turístico do município, presentes nas verbalizações (distribuídas nos diferentes segmentos sociais), esses podem ser enquadrados em categorias e subcategorias indicativas dessas carências, conforme ilustra o Quadro 1:

Quadro 1 – Enquadramento de verbalizações dos sujeitos em categorias de carência relativas ao desenvolvimento da potencialidade turística do município.

(continua)

| Categoria | Carência | Verbalizações |
|--|--|---|
| Planejamento/organização socioeconômico-administrativa | Ampliação/qualificação de estruturas de serviços | “[...] ainda falta muito aparelhamento turístico. [...] Hospedagem melhorou um pouco aí nos últimos anos, [...] eu acho que triplicou nos últimos anos ou mais que triplicou nesses últimos quatro anos a cinco anos. Mas a questão gastronômica ainda preocupa um pouco, né?” (SGP ₁); “[...] porque aqui é complicado né, você sabe né, é porque final de semana é tudo fechado. [...] Ah! porque vim em Urupema e não ter onde dormir, não ter onde comer, então a gente ouve isso, não vou dizer que não ouve porque ouve. (SEU ₁); “[...] porque não tem alimentação final de semana, um café, um almoço, uma pizza pra gente levar, mandar o turista ir comer. Só tem a 6 quilômetros, que é o pesque e pague. Daí as vezes o turista tá de passagem, tá com pressa e não quer entrar 6km pra dentro” (STA ₂); “Acho |

| | | |
|----------------------------|---|---|
| | | que <i>infraestrutura</i> e conhecimento pro pessoal também” (SER ₄). |
| | Ampliação/qualificação da utilização dos recursos naturais | “Na questão, principalmente natural, nas naturezas. né, naturezas que podem ser exploradas né, o próprio clima do município né. Então é nesse sentido que eu vejo que Urupema pode crescer ainda muito e desenvolver a partir do turismo” (SER ₆); “[...] hoje nós não temos um local de trilha pra ir, saindo pra cachoeira que congela” (SER ₅). |
| | Identificação de oportunidades para Investimentos internos e externos | “[...] mas o grande potencial da serra aqui é o verão, que o pessoal a grande maioria lá do litoral [...] precisam sair dali naquele período do ano e ai a grande saída, o grande local para esse publico que precisa sair, que tem dinheiro e que gosta de fazer isso é vir para a nossa região, a serra catarinense [...]. Então são pessoas que virão aqui para ficar 30 dias, 20 dias ou mais até passar essa temporada “ (SGP ₁); “[...] eu ainda acho que o que vai acontecer em Urupema é que vai vir empreendedores de fora que vão ganhar muito com o turismo aqui [...] Urupema ainda precisa um pouco disso ” (SGP ₂); “[...] se tiver um investimento bom em todo o município né, não só na praça, não só aqui no centro da cidade, mas no interior todo eu acho que vai receber muito turista” (SER ₄); “[...] quem tá envolvido com essa parte tem que ir buscar, não basta você ter um lugar bacana, uma casa, você tem que buscar, na verdade assim, no começo não quer dizer que você vai ganhar dinheiro nos primeiros anos, você vai investir e com o tempo vem o retorno” (SER ₂). |
| Organização comunicacional | Ampliação/qualificação da divulgação midiática | “[...] faz pouco tempo acho que foi depois que o [...] foi prefeito é que começou a divulgar né, é pouco tempo de divulgação, que tá vindo turista é muito pouco tempo [...] |

| | | |
|------------------------------------|---|---|
| | | hoje é que está sendo mais divulgada, mas tem pessoas ainda que não conhecem Urupema, ainda precisa divulgar muito mais. (SEU ₁); “[...] e é um local que poderia também ser divulgado pra turismo” (SER ₅). |
| Capacitação pessoal e profissional | Ampliação do conhecimento do município pelos habitantes | “[...] ninguém mais conhece mais nada : as outras cachoeiras que tem, os outros locais que tem, aqui tem o Monte Alegre que tanto pertence ao Rio Rufino, Urubici e a Urupema, é um lugar também que é mais alto que um morro lá da igreja de Urubici.” (SER ₅). |
| | Capacitação da comunidade para a atividade turística e para relações interpessoais e profissionais inerentes ao turismo | “[...] algumas pessoas já estão entendendo o que é o turismo, o que é atender o turista, mas muito, principalmente a comunidade de modo geral ainda vejo que precisa de um preparo melhor! ” (SGP ₂); “Acho que [falta] infraestrutura e conhecimento pro pessoal também. [...] o pessoal, tem as pousadas rural e tem pouco conhecimento não sabe como vai tratar o turista, o que ele gosta o que ele quer fazer”. (SER ₄); “[...] começou a experiência ecoturismo né, e o pessoal não tá preparado ainda.” (STA ₁). |

Fonte: Elaboração própria.

Em sua configuração global, considerando a diversidade dos segmentos aí presentes, o quadro já permite pontuar alguns aspectos, os quais serão retomados posteriormente e com maior aprofundamento na síntese interpretativa final.

A distribuição do número de menções por sujeito relativas às diferentes carências, exceção feita a “Ampliação do conhecimento do município pelos habitantes” (variação a menor: 1 sujeito), aparece de modo equilibrado (referidas cada uma por 2 sujeitos). No entanto, é com relação às carências “Ampliação e qualificação de estruturas de serviços” e “Identificação de oportunidades para investimentos internos e externos que se verifica maior número de sujeitos que as aponta (4 cada uma).

Parece possível depreender uma ênfase à dimensão econômica do turismo: o turista/visitante perspectivado como um cliente; a disponibilidade de serviços e

produtos entendida como fundamental ao desenvolvimento turístico; investimentos internos e externos como propulsores desse desenvolvimento. Particularmente neste último caso, trata-se de uma solução exógena mencionada sem qualquer restrição.

Sob outro ângulo, emerge em diferentes falas de representantes dos segmentos sociais a predominância do uso da terceira pessoa quando são aventadas soluções para reversão do quadro atual, numa “terceirização” de responsabilidades à gestão pública ou à iniciativa privada, ou a ambas conjuntamente: “[...] mas muito, principalmente **a comunidade de modo geral** ainda vejo que precisa de um preparo melhor” (SGP₂); “[...] se **pessoas capacitadas** pegassem e desenvolvesse um projeto bem legal eu acho que daria certo, né?” (SER₃); “[...] **se tiver um investimento bom** em todo o município né, não só na praça, não só aqui no centro da cidade, mas no interior todo eu acho que vai receber muito turista” (SER₄); “[...] eu ainda acho que o que vai acontecer em Urupema é que **vai vir empreendedores de fora que vão ganhar muito** com o turismo aqui [...] Urupema ainda precisa um pouco disso” (SGP₂); “[...] mas que **as pessoas, a prefeitura, tudo pode** se ajudando e aperfeiçoando essa parte turística (SEU₃); “principalmente **a comunidade de modo geral**, ainda vejo que precisa de um preparo melhor” (SGP₂).

Com menor incidência encontram-se verbalizações em que o sujeito se implica no processo, tais como: “**Nós estamos com a faca e o queijo na mão**”. “Agora eu acho assim, que **quem tá envolvido com essa parte tem que ir buscar**, não basta **você** ter um lugar bacana, uma casa, **você tem que buscar**, na verdade assim, no começo não quer dizer que você vai ganhar dinheiro nos primeiros anos, você vai investir e com o tempo vem o retorno” (SER₂). Observe-se aqui a fusão, na situação enunciativa, da pessoa que fala, com aquela a quem se fala e daquela de que se fala, implícita no uso do pronome “você”, emergindo uma enunciação de caráter argumentativo e/ou prescritivo.

Essa implicação pode verificar-se igualmente em menções como: “**Temos** que trabalhar muito em cima disso aí” (SEU₂); “Só que quem ficou aqui eles nunca saíram sem almoço, **eu já servi café pra gente que tava lá na rua**, ah... servi almoço para quem tava na rua procurando restaurante No final de semana a gente sempre faz um almoço melhorzinho, né, caprichadinho. Óh! Se quiser olhar o que tem o cardápio, se quiser almoçar, eu sirvo almoço, não tem problema” (SEU₁); “**A gente** tem que aproveitar esse potencial, assim além do frio, os papagaios, assim, a

gente tinha plena consciência que nós viríamos pra cá, iríamos padecer por alguns anos” (SER₁).

Um outro conjunto de verbalizações ressalta as relações sócio-humanas como importantes no desenvolvimento da potencialidade turística do município, pondo em relevo elementos/aspectos que deveriam estar ou estão circunstancialmente presentes no cotidiano dos sujeitos primariamente acolhedores. Exemplo disso encontra-se em: “[...] o pessoal das pousadas rural tem pouco conhecimento, **não sabe como vai tratar o turista, o que ele gosta, o que ele quer fazer.**” (SER₄); “[...] é porque final de semana é tudo fechado! Então fica até difícil pra ti **convidar o turista**, vem chega aqui e as vezes não tem nem onde almoçar, **eu me sinto incomodada!**” (SEU₁).

Finalizando esta primeira incursão analítica, um destaque especial merece ser dado à manifestação do sujeito gestor público e, simultaneamente, empreendedor rural (SER₆), a qual, de certo modo, sintetizaria as percepções anteriores, considerados, processualmente, graus, estágios e perspectivas de viabilização do desenvolvimento turístico de Urupema: **“Penso ainda e vejo que a cultura local, ainda não despertou para receber o turista, né?”**.

5.2 QUESTÃO 2

Em relação às características locais, o que atrai ou poderia atrair o turista/visitante a Urupema?

Na elaboração da primeira pergunta norteadora, buscaram-se possíveis explicitações do que seria respondido referentemente à percepção dos sujeitos sobre o município de Urupema ser ou não turístico, ou ainda, sobre a potencialidade (forma, grau, estágio) de vir a sê-lo. Focalizou-se assim, na segunda pergunta a atual e potencial atratividade turística do município.

Nas respostas apresentadas pelos sujeitos, é perceptível que esses consideram que o que atrai o turista/visitante atualmente ao município são elementos/atrativos como: ambiência do local (impressão sociocognitiva); gastronomia; natureza peculiar com sua fauna, flora e outros aspectos geográficos; hospitalidade; e, como recurso/atrativo natural principal, o clima de inverno e os fenômenos inerentes a ele. Este último, repercutindo em todas as respostas dos sujeitos entrevistados.

Partindo do fato, já exposto anteriormente, de que o município tem suas características climáticas de inverno registradas pelas estações meteorológicas governamentais instaladas em pontos estratégicos, isso contribuiu para “comprovar” efetivamente que Urupema registra as temperaturas mais baixas do país. Desencadeou-se assim um processo espontâneo de divulgação pela mídia, o qual, em consequência, resulta na procura pelo lugar por pessoas de diversas regiões, que são motivadas pela busca da experiência de estar em um local peculiar em nível nacional. Esse contexto levou a gestão pública atual a incorporar o *slogan* “Cidade mais fria do Brasil” para sua promoção turística. Tal incorporação pode ser verificada na fala: “[...] o que traz o turista para cá é o sonho deles de estarem na cidade mais fria de todo o Brasil. Se alguém liga e pede: onde você tá? Ah! Estou na cidade mais fria de todo o Brasil!” (STA₁).

Dessa forma, as manifestações dos sujeitos inserem-se no contexto desse processo midiático, com as quais estaria sendo impressa/reforçada uma das marcas da possível vocação turística do município. Outros exemplos encontram-se em fragmentos como: “**O que atrai é a questão do frio. Isso é inevitável**, porque existe uma mídia espontânea a respeito do frio, ainda mais que, depois que a gente montou as estações meteorológicas.” (SGP₁); “O inverno, é o frio, né, é a neve, a geada, as temperaturas negativas.” (SEU₃).

Destacam-se igualmente menções a recursos tomados como atrativos, presentes principalmente no espaço rural, seja ele configurado como ambiente natural ou humano – como o define Zimmermann, 1996: “[...] nossa topografia, a mata, temos uma grande mata de pinheiro [...]”; “Tem muitas coisas pra serem exploradas, tem muitos lugares bonitos aí que ninguém conhece na região” (SER₄); “[...] acho que o que atrai é paisagem [...] tem mais coisas que atraem, as aves são um grande atrativo” (SER₁); “[...] as pessoas vêm pra cá também em relação a alguns pontos turísticos que também nós temos aqui: o terceiro ponto mais alto de Santa Catarina, o Morro das Torres, a Cachoeira que congela, tudo isso foi fazendo com que as pessoas tivessem interesse em conhecer Urupema.” (SGP₂); “[...] a questão dos pássaros, nossos rios, das nossas águas, a questão da altitude, né, a araucária, a própria **natureza local, digamos assim que é única**, né! Em vários aspectos.” (SER₆).

Em menor grau de incidência, seguem algumas falas sobre aspectos humano-relacionais, reportando à hospitalidade como um dos elementos fundantes do turismo, ainda que, em alguns casos, desde uma perspectiva do próprio sujeito

respondente como acolhido pela comunidade: “[...] **as pessoas são acolhedoras** [...]” (SEU₃); “[...] a hospitalidade, **a forma com que o povo serrano aqui trata o visitante, é diferente!** [...] **a questão da hospitalidade, isso é fundamental, não adianta, porque todo mundo que vem para cá, fala isso!** [...] Eu posso dizer isso porque eu não sou daqui também, eu estou aqui só há vinte e poucos anos que eu moro na região, desde que eu vim eu percebo isso” (SPG₁); “E a hospitalidade também que conta muito”. (SGP₃).

Também se evidenciam aspectos relativos a impressões sociocognitivas, os quais são aqui identificados como ambiência local, expressos em: “[...] **a tranquilidade do lugar e esse ar de cidadezinha**, que eu acho que jamais pode se perder, sabe? Porque por mais que tenha que crescer, é uma coisa óbvia que mais cedo ou mais tarde vai crescer, mas acho que é essa coisa de cidade pequena, e a tranquilidade, eu acho.” (SER₁); “O que atrai o turista aqui em Urupema é também a questão **tranquilidade, né, sossego**, vamos dizer assim, a pessoa que trabalha fora numa cidade muito agitada, e que vem pro município justamente pra ter um momento de mais tranquilidade, com a família, enfim desfrutar desse lado, né?” (SER₆).

Outra perspectiva é a da gastronomia local com aspectos que repercutem sobre ela: “**Nós temos uma gastronomia diferenciada** [...] nós temos uma riqueza enorme aqui pra fazer [...]. Eu acho que é um produto interessante também e que nós temos aqui [...]**! O sabor da carne, o sabor da nossa carne é diferente!** É diferente da carne pega de açougue ali. Porque é diferente, a nossa diversidade da pastagem, nós temos mais de 400 espécies diferentes nos nossos campos nativos”. (SGP₁); “**A truta** eu acho assim também, porque, às vezes, tem pessoas que me ligam aqui: Ah! Você serve truta? (SEU₁).

Assim, apresentados os recursos/atrativos com base nas referidas menções a Tabela 1 explicita a incidência dessas, por sujeito e no conjunto deles.

Tabela 1 – Elementos já considerados atrativos/produtos de Urupema, número e percentual de sujeitos que os referem, relativamente ao total de sujeitos.

(continua)

| Categorias de atrativos | Atrativos | Sujeitos | Número de sujeitos | % |
|--------------------------------|-----------------------|---|---------------------------|----------|
| Naturais | Clima de inverno/neve | SGP (1, 2, 3), SEU (1, 2, 3, 4), SER (1, 2, 3, 4, 5, 6), SRC (1, 2), STA (1, 2) | 17 | 100 |

| (conclusão) | | | | |
|-------------|---|---|----|----|
| | Natureza (fauna/flora)/Paisagem | SGP ^(1, 2, 3) , SEU ^(3, 5) , SER ^(1, 3, 4, 5, 6) , SRC ⁽¹⁾ , STA ⁽¹⁾ | 12 | 70 |
| Culturais | Hospitalidade | SGP ^(1, 3) , SEU ⁽³⁾ , SER ⁽¹⁾ | 4 | 23 |
| | Gastronomia local | SGP ⁽¹⁾ , SEU ⁽¹⁾ , SER ^(3, 4) | 4 | 23 |
| Ambientais | Tranquilidade, sossego, ar de cidadezinha | SER ^(1, 4, 6) | 3 | 17 |

Fonte: Elaboração própria.

Observa-se a unanimidade em relação à percepção de atratividade do clima de inverno, apontando, dessa forma, que o grande motivador do deslocamento do turista/visitante atualmente está relacionado à experiência de estar em contato com os fenômenos climáticos de inverno. Um outro elemento que chama a atenção, para além dos percentuais de incidências de menções, particularmente com relação aos dois primeiros itens (clima de inverno/neve e natureza e paisagem), é a distribuição entre os segmentos representativos da comunidade: todos eles aí se encontram referidos, acentuando a convergência perceptiva dos sujeitos sobre esses itens. Da mesma forma, embora com menor percentual de menções, essa confluência se verifica entre os segmentos dos gestores públicos, empreendedores rurais e empreendedores urbanos no que diz respeito aos elementos “hospitalidade” e “gastronomia local”.

Cabe ressaltar, no entanto, que, no mesmo contexto da entrevista, emergiram alusões aleatórias a recursos/atrativos que se agregariam aos já citados na Tabela 1 e que poderiam vir a ampliar a potencialidade turística e o favorecimento à permanência e ao envolvimento maior do turista/visitante com o local, independente da estação climática.

Entre essas alusões temos aquelas que abrangeriam as categorias de atrativos explicitadas na Tabela 2:

Tabela 2 – Elementos que poderiam vir a atrair turistas/visitantes a Urupema, por sujeito, número e percentual que os referem, relativamente ao total de sujeitos.

| (continua) | | | | |
|-------------------------|----------------------|--|--------------------|----|
| Categorias de atrativos | Atrativos | Sujeitos | Número de sujeitos | % |
| Naturais | Clima ameno de verão | SGP ^(1, 2) , SEU ^(1, 4) , SER ^(1, 2, 4, 5) , SRC ⁽¹⁾ | 10 | 58 |

| | | STA (2) | | |
|-----------------------------------|---|--|---|----|
| Histórico-culturais | Repertório de histórias locais; entidades/grupos culturais; sítios arqueológicos; gastronomia local | SGP (3), SER (1, 2, 4, 6), SRC (1) | 6 | 35 |
| Econômico-comerciais | Venda de produtos agrícolas locais | SGP (2), SER (3, 4) | 3 | 18 |
| | Pesca de truta | SEU (1), SRC (1) | 2 | 12 |
| Atividades turísticas segmentadas | Eventos (de pesquisa, observação de aves, esportivos) | SGP (2, 3), SER (2, 6), SGP (2), SER (1, 6), STA (2) | 8 | 46 |
| | Ecoturismo | SGP (2), SER (2), SER (2, 5), SRC (1) | 5 | 29 |
| | Visitação a roteiros organizados (cidade e interior) | SEU (4), SER (3, 4) | 3 | 17 |
| | Esportes | SGP (2), SER (2) | 2 | 11 |

Fonte: Elaboração própria.

Sobre esses supostos atrativos, seguem algumas verbalizações: “[...] **visitação de floradas das macieiras** seria uma coisa bem interessante de se ver [...]” (SER₄); “[...] fazer **visitas às propriedades** [agrícolas], eles chegam na Urupema pra comprar alguma coisa, perguntam sobre morango, né, e o pessoal indicou e vieram até aqui em casa já [...]” (SER₃); “**Cavalgada** temos também, e pra **cavalgar, o melhor mesmo é no verão**, no inverno dá até uma parada aqui. Nós temos em Urupema três grupos de cavaleiros, **tropeiros e grupos assim** [...]” (SPG₂); “Urupema tem bastante histórias antigas, tem bastante **locais históricos, cavernas com ossos indígenas** que ninguém sabe ainda, poderiam procurar, fazer um projeto” (SRC₁); “[...] a questão de pesquisa, pesquisas acadêmicas, **eventos** também nesse sentido, né! **A gente já encontrou pesquisadores pesquisando questões que são únicas de Urupema.**” (SER₆); “[...] o **festival do Papagaio Charão** vai ser também um evento que pode crescer também nos próximos anos.” (SGP₂).

Um aspecto que ganha relevo referentemente aos atrativos mencionados – os quais, em sua maioria, poderiam vir a ser implementados para além do período de inverno – é a possibilidade de se configurarem como compensatórios à sazonalidade turística, segundo 10 dos 17 entrevistados. Isso se torna perceptível

em manifestações como: “[...] muita gente vem para pescar, né? Poderia ser um atrativo a pesca, porque já ficou um senhor aqui que veio propriamente para pescar [...]. Então eu acho que a **pescar também, é verão, é inverno, não tem época.**” (SEU₁); “[...] começar a fazer uns **eventos esportivos, pra essa época de sazonalidade, que ainda existe**, trazer pessoas pra cá [...].” (SER₂); “**O verão, eu acho que é o melhor produto turístico** que nós temos em Urupema, é o nosso verão. [...] no verão você tem temperatura de 5 graus, como teve essa noite. [...] o que pode atrair mais ainda e que não estamos explorando é o nosso clima de verão, eu acho que nós temos uma sazonalidade, assim, de turista que é só no inverno né. [...] o nosso verão ainda é um dos climas melhores pra se viver aqui na Serra”. (SGP₁); “[...] **começar a fazer uns eventos esportivos, pra essa época de sazonalidade que ainda existe**, trazer pessoas pra cá [...]. Aqui só nesse morro [Morro das Torres] que a gente viu aqui tem mais cinco investidores pra **fazer voo de parapente** [sic], aqui tem tudo pra ser, pode fazer a rampa aqui pra pousar” (SER₂). Fica assim demarcada a importância de estímulo à vinda de turistas/visitantes também durante o verão, entendimento que se identifica em todos os segmentos.

Uma outra leitura analítica, a partir das respostas dos sujeitos, poderia recair sobre a ênfase dada, desta vez, a condicionantes da potencialização da capacidade da atratividade turística do município, os quais seriam enquadrados, entre outras, nas dimensões: socioeconômico-administrativa, sociocultural, sociorrelacional, estético-relacional, conforme sinaliza o Quadro 2.

Quadro 2 – Categorização de dimensões em que se inserem os fatores apontados como condicionantes à potencialização da capacidade de atratividade turística do município.

(continua)

| Sujeitos | Verbalizações | Categorias de dimensões |
|------------------|--|--|
| SGP ₁ | “[...] o que pode atrair mais ainda e que não estamos explorando é o nosso clima de verão , eu acho que nós temos uma sazonalidade, assim, de turista que é só no inverno, né?” | <ul style="list-style-type: none"> • socioeconômico-administrativa |
| SGP ₂ | “[...] tem que começar a pensar em trazer eventos [...], eu acho que por aí é um dos caminhos que a gente pode fazer com que as pessoas daqui acreditem mais que o turismo é um bom negócio. ” | <ul style="list-style-type: none"> • socioeconômico-administrativa • sociocultural |
| STA ₁ | “[...] eu quero ter essa emoção de estar no lugar mais frio do | <ul style="list-style-type: none"> • socioeconômico- |

| | | |
|------------------|--|---|
| | Brasil, sentindo frio, porém, não quero passar frio, eu quero sentir, mas a partir do momento que eu não queira mais, eu vou querer um lugar aconchegante, me alimentar, um cobertor quente; o pessoal sente frio e fica passando frio! " | administrativa <ul style="list-style-type: none"> • sociorrelacional |
| SGP ₃ | "Mas o que eu acho ainda que tem que melhorar bastante é a questão de estradas, rodovias ". | <ul style="list-style-type: none"> • socioeconômico-administrativa |
| SEU ₂ | "Aqui em Urupema você vai ver dois ferro velho na entrada já , quer dizer a pessoa chega não conhece, chega e dá de cara com um entulho, já no trevo de chegada, não tem uma flor, não tem uma rótula, uma coisa organizada ali, então começa por aí né. A imagem de Urupema começa a denigrir quando você chega". | <ul style="list-style-type: none"> • estético-sensorial • socioeconômico-administrativa |
| SER ₄ | "A prefeitura devia fazer um roteiro de visitação e conversar com os proprietários [...], trazer mais investimento, montar uma rede de visitação , que nem eu falei, a prefeitura disponibilizar uma pessoa só pra ir cadastrando os pontos de visitação [...] fazer um roteiro turístico ali pra eles não virem aqui só pra olhar a neve e o Morro das Torres e ir embora". | <ul style="list-style-type: none"> • socioeconômico-administrativa |
| SER ₄ | "[...] fazer um caminho tipo a via gastron mica e ali no interior da Urupema, trazer aqui tomar café colonial, almoçar na Bossoroça, tomar um café de tarde aqui no Cedro, e no final da tarde chegar na Urupema. Seria um atrativo, n ? E dar conhecimento pros donos das pousadas , contratar, preparar pra melhor forma de fazer a recepção, seria interessante". | <ul style="list-style-type: none"> • socioeconômico-administrativa • sociorrelacional |
| SER ₅ | "[...] nós não temos restaurantes para acolher todos os turistas , temos pousadas, mas o pessoal não se conscientizou de trabalhar bem pra ter cada vez mais turista. Não estão trabalhando de acordo pelo que a gente conhece pra fora, nas outras regiões". | <ul style="list-style-type: none"> • socioeconômico-administrativa • sociorrelacional |
| STA ₂ | " Porque tem que ter uma coisa para verão também , porque, como é que eles vão construir uma casa, uma pousada ali, fazer um café, um restaurante pra ter turista só no inverno? Tem que ter no inverno e verão, n ? A gente teria que fazer um (turismo) pra ter turista inverno e verão, não só no inverno." | <ul style="list-style-type: none"> • socioeconômico-administrativa |
| SGP ₁ | " Nós temos uma gastronomia diferenciada , mas precisa melhorar um pouquinho, entendeu? N , de repente, saber utilizar melhor o frescal, fazer pratos diferentes, as | <ul style="list-style-type: none"> • socioeconômico-administrativa • sociocultural |

| | | |
|------------------|---|---|
| | sobremesas aqui da região, que nós temos uma riqueza enorme aqui pra fazer [...]. Eu acho que é um produto interessante também e que nós temos aqui e não estamos sabendo utilizar ". | |
| SGP ₁ | "[...] o grande potencial da serra aqui é o verão , [...]. Principalmente de dezembro ao carnaval, de dezembro a fevereiro, março, ele [o litorâneo] se sente literalmente invadido Então essas pessoas precisam sair dali naquele período do ano e ai a grande saída, o grande local para esse público que precisa sair, que tem dinheiro e que gosta de fazer isso é vir para a nossa região, a serra catarinense. Só que a gente precisa de aparelhamento turístico que dê a condição para que essas pessoas fiquem aqui e não mais um dia ou dois como é no inverno." | <ul style="list-style-type: none"> • socioeconômico-administrativa |

Fonte: Elaboração própria.

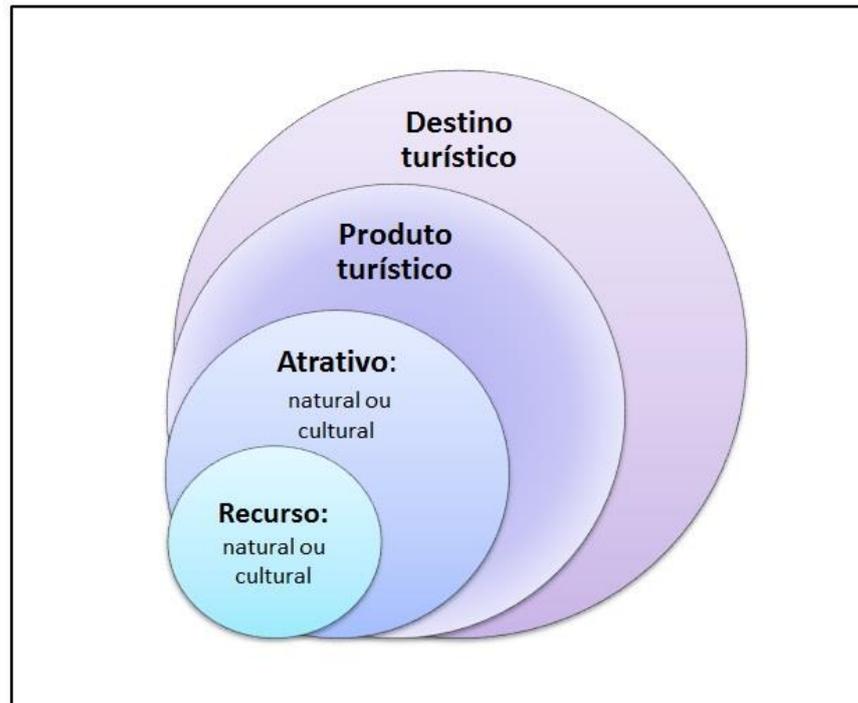
Chama a atenção, mais uma vez, o foco na dimensão socioeconômico-administrativa a que se referem as verbalizações atinentes aos condicionantes apontados para a potencialização da capacidade de atratividade turística de Urupema.

Na direção agora de fazer uma análise global das manifestações dos sujeitos no que tange à pergunta norteadora que trouxe à reflexão "o que atrai ou poderia atrair o turista/visitante a Urupema", as Tabelas 1 e 2 e Quadro 2, remetem a um gradiente que, estaria caracterizando/demarcando diferentes e fluidas percepções dos sujeitos a esse respeito, gradiente esse no qual simultaneamente estariam sendo mencionados, sem a devida diferenciação, ora recursos, ora atrativos, ora produtos turísticos, porém, sempre perspectivando, com raras exceções, a constituição futura de um destino turístico.

Dito de outra forma, os elementos apontados se mostram em diferentes níveis de organização para a efetiva oferta turística, ora percebidos pelos sujeitos como implantados, ora percebidos em um processo de implantação, ora também, sem nenhum processo em curso.

Lembre-se que, de acordo com o Barbosa (2011) um destino turístico é composto de produtos turísticos, esses, formados por recursos e atrativos turísticos, acrescidos de infraestrutura, serviços e equipamentos, comercializado de forma organizada – o que poderia ser representado pela Figura 4.

Figura 4 – Figuração do processo de evolução de destinos turísticos.



Fonte: Elaboração própria, a partir de Barbosa (2011).

5.3 QUESTÃO 3

Pensando agora no desenvolvimento turístico, na sua opinião, o que seria ou poderia ser a marca ou a identidade do turismo em Urupema?

Nas respostas às questões 1 e 2, os sujeitos entrevistados puderam manifestar suas percepções a respeito da potencialidade turística do município, bem como apontaram elementos que atraem e/ou poderiam atrair o turista/visitante a Urupema. Desta feita, manifestaram-se sobre marca/identidade turística.

Em relação à marca/identidade turística, Pimentel, Pinho e Vieira (2006), observam que se trata de um ponto forte no desenvolvimento do destino turístico. O visitante faz sua associação com o destino de acordo com as características do local ou, até mesmo, em função das características da sua população, portanto, ter um destino turístico com uma marca formada torna-se essencial para o reconhecimento e a lembrança do visitante sobre o local. A marca pode ainda representar: conjunto de atrativos/elementos, pessoas e seu estilo de vida, um atrativo em especial, ou, igualmente, questões intangíveis como, por exemplo, a hospitalidade, e/ou também, outros elementos cognitivos e afetivos. Assim, a marca/identidade deve ser trabalhada pelos gestores e pela população local, sendo capaz de formar uma imagem exclusiva do destino turístico.

Dessa forma, a identificação/promoção da marca/identidade, reforçam os autores, é um importante passo no desenvolvimento turístico, e a participação da população local nesse processo é essencial, para que a marca encerre a significação que a represente e ao local.

Nas respostas dos sujeitos convidados a refletir e a manifestar-se sobre a identidade local, foram destacados os seguintes elementos expressos na Tabela 3.

Tabela 3 – Elementos que poderiam ser apontados como identitários de Urupema, por sujeito, número e percentual que os referem, relativamente ao total de sujeitos.

| Categorias de atrativos | Elementos identitários | Sujeitos | Número de sujeitos | % |
|--------------------------------|--|---|---------------------------|----------|
| Culturais | • Amizade do povo | SER ⁽⁴⁾ | 1 | 5 |
| | • Gastronomia local (vinho, rosca de coalhada, pinhão) | SGP ⁽¹⁾ , SER ⁽⁶⁾ | 1 | 5 |
| | • Roda de chimarrão | SER ⁽⁴⁾ | 1 | 5 |
| Naturais | • Frio/neve | SGP ⁽¹⁾ , SEU ^(1, 2, 3) , SER ^(2, 3, 4) , SRC ^(1, 2) , STA ⁽¹⁾ | 10 | 58 |
| | • Natureza preservada e araucárias | SEU ⁽²⁾ , SER ^(1, 4, 5, 6) | 5 | 29 |
| | • Cachoeira que congela | SEU ⁽⁴⁾ , SER ^(2, 5) | 3 | 17 |
| | • Morro das Torres | SEU ⁽⁴⁾ | 1 | 5 |
| | • Água pura | SGP ⁽³⁾ | 1 | 5 |
| | • Papagaio charão | STA ⁽²⁾ | 1 | 5 |
| | • Pôr do sol | SER ⁽⁵⁾ | 1 | 5 |
| | • Truta (pesca) | SEU ⁽¹⁾ | 1 | 5 |

Fonte: Elaboração própria.

Como os dados permitem observar, somente quatro do total de sujeitos veem, em atrativos culturais, uma marca identitária do município de Urupema, ou que poderia vir a sê-lo. Percebe-se novamente a prevalência do atrativo natural e, nessa categoria, a ênfase ao elemento “frio/neve”, presente em 58% das respostas, distribuídas entre os diferentes segmentos que compõem o universo da pesquisa.

Tem-se a seguir, na mesma categoria, o elemento “natureza”, quer mencionado de forma geral, quer referido por meio de menções a elementos diversos de Urupema. Tais dados se fazem ainda mais significativos quando contrapostos àqueles presentes na Tabela 2, a qual sintetiza o que, segundo os sujeitos, poderia vir a atrair o turista/visitante. O maior percentual que ali se encontra

(10 sujeitos – 58%) indica o clima de verão como o atrativo com maior potencialidade para o desenvolvimento turístico, e cinco desses dez sujeitos, referem o clima de inverno como elemento identitário. Tendo em conta que, na pergunta 3, a forma verbal “poderia ser” sugere a possibilidade de algo diferente do momento presente, depreende-se haver, subjacente às verbalizações, o entendimento de que é possível, ou deve-se pensar em produtos turísticos para o verão, como uma alternativa, levando em conta também a proposição de uma marca que englobe, por exemplo, natureza e clima de verão e inverno.

De outra parte, identificam-se igualmente na análise dos dados da Tabela 3, alguns elementos que ainda não haviam sido mencionados em respostas anteriores abordando a atratividade turística do município. Entre eles estão, por exemplo, o vinho e a água: “O **vinho** também, **que poderíamos colocar aí como um diferencial**, que já tá entrando, né, no nosso município.” (SER₆); “Eu imagino que Urupema, como já falei, tem um grande potencial, mas eu acho que o que vai somar muito, é a **água**, a água é muito interessante, e eu acho que o povo não está muito ligado nisso, nós temos água aí que pode se tomar em qualquer lugar [...] eu tenho até falado, que **nós estamos ricos e não sabemos de tanta água que nós temos**, eu imagino que no futuro a água que nós temos aqui vai valer ouro, não digo que no sentido monetário, mas vai valer ouro pro turista vim nos visitar, vai chamar muita atenção.” (SGP₃).

Também, é abordado por um dos sujeitos, o *slogan* “Cidade mais fria do Brasil”, porém, relativizando a sua importância para a configuração ou consolidação de uma marca identitária: “[...] acho uma besteira essa coisa, Urupema a cidade mais fria do Brasil, eu acho que tem que pôr assim: **Serra Catarinense, a região mais fria do Brasil**, pode ser. Eu acho que tem que ter essa integração com os outros municípios, e trabalhar mais, **tornar a natureza um atrativo, uma marca**”. (SER₁). Tem-se nessa verbalização, a proposição de um turismo desenvolvido a partir da região, não se limitando apenas à circunscrição dos municípios pensados isoladamente.

Sobre uma proposição de marca identitária de Urupema, talvez fosse interessante algo que englobasse as estações climáticas inverno e verão, elementos da natureza, e por que não a hospitalidade, apresentada como um dos atrativos atuais, mesmo que em menor número. Nesse contexto, talvez se pudesse pensar uma marca que pudesse se aproximar de algo como: *Urupema, acolhendo no frio do*

inverno e na amenidade do verão, ou ainda, Urupema, paraíso natural, hospitaleiro em todas as estações.

Um último elemento deve aqui ser retomado e reiterado, encaminhando à descrição e análise de manifestações dos sujeitos mediante outra questão norteadora. Trata-se da hospitalidade, antes mencionada como um dos fatores que contribuem para o desenvolvimento da potencialidade turística do município. Nas verbalizações a serem destacadas, tomadas como exemplo, identificam-se tanto percepções advindas de uma experiência pessoal, como também percepções genéricas aplicadas à coletividade.

5.4 QUESTÃO 4

Em relação à experiência de receber turistas/visitantes, o que você poderia comentar sobre como foi essa relação com alguém de outro lugar? Você vê a população de Urupema como hospitaleira para com os turistas/visitantes?

Essas foram as questões norteadoras voltadas diretamente à temática da hospitalidade nas dimensões individual e coletiva.

No tocante à experiência pessoal em relacionar-se com turistas/visitantes, os entrevistados – excluindo apenas aqueles que não tiveram contato direto com eles – referem a relação como positiva. Ressalte-se também que todos os segmentos aí estão representados.

Em suas verbalizações, os sujeitos pontuam aspectos que, interligados/permeados, estariam afetos às respectivas concepções de hospitalidade. Dentre esses aspectos estariam: solicitude, abertura/mobilização e atenção às necessidades do outro; convívio não formal, sem preceitos, próprio ao cenário doméstico; aprendizagem cognitiva; aprendizagem afetiva.

A importância da solicitude no atender é referida pelo SGP₃, conforme se depreende, por exemplo: “[...] todas as pessoas que encontrassem o turista **têm que dar atenção**, porque eu acho que **vale muito a atenção, ser bem atendido**”. De outra parte, passagens como “Eu me sinto bem, muito bem de **chegar até ele, me apresentar e perguntar o que ele quer**” (SGP₂); “Eu, graças a Deus, eu me sinto muito bem, quando eles chegam, **já consigo puxar um assunto perguntando** se eles já tão hospedados por aí, ou tão chegando ou tão de passagem, ali começa um assunto. E daí **eu, eles já falam, a gente já...**” (STA₂), todas elas sinalizam uma

disposição avançada para o acolher, catalisadora de movimentos de alternância entre os polos da relação. Nessa direção, de modo especial, chama a atenção a reiteração do termo adverbial “já” – denotando presteza no ritmo do estabelecimento do processo relacional de dupla via, – associada à sequência pronominal “eu-eles-a gente”, encerrando a passagem dos singulares “eu”, “eles” para o plural “a gente” (nós).

Identificam-se igualmente nas verbalizações dos respondentes, menções a repercussões positivas das experiências pessoais de acolhimento, para ambos os polos – menções essas que estariam revelando aprendizagens afetivas. Vejam-se fragmentos como: **“O contato com as pessoas é muito bacana, porque geralmente quem vem, volta e fica amigo”** (SER₂); **“Aí, esses dias, até me ligaram para ver como é que a gente estava, e queriam até comprar uma TV pra mim, olha só que bom!”** (SEU₁); **“Sim, eu gostei. De ajudar eles, de eles se sentirem felizes aqui”** (SRC₁); **A gente se sente melhor, porque as pessoas, assim, não conhece quase nada aqui, aí a gente conta as história assim, e eles ficam até meio...”**(SEU₅).

Repercussões positivas da experiência relacional podem encontrar-se também na voz de turistas/visitantes (presente na memória do entrevistado e por ele reproduzida), tal como ilustram os segmentos: **“O pessoal chega aqui, ah!, parabéns, um povo muito acolhedor, muito harmônico; [...] vocês são acolhedor, têm simpatia, eles me dizem: vocês são muito...”** (STA₁); **“Adorei tanto a tua cidade que a primeira coisa que eu cheguei aqui em São Paulo e comentei foi que a primeira vez que eu cheguei na tua cidade, eu fui recebido por você e seu irmão, e em São Paulo não existe isso. E aí, claro, eu me senti em casa!”** (STA₁). A positividade da repercussão revela-se ainda mais acentuada no emprego da expressão consecutiva “e aí” e da expressão interjetiva “claro”, ou seja, “não poderia ser diferente”. Parece emergir, em ambas as situações, a marca da afetividade na significação da experiência relacional vivida por acolhedor e acolhido – e, conseqüentemente, para este, na significação da experiência turística.

Num outro conjunto de segmentos, evidenciam-se também traços das relações de acolhimento afetas ao cenário doméstico, as quais, quando não “encenadas”, configuram-se como um meio privilegiado de criar ou consolidar relacionamentos com estranhos, transformando-os em conhecidos – como ressalta Selwyn *in* Lashley e Morrison (2004). É o que traduz o segmento **“Já faço amizade, às vezes eu já no outro dia que eles vêm, a gente já convida pra ir lá em casa,**

tomar um café, né, eu me sinto, assim, muito hospitaleira.” (STA₂), e exemplifica a sequência: servir um café em casa; ficar feliz, agradecer e querer voltar: “Um senhor lá no meio da rua pedindo onde tinha um lugar pra tomar café e tudo fechado, eu disse: Então, **eu lhe sirvo um café aqui em casa!** O senhor não vai ficar sem comer. Aí veio **tomou um café**, meu Deus! **Ficou feliz** da vida, **agradeceu** e **disse que voltaria** de Curitiba um outro dia para nos visitar, né?” (SEU₁).

Relevo especial ganham aqui a interjeição “meu Deus!” e a expressão “feliz da vida” (na referência do entrevistado ao turista), quando contrapostas a “Então, eu lhe sirvo um café aqui em casa! Aí veio, tomou um café”: na simplicidade do café oferecido, a intensidade da positividade de sua repercussão.

De igual modo, a simplicidade como traço da hospitalidade doméstica está presente no segmento “Eu sempre fui assim, **na simplicidade**, demonstrando **o que a gente tem**, que aqui é tudo simples, **que é o nosso dia-a-dia da fazenda**, que a comida é **caseirinha**, que **sou eu que faço**” (SER₂). Essa cotidianidade vem tonalizada pela afetividade implícita no sufixo diminutivo (comida caseirinha) e pela conotação de deferência, de cuidado para com o turista, presente em “sou eu que faço”. Faz-se pertinente aqui sublinhar a permeabilidade de dois universos, o doméstico e o comercial, tendo em conta tratar-se da voz de um sujeito empreendedor rural.

Porque falam da vivência de relações genuínas de acolhimento, alguns respondentes põem em foco aprendizagens cognitivas estabelecidas na troca relacional: “**Você viaja conversando com eles**” (SER₁); “Eu **aprendi muito com eles** [os turistas]. Talvez eu continuei mesmo com a pousada, hospedagem, né, por causa deles mesmos. Sabe, eles me incentivaram muito, **me ajudaram muito**” (SEU₁); “**Aprendi com eles e eles aprendem com nós.**” (SER₅); “[...] **é uma troca de conhecimentos, eu passo pra eles** o que eu conheço daqui, **eles me passam** da região deles.” (SEU₃).

Observem-se, nesse conjunto de fragmentos, as pessoas do discurso que estariam compreendidas no pronome “você”. Para além da segunda pessoa (com quem se fala), aí estaria compreendida a primeira pessoa (a que fala) e, implícitas, quaisquer outras terceiras pessoas que possam ter a oportunidade de “viajar” conversando com os turistas/visitantes. O dizer passa então a soar como algo tácito.

Mais ainda. De acordo com o que afirma um dos sujeitos empreendedores rurais, a troca relacional faculta o conhecer, o “reconhecer” e o reconhecer-se com um novo olhar. Nesse sentido, podem aqui ser trazidas as seguintes passagens: “[...]”

a pessoa que nunca viu um pé de maçã e chegam ali no pomar e vê tudo, que pra nós é uma coisa comum que a gente já tá acostumado ali e não dá muita atenção pra aquilo, a gente não vê uma beleza tão grande assim” (SER₄); “São pessoas que descrevem [Urupema] como um lugar mágico, lugar que tem uma potencialidade incrível, e assim eu gostaria que as pessoas daqui também tivessem, né, a oportunidade que eu tenho de ter esse contato” (SER₆).

Retomando agora a questão que remete à percepção da hospitalidade na perspectiva coletiva, 11 dos 17 respondentes (65%) dizem que a população, de maneira geral, é hospitaleira, conforme se pode constatar, a título de exemplo, em: “É que, se eles vê uma pessoa estranha, eles querem conversar, tratam bem, eles querem mostrar o que têm, só que é pouco o que tem pra mostrar, mas o pessoal gosta de atender essas pessoas” (SRC₂); “As pessoas gostam de receber visitas em casa e normalmente a visita não sai sem comer uma rosca de coalhada, um pinhão assado, um cafezinho, um chimarrão” (SER₆); “O pessoal é muito hospitaleiro, tu chega, já te convidam pra tomar chimarrão, tomar um café, almoçar, e essa nossa região aqui tem essa característica” (SER₄); “Eles [turistas/visitantes] falaram que eles [comunidade] são bem conviventes assim, são legais, eles gostam da relação. Eles [turistas/visitantes] falam que a Serra é muito grude vamos dizer assim, são grude de chegá e tomá café, essas coisas” (SRC₁); “As pessoas que já vêm em Urupema pra visitar, eles saem sempre muito contentes com a recepção do nosso povo. Dizem que o povo serrano é um povo hospitaleiro, que dá atenção às pessoas, que sabem tratar bem as pessoas [...], a gente ouve muitos depoimentos desse pessoal, do diferente, do povo daqui ser um povo diferente de tratar melhor as pessoas, de levar, de passar na rua e dar bom dia, boa tarde, né, então de se importar mesmo” (SGP₁); “É, porque, pra nós, o pessoal é muito assim, muito dado, chega um turista, assim, eles proseiam muito, contam as história, hospedam bem” (SEU₄).

Os extratos trazem a percepção, por parte de sujeitos entrevistados – e por turistas/visitantes a cuja voz eles fazem referência – de uma coletividade que tem na solicitude, no convívio amistoso, tal como muitas vezes se dá no cenário doméstico, na atenção às pessoas de fora, na disposição para acolher, marcas das relações interpessoais que mantêm na cotidianidade. Prosear, contar história, oferecer o chimarrão e o cafezinho, compartilhar a mesa com produtos típicos locais, conforme é destacado, revelam traços propícios a uma dinâmica sociorrelacional não

cenarizada, para além daquela “[...] travestida de regras da urbanidade”, retomando os dizeres de Camargo (2015, p. 44).

Contudo, tais características – que revelam uma latência para a potencialização das relações de hospitalidade entre turistas/visitantes e comunidade –, mencionadas por 65% dos sujeitos (que integram os diferentes segmentos, na pesquisa, representativos da comunidade) estão longe de serem consideradas, como um fator de atratividade potencializador do desenvolvimento turístico de Urupema. Lembre-se que apenas 4 dos 17 sujeitos (23%) a inseriram no conjunto de atrativos em suas respostas à questão 2.

Há que se referir aqui a outros 6 dos 17 respondentes (35%), os quais afirmam que essa hospitalidade não se aplica à totalidade da população, apontando indícios de relações de inospitalidade por parte da comunidade, seja na relação com pessoas que vêm como turistas/visitantes, seja na relação com pessoas que vêm de fora para empreender e que se estabelecem como moradores do município. O Quadro 3 traz algumas menções dos sujeitos a esses aspectos negativos relativos a dois conjuntos de situações percebidas: comportamentos sociais com traços de inospitalidade e despreparo na relação com o turista/visitante.

Quadro 3 – Situações indicativas de aspectos negativos na relação de hospitalidade com o turista/visitante e internos à comunidade.

(continua)

| Situação percebida | Verbalizações |
|---|--|
| Comportamentos sociais com traços de inospitalidade | “ O pessoal aqui é fechado, eles não querem que o pessoal venha de fora; um lote aqui é 100 mil, o povo não aceita muito essas pessoas aqui. ” (SER ₅) |
| | “[...] eles têm uma certa barreira com as pessoas de fora, sabe? Assim, não com as pessoas que vêm como turista [...] é mais com quem acaba se ficando aqui.” (SER ₁) |
| | “[...] tem bastante gente que é, tem bastante gente que é bastante hospitaleira aqui, isso aqui no nosso lugar tem, tem mais que sim do que não, a maioria é. ” (SEU ₁) |
| | “Olha eu sou bem franco dizer, hoje dentro da Urupema pensando no hospitaleiro, nós não temos 40% da população que é ”. (SER ₅) |
| | “[...] já teve problemas de observadores de aves ficarem fotografando numa estrada municipal e serem abordados, eu não sei se o cara tava..., mas |

| | |
|--|--|
| | tiveram a impressão que o cara tava armado, e perguntou num tom grosseiro: O que vocês estão fazendo aqui?” (SER ₁) (conclusão) |
| Despreparo profissional na relação com o turista/visitante | “As pessoas são hospitaleiras, embora despreparadas , porque o nosso povo é despreparado pra receber, talvez pela simplicidade que acaba deixando às vezes a desejar: fala mal do outro ou ... Essas coisas, eu acho que tem que sê resolvidas dentro do município, né? [...] Reclamam pro turista!”. (SER ₂) |
| | “[...] já chegou turistas de outros lugares dentro da casa da gente reclamando que não deu para ficar, pelo mau atendimento [...]. Tem pessoas que trata mal, recebe mal , eu acho que isso as pessoas têm que mudarem, né?” (SEU ₁) |
| | “[...] assim ó, como o turista é novo, as pessoas, nós somos um pessoal meio envergonhado . O nosso maior problema na nossa região é a nossa autoestima, ela é tão baixa que uma pessoa de fora nos assusta”. (STA ₁) |
| | “[...] só que o povo daqui, um ou outro, sempre tem aquela desconfiança , o medo de, tipo essas casas alternativa. Às vezes eles dizem: a fulana tem coragem de botá uma pessoa estranha ali na casa dela, hospedar um turista dentro da casa dela. (STA ₂) |

Fonte: Elaboração própria.

Um aspecto relevante a sublinhar diz respeito a traços de inospitalidade no âmbito interno à comunidade, estabelecendo-se barreiras relacionais. Já o fragmento “As pessoas **são hospitaleiras, embora despreparadas**” tem implícita a potencialidade para o acolhimento. O conector “embora” autoriza discursivamente a leitura: se as pessoas forem preparadas, a hospitalidade poderá ser ainda maior.

Faz-se interessante observar as verbalizações dos sujeitos SEU₁ e SER₅, as quais encerram uma oposição na percepção do contingente de pessoas que podem ser consideradas hospitaleiras: “[...] tem mais que sim do que não, a maioria é [...]” *versus* “[...] nós não temos 40% da população [hospitaleira]”. Reforçando a primeira percepção, pode ser trazido o fragmento da resposta do sujeito SER₂ “Tem pessoas que trata mal, recebe mal [...]”. A expressão “tem pessoas” demarca uma parte da coletividade. Nas respostas podem estar envolvidas variáveis como concepção de hospitalidade, experiências pessoais vivenciadas, características psicológicas (pessoal fechado, meio desconfiado, simplório, com baixa autoestima, conforme características apontadas pelos próprios sujeitos), parâmetros culturais diferentes

com relação ao trato com o turista/visitante, entre outros. Fato é não haver consenso entre os sujeitos a esse respeito.

Repetindo o que se identificou em outras respostas, é apontada a necessidade de fazer frente aos condicionantes apontados, de ordem administrativo/econômica, estrutural, relacional, educacional e cultural. Novamente aqui se encontram subjacentes estruturas discursivas como “SIM, MAS”; “SIM, SE”. É o que vem sintetizado no Quadro 4.

Quadro 4 – Categorização de aspectos apontados pelos sujeitos como condicionantes para a efetividade do acolhimento e suas respectivas incidências por segmento representativo.

| O QUE FALTA/PRECISA MELHORAR | SEGMENTOS | | | | | % |
|--|------------|------------|------------|------------|------------|-----|
| | SGP (3) | SER (6) | SEU (4) | SRC (2) | STA (2) | |
| Conhecimentos sobre o município e a região para prestar informações básicas de: a) características climáticas, geográficas e histórico-culturais da região; b) localização geográfica de pontos estratégicos com referências e noções de quilometragem. | 2 | 0 | 0 | 0 | 1 | 17% |
| Estrutura turística: a) meios de hospedagem e serviços de alimentação; b) atrativos e opções de entretenimento e lazer; c) iniciativas de investimento e confiabilidade na atividade turística; d) superação da resistência a novas ideias/propostas. | 2 | 0 | 3 | 2 | 1 | 47% |
| Desenvolvimento da competência para a hospitalidade: (na relação intracomunidade e na relação com o turista/visitante) a) percepção/compreensão de demandas básicas do outro; b) respeito às diferenças e superação de barreiras por preconceito; c) superação da barreira comunicativa; d) superação da resistência a novas ideias/propostas; e) superação das atitudes e pensamentos autocentrados. | 1 | 6 | 2 | 0 | 2 | 64% |
| Qualificação para receber profissionalmente o turista/visitante: a) prestação de serviços e de comércio de qualidade, compatíveis com a necessidade turística; b) compreensão da necessidade de não exposição dos problemas pessoais, políticos e/ou internos da comunidade ao turista. | 2 | 3 | 1 | 0 | 1 | 47% |
| Ações da Gestão pública: a) planejamento turístico municipal, e regional; b) normatizações para empreendimentos do ramo; c) inventário turístico (natural e cultural); d) leis municipais que incentivem o desenvolvimento da atividade. | 0 | 2 | 1 | 0 | 1 | 23% |

Na base dessas diferentes percepções estão, entre outros elementos, universos conceituais de turismo e hospitalidade, cuja apreensão se mostra importante na direção de buscar compreendê-las com maior profundidade e disso derivar repercussões de cunho pragmático, como mencionado na introdução deste trabalho. Dito de outro modo, na análise dos dados até aqui realizada, procurou discursivamente destacar pontos que se mostraram/consideraram significativos em cada conjunto de respostas à cada uma das questões orientadoras formuladas.

6 A VOZ DA COMUNIDADE: UMA SÍNTESE INTERPRETATIVA

Após os processos de leitura sincrética e analítica das respostas dos sujeitos a cada uma das questões orientadoras, buscar identificar “a voz” da comunidade tecida no entrelaçamento de diferentes vozes, requer que se tome o caminho da elaboração de uma síntese interpretativa. Para tanto, faz-se necessário revisitar bases conceituais a partir das quais se procurou construir um marco teórico de referência, bem como, ter presentes, a questão de pesquisa, os objetivos propostos e reportar a reflexão às análises realizadas, inicialmente no que tange aos conceitos de turismo que estariam subjacentes às manifestações dos sujeitos constitutivos de segmentos representativos da comunidade de Urupema.

Antes de dar início a esta síntese, cabe aqui pontuar que o grupo de sujeitos entrevistados, conforme os segmentos Gestores Públicos, Empreendedores Urbanos e Rurais, Trabalhadores Autônomos e Comunidade, exercem diferentes funções dentro do corpo social, – gestor público/empreendedor, trabalhador autônomo/servidor público, empreendedor rural (agricultor)/representante comunitário, empreendedor rural (pousada)/Secretária de Educação e Cultura – porém, na abordagem para entrevista, foi solicitado aos sujeitos que colocassem o foco da resposta na qualidade de sujeito do segmento que estaria, de acordo com o solicitado, representando na pesquisa. Contudo, em alguns casos, uma voz acaba abarcando outras mais, trazendo à resposta de cada pergunta, a ampliação de contextos/segmentos.

6.1 CONCEPÇÕES SUBJACENTES DE TURISMO

Dos objetivos específicos de identificar e analisar interpretativamente: **1)** a visão, por parte dos entrevistados, sobre o município ser ou não turístico e, neste último caso, se com potencial para tal; **2)** elementos que, na perspectiva da comunidade, atraem ou poderiam atrair o turista/visitante; **3)** elementos apontados como identitários do município; busca-se extrair do posicionamento dos sujeitos entrevistados, reflexos da respectiva concepção de turismo.

Na análise, sobretudo das três primeiras perguntas, a concepção de turismo que se mostra prevalente entre os sujeitos dos segmentos representativos do município é a econômico-comercial, ou seja, a “atividade” perspectivada na oferta de produtos/serviços para a geração de demanda passível de comercialização. O

turista/visitante é visto como um cliente, e a disponibilização e investimentos em estruturas e serviços, como essenciais ao desenvolvimento turístico local. Sob esse prisma, aí estaria particularmente uma aproximação e ênfase aos subsistemas econômico (nele ressaltada a necessidade crucial de investimentos internos e externos), de superestrutura e infraestrutura; de mercado, oferta, demanda e consumo dentro dos sistemas categorizados por Beni (1999) para a compreensão da complexidade do turismo. Estaria aí também subjacente a visão do turismo ao mesmo tempo como propulsor ou reconstrutor de economias, remetendo à perspectiva da Plataforma de Defesa, segundo proposição analítica de Jafar Jafari, já em 1994.

As respostas não encaminham, pois, à identificação de predominância de concepções de turismo cujo epicentro seja de caráter humano (MOESCH, 2002), envolvendo processos de estranhamento, de mobilização subjetiva, de ressignificações (GASTAL e MOESCH, 2007); ou cujo foco esteja na construção do “ser” turista na experiência turística, a que se refere Panosso (2011); ou ainda, se for considerada a natureza psicológica, cuja base teórica pressuponha o entendimento de que no cerne do processo que move os sujeitos, está a metáfora do desejo, como propõem Perazzolo, Santos e Pereira (2013a).

Não se pode deixar de supor um possível envolvimento, nessa concepção prevalente, do fato de que a maior parte dos sujeitos é de empreendedores (rurais ou urbanos), mas ela também está marcada fortemente na voz dos gestores públicos, o que se mostra como um traço importante quando vinculado a possíveis desdobramentos na função administrativa. De outra parte, parece interessante observar que a concepção de base empírica que se depreende das manifestações desses entrevistados (sem formação específica na área, conforme dados gerais de identificação) não está muito distante das considerações de Moesch, que, em 2002, afirmava que a própria produção do conhecimento do turismo vinha priorizando o “saber fazer”, sendo abordado como uma atividade econômica, pragmática e mercadológica.

No contexto dessa abordagem e na direção da síntese aqui pretendida, cabe ainda voltar a atenção especialmente a alguns pontos referidos nas análises precedentes:

- 1) Apesar de, independentemente do segmento a que pertençam, todos os sujeitos considerarem que o município tem potencialidade para o turismo, não sendo “ainda” turístico, eles divergem no que diz respeito ao estágio

e grau no curso do desenvolvimento turístico, tendo em conta o eixo temporal, contextos situacionais e ações já ou ainda a serem empreendidas – o que, de certo modo, revela uma leitura de cunho opinativo desse processo.

- 2) Na abordagem sobre o que atrai o turista/visitante a Urupema (um dos focos da pergunta 2), as menções dos sujeitos, dentro dos atrativos naturais (que se sobressaem em relação aos culturais e ambientais), por unanimidade, remetem ao clima de inverno. Coloca-se a atratividade do clima de inverno/neve como algo “inevitável”, uma vez que existe uma mídia espontânea e gratuita repetindo o *slogan* “Urupema cidade mais fria do Brasil”. Por outro lado, nas respostas ao que poderia vir a atrair os turistas/visitantes, ainda que os pontos de vista se dividam entre elementos naturais (clima ameno de verão, natureza/paisagem), histórico-culturais (sítios arqueológicos, gastronomia local), econômico-comerciais (comércio de produtos locais, pesca da truta) e atividades turísticas segmentadas (eventos, ecoturismo, visitação a roteiros organizados, esportes), é o clima ameno de verão o que se menciona com maior ênfase como um possível atrativo, o qual viria a minimizar a sazonalidade turística. Entretanto, essa perspectiva se dilui quando se pronunciam sobre a que seria ou poderia ser a marca identitária do município, na medida em que novamente sobre o frio e a neve convergem significativamente as respostas. Não há menção alguma ao clima de verão. Se, de acordo com o referido anteriormente, a marca identitária influi na constituição de um destino turístico, o clima de verão tenderá a não incidir como poderia nesse processo.
- 3) Os sujeitos identificam a necessidade de organização dos recursos/atrativos para a oferta de um produto turístico, porém, sem a devida diferenciação entre eles, sinalizando a falta de clareza do processo que envolve a constituição de um destino turístico.
- 4) Por outro lado, uma vez que, na presente pesquisa, tem-se como pressuposto teórico de que a hospitalidade é um dos elementos fundantes do turismo, potencializando seu desenvolvimento, há que se ressaltar a presença, ainda que, percentualmente, de modo não representativo, de referências a ela como um fator de atratividade que se destaca no município, na voz de sujeitos integrantes dos segmentos dos gestores

públicos, dos empreendedores rurais e urbanos. Como se pode constatar nos fragmentos sublinhados na análise dá-se uma nova tonalização à perspectiva econômico-comercial na concepção predominante de turismo, trazendo a dimensão humano-social da hospitalidade – o que será mais detalhadamente abordado no item 6.2, Concepções subjacentes de hospitalidade –. Por outro lado, à semelhança do que ocorre com o clima de verão, nenhum sujeito menciona a hospitalidade como possível marca identitária.

- 5) Fato que fica bem demarcado na análise realizada é que, ato contínuo às menções sobre a potencialidade da capacidade de atratividade turística na direção do desenvolvimento do turismo no município, os sujeitos referem condicionantes para que sejam sanadas as carências de diferentes naturezas e graus por eles apontadas. Nesses condicionantes, mais uma vez, em consonância com a prevalência de uma concepção econômico-comercial de turismo, se identifica o foco da potencialização do desenvolvimento turístico recaindo prioritariamente sobre categorias de ordem estrutural e operacional: Planejamento/organização socioeconômico-administrativa (ampliação/qualificação de estruturas de serviços; ampliação/qualificação da utilização dos recursos naturais; identificação de oportunidades para investimentos internos e externos); Organização comunicacional (ampliação/qualificação da divulgação midiática); Capacitação profissional (ampliação do conhecimento do município pelos habitantes; capacitação da comunidade para a atividade turística); categorias essas secundadas, com incidência significativamente menor, pelas de ordem sociorrelacional (qualificação das relações interpessoais), sociocultural (conscientização da população para a atividade turística, etc.) e estético-sensorial (necessidade de embelezamento da cidade, foco em áreas privadas, etc.).

Elaborada a síntese interpretativa das questões 1, 2 e 3 no que diz respeito às concepções subjacentes de turismo por parte dos sujeitos entrevistados, na sequência, a partir da análise desenvolvida sobre vivências pessoais e coletivas da comunidade na relação com o turista/visitante no que tange ao acolhimento, buscou-se, à semelhança do processo anteriormente realizado, depreender do discurso dos sujeitos entrevistados concepções de hospitalidade/acolhimento.

6.2 CONCEPÇÕES SUBJACENTES DE HOSPITALIDADE

Como já se pôde assinalar, no contexto do repertório conceitual de hospitalidade dos sujeitos entrevistados, aparecem, como características definitórias, **solicitude**, **abertura/mobilização** e **atenção às necessidades** do outro; **informalidade no convívio**, sem preceitos, próprias do **cenário doméstico**; e, com menor incidência, **aprendizagens cognitiva e afetiva**, germinadas na relação com o outro. Predominantemente, pois, o cerne do conceito de hospitalidade está no “bem receber”, portanto, focado no polo do acolhedor, do anfitrião. Nisso, estaria subjacente o entendimento de Heal (*apud* Lashley e Morrison, 2004), para quem ser um bom anfitrião pressupõe um desejo genuíno de agradar o hóspede, de deixá-lo satisfeito, sendo preciso que o hóspede sinta que o anfitrião está sendo hospitaleiro por sentimentos de generosidade, pelo desejo de agradar, por estar com ele.

De outra parte, nos fragmentos discursivos também se encontram presentes dois universos que se permeiam e, em alguns momentos, até se fundem: o da hospitalidade comercial e o da hospitalidade vivenciada no ambiente doméstico, com regras não explícitas de hospitalidade, nos dizeres de Camargo (2004), ou ainda, retomando Selwyn (2004), marcas, no próprio contexto comercial, das relações do convívio não formal, evidenciando-se uma hospitalidade em que estranhos se tornam conhecidos e amigos, forasteiros em pessoas íntimas, não-parentes em parentes – sentimentos apresentados por parte significativa dos sujeitos entrevistados.

Nesse contexto e igualmente em outras situações para além dele, estariam também subjacentes às relações estabelecidas, concepções que remetem às leis não escritas de Mauss (2003), ao compromisso moral e ético essencial do processo de dar-receber-retribuir, no qual se aproximam sentimentos de gratidão, reciprocidade, cordialidade, solidariedade e hospitalidade, estabelecendo-se laços e alianças, relações, vínculos e o principal, a socialização humana.

Mais ainda: chama a atenção a concepção de base empírica que se depreende de diferentes manifestações desses entrevistados, no que diz respeito a aprendizagens relacionais. Mesmo não se tratando de situações predominantes, elas vão ao encontro da proposição de Perazzolo, Santos e Pereira (2013c), segundo a qual a hospitalidade, na perspectiva das relações humanas, seria, no âmbito da vida cotidiana, potencializadora de aprendizagens para ambos os polos

envolvidos, sujeitos que se transformam, em alguma medida, nas alternâncias de papéis entre acolhedor e acolhido.

Na tessitura desta síntese interpretativa aqui pretendida, caberia, em especial, reiterar alguns pontos referidos nas análises precedentes, caracterizando situações relacionais envolvendo número menor ou maior de sujeitos, mas cuja presença requer atenção, quando se busca identificar traços do perfil da comunidade Urupema, no que tange ao acolhimento:

- 1) Algumas falas dos sujeitos trazem sinalizações positivas sobre a relação com turistas/visitantes, marcada por uma disposição avançada para acolher, revelando uma latência para potencialização das relações de hospitalidade. Uma atitude que merece destaque é a de prontidão para ir ao encontro do “outro”, do forasteiro, do estrangeiro, atitude corroborada na identificação de empregos adverbiais como “já”, “logo”, próprios às ações ou reações marcadas por essas características. Nessa disposição e prontidão, estaria a semente catalisadora para trocas relacionais, com os sujeitos alternando-se nos polos da relação.
- 2) O contato com o “outro” é apontado, de maneira geral, como enriquecedor, principalmente no tocante às experiências de aprendizagens cognitivas e afetivas, nas quais gestos de trocas são permeados por sentimentos de amizade e fortalecedores de laços relacionais. Notas da afetividade na significação da experiência relacional entre turistas/visitantes e comunidade se fazem presentes no relato de vivências cotidianas não “ensaiadas/encenadas”, as quais compõem cenários compartilhados por turistas/visitantes, trazidos e personificados pela voz dos entrevistados.
- 3) O turista/visitante é apresentado em algumas situações como uma “visita que se recebe em casa”, mesmo quando o acolhimento acontece no ambiente de um empreendimento de hospedagem, por exemplo, com gestos repletos de “cuidados” característicos do ambiente doméstico/familiar. Assim, revela-se a “simplicidade no trato” como traço marcante de hospitalidade.
- 4) Sem que alguns sujeitos se deem conta no tempo presente da pesquisa, emerge, na análise discursiva, o despertar de um sentimento de orgulho e motivação por/para estar naquele lugar, o que supostamente favorece a ressignificação de valores culturais e de pertencimento. Por meio da

relação com o turística/visitante, um “outro olhar”, na troca relacional, estaria promovendo o conhecer, o reconhecer, e o reconhecer-se”.

- 5) Ainda que existam menções a indícios de relações de inospitalidade por parte da comunidade, abrangendo 35% dos sujeitos entrevistados, essas se fazem mais manifestas no âmbito das relações endógenas, como um sinalizador de falta de acolhimento interno, principalmente ligado a pessoas que, não sendo do local, ali se instalaram. No que diz respeito a comportamentos sociais com traços de inospitalidade para com os turistas/visitantes, aparece demarcada discursivamente, a necessidade de conscientização e capacitação por parte dos empreendimentos e também por parte da comunidade de maneira geral, o que revela o entendimento de que, havendo ações nesse sentido, o município poderia vir a ampliar sua potencialidade hospitaleira.
- 6) Da mesma forma que ocorreu nas respostas relativas à potencialidade turística do município, novamente aqui se revela maior ênfase ao somatório de condicionantes de ordem administrativo-econômica, estrutural, associados à profissionalização na prestação de serviços, no atendimento ao cliente. Porém, já também se destacam, embora com menor incidência no conjunto dos condicionantes, aspectos de ordem cultural e outros relativos à competência para a hospitalidade centrados nas relações interpessoais ou sócio-humanas.

6.3 RELAÇÕES DEPREENDIDAS ENTRE TURISMO E HOSPITALIDADE

Quando foram propostas as questões sobre a composição de um traçado do que poderia constituir um perfil da comunidade Urupema, tendo por foco suas possíveis concepções de turismo e de hospitalidade, também se questionou sobre como seriam caracterizadas as relações entre esses dois fenômenos, com base no pressuposto de que hospitalidade/acolhimento é um dos elementos fundantes do turismo e que, portanto, quando se pensa em processos de potencialização do turismo, há que se pensar igualmente nas formas como se dão relações de hospitalidade.

Resumidamente, o que as sínteses anteriores, em linhas gerais, levaram a inferir das análises discursivas reporta à predominância de uma concepção de turismo como uma atividade de cunho econômico-comercial, na qual estão em jogo

relações de oferta e demanda de produtos, para as quais convergem essencial e sistemicamente estruturas e serviços. Por outro lado, revelando coerência com esse entendimento, a disponibilização efetiva dessas estruturas e serviços se mostra como principal pilar para a concretização de relações consideradas hospitaleiras num contexto em que se objetiva o desenvolvimento turístico. Nesse mesmo contexto, aparecem também impressas marcas das leis não escritas que tendem a caracterizar a hospitalidade doméstica.

Porém, na direção de melhor visualizar e compreender esses vínculos, retoma-se aqui a tipologia proposta por Perazzolo, Santos e Ferreira (2016, no prelo), centrada na relação entre turismo e acolhimento do desejo na construção da hospitalidade, nela estando o termo “turismo” empregado na sua forma mais genérica, isto é, designando “[...] deslocamentos de sujeitos, marcados por diferentes características de tempo, espaço, motivações e níveis de subjetividade”. Sob essa perspectiva, se poderia depreender que a concepção predominante é a de turismo de demanda intrínseca, podendo transitar, indiretamente, para o de demanda extrínseca, aos quais estariam relacionados, respectivamente, os padrões de disposição para as relações, por parte de sujeitos primariamente acolhidos, caracterizados como instrumental e alienador.

Lembre-se que, no turismo de demanda intrínseca, os deslocamentos vêm associados à expectativa, por parte do sujeito primariamente acolhido (turista/visitante), de prazer e/ou de satisfação de necessidades/desejos pessoais, em princípio, previamente estabelecidos, configurando-se, assim, o padrão instrumental de disposição para o acolhimento, isto é, em que o outro, o acolhedor (no caso, a comunidade de Urupema como Corpo Coletivo Acolhedor) é reconhecido como meio, instrumento para atender às demandas autocentradas do acolhido (turista/visitante). Muito presente no cenário turístico atual, aqui predominam trocas de natureza econômico-comercial, e a efetivação da hospitalidade é dimensionada pela forma/habilidade com que se propicia concretude aos projetos e desejos do acolhido. Conforme antes referido, segundo a proposição teórica das autoras, “[...] o valor pago e recebido [traduz] a justa retribuição pelo prazer obtido, ou pelo serviço prestado”, independentemente de que aí estejam implícitos elementos de natureza subjetiva, como prazer, desejo, demanda, expectativa.

A possibilidade de trânsito para o padrão alienador de disposição para o acolhimento remete à tendência de o Corpo Coletivo Acolhedor ser considerado tanto mais hospitaleiro quanto maior for a atenção dada ao turista/visitante

relativamente a estruturas e serviços (hotéis, restaurantes, transporte, sinais de internet, etc.), vistos como essenciais à satisfação de suas demandas.

Essa tipologia de turismo e de padrões de disposição para o acolhimento que se poderia identificar nas manifestações discursivas dos entrevistados leva a entrever que, ao falar sobre atratividade ou potencialidade turística, os sujeitos o fazem desde a ótica do acolhido, ou melhor, do que lhes parece, seria o “olhar” do acolhido, seus principais desejos, suas principais demandas, os quais, pré e pós-sincronicamente, deveriam ser (re)pensados por quem acolhe. À comunidade Urupema, como Corpo Coletivo Acolhedor, caberia assim buscar satisfazer esses desejos e demandas dos turistas/visitantes – mantendo-se perspectivados como **clientes** –, para os quais se ofereceriam e se qualificariam os atrativos/produtos turísticos existentes, no horizonte da constituição/consolidação do município como destino turístico.

Se assim se poderia caracterizar os processos e modos relacionais que emergem como traços prevalentes na busca de construção de um perfil da comunidade Urupema como Corpo Coletivo Acolhedor, não podem ser excluídas situações pontuais mencionadas nas entrevistas (tendo por objeto sujeitos singulares ou coletivos), das quais se depreende o padrão dinâmico-relacional de disposição para o acolhimento, pela inserção do outro nas expectativas vivenciais do turista/visitante, pela satisfação gerada na experiência sincrônica de conhecer o/no local de, vivenciar o novo, conforme sublinham Perazzolo, Santos e Ferreira (2016, no prelo).

Na efetivação desse “turismo de demanda livre”, caracterizado pelo padrão dinâmico-relacional, abre-se caminho ao acolhimento como fenômeno que se instaura no espaço “entre”, na troca ou alternância dos sujeitos como acolhedores e acolhidos. Com o outro, presente/presentificado na experiência turística, inauguram-se condições para o desenvolvimento de aprendizagens afetivas, cognitivas e relacionais, dando novas tonalidades a relações econômico-comerciais e, assim, ampliando-se possibilidades de desenvolvimento da potencialidade turística.

Novamente cabe aqui reiterar os dizeres de Perazzolo, Santos e Ferreira (2016, no prelo), ressaltando que o termo “padrão” encerra a ideia de tendência, podendo coexistir, no mesmo contexto, elementos de padrões diferentes. Da mesma forma, quando chamam a atenção para a compreensão de que o acolhimento de desejos e demandas como os que caracterizam os padrões alienador ou

instrumentalizador, pode tornar-se importante agente de movimentos para “[...] a escalada relacional do acolhimento”.

Não se veja, nessa leitura, qualquer juízo de valor, apenas uma abordagem constativa a partir da qual se possam vislumbrar ou prospectar outros/novos caminhos a serem trilhados.

7 NA DIREÇÃO DE CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste momento, cabe aqui delinear, a partir do conjunto de traços já apreendidos, um pretense perfil da comunidade Urupema como Corpo Coletivo Acolhedor (CCA), dentro do contexto de desenvolvimento de sua potencialidade turística e de sua competência para acolher. Nesse caminho, retoma-se brevemente a natureza sistêmica do modelo de CCA, que, conforme a proposição teórica de Santos, Perazzolo e Pereira (2014), dá forma e identidade às comunidades, sendo estas compreendidas como a representação mental de um corpo social habitado, compartilhado e construído pelo pensamento, no qual se inter-relacionam, compondo sistemicamente uma triangulação, os elementos: trocas/serviços; conhecimento/cultura; processos de gestão (conforme detalhado na página 40). No traçado dessa triangulação, estaria delimitado o espaço em que o fenômeno do acolhimento e as práticas de hospitalidade se organizam e se desenvolvem, abrangendo intra e inter-relações entre os subsistemas que o constituem e o dinamizam, e relações deste, com o turista/visitante. É nesse quadro que se fizeram ouvir as vozes de sujeitos que compõem os segmentos com e sobre os quais se realizou a pesquisa: o de gestores públicos, empreendedores rurais e urbanos, o de trabalhadores autônomos, estudantes e pessoas do lar.

Ao mesmo tempo, caberia novamente iterar que o modelo, ao “dar corpo”, em uma perspectiva sistêmica, à dimensão coletiva da hospitalidade, implica a compreensão da “concepção compartilhada das totalidades”, de tal modo que é a inter-relação, logo, a interdependência e sinergia dos elementos tangíveis e intangíveis ligados a esses vértices, que alicerça a manutenção desse corpo como coletivamente acolhedor. Por isso, faz-se essencial a experiência do pertencimento a esse corpo social. São os que o compartilham como um espaço vital que estão na origem e na dinâmica das trocas/serviços, da gestão e da cultura. Cada um e todos se implicam mutuamente no sistema. Daí a importância de reconhecerem a comunidade como um CCA e de nele se reconhecerem.

No entanto, referentemente à comunidade Urupema, identificam-se diferentes situações que estariam expressando possível fragilização do vigor das relações de implicação mútua nesse corpo social, situações essas que revelam tendências de “terceirização” de ações. Dito de outro modo, em diferentes oportunidades, identificam-se atitudes desejáveis de agenciamento de mudanças atribuídas a terceiros, aos quais se confere o papel de

desencadear/realizar/assegurar o processo, não raras vezes com tonalizações de prescrição. Trazendo de volta elementos apontados nas análises interpretativas como condicionantes às soluções de carências apresentadas, esses, na maior parte das vezes, inserem-se em verbalizações marcadas por um teor reclamatório e que sinalizam a falta de autoimplicação no processo, ou mesmo, uma despersonalização do agente: “**alguém precisa** fazer”, “**tem que** começar a trazer eventos”, “**tem que** melhorar as estradas”, “**a Prefeitura precisa/deve** fazer”.

Mas, de outro lado, não obstante com bem menor frequência, tem-se igualmente a presença, daqueles que se veem não apenas como participantes do processo de mudança, mas também como seus propulsores ou catalisadores, podendo alterar-lhe o ritmo: “**(nós)** temos que fazer um projeto”; “**nós** estamos com a faca e o queijo na mão”; “**a gente** precisa se unir **e trabalhar nisso, apresentar propostas**”.

Diante desses dois, ou mais cenários, apresentam-se implícitas “culturas” diversas que estariam a caracterizar essa comunidade: a que tenderia a concorrer para fragilizar a articulação que dá sustentação ao CCA e aquela que encerra uma latência para a mudança, com base na compreensão da sistêmica desses processos e da necessidade de autoimplicar-se neles. Nesse sentido, a frase conclusiva de um dos entrevistados, “Penso ainda e vejo que **a cultura local** ainda não despertou para receber o turista, né?”, não retrata com fidelidade esse traço do perfil de Urupema como um CCA.

Corpo esse com que o turista/visitante, o estrangeiro, o outro, dialogam, na interlocução com as vozes que dele emanam. Vozes dos serviços, como as que se fizeram ouvir na fala dos empreendedores rurais e urbanos, à frente de pousadas, restaurantes, comércio de combustíveis, produção agrícola e pecuária, como também dos trabalhadores autônomos, em suas funções de guia de turismo e produção de artesanato; vozes da gestão, que se fizeram ouvir na fala dos gestores públicos da Prefeitura Municipal, da Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento Econômico e da Câmara Municipal de Vereadores; da comunidade em geral, na fala do estudante e da dona de casa; vozes que emanaram e se fizeram ouvir indiretamente dos acontecimentos e registros históricos, do patrimônio natural e cultural, dos valores, percepções, crenças, repassados/revividos, ressignificados intergerações – seiva que nutre a cultura local. Trajetória histórico-cultural essa que repercute fortemente, tal como nas marcas deixadas pelo tropeirismo e pelas culturas italiana e açoriana; marcas deixadas por aqueles que, por muito tempo,

personalizaram a força social e econômica do extrativismo e da pecuária de gado de corte e que hoje acabam por conferir maior significado às atividades daqueles que estão à frente, por exemplo, da fruticultura de maçã, em cujos pomares se vislumbram possibilidades de se desenvolverem atividades turísticas.

Assim, é também nesse cenário de recente emancipação política que o município de Urupema busca seu fortalecimento/reconhecimento face a outros municípios da região, trazendo marcadamente em vozes que lhe possam ser representativas, seu exuberante patrimônio natural, que encerraria a principal força de atratividade de turistas/visitantes, cuja potencialização estaria na interação sistêmica dos vértices do CCA – condição ainda não suficiente ou claramente identificada.

Por outro lado, como se pôde inferir do entrecruzamento das vozes, emergem diferentes sinalizadores (de ordem estrutural, administrativo-econômica, funcional, cultural, sociorrelacional), de disposição para acolher desejos e demandas do acolhido. Independentemente dos padrões de disposição para o acolhimento que move o turista/visitante e do tipo de turismo que possa estar atrelado a esses padrões, outros traços, para além das características climáticas específicas e especiais vistas unanimemente como definitórias da identidade do município de Urupema, também poderiam passar a configurar-se como identitários, na composição do perfil dessa comunidade: aqueles decorrentes de sua instituição como CCA. Traços que potencializariam as possibilidades de o turista/visitante querer regressar – móbil fundamental quando se busca desenvolver o turismo.

De outra parte, se poderia dizer que, sem que a comunidade (na voz de sujeitos entrevistados e de turistas/visitantes a cuja voz eles fazem referência) se dê conta, ela se mostra como uma coletividade que, para além de traços elementares para a relação com o turista/visitante – portanto, para o desenvolvimento do turismo –, tem, acentadamente, na solicitude, no convívio amistoso tal como muitas vezes se dá no cenário doméstico, na atenção às pessoas de fora, na disposição para acolher, marcas positivas de relações interpessoais que mantém na cotidianidade. Prosear, contar história, oferecer o chimarrão e o cafezinho, compartilhar a mesa com produtos típicos locais, conforme é destacado, revelam traços propícios a uma dinâmica sociorrelacional não cenarizada, marcada pela simplicidade – traços já perceptíveis na cultura local. Porém, o reconhecimento dessa potencialidade hospitaleira se apresenta, com significativa incidência, como inferior ao entendimento da primordialidade da necessidade de estruturas/serviços

padronizados, capacitação para operacionalização/oferta daquilo que eles acreditam estar relacionado à satisfação pessoal do turista/visitante, em suas demandas intrínsecas. Em outras palavras, sem qualquer juízo de valor, apenas de forma constativa, torna-se possível afirmar que, no perfil dessa comunidade, está a ênfase dada aos vértices Organismo Gestor e Serviços, estando, por sua vez, também impressas, na cultura local, marcas da ênfase dada ao padrão instrumental de disposição para o acolhimento (o acolhedor como meio, instrumento para atender às supostas demandas autocentradas do acolhido turista/visitante).

Mas por outro lado, há que se pensar que, se acolhedor, aberto às trocas internas e externas, aberto ao outro; se desprovido de demandas autocentradas, de certezas prévias; se voltado a desfazer entraves à harmonização da inter-relação entre serviços, gestão e a cultura local; esse Corpo Coletivo, em sendo entendido como um sistema aberto, também pode sempre aprender e se transformar, se autorreorganizar na relação com o turista, o visitante, o estrangeiro, com outros corpos sociais com os quais estabeleça relações, e assim desenvolver **ainda mais** sua competência para acolher e, em decorrência, a potencialidade turística. Eis onde emerge a importância de, no espaço de triangulação delimitado pelos vértices Organismo Gestor, Serviços e Capital Cultural, essa comunidade revelar em seu perfil movimentos na direção de sanar carências relacionais ainda presentes, que encerram marcas de inospitalidade identificadas particularmente no âmbito interno da comunidade, buscando, para isso, pôr em foco a imprescindibilidade da percepção/compreensão de demandas básicas do outro; do respeito às diferenças e da superação de barreiras por preconceito; da superação de barreiras comunicativas, da resistência a novas ideias/propostas, de superação das atitudes e pensamentos autocentrados – todas essas, condições apontadas pelos entrevistados. É na troca resultante do acolhimento genuíno que reside a possibilidade de aprendizagem e crescimento mútuos, o que já têm claro os sujeitos que mencionaram a possibilidade de “viajar”, de aprender com os turistas/visitantes, e de esses aprenderem com os que os acolhem.

É sob essa perspectiva da possibilidade de uma comunidade passível de aprender e de se transformar permanentemente, que se pode reportar a dados e informações sobre políticas, planos e ações empreendidas ou objetivadas em âmbito municipal e estadual, tal como expresso no Plano de Desenvolvimento Regional de Turismo do Estado de Santa Catarina (PDRT-SC, vigência até 2020). Lembre-se que o documento destaca a necessidade de serem desenvolvidas ações ali

nomeadas de Sensibilização e Conscientização Turística, de Capacitação de Recursos Humanos e Qualificação de Serviços Turísticos no Estado, cujo desencadeamento e implementação ali estariam previstos como atinentes à Secretaria Estadual de Desenvolvimento Regional de São Joaquim (SDR-São Joaquim), de cuja microrregião de abrangência Urupema faz parte e na qual São Joaquim supostamente desempenharia o papel de município turístico indutor.

Por decorrência, cumpriria ressaltar a relevância de a comunidade Urupema, primeiramente, refletir sobre o papel fundamental que assumem o voltar o olhar para si mesma, o ver e sentir-se parte integrante desse processo e, para isso, mobilizar-se, **como um Corpo Coletivo**, desencadeando/desenvolvendo, numa perspectiva sistêmica, ações e interações entre serviços e gestão permeadas pela cultura local, as quais possam potencializar o desenvolvimento do turismo no município e sua constituição/consolidação como destino turístico.

A informação obtida recentemente, por meio de uma rede social, de que foi reconstituído, neste ano, o Conselho Municipal de Turismo de Urupema, leva a entrever novos e promissores horizontes, pressupondo-se haver, nessa decisão e consequente implementação, maior clareza da pertinência de assumir coletivamente uma tarefa que compete a todos, “re”pensar o turismo, a hospitalidade, a relação entre eles, como também soluções possíveis a entraves presentes à construção de cenários futuros. Daí também, na reconstituição do Conselho, entrever o redimensionamento, estabelecimento ou fortalecimento de elos entre os vértices do CCA. Indo mais além, nesse contexto e sob essa perspectiva de um Corpo Coletivo que aprende e se transforma, refletir sobre a possibilidade de a comunidade se permitir ver-se/reconhecer-se como um sistema e também como subsistema de um Corpo Coletivo de dimensão e características regionais, redimensionando e ressignificando as experiências de pertencimento, sem, contudo, perder suas especificidades. Tal entendimento já se fez presente na fala de um dos sujeitos, ao referir caminhos de potencialização turística na integração com os outros municípios, perspectivando, na medida em que cada um e todos se implicam mutuamente, um outro desenho para o perfil da comunidade de Urupema, talvez repercutindo sobre a eventual possibilidade de, coletivamente, a comunidade tomar para si o escopo de tornar-se ela própria agenciadora e catalisadora de algumas mudanças junto aos demais municípios de sua microrregião.

Com esse horizonte, espera-se que o trabalho venha a aportar algumas contribuições, mesmo tendo presentes fragilidades que possam ser detectadas no

traçado e no curso da pesquisa. Como ressaltado na Introdução, dentro de um contexto mais abrangente, almeja-se que os resultados da pesquisa possam constituir-se em subsídios para pautar reflexões, definição de políticas e ações por parte de Urupema e, ocasionalmente, de outros municípios que compõem a SDR de São Joaquim, favorecendo a que desses resultados se possa fazer uma leitura integrada, regionalizada, sob a ótica do desenvolvimento regional do turismo, conforme prevê o Plano de Desenvolvimento Regional de Turismo do Estado de Santa Catarina.

Nessa direção, pretende-se também fazer uma devolutiva à comunidade, com a devida vulgarização científica, de forma a contribuir para que sejam ampliados os canais de interlocução internos e externos. E, no caso de se alcançar obter acolhimento às bases conceituais sobre turismo e hospitalidade, as quais se entrelaçam no conceito de Corpo Coletivo Acolhedor, poder contribuir para que se compreenda a importância de que, para além de treinamentos, sejam buscados, pelos envolvidos, processos outros, de caráter “pedagógico”, que possam desencadear movimentos reflexivos na direção de fomentar ressignificações conceituais que repercutam, por sua vez, no repensar de práticas turísticas e de hospitalidade e, conseqüentemente, no repensar das formas e mecanismos promotores da potencialização do desenvolvimento turístico de Urupema. Ressalte-se que não se veem como excludentes – ao contrário, se veem como necessariamente complementares – ações de cunho mais imediato e técnico-pragmático, que se voltem, por exemplo, a propiciar maior clareza sobre o processo de constituição/solidificação de um destino turístico, considerados recursos, atrativos e produtos disponíveis.

Contudo, só se pode redesenhar caminhos quando já os traçaram. Só se pode trilhar novos percursos, quando há quem vislumbre a possibilidade de fazê-lo. Só se pode reconhecer a importância desses caminhos, quando se permite aos que por eles passaram ou passarem dirigirem-se a seus pontos de destino. Mas, paradoxalmente, é na possibilidade de poder sempre continuar a ser redesenhados, que se sedimenta sua natureza, renovam-se suas propriedades. Por isso, rever e redefinir os traços que encaminham à construção e reconstrução permanente do perfil da comunidade Urupema como um Corpo Coletivo Acolhedor, requer que se reconheça sua trajetória nessa direção e torne possível sempre entrever novos percursos, novos caminhos.

REFERÊNCIAS

- ACORDE. Ação Conjunta de Revitalização e Desenvolvimento. **Projeto Acorde São Joaquim**. Florianópolis: Governo de Santa Catarina, 2009.
- ASCH, S. E. **Psicologia social**. São Paulo: Cia. Ed. Nacional, 1960.
- BAPTISTA, I. Lugares de hospitalidade. In: DIAS, C. M. M. **Hospitalidade: reflexões e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2002.
- BAPTISTA, I. Para uma geografia de proximidade humana. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, ano 2, n. 2, p. 11–22, 2 sem. 2005.
- BARBOSA, L. G. M. (Org.). **Estudo de competitividade de produtos turísticos**. Brasília: SEBRAE, 2011.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2000.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 13 ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.
- BENI, M. C. Sistema de turismo SISTUR. Estudo do turismo face à moderna teoria dos sistemas. **Revista Turismo em Análise**. v. 1, n. 1, p.15-34, mai. 1999.
- BORNHAUSEN, E. Z. (Org.). **Saberes e fazeres: cores e sabores da Coxilha Rica**. Lages, SC: Grafine, 2009.
- BRITO, E. F.; CHANG, L. H. (Org.). **Filosofia e método**. São Paulo: Loyola, 2002.
- BUZZI, A. R. **Introdução ao pensar: o ser, o conhecimento, a linguagem**. 13. ed. Petrópolis: Vozes, 1984.
- CAMARGO, L. O. L. Os domínios da hospitalidade. In: DENCKER, A. F. M.; BUENO, M. S. **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. São Paulo: Thomson, 2003.
- CAMARGO, L. O. L. **Hospitalidade**. São Paulo: Aleph, 2004.
- CAMARGO, L. O. L. A pesquisa em hospitalidade. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30., 2007, Santos. **Anais...** Santos: Intercom, 2007. p. 1-24.
- CAMARGO, L. O. L. In: MONTANDON, A. (Org.). **O livro da hospitalidade: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas**. São Paulo: Senac São Paulo, 2011.
- CAMARGO, L. O. L. Os interstícios da hospitalidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. XII, n. especial, p. 42 -69, mai. 2015.
- CAMPODÓNICO, R.; CHALAR, L. Hacia la construcción del conocimiento en turismo. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, 20(6): p. 1307-1323, 2011.

- CAZELLA, A. A.; BÚRIGO, F. L. O desenvolvimento territorial no Planalto Catarinense: o difícil caminho da intersectorialidade. **Revista Extensão Rural**. Santa Maria (RS), v. 15, n. 1, p.5-30, jun. 2008.
- CHIARADIA, C. **Dicionário de palavras brasileiras de origem indígena**. São Paulo: Editora Limiar, 2009.
- CHON, K. S.; SPARROWE, R. T. **Hospitalidade: conceitos e aplicações**. São Paulo: Thomson, 2003.
- CENTRO DE INFORMAÇÕES DE RECURSOS AMBIENTAIS E DE HIDROMETEOROLOGIA DE SANTA CATARINA – CIRAM. **Dados meteorológicos**. Disponível em: <<http://ciram.epagri.sc.gov.br/index.php>>. Acesso em: 20 ago. 2014.
- CORDEIRO, W.C. **A vitivinicultura em São Joaquim - SC: uma nova atividade no município**. 2006. 139 f. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/89399/235989.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 26 out. 2014.
- DENCKER, A. F. M. **Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.
- DERRIDA, J. ; DUFOURMANTELLE, A. **Anne Dufourmantelle convida Jacques Derrida a falar da hospitalidade**. São Paulo: Escuta, 2003.
- DUQUE, J. M. Fragmentos para uma filosofia da hospitalidade. In: SANTOS, M. M. C.; BAPTISTA, I. (Org.). **Laços sociais: por uma epistemologia da hospitalidade**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2014.
- FLORES, V. (et al.). **Dicionário de linguística da enunciação**. São Paulo: Contexto, 2009.
- FRANÇA JUNIOR, R. T. F.; SILVA, C. A influência da Vinícola Villa Francioni na paisagem turística de São Joaquim (Santa Catarina, Brasil). **Turismo e Sociedade**, Curitiba, v. 7, n. 3, p.446-466, jul. 2014.
- FUCHS, C. **As problemáticas enunciativas: esboço de uma apresentação histórica e crítica**. Alfa. Unesp: São Paulo, 1985. Disponível em: <http://150.164.100.248/nucleos/nad/data1/arquivos/Catherine_Fuchs_As_Problematicas_Enunciativas.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2015.
- GASTAL, S. A.; MOESCH, M. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.
- GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. 8.ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- GONÇALVES, J. L. A.; SOUSA, J. E. P. Hospitalidade: do conceito à prática antropológica. In: SANTOS, M. M. C.; BAPTISTA, I. (Org.). **Laços sociais: por uma epistemologia da hospitalidade**. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2014.

GOVERNO DO ESTADO DE SANTA CATARINA. **Plano de Desenvolvimento Regional de Turismo do Estado de Santa Catarina 2010/2020**: Região Turística Serra Catarinense. Santa Catarina, 2009. Disponível em: <http://sol.sc.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2786>. Acesso em: 10 set. 2014.

GOVERNO DO ESTADO DE SANTA CATARINA. **SANTUR: Destino SC**. Disponível em: <<http://turismo.sc.gov.br/destinos/serra-catarinense/>>. Acesso em: 10 set. 2014.

GRINOVER, L. **A hospitalidade, a cidade e o turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

GRINOVER, L. A hospitalidade na perspectiva do espaço urbano. **Revista Hospitalidade**. Ano VI, N.1, junho 2009.

GRINOVER, L. Hospitalidade, qualidade de vida, cidadania, urbanidade: novas e velhas categorias para a compreensão da hospitalidade urbana. **Revista Iberoamericana de Turismo - RITUR**. Vol. 3, N.1, p. 16-24, 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Cidades**. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/historico.php?lang=&codmun=421895>>. Acesso em: 07 set. 2014.

JAFARI, J. La cientifizacion del turismo. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, v.3, n.1, p.7-36, 1994.

JAFARI, J. El turismo como disciplina científica. **Política y Sociedad**, 2005, Vol. 42 Núm. 1, p. 39-56. Disponível em: <<http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/view/POSO0505130039A/22996>>. Acesso em: 26 maio. 2015.

JORNAL CORREIO LAGEANO. **Mapa regional**. Disponível em: <<http://www.clmais.com.br/eleicoes-2012>>. Acesso em: 26 out. 2014.

KADRI, B. L'identité scientifique du tourisme: um mythe ou une réalité emn construction? **Téoros**: revue de recherche em Tourisme. V. 27, N.1, p.51-58, 2008.

KORSTANJE, M. Turismo Ciencia de la Hospitalidad. **Revista de Investigación em Turismo y Desarrollo Local**. Málaga/Espanha, v. 4, n. 11, p.1-13, Dez. 2011.

LASHLEY, C.; MORRISON, A. (Org.). **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, SP: Manole, 2004.

LASHLEY, C. Hospitalidade e hospitabilidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. XII, n. especial, p. 70-92, mai. 2015.

LINS, H. N. Estilização do turismo: ensaio com foco na serra catarinense. In: Encontro de Economia Catarinense, 3., 2008, Chapecó, SC. **Anais...** . Chapecó, SC: Unesc, 2008. v. 1, p. 330 - 351.

LINS, H. N. Estética y estilo en el turismo pos-moderno: caso Región Serrana de Santa Catarina (Brasil). **Estudios y perspectivas en turismo**, Buenos Aires, v. 18,

n. 1, p.1-20, jan. 2009. Disponível em:

<<http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V18/v18n1.pdf>>. Acesso em: 26 out. 2014.

LISBOA, A. R. **Memórias de um século**. Lages: Moacir Lisboa da Costa, 1991.

MACHADO, P. P. **Bugres, tropeiros e birivas**: aspectos do povoamento do planalto serrano. In: BRANCHER, A.; AREND, S. M. F. (org.) História de Santa Catarina no século XIX. Florianópolis: Ed. UFSC, 2001. p. 11 – 29.

MAFFESOLI, M. **Sobre o nomadismo**. Rio de Janeiro: Record, 2001.

MATURANA, H. R. **Da biologia à psicologia**. 3.ed. Porto Alegre: Artes Médicas, 1998.

MAUSS, M. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

MINAYO, M. C. S. (Org.). **Pesquisa social**: teoria, método e criatividade. Petrópolis: Vozes, 2001.

MOESCH, M. M. **A produção do saber turístico**. 2.ed. São Paulo: Contexto, 2002.

MOESCH, M. M. El origen del conocimiento: El lugar de la experiencia y de la razón em la génesis del conocimiento del turismo. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, v. 22, n. 5, out., 2013. Disponível em: <http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322013000500010&script=sci_arttext>. Acesso em: 10 maio. 2015.

MONTANDON, A. (Org.). **O livro da hospitalidade**: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Senac São Paulo, 2011.

MONTANDON, A. A hospitalidade ontem e hoje. In: DENCKER, A. F. M.; BUENO, M. S. **Hospitalidade**: cenários e oportunidades. São Paulo: Thomson, 2003.

MORRIS, C. G. e MAISTO, A. A. **Introdução à Psicologia**. 6.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

MULLINS, L. J. **Gestão da Hospitalidade e Comportamento Organizacional**. 4 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.

NOGUERO, F. T. La hospitalidad como condición necesaria para el desarrollo local. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. X, n. 2, p. 161 - 212, dez. 2013. Disponível em: <<http://www.revhosp.org/ojs/index.php/hospitalidade/article/view/530>>. Acesso em: 20 ago. 2015.

OLIVEIRA, A. C.; SANTOS, M. M. C. No panorama conceitual da hospitalidade, a presença de novos aportes teóricos. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL - SEMINTUR, 6., 2010, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: Semintur, 2010. p. 1-17.

PANOSSO, A. N. **Filosofia do turismo**: teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2005.

PANOSSO, A. N. A. **Filosofia do turismo**: teoria e epistemologia. 2 ed. rev. e ampl. São Paulo: Aleph, 2011.

PERAZZOLO, O. A.; PEREIRA, S.; SANTOS, M. M. C. Acolhimento e desenvolvimento socioturístico: para uma psicopedagogia do laço social. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 10, 2013, Caxias do Sul. **Anais...** Caxias do Sul: ANPTUR, 2013. p.1-15.

PERAZZOLO, O. A.; PEREIRA, S.; SANTOS, M. M. C. Sincronia e simetria: proposições tipológicas para o acolhimento. XI Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo – Anptur: Universidade Estadual do Ceará, Fortaleza, 2014. **Anais**. Disponível em: <http://www.anptur.org.br/novo_portal/anais_anptur/anais_2014/arquivos/DHT/DHT2/093.pdf>. Acesso em 20 ago. 2015.

PERAZZOLO, O. A.; PEREIRA, S.; SANTOS, M. M. C.; FERREIRA, L. T. Acolhimento e desenvolvimento socioturístico: para uma psicopedagogia do laço social. In: SANTOS, M. M. C.; BAPTISTA, I. (Org.). **Laços sociais**: por uma epistemologia da hospitalidade. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2014.

PERAZZOLO, O. A.; SANTOS, M. M. C.; FERREIRA, L. T. Turismo e o acolhimento do desejo na construção da hospitalidade. XII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo – Anptur. São Paulo. No prelo 2016.

PERAZZOLO, O. A.; SANTOS, M. M. C.; PEREIRA, S.; Dimensión Relacional de la Acogida. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, Buenos Aires, v. 22, n. 1, p.138-153, jan. 2013a. Disponível em: <<http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V22/N01/v22n1a08.doc.pdf>>. Acesso em: 14 set. 2014.

PERAZZOLO, O. A.; SANTOS, M. M. C.; PEREIRA, S. O acolhimento – ou hospitalidade turística – como interface possível entre o universal e o local no contexto da mundialização. **Pasos** – Revista de turismo y patrimonio cultural, V. 11, N. 1, p. 45-55, 2013b.

PERAZZOLO, O. A.; SANTOS, M. M. C.; PEREIRA, S. Corpo Coletivo Acolhedor: uma proposição teórica. In: VIII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo. **Anais**. Balneário Camboriú: ANPTUR, 2011. p.1-12.

PERROT, D. Dádiva, hospitalidade e reciprocidade. In: MONTANDON, A. (Org.). **O livro da hospitalidade**: acolhida do estrangeiro na história e nas culturas. São Paulo: Senac São Paulo, 2011.

PIMENTEL, E.; PINHO, T.; VIEIRA, A. **Imagem da marca de um destino turístico**. Turismo: Visão e Ação, v. 8, n. 2, 2006, p. 283 – 298.

PREFEITURA MUNICIPAL DE LAGES. **Dados históricos**. Disponível em: <<http://lages.sc.gov.br/historico>>. Acesso em: 07 set. 2014.

PREFEITURA MUNICIPAL DE URUPEMA. **Dados históricos e geográficos**. Disponível em: <<http://www.cidademaisfriado brasil.com.br/index.php>>. Acesso em: 07 set. 2014.

RICOEUR, P. **O conflito das interpretações**: ensaio de hermenêutica. Rio de Janeiro: Imago, 1978.

RODRIGUES NETO, J. A. **Memórias de um Joaquinense**. Florianópolis: ALESC, 2011.

RUNES, D. D. **Dicionário de filosofia**. Lisboa: Editora Presença, 1990.

SAINT-HILAIRE, A. **Viagem a Curitiba e Santa Catarina**. Prefácio de Mário G. Ferri; tradução de Regina R. Junqueira. Belo Horizonte: Ed. Itatiaia; São Paulo: EDUSP, 1978.

SANTOS, M. M. C.; PERAZZOLO, O. A.; PEREIRA, S. A hospitalidade numa perspectiva coletiva: o corpo coletivo acolhedor. In: SANTOS, M. M. C.; BAPTISTA, I. (Org.). **Laços sociais**: por uma epistemologia da hospitalidade. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2014.

SELWYN, T. Uma antropologia da hospitalidade. In: LASHLEY, C.; MORRISON, A. (Org.). **Em busca da hospitalidade**: perspectivas para um mundo globalizado. Barueri, SP: Manole, 2004.

SOUZA, A. M. Turismo na Serra Catarinense: um exercício de observação sobre a população do município de Urubici. **Turismo Visão e Ação**, Balneário Camboriú, v. 7, n. 2, p.387-398, maio 2005.

TOMAZZONI, E. L. **Turismo e desenvolvimento regional**: dimensões, elementos e indicadores. Caxias do Sul, RS: EDUCS, 2009.

TULIK, O. **Turismo rural**. São Paulo: Aleph, 2003.

WIKIPÉDIA: A enciclopédia livre. **Mapa**. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Urupema>>. Acesso em: 26 out. 2014.

ZIMMERMANN, A. **Turismo Rural**: um modelo brasileiro. Florianópolis: Ed. do Autor, 1996.

APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

Questões semiestruturadas que nortearam as entrevistas:

- 1) Você considera Urupema, tendo em conta recente emancipação política, um município turístico ou com potencial para tal?
- 2) Em relação às características locais, o que atrai ou poderia atrair o turista/visitante a Urupema?
- 3) Pensando agora no desenvolvimento turístico, na sua opinião, o que seria ou poderia ser a marca ou a identidade do turismo em Urupema?
- 4) Em relação à experiência de receber turistas/visitantes, o que você poderia comentar sobre como foi essa relação com alguém de outro lugar? Você vê a população de Urupema como hospitaleira para com os turistas/visitantes?

APÊNDICE B – CARTA DE APRESENTAÇÃO



UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

Caxias do Sul, 18 de julho de 2014.

Prezado(a) Senhor(a):

Ao cumprimentá-lo(a), apresento a discente Evelise Zerger, aluna do curso de Mestrado em Turismo e Hospitalidade, da Universidade de Caxias do Sul, cuja pesquisa é por mim orientada. A referida mestranda está desenvolvendo sua dissertação sobre o tema *Turismo e Hospitalidade: discursos e relações entre comunidades acolhedoras e sujeitos acolhidos, na perspectiva do desenvolvimento socioturístico da região de Urupema/SC*. A presente etapa de trabalho consiste na realização de entrevistas com representantes de diferentes segmentos dessa região.

Todas as informações coletadas serão de responsabilidade da pesquisadora e utilizadas exclusivamente para fins acadêmicos, conforme o Termo de Consentimento em anexo.

Desde já, grata por sua atenção.

Cordialmente,

Prof.ª Dr.ª Marcia Maria Cappellano dos Santos

Coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade - Mestrado



CIDADE UNIVERSITÁRIA

Rua Francisco Getúlio Vargas, 1130 – B. Petrópolis – CEP 95070-560 – Caxias do Sul – RS – Brasil

Ou: Caixa Postal 1352 – CEP 95020-972 – Caxias do Sul – RS – Brasil

Telefone / Telefax (54) 3218 2100 – www.ucs.br

Entidade Mantenedora: Fundação Universidade de Caxias do Sul – CNPJ 88 648 761/0001-03 – CGCTE 029/0089530

Gráfica Nordeste Ltda. – 130033

APÊNDICE C – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Eu, _____, concordo em participar da pesquisa *Turismo e Hospitalidade: discursos e relações entre comunidades acolhedoras e sujeitos acolhidos, na perspectiva do desenvolvimento socioturístico da região de Urupema/SC*, realizada pela aluna Evelise Zerger¹⁴, do Mestrado em Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul, sob a orientação da Profa. Dra. Marcia M. Cappellano dos Santos¹⁵.

Fui esclarecido(a) de que a pesquisa tem como objetivo criar condições para favorecer a apropriação, por segmentos representativos da comunidade de Urupema/SC, dos conceitos de Turismo e Hospitalidade e a identificação/compreensão de suas implicações no planejamento e desenvolvimento do turismo, bem como fomentar o desenvolvimento de competências para o acolhimento nessa região, ampliando seu potencial turístico.

Fica garantido que minha participação nas atividades não implicará riscos ou desconfortos pessoais e que terei a liberdade de interromper minha participação a qualquer tempo.

Estou ciente de que minha colaboração na pesquisa não resultará em qualquer ganho ou benefício pessoal e que os resultados poderão constar de textos científicos, **ficando garantido, no entanto, sigilo absoluto de dados que possam identificar a mim e aos demais participantes**. Foi-me assegurado que gravações das entrevistas, após a utilização dos dados necessários, serão destruídas.

Fui esclarecido(a) ainda de que, em havendo dúvidas, a qualquer tempo, poderei consultar a pesquisadora responsável pelo projeto.

O presente Termo será assinado em duas vias de igual teor e forma, ficando uma delas em meu poder.

_____ / ____ / ____ / 2014.

Local

Assinatura

¹⁴ E-mail: evelisez@hotmail.com - Telefone: (49) 9161 3385.

¹⁵ E-mail: mcsantos@ucs.br – Telefone: (54) 3218 2621.