

UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL

RAFAEL TOMIO REZENDE IKAWA

**SINALIZADORES DISCURSIVOS DA RELAÇÃO ENTRE O TURISTA COMO
SUJEITO PRIMARIAMENTE ACOLHIDO E O CORPO COLETIVO ACOLHEDOR
NUMA PERSPECTIVA SOCIODINÂMICA DO ACOLHIMENTO**

**CAXIAS DO SUL
2012**

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO
MESTRADO EM TURISMO**

RAFAEL TOMIO REZENDE IKAWA

**SINALIZADORES DISCURSIVOS DA RELAÇÃO ENTRE O TURISTA COMO
SUJEITO PRIMARIAMENTE ACOLHIDO E O CORPO COLETIVO ACOLHEDOR
NUMA PERSPECTIVA SOCIODINÂMICA DO ACOLHIMENTO**

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo 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.

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

**CAXIAS DO SUL
2012**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Universidade de Caxias do Sul
UCS - BICE - Processamento Técnico

I26s	<p>Ikawa, Rafael Tomio Rezende Sinalizadores discursivos da relação entre o turista como sujeito primariamente acolhido e o corpo coletivo acolhedor numa perspectiva sociodinâmica do acolhimento / Rafael Tomio Rezende Ikawa. – 2012. 171 f. : il. ; 30 cm</p> <p>Apresenta bibliografia. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo, 2012. Orientador: Prof. Dr. Marcia Maria Cappellano dos Santos.</p> <p>1. Hospitalidade. 2. Hospitalidade – Bento Gonçalves (RS). 3. Turismo - Psicologia. I. Título.</p> <p style="text-align: right;">CDU 2.ed.: 338.483.13:392.72</p>
------	---

Índice para o catálogo sistemático:

- | | |
|---|--------------------------|
| 1. Hospitalidade | 338.483.13:392.72 |
| 2. Hospitalidade – Bento Gonçalves (RS) | 338.483.13:392.72(816.5) |
| 3. Turismo - Psicologia | 338.482:159.9 |

Catalogação na fonte elaborada pela bibliotecária
Ana Guimarães Pereira – CRB 10/1460

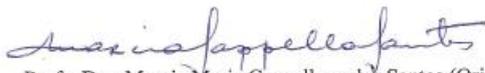
“Sinalizadores discursivos da relação entre o turista como sujeito primariamente acolhido e o corpo coletivo acolhedor numa perspectiva sociodinâmica do acolhimento”

Rafael Tomio Rezende Ikawa

Dissertação de Mestrado submetida à Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em Turismo 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, 24 de setembro de 2012.

Banca Examinadora:



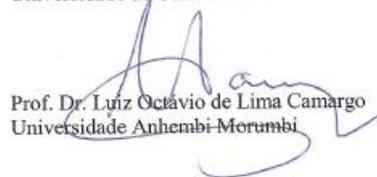
Prof. Dra. Marcia Maria Cappellano dos Santos (Orientadora)
Universidade de Caxias do Sul



Prof. Dr. José Carlos Kóche
Universidade de Caxias do Sul



Prof. Dra. Luciene Jung de Campos
Universidade de Caxias do Sul



Prof. Dr. Luiz Octávio de Lima Camargo
Universidade Anhembi-Morumbi

AGRADECIMENTOS

Agradeço primordialmente a Deus por sempre me fortalecer e permitir que nenhum obstáculo interferisse na minha determinação na realização desta dissertação;

Aos meus queridos pais, Jiro e Cleusa, pelo amor incondicional e pelo incentivo em todos momentos da minha vida e, de modo especial, ao longo do Mestrado;

A meu irmão Jorge, que sempre demonstrou todo seu carinho fraternal, sendo um exemplo no qual pude sempre me espelhar;

À minha namorada Letícia, pessoa ímpar, cujas qualidades vieram completar o que faltava em minha vida;

À paciente, determinada, exigente e competente orientadora Doutora Marcia Maria Cappellano dos Santos, que me trouxe muito aprendizado, conhecimento e sabedoria, sendo também uma “mãezona”;

Às professoras Olga Araújo Perazzolo e Siloe Pereira, pela sua disponibilidade e pelas preciosas e imprescindíveis contribuições para o desenvolvimento e aprofundamento das discussões sobre o trabalho;

À Profa. Luciane Todeschini Ferreira, particularmente por sua dedicação em apontar, a cada Oficina de Texto, caminhos para pensar a linguagem e vencer dificuldades;

À Profa. Terciane Luchese, por sua generosidade científica, dividindo comigo seus conhecimentos;

À Sra. Ivane Fávero, Secretária de Turismo de Bento Gonçalves, e aos empreendimentos turísticos que me receberam de braços abertos para a pesquisa;

A todos os professores e colegas do Mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, pelo compartilhamento de seus conhecimentos acadêmicos e experiências de vida, como também a todos os funcionários do Bloco 46, em especial, à Secretária do Programa, Sra. Regina Mantesso;

Aos colegas de trabalho do projeto *Negócio a Negócio*, em especial a João Godolphim, Viviane Pinto, Fábio Teixeira, Daiane da Silva e Bruna Boff;

Aos amigos de Caxias do Sul, Sr. Noredir, Sra. Laureci, Sra. Juçara, Sr. Sílvio, Alemão, Fabrício, Skin, Jair, Dini, Cassi, Júlia, Chicão, Johnnie, Fran,

Benjamin, Bruno, Roberta, Mogui, Lucas, Leandro, Taísa, Patrícia, Tiago, Vanoni, Amanda, Álvaro, Marcos, Bárbara, Cachopa, Dai, Artur, Rosane, Ismael, Raquel.

A minha família de São Paulo e Minas Gerais, em especial a Tia Gilda, Tio Paulo, Paulão e Leonardo, e a outras pessoas pelas quais sempre guardarei enorme afeto: Gilberto, Gabriel, Eduardo, Gisele, Hélio Junior, Lucas Machado, Diego e Tio Adriano, grandes amigos.

“O mistério que é próprio da subjetividade nunca poderá ser possuído como coisa ou alimento, o que não significa que não se pode, (ou deve) tentar a relação com esse mistério, procurando criar lugares de comunicação. De contato e de proximidade. Pelo contrário, só com uma relação de proximidade é possível abraçar verdadeiramente a aventura da descoberta, da realização e da superação de nós mesmos.”

(Isabel Baptista)

“O sistema não é uma palavra-chave para a totalidade; é uma palavra-raiz para a complexidade.”

(Edgar Morin)

RESUMO

A presente pesquisa, de caráter predominantemente qualitativo, tem como objetivo contribuir para a discussão conceitual sobre hospitalidade na perspectiva coletiva, por meio da proposição do conceito de Corpo coletivo acolhedor e, conseqüentemente, sobre a respectiva aplicação no contexto turístico. Com inspiração na confluência da perspectiva psicanalítica e do modelo sistêmico, o conceito, proposto por Perazzolo, Santos e Pereira (2012), que se personifica na representação evocada por seu nome e que daria forma e identidade às comunidades, estrutura-se a partir da interligação de, pelo menos, três vértices: SERVIÇOS, ORGANISMO GESTOR E CAPITAL CULTURAL. Os pontos dessa triangulação delimitam o espaço no qual se encontram as bases sobre as quais o fenômeno e as práticas do acolhimento se organizam e se desenvolvem numa comunidade, num sistema social. Tendo por referente esse conceito, a investigação busca responder à questão: Que traços poderiam ser identificados, na dinâmica do acolhimento em sua perspectiva coletiva, da relação entre o turista como sujeito primariamente acolhido e os vértices do Corpo coletivo acolhedor, considerando a ótica do sujeito acolhido? Mediante uma abordagem hermenêutica, os procedimentos organizativos e analíticos dos dados discursivos pautaram-se por supostos e técnicas da análise de conteúdo e da linguística enunciativa em aproximações com a análise do discurso. Constituíram o universo da pesquisa 37 sujeitos (turistas primariamente acolhidos) provenientes de 13 estados brasileiros, entrevistados junto a diferentes atrativos e equipamentos turísticos da comunidade Bento Gonçalves, localizados nos espaços rural e urbano e que recebem expressivo número de turistas. O perfil dessa comunidade-corpo coletivo que acolhe traçado pela voz dos sujeitos turistas ratificou sua dinamicidade e complexidade sistêmicas, seu caráter organísmico expresso nas relações de interdependência e semipermeabilidade dos três vértices, tendo presente os sinalizadores discursivos identificados que apontaram, entre outros elementos – com seus respectivos desdobramentos –, para organização geral, turística e socioeconômica, empreendimentos, equipamentos e atrativos turísticos, aspectos estéticos e perceptuais, recepção interpessoal.

Palavras-chaves: Turismo; Hospitalidade/acolhimento; Dimensão coletiva da hospitalidade; Corpo coletivo acolhedor; comunidade Bento Gonçalves.

ABSTRACT

The present research, in a predominantly qualitative feature, aims to contribute to a conceptual discussion about hospitality in a collective perspective through the proposition using the concept of welcoming collective body and, consequently, on the respective application in the tourist context. With inspiration on the psychoanalytic concept of confluence and the systemic model, the concept proposed by Perazzolo, Santos and Pereira (2012) which personifies itself on the evoked representation via its name and that would give form and identity to the communities. It organizes itself from the interrelation of at least three vertexes: services, managing organism and cultural capital. The points on this triangulation delimit the space in which the bases of the phenomenon and the welcoming practices encounter themselves and then develop into a community on a social system. Having this concept as allusion, the investigation seeks to answer the question: which traces could be identified, on the welcoming dynamic in its collective perspective, from the relation between the tourist as primary welcomed subject and the vertexes on the welcoming collective body, considering the welcomed subject's optic? Through a hermeneutic approach, the organizational and the analytical procedures from the discursive data interlined themselves by assumptions and techniques from the content analysis and from enunciative linguistics in approximation with the speech analysis. As the subjects inside the research, were 37 people (primarily welcomed tourists) from 13 Brazilian states, interviewed at various attractions and tourist facilities of Bento Gonçalves, located in rural and urban areas where it is received a significant number of tourists. The profile of this community-collective body which welcomes the subjects outlined by their voice ratified its systemic dynamism and complexity, its organismic character expressed in the relations of interdependence and semi-permeability of the three vertexes presenting the identified discursive signals which indicated, among other elements – with their respective occurrences -, to a general, tourist and socioeconomic organization, projects, equipment and tourist appeal, aesthetic and perceptual aspects, interpersonal reception.

Keywords: Tourism; Hospitality/welcoming; Collective dimension of hospitality; Welcoming collective-body; Bento Gonçalves community.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Corpo coletivo acolhedor.....	22
FIGURA 2 – Tópicos discursivos enunciados por primeiro identificados nas verbalizações dos sujeitos, em resposta às questões 1 e 2.....	66
FIGURA 3 – Tópicos discursivos adicionais aos enunciados por primeiro identificados nas verbalizações dos sujeitos.....	68
FIGURA 4 – Total geral de ocorrências de cada um dos tópicos presentes nas verbalizações dos respectivos sujeitos, somadas as enunciadas por primeiro (A) às adicionais (B).....	73
FIGURA 5 – Organização categorial das verbalizações no eixo RELAÇÕES SÓCIO-HUMANAS.....	75
FIGURA 6 – Organização categorial das verbalizações no eixo ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICA E ADMINISTRATIVA.....	75
FIGURA 7 – Organização categorial das verbalizações no eixo PRODUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS.....	78
FIGURA 8 – Organização categorial das verbalizações no eixo IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS.....	80
FIGURA 9 – Comparação entre a ordenação das subcategorias relativas às verbalizações enunciadas por primeiro e a ordenação relativa ao total de verbalizações.....	95
FIGURA 10 – Aproximações entre os itens correspondentes aos dados gerais sobre os sujeitos e os eixos categoriais.....	95
FIGURA 11 – Histograma representativo das aproximações, em números absolutos e perceptuais, entre os itens correspondentes aos dados gerais sobre o sujeito e os eixos categoriais.....	97
FIGURA 12 – Subcategorias cujo foco incide sobre o vértice CAPITAL CULTURAL.....	100
FIGURA 13 – Subcategorias cujo foco incide sobre o vértice SERVIÇOS.....	101
FIGURA 14 – Subcategorias cujo foco incide sobre o vértice ORGANISMO GESTOR.....	102

FIGURA 15 – Incidência de foco sobre IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS e relação com o corpo coletivo acolhedor.....	103
FIGURA 16 – Incidência de foco sobre elementos naturais e relação com o corpo coletivo acolhedor.....	104
FIGURA 17 – Visão geral das incidências de foco do conjunto de subcategorias sobre os vértices do corpo coletivo acolhedor.....	105
FIGURA 18 – Abordagem sistêmica da subcategoria MANUTENÇÃO/LIMPEZA.....	105
FIGURA 19 – Abordagem sistêmica da subcategoria EQUIPAMENTOS.....	109
FIGURA 20 – Perfil do corpo coletivo acolhedor considerando percentuais de incidência de subcategorias constituídas a partir de verbalizações enunciadas por primeiro, em relação ao total de verbalizações.....	111
FIGURA 21 – Perfil do corpo coletivo acolhedor considerando percentuais de incidência de subcategorias constituídas a partir de verbalizações adicionais às enunciadas por primeiro, em relação ao total de verbalizações.....	111
FIGURA 22 – Perfil do corpo coletivo acolhedor considerando percentuais de incidência de subcategorias constituídas a partir do conjunto de verbalizações enunciadas por primeiro somadas às adicionais, em relação ao total de verbalizações.....	112

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Percentual, em ordem decrescente, de verbalizações por eixo categorial, em relação ao total de verbalizações dos sujeitos.....	82
TABELA 2 – Percentual, em ordem decrescente, de verbalizações, por subcategoria, em relação ao eixo categorial RELAÇÕES SÓCIO-HUMANAS (I) e ao total de verbalizações dos sujeitos (II).....	83
TABELA 3 – Percentual, em ordem decrescente, de verbalizações, por subcategoria, em relação ao eixo categorial ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICO-ADMINISTRATIVA (I) e ao total de verbalizações dos sujeitos (II)..	83
TABELA 4 – Percentual, em ordem decrescente, do total de verbalizações por subcategoria em relação ao total de verbalizações da respectiva categoria, no eixo categorial ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICO-ADMINISTRATIVA.....	84
TABELA 5 – Percentual, em ordem decrescente, de verbalizações por subcategoria, em relação ao eixo categorial PRODUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS e ao total de verbalizações dos sujeitos.....	85
TABELA 6 – Percentual, em ordem decrescente, de verbalizações por subcategoria, em relação ao eixo categorial IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS e ao total de verbalizações dos sujeitos.....	85
TABELA 7 – Percentual, em ordem decrescente, de verbalizações por subcategoria no diferentes eixos categoriais, em relação ao total de verbalizações dos sujeitos.....	86
TABELA 8 – Total de verbalizações e percentual por subcategoria e em ordem decrescente, de verbalizações enunciadas por primeiro, em relação ao eixo categorial RELAÇÕES SÓCIO-HUMANAS (I) e ao total de verbalizações dos sujeitos enunciadas por primeiro (II).....	87
TABELA 9 – Total de verbalizações e percentual por subcategoria e em ordem decrescente, de verbalizações enunciadas por primeiro, em relação ao eixo categorial ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICO-ADMINISTRATIVA (I) e ao total de verbalizações dos sujeitos enunciadas por primeiro (II).....	88
TABELA 10 – Total de verbalizações e percentual por subcategoria e em ordem decrescente, de verbalizações enunciadas por primeiro, em relação ao eixo categorial PRODUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS (I) e ao total de verbalizações dos sujeitos enunciadas por primeiro (II).....	88

TABELA 11 – Total de verbalizações e percentual, por subcategoria e em ordem decrescente, de verbalizações enunciadas por primeiro, em relação ao eixo categorial IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS (I) e ao total de verbalizações dos sujeitos enunciadas por primeiro (II).....	89
TABELA 12 – Total, em ordem decrescente, das verbalizações enunciadas por primeiro e respectivos percentuais em relação ao total dessas verbalizações.....	90
TABELA 13 – Percentuais, por subcategoria, relativos às verbalizações enunciadas por primeiro (I) contrapostos aos percentuais relativos às verbalizações enunciadas por primeiro somadas às adicionais (II) em relação ao número total de verbalizações	91
TABELA 14 – Representatividade, em percentuais, por subcategoria, das verbalizações enunciadas por primeiro (A), relativamente ao total de verbalizações (B).....	93
TABELA 15 – Aproximações em números absolutos e percentuais entre os itens correspondentes aos dados gerais sobre os sujeitos e os eixos categoriais.....	96

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	17
2 HOSPITALIDADE/ACOLHIMENTO: INCURSÕES CONCEITUAIS	25
2.1 A hospitalidade numa perspectiva sócio-histórica	27
2.2 Natureza das relações de troca na hospitalidade	32
2.2.1 A Dádiva.....	35
2.2.2 Hospitalidade no Domínio Comercial: características e interfaces	38
2.3 Dimensão pública/urbana da hospitalidade e o corpo coletivo acolhedor	45
2.3.1 Hospitalidade Urbana	46
3 PERCURSO METODOLÓGICO	55
3.1 Perspectiva analítica discursiva.....	56
3.1.1 Linguística enunciativa: a enunciação e o discurso	56
3.1.2 Procedimentos e técnicas analíticos	59
3.2 DESIGN DA PESQUISA E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	61
Comunidade-alvo	62
3.2.1 Empreendimentos e atrativos turísticos selecionados	62
3.2.2 Os sujeitos da pesquisa.....	63
3.2.3 Roteiro de entrevista	64
3.2.4 Observância de quesitos de ordem ética	64
4 CATEGORIZANDO E ANALISANDO AS VERBALIZAÇÕES	65
4.1 ANÁLISE LÉXICA E CATEGORIAL.....	65
4.2 APROXIMAÇÕES ENTRE OS DADOS ANALISADOS E OS DADOS GERAIS SOBRE OS SUJEITOS.....	94
4.3 A RELAÇÃO COM O CORPO COLETIVO ACOLHEDOR.....	98
5 EM BUSCA DE UMA SÍNTESE: (RE)TECENDO CONSIDERAÇÕES	113
REFERÊNCIAS.....	124

APÊNDICE A – Histórico de Bento Gonçalves e descrição dos atrativos turísticos	131
APÊNDICE B – Instrumento de Pesquisa.....	139
APÊNDICE C – Carta de Apresentação	140
APÊNDICE D – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.....	141
APÊNDICE E – Entrevistas	142

APRESENTAÇÃO

Falar sobre meu percurso acadêmico até chegar ao Mestrado requer que eu me reporte à época da graduação, quando elaborei, para atividade de iniciação científica, um projeto sobre o *Grand Tour* e também participei do Grupo de Estudos *Saúde, Subjetividade e Contemporaneidade*.

O projeto sobre o *Grand Tour* – que não foi desenvolvido, por razões de ordem institucional –, tinha como objeto de estudos o turismo filosófico no *Tour Inglês* do século XVIII.

Era objetivo do Grupo de Estudos *Saúde, Subjetividade e Contemporaneidade* desenvolver diálogo científico e filosófico entre pesquisadores, subsidiando assim, conceitualmente, atividades de pesquisa, ensino e extensão. Minha participação nesse grupo possibilitou-me, ao longo das discussões, leituras e reflexões, assim como a elaboração de um artigo sobre biopolítica e hospitalidade, publicado, em 2008, na revista **Dialogando no Turismo**, da Unesp. Vale ressaltar também que, ao escrever sobre hospitalidade, muitos outros questionamentos começaram a emergir. No entanto, como me encontrava cursando os créditos finais da graduação, acabei postergando o aprofundamento nessa temática.

Na seleção para o Mestrado em 2010, pensei em retomar ideias presentes no projeto sobre o *Grand Tour*, da época de graduação. No entanto, com o ingresso no curso, revi a proposta inicial, entre outros fatores, pelo fato de começar a participar do Núcleo de Pesquisa *Turismo: Desenvolvimento Humano e Social, Linguagem e Processos Educacionais*.

Essa foi a oportunidade para dar continuidade aos meus estudos sobre hospitalidade e, particularmente, sobre os conceitos ali desenvolvidos. Assim, tem origem a proposta desta pesquisa.

1 INTRODUÇÃO

A concepção de hospitalidade adotada neste trabalho, construída com aportes da Psicologia, diz respeito a um dinâmico fenômeno humano-social cuja compreensão requer análises sob diversos ângulos, à luz da especialidade e da complementaridade de diferentes áreas do conhecimento. Parte-se assim do suposto de que a hospitalidade representa um dos principais elementos constitutivos do turismo, cujo cerne está nas relações e experiências vividas pelo sujeito turista e pelo sujeito acolhedor. Subjacente a essa proposição de relação entre turismo e hospitalidade, está o entendimento de turismo como um fenômeno assentado especialmente em sua dimensão humana (entendimento compartilhado por estudiosos brasileiros como Moesch; Panosso; Beni; Jafari). Está o entendimento de turismo como um fenômeno de experiências vividas que refletem desejos diferentes por parte dos sujeitos envolvidos, experiências em que o turista se institui como um ser em construção, em contínua formação. Está o pensamento de que, nesse quadro, o turismo poderia passar a ser visto “[...] como a busca da experiência humana, a busca da construção do “ser” interno do homem, fora do seu local de experiência cotidiana” (PANOSSO, 2005, p. 30).

Sob uma outra leitura, mas igualmente pautada pela dimensão humana do turismo, este teria sua motivação básica alicerçada no processo que aciona todos os demais comportamentos humanos: o desejo que emerge de diferentes formas, na condição de uma metáfora do objeto original, inacessível, decorrente do impulso de conhecer/experienciar na sua forma mais primária, “[...] tal como apresentado no conceito de pulsão epistemofílica proposto por Freud (1992)”, pulsão a partir da qual, Perazzolo, Santos e Pereira (2011, s.p.), constroem sua proposição teórica. Sob essa perspectiva, seria por meio da hospitalidade¹, ou do processo de interação social na forma de trocas realizadas entre acolhedor e acolhido, que o fenômeno turístico se efetiva e se potencializa.

Nesse sentido, trazer à discussão a estreita relação aqui identificada entre hospitalidade e turismo mostra-se como um caminho para eventualmente ampliar o espectro conceitual desses fenômenos, como também para favorecer/proporcionar

¹ Conforme explicitado no Referencial Teórico (p. 25) os termos “acolhimento” e “hospitalidade” são aqui tomados como equivalentes, nomeando ações ou fenômenos relacionais entre o sujeito acolhedor e o acolhido e, como tal, empregados indistintamente.

novas leituras críticas de projetos, decisões e ações na prática turística, para as quais os conceitos atuam como referente – o que se torna *a priori* relevante.

Por outro lado, a relevância da constituição da hospitalidade em objeto de reflexão – que remonta à filosofia grega – expressa-se igualmente em múltiplos estudos que vêm sendo realizados a respeito, como os de Emmanuel Lévinas, Jacques Derrida, Alain Caillé, Anne Gotman, Marcel Mauss, Alain Montandon, Isabel Baptista, John Walker, Bob Brotherton, Roy C. Wood, Kye-Sung Chon, Raymond T. Sparrowe, Conrad Lashley, Alison Morrison. No Brasil, destacam-se, entre outros, os de Ada de Freitas Maneti Dencker, Célia Maria de Moraes Dias, Gilberto Gidra, Margarita Barretto, Luiz Octávio de Lima Camargo, Biagio Maurício Avena, Lúcio Grinover, sendo todos esses autores referidos e discutidos no decorrer do presente trabalho.

Dentre essas leituras do fenômeno “hospitalidade”, vale ressaltar a multiplicidade de conceitos tecidos a partir de diferentes abordagens assentadas em diversificados critérios analíticos, tais como: contextos em que se efetiva (histórico, social, cultural etc.); natureza das trocas (hospitalidade comercial ou hospitalidade como dádiva), ou mesmo, os próprios processos de interação entre acolhedor e acolhido (ações/fenômeno).

Porém, a par essa amplitude de abordagem teórica, possibilitada pelas intersecções mencionadas, os estudos sobre hospitalidade tendem a centrar-se, a princípio, em duas configurações da relação de troca: a comercial e a dádiva, objetos, respectivamente, das escolas inglesa/americana e francesa.

Os estudiosos que se vinculam à escola francesa atêm-se principalmente à concepção de dádiva, cujas bases se encontram na obra *Sociologia e Antropologia: o ensaio sobre a dádiva*, de Marcel Mauss, datada de 1950. Mauss, em sua análise, traça um panorama de como se efetivava o sistema de trocas instituído no “dar – receber- retribuir” - tripé da dádiva.

Nesse sistema, denominado por ele de “prestações totais”, eram obrigações tanto o dar, como o receber e o retribuir. Portanto, a obrigação de dar consistia na essência da prestação total, porque o fato de dar representava principalmente a criação de um laço interpessoal. Assim, se havia obrigação em dar, igual obrigação havia em receber, ou seja, não se tinha o direito de recusar uma dádiva. No retribuir, fortalecia-se o vínculo pessoal e a sociabilidade, realimentando-se o sistema.

Nessas trocas, configurava-se uma mistura de almas nas coisas, ou a mistura das coisas nas almas; logo, a dádiva aproximava aquele que dava e o que retribuía: dava-se algo de si próprio, aceitava-se algo do outro. Nesse sistema, portanto, não se verificava a dimensão financeira como interesse primário, mas a troca de almas, de humanidades, de relações humanas.

A escola inglesa ou anglo-saxã aponta para a ausência de relações de dádiva no contexto do mercado. A hospitalidade é vista sob as lentes das trocas cambiais e comerciais entre pessoas. Sua prática – e análises que dela se fazem – remetem aos benefícios econômicos advindos da aplicação de ações de “cunho hospitaleiro” nos serviços de hospedagem, alimentação e bebidas (“santíssima trindade”). É nessa vertente que se aborda a substituição do termo *Hotel management* por *Hospitality*, com as implicações disso decorrentes.

Apresentadas sinteticamente essas duas escolas, caberia ainda mencionar uma variante de abordagem da hospitalidade cujo enfoque recai sobre sua dimensão coletiva, a qual foi trabalhada por Grinover (2007). Vista sob esse prisma, a hospitalidade, segundo o autor, envolve a relação entre hospedados e instituições, ou seja, entre pessoas e organizações integradas em um sistema de natureza institucional, pública, privada, ou familiar. Em assim sendo, uma cidade será considerada bonita e hospitaleira conforme sua competência para comunicar o significado, a importância e o valor de sua constituição social, estrutural e arquitetônica, envolvendo também a ação da esfera político-administrativa e da população em geral. O autor entende que a qualidade urbana, a identificação dos grandes signos que traçam o perfil das cidades, facilitam a emergência do sentimento de bem-estar e segurança do estrangeiro, permitindo autonomia de deslocamento e tomada de decisões pessoais.

É também de Grinover (2007) a proposição de que a hospitalidade de uma cidade depende da coexistência de três dimensões de ordem social, cultural, histórica, econômica e ambiental: acessibilidade, legibilidade e identidade.

A acessibilidade compreende, de um lado, uma dimensão tangível, física de viabilidade de acesso ao espaço urbano (disponibilidade de instalações e meios físicos que permitem esse acesso, como transporte, sistema de infraestrutura viária); de outro, uma dimensão intangível de acessibilidade à cultura e à informação. A acessibilidade deve estender-se a todas as pessoas como uma marca da cidadania.

A legibilidade, por sua vez, diz respeito à decodificação do microcosmo urbano, a partir da leitura das diferenças de estilos, valores, crenças, por meio de códigos de comunicação legíveis. Para o pesquisador, ela corresponde à qualidade visual de uma cidade, indica a facilidade com que as partes de uma cidade podem ser reconhecidas e organizadas num modelo coerente. Em trabalho posterior, Grinover (2009), afirma ser a cidade um texto cuja leitura pode ser dificultada, tal a complexidade das mensagens, a crescente polissemia das partes e os diferentes códigos dos leitores possíveis.

No que se refere à identidade, essa diz respeito à forma como o cidadão se relaciona com o lugar e com o “outro”, criando uma alteridade, uma rede de relações que sustentam a vida, conferindo-lhe sentido. A identidade, segundo o autor, é alcançada pela relação entre sistemas espaciais, temporais e sociais da cidade, ou ainda, por fatores culturais, tais como a organização da comunicação e o sistema de lugares.

Sejam, porém, quais forem as lentes com que a hospitalidade vem sendo examinada (econômica, dádiva, coletiva), ela não deixa de se identificar como uma característica da subjetividade humana, ainda quando colocada prioritariamente a serviço de interesses que movimentam segmentos econômicos. Essa dimensão humano-relacional, pontuada fortemente na vertente francesa, é ratificada e apresentada, sob uma outra leitura, por Perazzolo, Pereira e Santos (2009), as quais se valem de aportes teóricos da psicologia.

Sem excluir outras conceituações, o acolhimento é concebido pelas autoras como fenômeno e não como comportamento humano, ou como ato de vontade de um único sujeito, ou como produto dessa relação. Na definição de Perazzolo, Santos e Pereira (2012a, s.p.), trata-se de um fenômeno que se instala no espaço constituído entre o sujeito (na sua forma singular ou coletiva) que deseja acolher e o sujeito que deseja ser acolhido, de forma que o acolhimento, segundo as pesquisadoras (2010, p. 14), se dá “[...] essencialmente, pelas relações humanas marcadas pela capacidade de percepção mútua, pela habilidade de interlocução no nível e na forma como o ‘desejo’ de cada um se manifesta”.

Nesse quadro, para Santos, Perazzolo e Pereira (2009, s.p.),

[...] o sujeito que demanda o acolhimento porta expectativas que dão forma e concretude ao desejo de ver/viver “o novo”, como alternativa para o prazer impossível de ser tomado/conhecido na sua origem, tendo como referência os supostos psicanalíticos da pulsão de saber. O sujeito que deseja ser acolhido é, em essência, o turista (o estrangeiro, o que precisa/quer estar em outro “lugar” que não é o “seu”). Nesse sentido, o acolhimento se institui como cerne (eixo fundante) do fenômeno turístico.

Sob essa perspectiva, o acolhimento não repousa somente no desejo de um ou de outro sujeito (acolhedor e acolhido) situado em um dos polos de interação, mas no espaço onde o acolhedor se transforma em acolhido, e o acolhido, em acolhedor, num movimento alternado. Hospitalidade ou acolhimento seria, nessa perspectiva, uma área constituída na intersecção resultante do encontro dinâmico de demandas distintas, com origem, necessariamente, numa perspectiva subjetiva do desejo, orbitado por eventos circunstanciais, o que significa que, para que ocorra o acolhimento, ambos os sujeitos têm que se ajustar dinamicamente na interação de suas necessidades.

O acolhimento, na sua expressão genuína, segundo as autoras (2012a) não se efetiva sem a dimensão interacional, sem a experimentação do prazer e da afetividade, sem a ocorrência de alguma transformação em ambos os protagonistas da relação. Nesse processo, acolhedor e acolhido se distanciam de demandas autocentradas.

É com esse pressuposto, que Perazzolo, Santos e Pereira (2012c) também se voltam à perspectiva coletiva do acolhimento fazendo incursões teóricas que o abordam em sistemas complexos, dos quais fazem parte grupos humanos, suas organizações estruturais e funcionais, seus valores, cultura e processos de transmissão, sistemas esses que configuram o que denominam “Corpo coletivo acolhedor”² – conceito explicitado no item 2 do presente projeto.

Resumidamente, o Corpo coletivo, aquele que se institui na representação evocada por seu nome e que dá forma e identidade às comunidades, estrutura-se a partir da interligação de, pelo menos, três vértices. Os pontos dessa triangulação delimitam o espaço em que o fenômeno do acolhimento e as práticas de

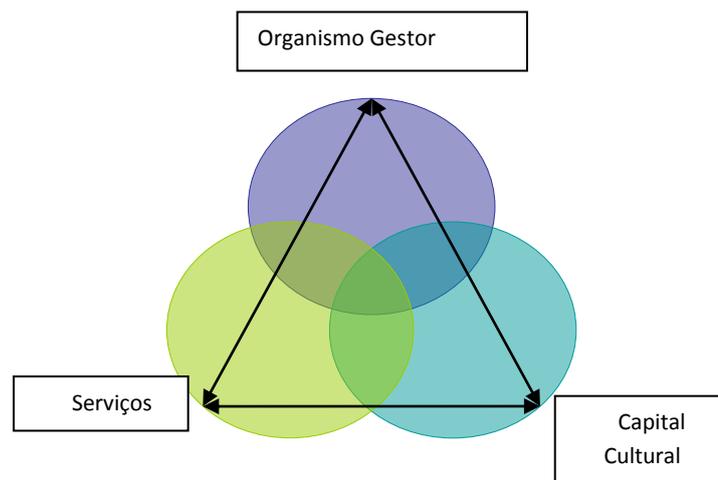
² Esse conceito inscrito numa abordagem coletiva da hospitalidade – Corpo coletivo acolhedor – foi desenvolvido no âmbito do Núcleo de Pesquisa da Universidade de Caxias do Sul, *Turismo: Desenvolvimento Humano e Social, Linguagem e Processos Educacionais*. O Núcleo está vinculado à linha de pesquisa *Turismo, Cultura e Educação*, do Mestrado em Turismo da Instituição. Esse conceito, adotado no presente trabalho como base do referencial teórico, norteia a construção do problema a ser investigado, bem como a abordagem metodológica.

hospitalidade se organizam e se desenvolvem numa comunidade, num sistema social (PERAZZOLO; SANTOS; PEREIRA, 2012c).

Conceitualmente, os vértices aglutinariam as dimensões fundamentais do tecido social, concebido como um sistema, envolvendo: a) o conjunto dos Serviços disponibilizados no âmbito das relações internas/externas; b) o Organismo gestor, de natureza operacional, pública; e c) o Capital cultural, o conhecimento gerado, compartilhado e transmitido pelo grupo/comunidade.

É esse o corpo que acolhe. Um corpo que acolhe através das mãos que recepcionam o estrangeiro (SERVIÇOS), da voz marcada pelo discurso singular da cultura local (CAPITAL CULTURAL), dos valores a que foi submetido; corpo construído a partir de recursos disponíveis e assimilados na relação com o ORGANISMO GESTOR.

FIGURA 1 – Corpo Coletivo Acolhedor



Fonte: (PERAZZOLO, SANTOS, PEREIRA, 2012c, p. 9)

Por outro lado, o conceito de Corpo coletivo acolhedor aqui referido situa-se no âmbito de uma construção teórica tecida prioritariamente pela via da racionalidade – o que, de resto, parece não destoar da grande parte de estudos sobre a hospitalidade. A esse respeito, Dias (2002, p. 127), considera que “[...] a maioria das definições semânticas enfoca o anfitrião e suas habilidades, virtudes e deveres *a priori*. Descrições de hospitalidade do ponto de vista da vivência do hóspede parecem não existir”. Entretanto, dentro da ideia da importância de submeter permanentemente o conhecimento produzido ao crivo de leituras críticas, uma alternativa metodológica que emerge nessa perspectiva (de rediscussão

conceitual) seria, em relação ao conceito de Corpo coletivo acolhedor, a de dar voz aos vértices SERVIÇOS, ORGANISMO GESTOR E CAPITAL CULTURAL, assim como aos sujeitos acolhidos e, com isso, obter maiores subsídios para avaliar, redimensionar, reiterar a própria proposição teórica e/ou, concomitantemente, a respectiva aplicação no contexto turístico. É esse entendimento que deu origem à proposição, pelo Núcleo de Pesquisa referido, do projeto macro *A Gênese interativa do fenômeno do acolhimento na relação sujeito acolhido e Corpo coletivo acolhedor*, o qual inclui dois subprojetos: o primeiro, focalizando a gênese do fenômeno interativo, dando voz ao próprio Corpo coletivo acolhedor; o segundo, focalizando-a, dando voz ao sujeito acolhido (turista) – o que constitui objeto do presente trabalho e está na raiz do problema de pesquisa assim construído:

Tendo por suposto:

- a compreensão do ato de fazer turismo como um comportamento que dá destino ao desejo metaforizado decorrente do impulso de conhecer/experienciar o novo, um outro lugar, na sua forma mais primária;
- a perspectiva conceitual de acolhimento, entendido como fenômeno que se instala dinamicamente no espaço constituído entre o sujeito (na sua forma singular ou coletiva) que deseja acolher e o sujeito que deseja ser acolhido;
- o acolhimento como um elemento constitutivo do fenômeno turístico;
- a possibilidade de abordar o acolhimento na perspectiva coletiva, ou na relação com o Corpo coletivo acolhedor;
- o entendimento de que essa relação do sujeito que é acolhido com um Corpo coletivo acolhedor (comunidade turística) se dá com o espaço constituído entre os vértices desse corpo, ou seja, com os Serviços, o Organismo Gestor e o Capital cultural;

pergunta-se:

Como se manifesta o fenômeno do acolhimento entre o turista como sujeito primariamente³ acolhido e o Corpo coletivo acolhedor, na perspectiva do sujeito

³ O sujeito turista referido neste trabalho é o primariamente acolhido, ou seja, aquele que se insere numa zona de proximidade com o outro (mesmo que a relação ainda não tenha sido "ativada"), que se concebe como visitante/turista no espaço/território desse outro e tem a expectativa de ter suas

acolhido? Ou, mais precisamente: Que traços poderiam ser identificados, na dinâmica do acolhimento em sua perspectiva coletiva, da relação entre o turista como sujeito primariamente acolhido e os vértices do Corpo coletivo acolhedor, considerando a ótica do sujeito acolhido?

Diante dessa questão, a pesquisa tem como objetivo geral, contribuir para a discussão conceitual sobre hospitalidade/acolhimento na perspectiva coletiva, com base na proposição do conceito de Corpo coletivo acolhedor e, conseqüentemente, sobre a respectiva aplicação no contexto turístico. Especificamente, as reflexões estarão voltadas para identificar, pela voz do sujeito turista, sinalizadores discursivos de como se efetiva o processo relacional de acolhimento entre ele e o Corpo coletivo acolhedor, considerados os seus vértices.

2 HOSPITALIDADE/ACOLHIMENTO: INCURSÕES CONCEITUAIS

Quando, na parte introdutória do trabalho, se procurou situar o leitor sobre os caminhos que levaram à proposição da pesquisa, tomou-se o conceito de Corpo coletivo acolhedor como aquele que nuclearia as reflexões e, ao mesmo tempo, assumiu-se a profunda relação entre turismo e hospitalidade, compreendidos ambos os fenômenos à luz da Psicologia.

Para Perazzolo, Santos e Pereira (2012b, s.p.) “Quando se reflete sobre o lugar do homem no fenômeno turístico, pode-se partir do ponto de identificação de sua motivação intrínseca, aquela que antecede o fazer, que determina escolhas, que marca referentes avaliativos de satisfação, ou de frustração”. Essa motivação seria aquela que aciona todos os demais comportamentos humanos: “[...] o desejo, que emerge de diferentes formas, na condição de uma metáfora do objeto original, inacessível. Trata-se de um fazer turismo entendido como um comportamento em cujas raízes estaria o impulso de conhecer/experienciar na sua forma mais primária, a que Freud (1992) denominou de pulsão epistemofílica. Esse impulso seria ativado “[...] a partir de vivências psíquicas estruturantes, como derivação de experiências que integram o processo de formação, na perspectiva da constituição do sujeito como sujeito social. Tal entendimento teria na origem a transposição de dados da microscopia psicanalítica do funcionamento mental para uma escala de dimensões antropológicas, permitindo atribuir novas interpretações para os deslocamentos dos homens. Nesse sentido, o turismo poderia ser analisado “[...] como um fenômeno primariamente impulsionado pela busca daquilo que não se ‘sabe/conhece’, ou pelo desejo de ‘compreender o incompreensível” (PERAZZOLO, SANTOS e PEREIRA, 2012b, s.p.). Nessa direção, complementam as autoras:

Poder-se-ia dizer que todo movimento da vida psíquica na direção do externo ao si próprio seria uma forma de turismo, e todo impulso desencadeado na direção de transformar, a dar destinos ao “não saber”, integraria sistemas complexos que induziriam os sujeitos a espiar, a brincar com os elementos apropriados do mundo sensível, propiciando avanços no desenvolvimento humano, deslizamentos de significações e fomentando a saúde psicossocial (PERAZZOLO, SANTOS e PEREIRA, 2012a, s.p) [tradução nossa].

Eis onde se inscreveria o fenômeno relacional da hospitalidade, na medida em que é a dinâmica do acolhimento “[...] – resultante da tessitura relacional – que

rompe as fronteiras dos territórios do acolhedor e do acolhido, inaugurando novos espaços, únicos, transformados, com dimensões objetivas e subjetivas (Perazzolo, Santos e Pereira, 2012b, s. p.).

O fenômeno da hospitalidade, no entanto, vem sendo abordado sob diferentes vieses teóricos. Assim, para melhor compreender a perspectiva relacional apresentada de forma sintética na introdução deste trabalho, que está na base do problema de investigação, dos objetivos traçados e norteará os processos analítico-interpretativos, mostra-se pertinente situá-la no amplo universo conceitual a partir do qual se tem transformado em objeto de estudo.

Nesse sentido, cabe retomar as referidas abordagens elaboradas com base em diversificados critérios analíticos, tais como contextos em que essas relações se operam (histórico, social, organizacional, público, doméstico); configuração das relações de troca na hospitalidade (comercial e dádiva), ou os próprios processos de interação entre “acolhedor e acolhido” (ações/fenômeno). Ao mesmo tempo, identifica-se, nesse quadro, o emprego dos termos “acolhimento” e “hospitalidade”, definindo ora a mesma ação ou fenômeno, ora ações/fenômenos distintos, ora ações/fenômenos implicados um no outro.

Para Avena (2006, p. 138), a título de exemplo, o acolhimento “[...] abrange uma variedade de elementos entre os quais o reconhecimento, a hospitalidade e o cuidado”. Nesse caso, a hospitalidade seria um componente do acolhimento.

O acolhimento é um ato voluntário que introduz um recém-chegado, ou um estranho, em uma comunidade ou um território, que o transforma em membro desta comunidade ou em habitante legítimo deste **território** e que, a este título, o autoriza a beneficiar-se de todas ou parte das prerrogativas que se relacionam com o seu novo status, definitivo ou provisório (AVENA, 2006, p. 140).

Já, sob outro ângulo, Gidra e Dias (2004), reiterando a conceituação de Isabel Baptista (2002), ao referirem-se à hospitalidade, afirmam ser esta um encontro interpessoal, marcado pelo acolhimento, potencializando assim a humanização das relações. E, nesse caso, o acolhimento configura-se como uma propriedade da hospitalidade.

No presente trabalho, no entanto, como já referido, tais distinções não são consideradas. Como definição operacional, os termos “acolhimento” e

“hospitalidade” serão tomados como equivalentes, nomeando ações ou fenômenos relacionais.

2.1 A HOSPITALIDADE NUMA PERSPECTIVA SÓCIO-HISTÓRICA

Etimologicamente, o termo “hospitalidade” provém da palavra latina *hospitalitas-atis*, a qual, de acordo com Dias (2002, p. 98), traduz-se como:

[...] o ato de acolher, hospedar; a qualidade do hospitaleiro; boa acolhida; recepção; tratamento afável, cortês; amabilidade; gentileza. Já a palavra *hospes-itus* se traduz por hóspede, forasteiro, estrangeiro, aquele que recebe ou que é acolhido com hospitalidade; o indivíduo que se acomoda ou se acolhe provisoriamente em casa alheia, hotel ou outro meio de hospedagem; estranho.

Nessa perspectiva, a ideia de hospitalidade, segundo Walker (2002), é tão antiga quanto a própria civilização, desenvolvendo-se desde o antigo costume de dividir o pão com um estranho de passagem até as complexas operações dos atuais equipamentos turísticos. No texto “Hospitalidade: conceitos e aplicações”, Chon e Sparrowe (2003, p.3), citam um tradicional ditado do Oriente Médio, o qual dá conta da forma como era considerada a hospitalidade: “Eu nunca sou escravo, exceto para meu hóspede”. De outra parte, Bob Brotherton (1999) lembra que a natureza ou os motivos acionadores da hospitalidade refletiram a evolução das sociedades e de seus imperativos. Em assim sendo, a hospitalidade sempre esteve sujeita a influências religiosas, políticas, sociais ou econômicas, as quais, ao longo do tempo, estabeleceram obrigações, ritos, regras, tabus e inseriram formas e funções da hospitalidade em contextos espaço-temporais.

Entre os gregos, estendendo-se depois aos romanos, por exemplo, o exercício da hospitalidade era obrigatório, assumindo mesmo a característica de “sagrada”, o que se pode ver expresso em alguns de seus mitos.

Boff, 2005 (apud PLENTZ, 2010) traz à reflexão o mito segundo o qual a qualquer momento, um deus poderia, travestido na figura de um forasteiro, bater à porta de sua casa e pedir abrigo. As consequências do acolhimento ou da falta deste eram logo sentidas, pois os deuses poderiam ficar irados. Júpiter, o deus criador, e seu filho Hermes, quiseram saber como estava o espírito de hospitalidade na terra. Disfarçaram-se então de pobres e começaram a peregrinar. Durante a caminhada,

foram maltratados e expulsos de vários lugares. À noite, porém, passaram por uma choupana onde morava um casal de velhinhos, Báucis e Filêmon, e estes oferecerem aos deuses uma sopa suculenta, cama e lavaram os seus pés.

Nisso sobreveio uma tempestade, e as águas subiram rapidamente, ameaçando inundar a região. Báucis e Filêmon propuseram-se a socorrer os vizinhos. Eis que ocorre uma grande transformação: a chuva para e a pequena choupana onde moravam se transforma num luzidio templo. E Júpiter ainda se dispôs a atender um pedido de cada um. Teve como resposta o desejo de servir a ele e a Hermes por toda a vida. Esse fragmento do mito – talvez metaforizado no provérbio “Quem hospeda forasteiros, hospeda Deus”, como menciona o autor, retrata bem a hospitalidade como a entendia a sociedade greco-romana. Nela, a violação da hospitalidade, dever e direito particularmente para os cristãos, era considerada crime e, portanto, “Durante toda a estada, o estrangeiro era protegido por seu anfitrião contra qualquer tentativa de agressão” (GRINOVER, 2007, p. 35). Praticamente até o fim da Idade Média, os conventos, mosteiros e hospitais assumiram a recepção dos viajantes, os quais tinham como principais motivações para viajar a visita a um lugar sagrado, a busca de um bem material ou espiritual, ou a esperança de uma cura (GRINOVER, 2007).

Cabe aqui mencionar, no entanto, que, na Roma Antiga, fruto dos projetos de expansão e de controle político, intensificaram-se as viagens pelos domínios do Império, do que resultou o crescimento do número de estalagens e tavernas que ofereciam hospedagem requintada a oficiais e mensageiros do governo. Além dessas, estalagens construídas por ricos proprietários de terra passaram a coexistir com pousadas e tavernas destinadas a pessoas menos abastadas, gerenciadas por homens livres ou gladiadores aposentados (WALKER, 2002), desenvolvendo-se assim culturas de hospitalidade, critérios de diferenciação de padrões de serviço, assim como de normas a serem observadas (PERAZZOLO; SANTOS; PEREIRA, 2010).

Entretanto, com a queda do Império Romano, afirmam Chon e Sparrowe (2003), as viagens declinaram e as hospedarias praticamente deixaram de existir. A Igreja Católica Romana manteve então as hospedagens vivas por meio do estímulo às viagens dos peregrinos e neófitos aos mosteiros e catedrais da Europa. Estradas foram construídas e mantidas pelos clérigos dos mosteiros locais. Os

alojamentos construídos nas igrejas e mosteiros ofereciam gratuitamente um lugar para comer e dormir. Walker (2002) relata ainda que, no século VIII, Carlos Magno construiu pousadas na Europa, com o propósito, que era o das ordens de cavalaria, de proteger os peregrinos e conceder-lhes abrigo.

Com o avançar do período medieval, aumentaram gradualmente as viagens e o comércio na Europa e no Mediterrâneo, mas os mosteiros permaneceram como os principais estabelecimentos de hospedagem, para os que viajavam a negócios ou não. Paralelamente, ampliou-se o número de estalagens às margens das estradas europeias, cujo padrão de atendimento era rudimentar. Por outro lado, as corporações medievais também passaram a manter casas abertas para acolher, principalmente, comerciantes, diplomatas e militares, e suas acomodações e regras assemelhavam-se às dos mosteiros, “[...] com a diferença de que esses ambiciosos comerciantes não eram chamados a prestar os votos de pobreza” (WALKER, 2002, p. 6). Já no final do século XIII, criou-se uma corporação de estalajadeiros em Florença, e, em oito anos, ela compreendia 86 estalajadeiros associados, de sorte que a hospedagem foi evoluindo, como ressaltam Chon e Sparrowe (2003, p.4), “[...] de um ato de caridade para um negócio bem desenvolvido”.

Esse movimento de hospedarias na Idade Média estimulou a Inglaterra a despontar no ramo das pousadas de melhor qualidade da Europa, nas quais se mesclavam serviços de restaurante, acomodação e transporte (DALPIAZ et al, 2002).

Já na Idade Moderna, as viagens passaram a fazer parte da vida profissional de algumas pessoas, em especial dos *grand tourist's* que faziam o *Grand Tour* – expressão que, a partir da segunda metade do século XVII, passou a denominar as viagens aristocráticas pelo continente europeu. Tratava-se de viagens recomendadas aos jovens da nobreza para enriquecer seus conhecimentos e ampliar sua experiência de vida, o que nem sempre se cumpria à risca: “[...] com frequência, os jovens, [com seu espírito aventureiro], dedicavam-se mais aos prazeres dos lugares que visitavam que aos aspectos culturais, os quais eram, de fato, a verdadeira razão dos deslocamentos” (ACERENZA, 2002, p. 65). SALGUEIRO (2002) destaca aspectos dessas viagens (experiências, distâncias percorridas, transporte, alojamentos, entre outros) os quais se encontram descritos e analisados em estudos específicos.

Posteriormente, a Europa começou a seguir o modelo inglês de hospedagem e esses ambientes passam a desempenhar papel social e político importante para a sociedade, abrigando pessoas que ali se encontravam, faziam reuniões e novos contatos (DALPIAZ et al, 2002). No final do século XVI, é publicado o primeiro material informativo sobre tipos de estruturas hoteleiras distribuídas em diferentes localidades da Inglaterra, inaugurando-se uma nova relação entre estabelecimento (hospedeiro) e hóspede (NACIF, 2004).

Perazzolo, Santos e Pereira (2010, p.3) chamam a atenção para o fato de que, em especial a partir do século XII, as práticas de manutenção dos castelos e das grandes mansões das famílias nobres, sobretudo francesas e inglesas, influenciaram a tradição de hospedagem:

A presença indispensável de uma governanta se devia à necessidade de gerir o serviço dos criados e à importância de tomar decisões relativas aos processos que asseguravam o requinte, a manutenção decorativa, o sistema de cuidados de limpeza e a organização geral dos serviços de alimentação e bebidas. Nessa direção, com o aprimoramento da governança hoteleira, um perfil similar ao das governantas dos castelos e das grandes mansões foi sendo construído, assumindo o mesmo lugar discreto e eficiente daquela que cuidava dos objetos que contavam a intimidade dos moradores e dos hóspedes em seus quartos, por meio de seus pertences.

No decurso dos séculos, foram se desenvolvendo, tomando novas formas e consolidando-se, os serviços de hospedagem e alimentação. O período compreendido entre a segunda metade do século XVIII e a primeira metade do século XIX vê surgir, fruto da Revolução Industrial, uma classe média e próspera, “[...] com novos gostos e necessidades, especialmente no que diz respeito às férias, e favorecida, além disso, pelos rápidos aperfeiçoamentos dos transportes” (ACERENZA, 2002, p.68), aumentando, dessa forma, o número daqueles que viajavam por prazer, ou o universo de hóspedes.

Um importante dado sobre o turismo no século XVIII é trazido por Barretto (1995, p. 49), que, ao abordar a nova sociedade ligada ao início do capitalismo organizado, põe em relevo a mudança que se produz nas relações sociais, as quais passam a ser marcadas por uma “preocupação mais humanista”. Nesse quadro, o turismo ganha interesse cultural, passa a ser considerado educativo, e a viagem

torna-se uma oportunidade de aprendizagem, um complemento indispensável à educação.

Walker (2002) ressalta que o século XIX, mais do que em toda a história anterior, testemunhou inovações no âmbito da hospitalidade. Floresceram restaurantes na Europa e nos Estados Unidos, mulheres começaram a ser aceitas nos melhores restaurantes, construíram-se hotéis como o Savoy e o Ritz, bem como trens e navios de passageiros com instalações luxuosas e diferenciadas, atendendo a novo fluxo da clientela de hospedagem e a seu grau de exigência mais elevado; instituíram-se novas relações de trabalho e, da mesma forma, o lazer no âmbito profissional. Até mesmo no Brasil, com a vinda da corte e o desenvolvimento urbano decorrente, comerciantes e diplomatas aumentaram a demanda por hospedagem.

Nesse século, destaque especial é dado a Thomas Cook, na Inglaterra, e a Henry Wells, nos Estados Unidos. Cook torna-se agente profissional de viagens, organizando-as e assim introduzindo o conceito de excursão organizada (correspondendo atualmente, aos pacotes turísticos), como aponta Acerenza (2002). O autor faz também referência ao comentário, que atribui a Gladstone (citado na obra *The management of tourism*, de Burkart e Medlik – 1975), o qual chama a atenção para a importância de Cook na transformação das práticas turísticas e das relações nelas estabelecidas:

Entre as invenções humanitárias da época, acredito que deve ser feita uma observação ao sistema fundado por Cook, que agora tem grande difusão, sob o qual grandes quantidades de pessoas, sem dúvida de todos os níveis, encontram, pela primeira vez, um acesso fácil a países estrangeiros e adquirem certa familiaridade com eles, desenvolvendo não o desprezo, mas a amabilidade (p. 71).

O século XX, particularmente após a Segunda Guerra, viu crescer a construção de hotéis e cadeias hoteleiras, paralelamente à expansão da renda média da população. Consolidou-se assim a indústria hoteleira, para a qual convergiram as atividades de alimentação, hospedagem e transporte, e que está representada por Ellsworth Statler, Conrad Hilton, Ernest Henderson, Howard Johnson e J. Willard Marriott, sendo César Ritz um dos pioneiros nesse ramo (WALKER, 2002). Com os avanços tecnológicos que se verificaram nos anos pós-guerra, em relação aos transportes – que, no início do século já haviam passado por importante mudança e crescimento (desenvolvimento das vias férreas e uso do

automóvel) –, presenciou-se o desenvolvimento massivo da aviação comercial. Novos segmentos industriais, comerciais e ligados à comunicação vincularam-se ao turismo e introduziram-se técnicas de *marketing*. Nasce assim, na Europa, o conceito de produto turístico e a padronização da oferta turística (ACERENZA, 2002, p. 84).

No breve panorama aqui traçado, ora focando relações entre anfitrião e hóspede, ora a origem e evolução do turismo, ora interfaces que estabeleceram nesse percurso, a construção do conceito de hospitalidade parece apontar para duas vertentes principais: aquela cujo elemento definidor recai particularmente sobre a dimensão humana das relações entre acolhedor e acolhido, e outra, centrada, prioritariamente, nas relações de cunho comercial entre anfitrião e hóspede. A construção conceitual parece também apontar para o privilegiamento, no entendimento sobre hospitalidade, de um ou de outro polo em interação (sujeito acolhedor/sujeito acolhido), assim como para as ações por eles empreendidas, ou ainda apontar para o produto da interação.

As considerações que seguem buscam ampliar a reflexão nessa direção.

2.2 NATUREZA DAS RELAÇÕES DE TROCA NA HOSPITALIDADE

Abordar as relações de troca na hospitalidade trazem à consideração as ponderações de Gidra e Dias (2004), ao referirem-se ao desafio de dividir ou reunir conceitos de hospitalidade, face à variedade de sentidos que lhe são atribuídos, à multiplicidade de contextos sociais, situações e lugares a que ela tem sido associada, à variabilidade do grau de complexidade e dos tipos de enfoques pelos quais ela tem sido ou pode ser estudada. No entanto, Camargo (2003), ao estender, de modo mais abrangente, o conceito de hospitalidade a qualquer forma de encontro entre alguém que recebe e alguém que é recebido, propõe dois eixos de tempos/espacos através dos quais ela poderia ser estudada: um eixo cultural, que leva em conta as ações abrangidas pela noção de hospitalidade, e um eixo social, que diz respeito aos modelos de interação social, o qual remete aos ambientes envolvidos. O modelo de prática cultural envolve basicamente quatro práticas: a) recepcionar e receber pessoas – ritual da vida privada que se torna gesto da vida social, supondo o contato direto com o acolhido; b) hospedar, que consiste em oferecer o pouso, o abrigo, juntamente com calor humano e segurança; c) alimentar,

o que, em determinadas culturas, chega a concretizar o ato da hospitalidade, e, d) entreter, quando se proporciona momentos agradáveis e marcantes do momento vivido.

Quanto aos modelos de interação social, Camargo (2003) distingue quatro novas categorias referentemente à hospitalidade: a) doméstica, que apresenta maior complexidade de ritos e significados legados pela tradição (do ponto de vista histórico, o ato de receber é o mais típico da hospitalidade); b) pública, que se relaciona ao direito de ir e vir, às expectativas de interação humana, podendo estar presente no cotidiano da vida urbana, envolvendo residentes e turistas ou até mesmo, numa dimensão mais ampla, os migrantes; c) comercial, a qual designa habitualmente locais da hotelaria e restauração; d) virtual, em que as relações de hospitalidade acontecem por meios eletrônicos (2004, p. 5-6). Esta última categoria, segundo o autor, tem na ubiquidade uma de suas principais características, uma vez que emissor e receptor da mensagem veiculada são respectivamente anfitrião e visitado, estando sujeitos às mesmas implicações das relações presenciais.

Tomando por base esses eixos, o autor contempla e assimila as duas escolas que vêm pautando estudos hospitalidade e suas práticas: de um lado, a escola anglo-saxã, cujo eixo principal é o da hospitalidade comercial; de outro, a escola francesa, cujos eixos principais estariam expressos na hospitalidade doméstica e na pública (Essas escolas serão retomadas posteriormente).

A assimilação das escolas faz-se a partir do entendimento de que não haveria uma ruptura entre os modelos de hospitalidade doméstica, pública e profissional. Sob esse ângulo, cabe aqui mencionar a posição de Lashley (2004, p.5-6), para quem também se faz necessária uma definição mais ampla que permita a análise das atividades relacionadas com os domínios que denomina “social”, “privado” e “comercial”:

Colocando de modo simples, cada domínio representa um aspecto da oferta de hospitalidade, que é tanto independente como sobreposto. O domínio social da hospitalidade considera os cenários sociais em que a hospitalidade e os atos ligados à condição da hospitalidade ocorrem junto com os impactos de forças sociais sobre a produção e o consumo de alimentos, bebidas e acomodação. O domínio privado considera o âmbito das questões associadas à oferta da “trindade” no lar, assim como leva em consideração o impacto do relacionamento entre anfitrião e hóspede. O domínio comercial diz respeito à oferta de hospitalidade enquanto atividade econômica e inclui as atividades dos setores tanto privado quanto público.

Camargo (2003. p.19) propõe então a intersecção entre os eixos cultural e social, criando dezesseis campos teóricos para o estudo da hospitalidade, disso decorrendo, do ponto de vista analítico-operacional, uma definição em que hospitalidade passa a ser entendida como “[...] o ato humano, exercido em contexto doméstico, público ou profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu *habitat*”.

Sintetizando a descrição apresentada, pelo autor, das intersecções dos eixos cultural e social (que estão na base da definição acima), pode-se dizer que, no âmbito doméstico, recebem-se pessoas em casa, de forma intencional ou casual, a elas são dados pouso e abrigo e servidas refeições, e se as entretêm com recepções, festas; no domínio público, a recepção se dá em espaços e órgãos públicos de livre acesso, a hospedagem é proporcionada pela cidade e pelo país, tem-se a gastronomia local e os espaços públicos de lazer e de eventos; no contexto comercial, a recepção está a cargo de serviços profissionais, a hospedagem se encontra em hotéis, hospitais, casas de saúde, ou mesmo em presídios, a alimentação é disponibilizada pelos serviços de restauração, e o entretenimento compreende eventos, espetáculos e conta com espaços privados de lazer; no quadro da hospitalidade virtual, a recepção se dá por meios eletrônicos, a hospedagem toma forma em *sites* e hospedeiros de *sites*, oferece-se a gastronomia eletrônica e disponibilizam-se particularmente jogos de entretenimento.

Assim sendo, o campo de estudos da hospitalidade, além das relações virtuais, passa a compreender: o receber, o hospedar, o alimentar e o entreter doméstico, públicos e privados. Porém, retomando considerações tecidas na Introdução, a par essa amplitude de abordagem teórica possibilitada pelas intersecções mencionadas, os estudos sobre hospitalidade tendem a centrar-se a princípio em dois tipos identificados de relação de troca: a comercial e a dádiva, objetos, respectivamente, das escolas inglesa/americana e francesa. Compreendê-las requer que se recorra a diferentes rotas de desenvolvimento da cultura da hospitalidade, as quais, até certo ponto, foram sinalizadas no panorama socio-histórico da hospitalidade anteriormente traçado. No decurso da história, segundo Montandon (2003, p. 138), “[...] a hospitalidade se transformou em sua essência e prática”, particularmente no século XX, em que se deu, de acordo com Grinover (2007, p, 58), “[...] a passagem da hospitalidade para o acolhimento mercantilizado”.

2.2.1 A Dádiva

Os estudiosos da hospitalidade que se vinculam à escola francesa atêm-se principalmente à concepção de dádiva, cujas bases se encontram na obra *Sociologia e Antropologia: o ensaio sobre a dádiva*, de Marcel Mauss, datada de 1950. Mauss, em sua análise, traça um panorama de como se efetivavam o sistema de trocas, os contratos e as prestações econômicas nas sociedades tribais da Polinésia, Melanésia, do noroeste americano. Refere também como tais relações eram objetos do direito hindu, romano, germânico, chinês e céltico.

Essas trocas, expressas no “dar – receber- retribuir”, possuíam caráter voluntário e, ao mesmo tempo, obrigatório. A obrigatoriedade de dar e retribuir, no entanto, não pode ser interpretada como algo imposto, na medida em que se trata de relações de reciprocidade. Mauss (2003) descreve que as trocas (“prestações”) nessas sociedades eram práticas de caráter humano, diferentes das práticas de compra e venda materializadas na moeda e na mercadoria. As obrigações eram assumidas pelas coletividades. Os contratos e as trocas não eram realizadas por indivíduos, mas por pessoas morais – clãs, tribos, famílias. Mesmo na troca de bens e riquezas, havia uma finalidade moral, a de acionar sentimentos de amizade. Trocavam-se “[...] antes de tudo, amabilidades, banquetes, ritos, serviços militares, mulheres, crianças, danças, festas, feiras” (MAUSS, 2003, p. 190). Nessas relações, conforme dizeres do antropólogo, tudo ia e vinha “[...] como se houvesse troca constante de uma matéria espiritual que compreendesse coisas e homens, entre os clãs e os indivíduos, repartidos entre as funções, os sexos e as gerações” (MAUSS, 2003, p. 203).

Nesse sistema, portanto, denominado por ele de “prestações totais”, eram obrigações tanto o dar, como o receber e o retribuir. A obrigação de dar se constituía na essência da prestação total, porque o fato de dar representava a posição social e principalmente a criação de um laço interpessoal. Igual obrigação havia em receber. Não se tinha o direito de recusar uma dádiva: “[...] abster-se de dar, como abster-se de receber, [era] faltar a um dever - assim como se abster de retribuir” (MAUSS, 2003, p. 249). No retribuir, fortalecia-se o vínculo pessoal e a sociabilidade, realimentava-se o “sistema”: “[...] perde-se a ‘face’ para sempre se não houver retribuição ou se valores equivalentes não forem destruídos” (MAUSS, 2003, p. 250).

Nas trocas, configurava-se uma mistura de almas nas coisas, ou a mistura das coisas nas almas, logo, a dádiva aproximava aquele que dava e o que retribuía: dava-se algo de si próprio, aceitava-se algo do outro.

Compreende-se logicamente, nesse sistema de ideias, que seja preciso retribuir a outrem o que na realidade é parcela de sua natureza e substância; pois, aceitar alguma coisa de alguém é aceitar algo de sua essência espiritual, de sua alma: a conservação dessa coisa seria perigosa e mortal, e não simplesmente porque seria ilícita, mas também porque essa coisa que vem da pessoa, não apenas moralmente, mas física e espiritualmente, essa essência, esse alimento, [...] têm poder mágico e religioso sobre nós. Enfim, a coisa dada não é uma coisa inerte (2003, p.200).

De acordo com Perazzolo, Santos e Pereira (2010), a perspectiva do dar, receber e retribuir - cerne do paradigma da dádiva – vem se tornando objeto de interesse de estudiosos da solidariedade democrática nas sociedades complexas, como Bourdieu, com o suposto de que as sociedades se modificam essencialmente a partir dessas três obrigações básicas. Dencker (2004, p.188), nessa mesma direção, refere Godelier, que, em sua obra *O enigma do dom*, observa que a sociedade atual vê ressurgir “[...] o apelo ao dom ‘sem interesse’, de caráter caritativo, o qual estaria em vias de institucionalizar-se, desta vez, com a missão de resolver os problemas de uma sociedade que vive e prospera ao preço de um permanente déficit de solidariedade”. O dom e a dádiva, complementa a autora, passam a ser idealizados pela sociedade, como uma utopia, ou um sonho, o mesmo que Godelier vê em Mauss. É o próprio antropólogo que afirma ser uma possibilidade e um dever

[...] 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 [tal como nas cerimônias do *potlatch*⁴], 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. 299).

⁴ O *potlatch* ainda é um ritual praticado entre tribos indígenas da América do Norte, sendo que ritual semelhante acontece na Melanésia. Trata-se de um festejo religioso de homenagem, em que ocorre uma renúncia a todos os bens materiais acumulados pelo homenageado – bens que devem ser entregues a parentes e amigos. Dentro da perspectiva do dar, receber, retribuir, a expectativa do homenageado é receber presentes também daqueles para os quais tiver doado seus bens, quando for à hora do *potlatch* destes.

A dimensão humana e ritualística da dádiva, para a escola francesa e para os que dela são adeptos torna-se princípio da hospitalidade. Sob esse ângulo, esta, no entendimento de Montandon (2003), é um sinal de civilização e de humanidade, em possibilitando a interação social e principalmente a socialização, não se reduzindo assim a apenas dar de beber, de comer e a acomodar. Das relações de hospitalidade advêm o elo social e os valores de solidariedade e de sociabilidade. Desse modo, haveria que se reconhecer a hospitalidade como um complexo fenômeno humano, que se manifesta em múltiplos contextos e lugares e que envolve múltiplas dimensões da realidade. Por isso, alertam Gidra e Dias (2004), é necessário, para sua análise e compreensão, que sejam ultrapassados modelos clássicos de explicação e previsão da ciência positivista.

Entre os inspiradores dos estudos filosóficos sobre hospitalidade, cabe inicialmente lembrar Kant (2006), que via na hospitalidade um dever moral. Tratar bem os convidados, entre outras coisas, conduzia a um modo de vida virtuoso, ao exercício dos deveres de virtude com os outros. “Trata-se de deveres cuja observância não resulta na obrigação da parte dos outros, mas de um dever que é devido por mim em relação com o princípio supremo da moralidade” (PÉREZ, 2007, p. 4). Em sua concepção de hospitalidade, está implícita uma noção de benevolência, como princípio, “[...] a partir da qual executaríamos os ‘deveres com os outros’: ser atento, respeitoso, cuidadoso, etc. Não se trata de uma inclinação, mas de um dever moral acompanhado de um sentimento prático, no sentido de moral-prático e não apenas técnico-prático” (PÉREZ, 2007, p.4). Constatava-se, pois, que a abordagem kantiana não coloca o acolhido em foco, tampouco o desejo de acolher o hóspede. Ela contempla o compromisso do homem para com os homens.

Nessa perspectiva de relação com o outro, Isabel Baptista (2002, p.157-8) sublinha as reflexões de Lévinas, para quem, de acordo com a autora, a hospitalidade traduz-se como “[...] um dos traços fundamentais da subjetividade humana, na medida em que representa a disponibilidade da consciência para acolher a realidade fora de si”. Ela se apresenta “[...] como experiência fundamental, constitutiva da própria subjetividade humana, devendo como tal ser potenciada em todas as suas modalidades e em todos os contextos de vida”. Compreender as relações de hospitalidade é compartilhar com a ideia de que o outro “[...] não é

apenas um igual a mim, ou semelhante, mas é o absolutamente outro e que devo servir ao outro sem perguntar pelo nome. Porque é o outro que me constitui como tal, eu sou responsável por ele porque ele me constitui” (PÉREZ, 2007, p. 3); portanto, ainda que correndo riscos, tem-se um dever de hospedar o outro. “[...] Ao longo da vida, nunca deixamos de ser ‘nós mesmos’. Isto é, somos sempre um outro para o outro. E por isso é que a relação entre seres humanos é tão significativa, constituindo a experiência de alteridade por excelência” (BAPTISTA, 2008, p. 9).

Seguindo a linha de pensamento de Lévinas, o filósofo Derrida (2003) considera que, no processo de acolher, o acolhedor não se impõe sobre o acolhido. Para ele, pensar a hospitalidade significava pensá-la incondicionalmente, definindo-se “[...] pelo deixar vir o outro, pelo acolhimento sem reservas do outro que chega” (SOAREZ, 2010, p. 3). É um ato de generosidade para com o outro, que requer a destituição da subjetividade autocentrada.

É também nessa perspectiva do outro na hospitalidade, que Baptista (2005, p. 12) ressalta que “[...] num tempo assustadoramente frágil, como este em que nos coube viver, importa conseguir promover práticas de cidadania assentes no valor da hospitalidade, ou seja, no respeito do outro enquanto outro”. Esse outro corresponde a um universo de memórias, sonhos, emoções e pensamentos próprios, a um universo distinto da realidade do mundo material. Desse modo, há que se ter disponibilidade para receber o movimento vem de fora para dentro, possibilitando a criação de laços de proximidade. Para a autora, o lugar para a ocorrência da hospitalidade não é o dentro ou o fora, mas o limiar, a zona de trânsito entre eles.

2.2.2 Hospitalidade no Domínio Comercial: características e interfaces

Refletir sobre a hospitalidade no domínio comercial remete de imediato a uma das considerações de Lashley (2004), que aponta para a ausência de relações de dádiva no contexto do mercado. “A oferta comercial da hospitalidade ocorre na maioria das sociedades ocidentais num contexto em que esta não ocupa posição central no sistema de valores”, diz o autor (p.17). Particularmente referindo-se a hotéis, o autor cita Guerrier (1997), segundo o qual “[...] os ‘hóspedes’ podem usar as instalações sem temer qualquer outra obrigação mútua em relação ao hospedeiro, além daquela exigida pelo relacionamento mercadológico” (p. 17). Em

outras palavras, nos modelos de troca regidos pelo sistema comercial, tanto o anfitrião quanto o hóspede estariam numa conjuntura de hospitalidade com reduzido senso de reciprocidade e obrigação mútua, abolindo a assimetria entre quem dá e quem recebe mediada pelo pagamento (CAMARGO, 2004).

É também Camargo que, em menção à hospitalidade comercial (levando-a ao âmbito do turismo), remete ao que seria, numa primeira instância, à efetivação de

[...] uma operação comercial, um negócio [em que se estabelece um] contrato entre quem vai viajar e quem se dispõe a criar condições para que a viagem se desenrole o mais satisfatoriamente possível recebendo em troca uma quantia de dinheiro pré-contratada. [...] Esse é o sentido do contrato, exigência do sistema comercial, uma troca que se faz entre iguais, impessoal, com condições indispensáveis de prazo determinado de encerramento e com foro explícito para solução de dúvidas geradas pela execução desse contrato (CAMARGO, 2008, p.23).

Nesse cenário se situa assim a “indústria da hospitalidade”, termo frequentemente usado para descrever operações que fornecem serviços às comunidades locais e também aos que viajam com diferentes propósitos como “[...] prazer, negócios, ecologia, patrimônio, educação, saúde e eventos sociopolíticos” (OTTENBACHER; HARRINGTON; PARSA, 2009, p. 265). Sua competência estaria refletida na satisfação do cliente com a “mercadoria” recebida. King (2004, p. 23) fala de uma relação de hospitalidade entre indivíduos que atuam como administradores de hotéis e hóspedes, por meio de “[...] um processo que inclui a chegada, a acomodação confortável, o atendimento dos desejos do hóspede e sua partida ao final da estada”.

Nessa mesma direção, Gidra e Dias (2004) remetem à palestra proferida na Faculdade Anhembí, SP, em que a Diretora de Comunicação e Educação do Grupo de Hotéis Accor – Célia Marcondes Ferraz – discorre sobre o conceito de hospitalidade na empresa hoteleira moderna. Segundo ela, a hospitalidade é estabelecida mediante ações práticas cotidianas que devem estar necessariamente condicionadas à visão estratégica de negócios, em que se treinam funcionários para assegurar a qualidade da hospitalidade, mostrando assim, o diferencial competitivo e organizacional que a hospitalidade assume.

Sob esse prisma, a hospitalidade, para o anfitrião, está assentada sobre motivos que Lashley (2004) denomina “não pertinentes”: o desejo de suprir com exatidão a “quantidade de hospitalidade” que assegurará a satisfação do hóspede, o

desejo de limitar o número de reclamações e, esperançosamente, o desejo de gerar uma visita de retorno enquanto se apura o lucro, a satisfação básica pelo lucro, ou seja, a hospitalidade para o anfitrião teria a ver com a tentativa de conquistar mais valor de troca. Em decorrência, a troca financeira isentaria o hóspede da obrigação mútua e da lealdade.

Esse entendimento atrelado à hospitalidade comercial, cuja definição, de acordo com Lashley (2004, p. 3-4) estaria “[...] determinada de modo acentuado como atividade econômica - grupos de consumidores e fornecedores, nichos de mercados e ocupações”, faz-se presente em diferentes definições trazidas pelo autor, que caberia aqui retomar:

A organização geral da indústria da hospitalidade, *The Joint Hospitality Industry Congress* [Assembleia Comum da Indústria da Hospitalidade], por exemplo, define a hospitalidade, em seu relatório de 1996, como **“A oferta de alimentos e/ou bebidas e/ou acomodação longe do lar”** (p. 13). Igualmente, o HEFCE – *Higher Education Funding Council – England’s Hospitality Review Panel* [Conselho de Financiamento Superior – Painel de Exame da Hospitalidade na Inglaterra] – definiu-a como **“A oferta de alimentos e/ou bebidas e/ou acomodação em um contexto de serviço”**. Mesmo o grupo de *Nottingham* [...] apresentou uma definição, afirmando que **“a hospitalidade é um troca contemporânea, idealizada para aumentar a reciprocidade (bem-estar) entre as partes envolvidas, através da oferta de alimentos e/ou bebidas e/ou acomodação”**. [Grifo nosso]

Essas definições convergem para o que Brotherton (1999) denomina “santíssima trindade”, construída pela oferta de acomodação e/ou comida e/ou bebida, que ele acredita não poder faltar em uma definição de hospitalidade, porque facilita a diferenciação entre ela e o chamado comportamento hospitaleiro. Igualmente, observam Chon e Sparrowe (2003, p.3), uma ampla variedade de negócios é abrangida pela indústria da hospitalidade, os quais se dedicam a prestar serviços a pessoas que estão longe de suas casas. “Hoje, como no passado, os principais componentes da indústria são aqueles que satisfazem a necessidade de abrigo e acomodação e aqueles que fornecem alimentos e bebidas a seus clientes”.

Lashley (2004), dentro desse quadro, assinala que, há décadas, faculdades e organizações da indústria da hospitalidade de países de língua inglesa vêm empregando o termo “hospitalidade” para descrever o conjunto de atividades do setor de serviços associadas à oferta de alimentos, bebidas e acomodação. Montandon (2004) lembra ainda que a palavra *hospitality* em inglês tem sido muito

utilizada para denominar cursos da área da gestão hoteleira e que, diante da menção da palavra *hospitality*, é comum pensar em práticas hoteleiras, ou em gestão de hospitalidade (estratégias de negócio para atrair/manter clientes em hotéis), o que é ratificado em referência de Camargo (2004, s.p.), à afirmação de Jafar Jafari, em evento no Brasil: '[...] *nowadays, in USA, we don't say hotel management, anymore; we prefer to say hospitality*'. Assim sendo, as práticas e a gestão hoteleiras vêm sendo analisadas e trabalhadas no intuito de se tornarem diferenciais competitivos das empresas hoteleiras e de restauração.

Por outro lado, importante observação faz Dias (2002, p. 105), ao destacar a preocupação da escola americana de hotelaria com os equipamentos, aspectos funcionais do serviço e, mais recentemente, com os aspectos de *management* associados aos conceitos de administração moderna, diferentemente da hotelaria tradicional europeia, ocupada “[...] especialmente com as técnicas profissionais (de cozinha, serviço, recepção), primando pelo atendimento pessoal ao hóspede”.

Estudos, no entanto, como os de Bob Brotherton (1999), procuram fazer uma distinção entre hospitalidade e administração da hospitalidade, por um lado, traçando limites e intersecções entre os termos e simultaneamente aportando conceitos como o de comportamento hospitaleiro, gerência de hospitalidade e de administração profissional da hospitalidade; por outro lado, trazendo à discussão como essas ações/relações se cruzam nos domínios privado, social e comercial.

Para o autor,

[...] ações de hospitalidade podem efetivar-se em larga ou pequena escala, assumir diferentes formas. Dependendo se ocorrerem nos contextos privado/doméstico ou público/comercial, forem motivadas por razões prioritariamente sociais ou econômicas. Entretanto, independentemente de escala, forma, motivos ou contexto, é possível identificar sua essência geral que, por definição, não é contingencial (p. 168) [tradução nossa].

Assim, definida como uma troca humana, a hospitalidade caracteriza-se pela simultaneidade entre sua “produção” e “consumo”, por ser voluntariamente concebida para o benefício mútuo das partes envolvidas e por estar calcada em produtos e serviços. De outra parte, a administração da hospitalidade caracteriza-se como uma atividade profissional exercida por profissionais da administração. Muitas pessoas podem estar envolvidas na gerência de aspectos das trocas de

hospitalidade pública ou comercial, mas o que não significa que exerçam profissionalmente a administração da hospitalidade.

Além desses pontos, Brotherton (1999) chama a atenção para a importância de questionar se estão sendo adequadamente exploradas as relações entre hospitalidade privada, pública e comercial, se há conhecimento a respeito de influências de inovações, traços e tendências da hospitalidade comercial em situações de hospitalidade doméstica; ou, inversamente, se hábitos domésticos alimentares ou tendências do varejo de alimentação possam ter influência sobre o tipo de hospitalidade almejada no âmbito das trocas comerciais.

De certo modo, as dúvidas do autor trazem à tona a questão posta por Camargo (2008) relativa à persistência da lógica da dádiva nas formas de trocas atuais, incluindo as comerciais, ou à existência de gestos hospitaleiros na hospitalidade comercial. Sobre isso, destaca:

[...] [a tríplice obrigação] continua agindo vigorosamente até no seio da socialidade secundária. Nenhuma empresa pública ou privada, nenhum empreendimento científico, poderia funcionar se não mobilizasse em benefício próprio as redes de primariedade cimentadas pela lei do dom (CAILLÉ, apud CAMARGO, 2008, p. 31).

Numa outra perspectiva, reporta-se à Anne Gotman, para quem, nas relações de mercado (*hospitalité marchande*), a dádiva é substituída pelo devido, porém ela continua sendo referência para o sistema comercial, quer como metáfora, quer como encenação (*mise-en-scène*). Esta se concretizaria na “teatralização” de rituais em que se reproduzem regras de hospitalidade cotidiana. Também estaria presente nas inovações conceituais das ciências da gestão (*marketing* de experiência, customização, fidelização, responsabilidade social) e no estímulo a que operadores de recepção manifestem-se pessoalmente, agindo para além do código estabelecido. Estaria aí, possivelmente, o entendimento de que não se é insensível à proximidade corporal, trazendo à reflexão a abordagem maniqueísta das relações marcadas pela contraposição “dádiva X devido”.

Dencker (2004) igualmente pergunta até que ponto se pode fazer uma separação entre as relações de mercado (hospitalidade comercial) das demais relações de troca na hospitalidade, na medida em que aquelas não existem isoladamente, coexistem com outras, próprias à condição humana, decorrentes da

necessidade de interação, o que se aplicaria ao “hoteleiro hospitaleiro”, denominação que Avena (2002) atribui àquele que estabelece com o cliente laços familiares que vão além dos laços comerciais. Nesse sentido, como destaca Montandon (2003, p. 142), ao ser utilizado o termo “hospitalidade” comercialmente, há uma indicação de que ela “[...] permanece uma marca, uma perspectiva e um horizonte para uma interação bem-sucedida entre os homens, quer sejam, clientes, amigos ou simples estrangeiros com a mão estendida”.

Estudiosos como Heal (1990), apud Hashley (2004), identificam mesmo tensões e contradições presentes na indústria da hospitalidade, face ao paradoxo instituído entre os imperativos relacionados ao capitalismo e à generosidade das trocas domésticas.

Bom anfitrião pressupõe mais do que determinadas condutas, como garantir que há bebida suficiente e que os hóspedes têm o bastante para comer. Requer além disso, um desejo genuíno de agradá-los e deixá-los satisfeitos. [...] Uma pessoa hospitaleira é assim ‘alguém que recebe frequente e atenciosamente e por motivos não pertinentes à hospitalidade (p. 18). [Por sua vez, para que o atendimento seja eficaz], é preciso que o hóspede sinta que o anfitrião está sendo hospitaleiro por sentimentos de generosidade, pelo desejo de agradar e por ver a ele, hóspede, enquanto indivíduo (p. 21).

Em suma, poderiam aqui ser retomadas as questões formuladas por Perazzolo, Santos e Pereira (2010, p. 8-9): “Mas, concretamente, o que quer um hóspede e o que quer um hospedeiro? Quais aspectos interferem nas escolhas? Em quais aspectos as escolhas de um e de outro se diferenciam dos processos de escolha de quaisquer produtos do sistema comercial?” No centro da resposta, segundo as autoras, está o acolhimento. Elementos teóricos da psicologia e da educação embasam o argumento de que “[...] as escolhas são fortemente orientadas por dimensões psicoafetivas, que, particularmente nesse caso, se expressam pela expectativa e realização do acolhimento”.

Para argumentar sobre esse posicionamento, as pesquisadoras remetem à origem dos comportamentos humanos marcados por elementos de ordem biopsicossocial.

Na perspectiva evolutiva, o homem se caracteriza por ter um programa genético aberto e não fechado, como os demais seres com repertórios comportamentais pré-determinados ou com variações adaptativas restritas. Por isso, para que possa viver, precisa fundamentalmente ser acolhido e

acolher, de forma profunda, duradoura e constante, para assim tornar possível a vida e as aprendizagens substitutivas do vazio deixado pela ausência de um sistema genético que pré-determine sua ação. [...] Mas não é apenas no início da história de cada sujeito que as relações são fundamentais. Estas são prioridades para o homem por toda a vida, porque delas dependem o aprender necessário à invenção constante de si mesmo (PERAZZOLO, SANTOS, PEREIRA, 2010, p. 9-10).

Na continuidade das reflexões, referem diferentes estudos etológicos segundo os quais

[...] o riso, a capacidade de buscar o olhar do outro, o abraço, a acurada percepção de expressões indicativas de amistosidade ou hostilidade, dentre outras manifestações praticamente exclusivas da espécie humana, potencializam as chances de afastamento ou aproximação, de forma a estabelecer alianças promotoras de provimento, segurança, conhecimento, aprendizagem. [...] O homem é um ser de e para a relação. Isso lhe permitiu existir no mundo, isso lhe permite manter-se nele. [...] Essa perspectiva está presente também em teorias sociológicas importantes, como a de Norbert Elias (1994), que tem como suposto a essência gregária do homem como força da organização coletiva/social (PERAZZOLO, SANTOS, PEREIRA, 2010, p. 11).

Tendo presente esses supostos, toda relação teria potencial intrínseco para o acolhimento, o qual se faz relevante em qualquer contexto. Defini-lo, portanto, requer que se considere essa demanda humana para a relação. Sem excluir conceituações como as que foram abordadas até aqui, uma outra conceituação que se mostra possível é aquela que concebe o acolhimento como fenômeno e não como comportamento humano, ou como ato de vontade de um único sujeito, ou como produto dessa relação. Na definição de Santos, Perazzolo e Pereira (2009, s.p.), trata-se de um fenômeno que se instala no espaço constituído entre o sujeito (na sua forma singular ou coletiva) que deseja acolher e o sujeito que deseja ser acolhido.

Tem-se assim o pressuposto de que acolhimento transcende o ATO de acolher por um ou outro vértice do processo, a expressão do desejo de um ou outro sujeito, como também o produto dessa relação. Trata-se, portanto, de

[...] um fenômeno resultante do encontro dinâmico de demandas distintas, com origem, necessariamente, numa perspectiva subjetiva do desejo. [...] Para que ocorra o acolhimento, ambos os sujeitos têm que se ajustar mutuamente às necessidades do outro, o que exige, de cada um, o olhar do olhar do outro, o abdicar da tranquila certeza do saber prévio, o exercício empático da compreensão, ainda que não necessariamente de forma

sincrônica no tempo e no espaço. Trata-se, portanto, de um terceiro vértice desenhado a partir de uma certa dialética do desejo, como uma variância das relações humanas no âmbito cotidiano (PERAZZOLO, SANTOS, PEREIRA, 2012b, s.p).

Nesse processo, acolhedor e acolhido se distanciam de demandas autocentradas. Também se distanciam do discurso marcado pelo artificialismo de “encenações” profissionais.

As pontes relacionais, quando genuínas, “[...] se constroem por diferentes meios e constroem o caminho do retorno” (PERAZZOLO; SANTOS; PEREIRA, 2010, p. 9). Elas estão presentes também em e entre discursos⁵ subjacentes a ações que precedem à chegada do visitante/turista, às condições e características tanto das estruturas físicas privadas e comuns, como dos serviços prestados; subjacentes ao esmero na construção da ambientação, entre outros aspectos. Mas, ressaltam as autoras, “[...] o acolhimento se dá, essencialmente, pelas relações humanas marcadas pela capacidade de percepção mútua, pela habilidade de interlocução no nível e na forma como o ‘desejo’ de cada um se manifesta”. E, por essa razão, o profissionalismo “[...] não pode ser confundido com afastamento da condição de humano, com frieza relacional, com surdez afetiva, aproximando a prática do modelo funcionário-máquina” (p. 14).

Sem que qualquer outra perspectiva teórica possa ser preterida, é este o entendimento pelo qual este trabalho será prioritariamente pautado.

2.3 DIMENSÃO PÚBLICA/URBANA DA HOSPITALIDADE E O CORPO COLETIVO ACOLHEDOR

Se, de um lado, toma-se como suposto que o acolher deve ser definido “[...] a partir do espaço fenomênico em que os sujeitos da relação se reconhecem, interagem e se hospedam mutuamente no interior de si”; ou, dito de outro modo, “[...] em que ambos se transformam no “outro”, alternadamente; e em que o “eu” e o “tu” inauguram o pronome plural, edificado num terreno banhado pela afetividade e pela cognição” (PERAZZOLO; SANTOS; PEREIRA, 2012c, p.7); de outro, algumas variantes relativas ao fenômeno requerem considerações adicionais, especialmente as que envolvem o acolhimento em sistemas complexos, dos quais fazem parte

⁵ Estes supostos serão retomados ao ser abordado, posteriormente, o “Corpo coletivo acolhedor”.

grupos humanos, suas organizações estruturais e funcionais, seus valores, cultura, e processos de transmissão. Essa é a perspectiva que se aplica ao exame do acolhimento envolvendo comunidades. Diferentes teorizações já vêm sendo realizadas nessa direção, dentre as quais se destacam contribuições de pesquisadores tendo por objeto de estudo o que denominam “hospitalidade pública” e/ou “urbana”. Uma breve síntese é apresentada a seguir.

2.3.1 Hospitalidade Urbana

Introduzindo este trabalho, mencionou-se a definição que Grinover (2007), faz da hospitalidade: uma relação entre dois atores num dado espaço, em que um recebe, e o outro é recebido. Numa perspectiva coletiva, a hospitalidade passa a envolver a relação entre hospedados e instituições, ou entre pessoas e organizações integradas em um sistema de natureza institucional, pública, privada, ou familiar.

Referindo-se à cidade, afirma que as qualidades “bonita” e “hospitaleira” lhes serão atribuídas conforme seja capaz de comunicar o significado, a importância e o valor de sua constituição social, estrutural e arquitetônica. Acrescenta ainda que sentimentos de bem-estar e segurança do estrangeiro estão, entre outros aspectos, associados à identificação dos grandes signos que traçam o perfil das cidades.

[...] a cidade não é um fim em si, mas um “lugar”, de onde emergem símbolos, que se refletem nos mais variados estados do espírito humano. A cidade deixa de ser um conceito geográfico para transformar-se em um símbolo complexo e inesgotável da experiência humana (CALVINO, apud GRINOVER, 2007, p. 128)

É também do autor (2006) a proposição de que a hospitalidade de uma cidade depende da coexistência de três dimensões de ordem social, cultural, histórica, econômica e ambiental: acessibilidade, legibilidade e identidade.

A acessibilidade diz respeito, de um lado, à dimensão tangível, física, de viabilidade de acesso ao espaço urbano. Ela diz respeito

[...] ao estado do sistema de transporte, do sistema de infraestrutura viária; e à localização do espaço das atividades ou serviços urbanos para os quais se deseja ter acesso. No âmbito da cidadania, é fundamental que seja garantido o acesso à cidade; pois muito mais do que isso, engloba a

possibilidade do homem viver na cidade de acordo com as exigências da vida moderna, tendo a seu alcance um lugar seguro, com água, rede de esgotos, drenagem, acessos, serviços, transportes adequados, educação, saúde, trabalho, lazer (p. 37-38).

Por outro lado, há que se considerar a dimensão intangível da acessibilidade, ou até virtual:

[...] trata-se da acessibilidade à cultura, à informação que pode se dar pela possibilidade da população da cidade ou de estrangeiros, ter condições de frequentar uma escola, um curso, um sistema de lazer. O que viria a atender a um certo tipo de direito da população e até a um desejo à cidadania, fundamentalmente (p. 38).

Já a legibilidade diz respeito à decodificação do microcosmo urbano, a partir da leitura das diferenças de estilos, valores, crenças, por meio de códigos de comunicação legíveis. Para o pesquisador, ela corresponde à qualidade visual de uma cidade, indica a facilidade com que as partes de uma cidade podem ser reconhecidas e organizadas num modelo coerente. Canevacci, citado por Grinover (2007, p. 146), ressalta que “[...] a cidade é o lugar do olhar. Por isso, a comunicação visual se torna o seu traço característico. O olhar significa não somente olhar, mas também ser olhado”. Em trabalho posterior, Grinover (2009), afirma ser a cidade um texto cuja leitura pode ser dificultada, tal a complexidade das mensagens, a crescente polissemia das partes e os diferentes códigos dos leitores possíveis.

A identidade, por sua vez, se refere à forma como o cidadão se relaciona com o lugar e com o “outro”, criando uma alteridade, uma rede de relações que sustentam a vida, conferindo-lhe sentido. A identidade, segundo o autor, é alcançada pela relação entre sistemas espaciais, temporais, e sociais da cidade, ou ainda, por fatores culturais, tais como a organização da comunicação e o sistema de lugares. No mundo da modernidade, entretanto, identifica-se uma tensão entre a “tradição” (memória cultural/ diferenças locais) e a “homogeneização cultural”, traduzida “[...] por uma linguagem internacional, em cujos termos todas as tradições específicas e todas as diferentes identidades podem ser traduzidas” (GRINOVER, 2006, p. 45). Talvez a articulação entre o global e identidades locais possam constituir-se em novas identidades na realidade urbana globalizada. Seria possível falar de culturas híbridas, as quais constituem um dos tipos de identidades novas,

particularmente presentes nas cidades de crescimento relativamente recente. Entretanto, por ser a cidade um sistema de signos, GRINOVER (2006), mencionando Canevacci, afirma ser essencial o cultivo da memória urbana (GRINOVER, 2006).

A cidade retoma seus espaços não como signos vazios, apenas relatados na historiografia, mas como algo vivo, sempre em uso, necessário e amado, lugares de confluências das memórias passadas e, sobretudo, das memórias futuras. [...] No cotidiano do habitante, esse 'lugar da vida' constitui uma identidade habitante/lugar, criada na relação entre os usos, pois é por meio dos usos que o cidadão se relaciona com o lugar e com o "outro", criando uma alteridade, uma rede de relações que sustentam a vida, conferindo-lhe sentido (GRINOVER, 2006, p. 46).

Em seu artigo "A Hospitalidade na perspectiva do espaço urbano", Grinover (2009), desenvolve a ideia de que as transformações urbanas interferem nas práticas de hospitalidade, na medida em que envolvem alterações nas formas de uso dos recursos técnicos e infraestruturais, bem como na cadeia de eventos sociais, econômicos e culturais relacionados à mudança e à ampliação do tecido ou da rede urbana. Nesse sentido, a compreensão/interpretação das cidades só seria viável num dado tempo, considerando a característica de constante transformação, repercutindo na mudança das formas de acessibilidade, legibilidade e identidade, sem que essas dimensões, no entanto, sejam eliminadas para a compreensão e interpretação dos espaços construídos. Em conformidade com o pesquisador, tem-se um novo modelo de desenvolvimento urbano, no qual a cidade passa a ser um somatório de tecidos urbanos soltos, e os espaços públicos são cada vez menos visualizados como espaços efetivos de pertencimento.

Ainda nessa linha de reflexão, Baptista (2008) teoriza sobre a dimensão ética dos lugares de hospitalidade, como lugares abertos ao outro, destacando que as marcas que caracterizam a cidadania urbana, cosmopolita e solidária estão assentadas na "eleição intersubjetiva", ou seja, na experiência de mútua autorização entre seres humanos. Assim, para Baptista (2005, p. 21), "[...] em todas as esferas do cotidiano, no plano da vida institucional ou na diversidade de territórios de sociabilidade humana, nos locais de trabalho ou de lazer, nos espaços públicos e privados, é preciso instituir linhas de proximidade". Nesse sentido, lembra a autora (2008, p. 6):

Os lugares precisam ser lugares de 'alguém'. Na consciência, porém, de que a humanização do espaço – a sua transformação em lugar – pressupõe o respeito pela hospitalidade do próprio mundo natural. Ele serve-nos de solo de enraizamento temporal, de sustento e de fruição, mas, por isso mesmo, não pode continuar a ser visto como um recurso inesgotável.

Mas uma proposição específica sobre a definição da dinâmica do acolhimento em comunidade, em que pelo menos um dos polos da relação se caracteriza como um **Corpo coletivo**, é apresentada por Perazzolo, Santos, Pereira (2012c), e será adotada como marco teórico para fundamentar metodologicamente o presente estudo. A proposição será a seguir referida.

Com inspiração na confluência da perspectiva psicanalítica e do modelo sistêmico, as autoras defendem que o corpo coletivo, aquele que se personifica na representação evocada por seu nome e que dá forma e identidade às comunidades, se estrutura a partir da interligação de, pelo menos, três vértices. Os pontos dessa triangulação delimitam o espaço no qual se encontram as bases sobre as quais o fenômeno e as práticas do acolhimento se organizam e se desenvolvem numa comunidade, num sistema social.

Para melhor demarcar a natureza sistêmica do corpo coletivo, caberia aqui retomar o modelo sistêmico que emerge num contexto de ruptura com a lógica newtoniana, propondo um novo espaço para a criação de conceitos e de referentes de leitura da realidade empírica, marcado por uma epistemologia circular (não causal) e pela perspectiva dinâmica da existência de sistemas dentro de sistemas. Karl Ludwig von Bertalanffy (1975), considerado o pioneiro na formulação do modelo, enfatiza, em 1968, as dimensões da comunicação e da organização dos sistemas, concebidos como unidades complexas organizadas. Fritjof Capra (1982) acentua as relações, a integração dos sistemas e sua interdependência, bem como as trocas intra e intersistemas na interpretação da realidade. Contribui, ainda, com a teorização sobre sistemas vivos, os quais requerem plasticidade e flexibilidade para ativarem a autorrenovação. Também Edgar Morin (1996) reforça o conceito de auto-organização acionado por relações que se encadeiam. Através das relações, os sistemas são produzidos e auto-organizados, viabilizando sua manutenção/transformação. Para Morin (2005, p. 260), o sistema não é apenas uma unidade global (o que equivaleria meramente a substituir a unidade elementar simples do reducionismo por uma macrounidade simples). Trata-se do que ele

denomina como *unitas multiplex*. “O todo é efetivamente uma macrounidade, sem que as partes, no entanto, sejam fundidas ou confundidas nele. As partes têm dupla identidade: a identidade própria, que permanece e a identidade comum, ‘[...] a da sua cidadania sistêmica”. Em termos de sistema social, a macrounidade sistêmica não se constitui apenas de diversidades, a partir de uma unidade interna. Se essa unidade confere uma cultura-identidade comum a indivíduos diversos, ela também permite, por essa mesma cultura, o desenvolvimento das diferenças.

Nessa direção, Maturana e Varela (1997) desenvolvem o conceito de autopoiese, ou seja, de sistemas que produzem, reproduzem e substituem seus elementos constitutivos, em interação com os demais sistemas circundantes. A autopoiese é própria dos sistemas vivos, abertos, sejam indivíduos ou organizações, os quais mantêm um contínuo intercâmbio de matéria/energia/informação com o ambiente. Para os autores, os sistemas vivos estariam submetidos a três ordens: celular, dos organismos e das unidades sociais.

Conceitualmente, os vértices do Corpo coletivo acolhedor aglutinariam as dimensões fundamentais do tecido social, concebido como um sistema aberto, envolvendo: a) o Organismo gestor, de natureza operacional, pública; b) o conjunto dos Serviços disponibilizados no âmbito das relações internas/externas; e c) o Capital cultural, o conhecimento gerado, compartilhado e transmitido pelo grupo/comunidade, conforme já representado na figura à página 22:

O Organismo gestor (**A**) 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 inevitáveis transformações possam ocorrer, mantendo o sistema coletivo vivo e capacitado para tolerá-las.

Concretamente essa dimensão inclui o acesso à comunidade, o 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), na saúde (atenção primária, postos, hospitais), as ações no campo educativo e profissional (escolas, materiais, observância às políticas e estratégias 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 voluntários organizados.

O conjunto de Serviços (**B**) abarcaria a rede de segmentos de trocas comerciais, de ordem econômica, 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 atuariam 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.

O terceiro vértice, o do Capital cultural (**C**), 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. Explicitam as autoras que

Esse vértice marca a linha transgeracional, 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 permitiria atribuir a essa dimensão o caráter de aparelho psíquico, de cérebro, e, portanto, do espaço onde moram, se processam os sonhos, os desejos, bem como as concepções morais, as crenças [...] (PERAZZOLO, SANTOS, PEREIRA, 2012c, p. 10).

Essa dimensão caracterizaria, também, o “núcleo pensante” da comunidade, ou seja, a fonte de origem das formas de organização e contenção pulsional, estabelecendo e atualizando valores, regras morais e sistemas de controle das transgressões, bem como fomentando a esperança, compartilhando expectativas em projetos que sintetizam desejos coletivos.

A comunidade – ou a representação mental de um corpo social – se constituiria, portanto, na totalidade caracterizada por um espaço habitado, compartilhado e construído pelo pensamento, derivado da experiência que se estrutura na relação com o outro, vivida como real, com ou sem limitação territorial, geográfica, ou política.

Perazzolo, Santos e Pereira (2012c) no embasamento de suas proposições, referem Haesbaert (2004) relativamente às concepções de território. O autor tece considerações sobre diferentes estudiosos e destaca três vertentes de

compreensão. A primeira concepção de território seria a jurídico-política, na qual predominam as relações de poder e influência. A segunda seria a econômica, determinada pelas relações de comércio⁶. A terceira perspectiva seria a “culturalista”, na qual predominariam os aspectos simbólicos e subjetivos, definindo território como produto do imaginário e/ou da identidade social. A exemplo dos nômades, ou dos povos que carregam seus territórios dentro de si, indicam o modelo de compreensão de terra/território como um espaço mental, uma zona imaginária na qual se articulam complexos sistemas religiosos, culturais, econômicos, político-sociais, afetivos. Nesse sentido, o foco da proposição sustenta a prevalência do fator humano na construção representativa da territorialidade.

Na perspectiva do Corpo coletivo, constituído nas práticas do acolher o outro, geradoras do fenômeno do acolhimento, as três vertentes citadas por Haesbaert deixam de ser absolutas e podem integrar cada um dos núcleos/vértices, compondo o complexo social em que o poder, a economia e a cultura, juntamente com outros elementos, permeiam as estruturas do organismo construído pela coletividade.

A ideia de território-rede e de rizoma – conforme termo tomado da biologia por Deleuze e Guattari (1997, apud PERAZZOLO, SANTOS, PEREIRA, 2012c) também é mencionada. Com base na analogia adotada pelos autores, a organização territorial funciona como um sistema aberto, expressivo da máxima multiplicidade. Deleuze e Guattari também adotam a ideia do *devenir*, do processo dinâmico, mutável, concebido na confluência dos ajustamentos, dos acasos, das influências geopolíticas, socioeconômicas, culturais. É também assim que Perazzolo, Santos e Pereira (2012c) concebem o sentido de comunidade como corpo/lugar onde se está/é ou para onde se vai em busca de alguma coisa.

Na sequência, as autoras referem que a ideia guarda certa semelhança com o conceito de pele psíquica formulado por Ester Bick (1968), que propôs que a mente, assim como os corpos, precisam constituir uma pele que contenha o psiquismo, que permita ao sujeito diferenciar o que são seus pensamentos e os dos outros, que separe o mundo interno do externo. Assim também pode ser compreendida a constituição identitária das comunidades: uma “pele” envolve a

⁶ A proposição não se sustenta considerando que o lugar físico já não é imprescindível na era dos “lugares” virtuais, das sedes de teletrabalho, da cibercultura, e das práticas de (des) e (re) territorialização.

noção da comunidade construída por seus habitantes, separando-a de todas as demais, dando-lhe forma objetiva e subjetiva, nominando-a, permitindo que valores sejam atribuídos àquela unidade, e que sentimentos de pertença ao corpo coletivo sejam desenvolvidos. Esse processo resultaria da inter-relação ativa e complexa dos sujeitos/habitantes, marcados por seus papéis, pela forma diferenciada de atuação, pela inserção em cada um dos vértices da triangulação constitutiva do corpo coletivo.

Também o conceito de espaço vital de Kurt Lewin (1901 – 1947)⁷ é por elas referido, pela similaridade, em certa medida, com a proposição de corpo coletivo acolhedor, representativo de comunidade acolhedora. Adotando concepções da física e da matemática, Lewin, definiu “campo” como a totalidade dinamicamente percebida de fatos/fatores, mutuamente interdependentes. Um campo psicológico seria, portanto, o espaço de vida psíquica, a “realidade” vivida pelo indivíduo, determinada pela forma como percebe e interpreta o seu meio e nele se percebe. É a partir da percepção compartilhada de totalidades, da experiência de ser/integrar um espaço vital delimitado pelas próprias interpretações, que o corpo acolhedor toma sua forma coletiva.

É esse o corpo que acolhe. Um corpo que acolhe através das mãos que recepcionam o estrangeiro (SERVIÇOS), da voz marcada pelo discurso singular da cultura local⁸ (CAPITAL CULTURAL), dos valores a que foi submetido; corpo construído a partir de recursos disponíveis e assimilados na relação com o ORGANISMO GESTOR. Mas também acolhe através das praças, flores, prédios, centros de informações, de atendimento à saúde e, ainda, através das pessoas, famílias, escolas, organizações, entidades produtoras, portadoras e socializadoras do saber/conhecimento que transita no espaço local e que geram novos saberes a partir das transformações determinadas pelas relações internas e externas ao sistema comunitário. É a interdependência dos três vértices que assegura a

⁷ Explicitam as autoras: “Em Teoria Dinâmica da Personalidade, publicada originalmente em 1935, Kurt Lewin (1975) apresenta uma teoria explicativa da natureza do comportamento humano, assentada em premissas: a) O comportamento depende de fatores que coexistem (aqui e agora), envolvendo aspectos das relações familiares, profissionais, religiosas, entre outros; b) Os fatos/fatores são interdependentes, ligados entre si, gerando o campo psicológico; c) A interpretação é subjetiva e é marcada por uma valência, ou valor. A valência positiva ou negativa seria determinada por sentimentos de satisfação ou desagrado derivados das ideias/pensamentos”.

⁸ A referência local tem como objetivo acentuar as especificidades do sistema comunitário. Não se coloca em questão a importância da influência da macrocultura na constituição dos sujeitos, na forma de produção e gestão de seus serviços e saberes.

constituição morfológica do soma social, que, se acolhedor, se transforma na relação com o visitante, o estrangeiro, o turista, o outro.

3 PERCURSO METODOLÓGICO

Tendo por pressuposto que opções de cunho metodológico vinculam-se à natureza do problema de pesquisa, aos objetivos propostos e ao referencial teórico à luz do qual se definiu o problema, esta pesquisa, metodologicamente, assume caráter qualitativo, indo ao encontro das considerações de Chizzotti (2003), segundo o qual o termo “qualitativo” implica uma partilha densa com pessoas, fatos e locais que constituem objetos de investigação, cabendo ao pesquisador interpretar, com perspicácia e competência científica, os significados patentes ou ocultos do seu objeto de estudo, para isso convergindo diferentes abordagens analíticas, tais como a hermenêutica, a etnográfica, a fenomenológica.

Dentre essas abordagens, a hermenêutica se mostra condizente com este trabalho. No quadro teórico em que se inserem as presentes reflexões, tem-se que o fenômeno do acolhimento se institui na interação entre sujeitos consubstanciada por meio da linguagem em seus aspectos verbais e extraverbais, ou seja, institui-se em interações discursivas. Na medida em que se busca identificar, na perspectiva do sujeito acolhido (o turista), como esse fenômeno se manifesta em relações de acolhimento estabelecidas entre ele e um Corpo coletivo acolhedor – aqui caracterizado na relação de três vértices específicos (Serviços, Organismo gestor e Capital cultural), torna-se pertinente dar voz a esse sujeito acolhido e, via análise interpretativa de seus discursos, neles identificar significados explícitos e depreender sentidos subjacentes, ou seja, identificar o que, no contexto situacional, é significado por ele como portador de acolhimento e, em sendo assim, efetivamente acolhe.

Designada genericamente como “a arte e a ciência da interpretação” (RUNES, 1985) a hermenêutica pressupõe um trabalho interpretativo que, de acordo com Ricoeur (1978, p. 8), “revela um desígnio profundo: o de superar uma distância, um afastamento cultural, o de equiparar o leitor a um texto que se tornou estranho e, assim, incorporar seu sentido à compreensão presente que um homem pode obter dele mesmo”. Para o filósofo, “a enunciação é uma apreensão do real mediante expressões significantes e não uma obtenção de pretensas impressões provenientes das coisas mesmas” (p. 8). Assim, interpretar essas “expressões de vida” (como ele se refere aos textos), significa “[...] decifrar o sentido oculto no sentido aparente, desdobrar os níveis de significação implicados na significação literal” (p.15).

No entanto, o processo de apreensão desses desdobramentos supõe uma estrutura teórica hermenêutica que atua como crivo interpretativo. Para Ricoeur (1978, p. 16),

[...] a interpretação parte da determinação múltipla dos símbolos [...]. Mas cada interpretação, por definição, reduz essa riqueza, esta multivocidade, e traduz o símbolo segundo uma grelha de leitura que lhe é própria. A tarefa dessa criteriologia é a de mostrar que a forma da interpretação é relativa à estrutura teórica do sistema hermenêutico considerado.

3.1 PERSPECTIVA ANALÍTICA DISCURSIVA

Na análise aqui pretendida, a estrutura teórica do sistema hermenêutico a que se refere Ricoeur (1978), operacionalmente, encontra-se em pressupostos da linguística enunciativa.

3.1.1 Linguística enunciativa: a enunciação e o discurso

A linguística da enunciação compreende as teorias que buscam analisar mecanismos linguísticos que permitem, conforme Fuchs (1985), que o sujeito se inscreva no próprio âmago do sistema linguístico, relacionando-se com seu próprio enunciado, no qual são impressas marcas de temporalidade, pessoa, aspecto verbal, conexão, modalização, entre tantos outros elementos discursivos. As teorias enunciativas veem o elemento subjetivo como inerente à descrição linguística, ou mais precisamente, elas contemplam a representação do sujeito propiciada pela enunciação. Nessa perspectiva, os planos “objetivo” e “subjetivo” são vistos como indissociáveis no funcionamento concreto do discurso.

Sob outro ângulo, pode-se afirmar que as teorias enunciativas voltam-se para os mecanismos de produção do sentido da enunciação. Aspectos como os morfológicos, sintáticos, fonéticos são analisados na sua atuação como produtores de sentido, independente das diferentes ênfases que as diversas teorias dão a cada um deles. Para Flores et al. (2009, p. 21), 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”.

Estabelecendo uma relação da linguística enunciativa com a linguística não-enunciativa que a precedeu (caso das teorias estruturalista e gerativista⁹) e, particularmente, com a dicotomia “língua/fala”, proposta por Ferdinand de Saussure, fundador da corrente estruturalista na linguística (em sua obra ***Curso de linguística geral*** (1973)), poder-se-ia dizer que as teorias enunciativas dela se diferem, na medida em que estudam fenômenos que pertencem à língua, mas a transcendem e, ao mesmo tempo, que pertencem à fala, uma vez que se instituem nela. De acordo com Coseriu, referido por Lozano et al. (1997), na linguística enunciativa a língua e a fala precisam ser analisadas conjuntamente, não sendo possível dissociá-las dado que, por um lado, a fala é a realização da língua e, por outro, a língua é a condição da fala.

Para Saussure, a linguística não poderia ocupar-se da fala, que é instável, mas sim, da língua em sua homogeneidade, do sistema linguístico que confere unidade à linguagem. Ferdinand de Saussure contribuiu para que esta ganhasse o estatuto de ciência, a partir do entendimento de que as análises linguísticas deveriam ser principalmente centradas nos aspectos sintáticos, nas regras e nas convenções subjacentes, deixando de lado os sujeitos e a história, ou a “periferia linguística”, no dizer de Saussure (1973).

Com esse enfoque, Saussure (1969) elaborou as chamadas teorias dicotômicas sobre língua e fala (para a linguagem), diacronia e sincronia, significante/significado (para o signo). Conforme o linguista, a linguagem é “[...] a faculdade natural de usar uma língua, ao passo que a língua constitui algo adquirido e convencional” (p. 17). É um sistema de valores que se opõem uns aos outros e

⁹ Numa abordagem diferente daquela estruturalista em que se situa Saussure (1969), Chomsky leva em conta propriedades da mente humana e a relação destas com a organização biológica da espécie, para explicar grande número de fatos linguísticos não descritos pelo estruturalismo, propondo então o conceito de competência linguística: capacidade de o locutor/ouvinte produzir/interpretar um número infinito de frases com base em um número finito de categorias e de regras. Pela competência linguística, o locutor/ouvinte gera, a partir de estruturas profundas (de base), estruturas de superfície, mediante aplicação de regras de transformação (perspectiva gerativista). Chomsky, no entanto, restringe-se a esse tipo de dinamicidade da língua/linguagem, não a colocando em relação com eventos da enunciação. Sendo inato o mecanismo de aquisição da linguagem (CHOMSKY, 1978), o gerativismo estabelecia dois tipos de gramáticas: a Gramática Universal (GU) e a Gramática Particular (GP). A GU corresponderia ao estado inicial da linguagem, que capacitaria qualquer criança a adquirir qualquer língua, desde que fosse exposta aos dados dessa língua. A evolução da GU resultaria na gramática final ou na Gramática Particular (GP), que corresponderia às características próprias de cada língua.

que está depositado como produto social na mente de cada falante de uma comunidade; já a fala é “[...] um ato individual e está sujeito a fatores externos, muitos desses não linguísticos e, portanto, não passíveis de análise” (p.17). Diante disso, para ele, somente a língua pode ser estudada cientificamente, por tratar-se de um sistema, norma para todas as manifestações de linguagem.

Essa perspectiva apresentada por Saussure como suposto analítico da linguagem é contestada pela linguística enunciativa, o que pode ser explicitado em afirmação de Cervoni (1989, p. 14), segundo o qual a frase passa a ter sentido “[...] quando um enunciado é resultante de um emprego efetivo da frase numa determinada situação enunciativa”, de forma que se torna necessário analisar o contexto do discurso e dos sujeitos da enunciação.

O sistema da língua passa a adquirir então um caráter discursivo, ou, como ressalta Santos (2001), o componente discursivo da língua torna-se o conjunto de operações a partir das quais o falante cria o discurso. E é dessa mediação entre língua e discurso assumido pelo sujeito da fala, que se ocupa a linguística enunciativa. Esta se volta, assim, para a enunciação e/o enunciado: a primeira, entendida como o conjunto de procedimentos formais que geram e organizam o discurso; o segundo, entendido como o resultado na enunciação, possuindo elementos que o reenviam à instância enunciativa. Dentre esses elementos, estariam formas pronominais, localizadores espaciotemporais, por exemplo, (LOZANO et. Al, 1997).

Assim “a linguística da enunciação, coloca em primeiro plano o caráter interativo da atividade de linguagem, recompondo o conjunto da enunciação, vinculação à análise do discurso” (SANTOS, 2001, p. 87).

Aproximações e distanciamentos entre enunciado e discurso, análise enunciativa ou discursiva, fruto de vieses e entrecruzamentos teóricos, não estão aqui sendo considerados, uma vez que estudos nessa direção requereriam um aprofundamento que extrapola os limites deste trabalho. Assim sendo, a perspectiva analítica adotada é aquela pautada pelo estudo do uso real da linguagem por locutores reais, em conformidade com Van Dijk, citado por Charaudeau e Maingueneau (2008), trazendo à pauta de exame, particularmente, marcas da enunciação identificadas ou inferidas.

São ainda Charaudeau e Maingueneau (2008) que observam que o objeto da Análise do discurso vem se diversificando ou descompartmentalizando, em função da abertura de diálogo com diferentes disciplinas que trabalham com discurso e das diversas correntes da análise do discurso. Encontram-se assim trabalhos que inscrevem o discurso no quadro da interação social, outros que privilegiam o estudo das situações de comunicação linguageiras (gêneros discursivos), outros que o articulam a posicionamentos ideológicos por exemplo.

No universo desta pesquisa o processo analítico procurará, através de sinalizadores discursivos, depreender traços da relação do sujeito turista com o Corpo coletivo acolhedor, traços do perfil que deste foi construído pela/nas significações relacionais.

3.1.2 Procedimentos e técnicas analíticas

Para a organização e análise dos dados, utilizaram-se técnicas da análise de conteúdo, conforme Bardin (2000). Cabe observar que, principalmente na França, nos anos 70, a análise do discurso, articulando teorias da língua, do discurso, do inconsciente e das ideologias, assumia uma posição crítica em relação à análise de conteúdo, particularmente, com referência a aspectos como a neutralização das diferenças de significantes e a desconsideração da estruturação dos textos (CHARAUDEAU e MAINGUENEAU, 2008).

Anterior à análise do discurso, esclarecem os autores, a análise de conteúdo, que nasce nos Estados Unidos no início do século XX, se distingue como uma técnica de pesquisa cuja aplicação se volta para processos de descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto das comunicações, para o que se utilizava de duas operações básicas: pré-categorização temática dos dados textuais e tratamento quantitativo. Essa prática de análise, segundo Charaudeau e Maingueneau (2008), é ainda muito utilizada no âmbito dos estudos de *marketing* e das pesquisas de opinião. Já os anos 80 e noventa conhecem uma evolução tanto na análise do conteúdo, quanto na análise do discurso: esta passa a trazer marcas de novas abordagens linguísticas; aquela abre-se a outras técnicas, inclusive com inspiração linguística. Disso resultou que, “[...] forte nos anos 70, a antinomia entre

as duas abordagens, está, atualmente, atenuada e não é raro que estudos conciliem os dois métodos” (CHAREAUDEAU E MAINGUENEAU, 2008, p. 42).

Reportando-se à concepção de Bardin (2000, p. 9), a análise de conteúdo corresponde a uma técnica de investigação aplicável ao discurso, que se constitui numa “[...] hermenêutica controlada, baseada na dedução: a inferência. Enquanto esforço de interpretação, a análise de conteúdo oscila entre os dois polos do rigor da objectividade e da fecundidade da subjectividade”. Dito de outro modo, para a autora, 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 (p. 42).

Entre as técnicas utilizadas para a realização da análise de conteúdo, destacam-se a análise léxica e a análise categorial: aquela, tendo como material de análise as próprias unidades de vocabulário (as palavras portadoras de sentido, ou seja, substantivos, adjetivos, verbos, etc., relacionados ao objeto de pesquisa); esta, desmembrando o discurso em categorias, em que os critérios de escolha e de delimitação orientam-se pela dimensão da investigação dos temas relacionados ao objeto de pesquisa, identificados nos discursos dos sujeitos pesquisados.

No quadro dos objetivos desta pesquisa e de seu respectivo marco teórico, o processo analítico partiu do que Bardin (2000, p. 96) denomina “leitura flutuante”, na qual se estabelecem os primeiros contatos com os documentos, e o analista “[...] se deixa invadir por impressões e orientações”, para que, progressivamente, a leitura vá se tornando mais precisa “[...] em função de hipóteses emergentes, da projecção de teorias adaptadas sobre o material e da possível aplicação de técnicas utilizadas sobre materiais análogos”.

Em consonância com os princípios e procedimentos metodológicos propostos pela autora, a organização e análise dos dados teve continuidade com o processo de análise léxica e categorial (em diferentes níveis de desdobramento), ressaltando que as categorias (e subcategorias) emergiram desse processo. Foram observadas regras de homogeneidade (uma dimensão de análise para cada conjunto categorial), de exclusão mútua (um mesmo elemento do conteúdo não

pode ser classificado aleatoriamente em duas categorias diferentes), de pertinência (uma categoria é deve ser adequada ao material de análise, estar relacionada com o quadro teórico, com os objetivos e com o objeto de investigação) e de objetividade e fidelidade (“O organizador da análise deve definir claramente as variáveis que trata, assim como deve precisar os índices que determinam a entrada de um elemento numa categoria”). Do ponto de vista pragmático, outra regra levada em conta foi a potencialidade de a categoria fornecer resultados férteis em índices de inferência, entre outros aspectos.

A análise do conteúdo remeteu à definição de unidades de registro e de sua contagem por presença ou ausência, por frequência, ordem, conforme se constituíram em índices pertinentes para o processo de inferência interpretativa, por tratar-se de uma pesquisa qualitativa, a partir da qual não se pretendem conclusões por generalização.

Para a análise interpretativa dos dados coletados e organizados, na medida em que estes consistiam em verbalizações dos sujeitos correspondentes a respostas dadas nas entrevistas, desde a análise léxica, foram identificadas ou inferidas marcas linguístico-discursivas que pudessem contribuir para a identificação de sinalizadores discursivos da relação do sujeito turista com o Corpo coletivo acolhedor, e comparados os discursos submetidos ao mesmo conjunto de categorias e subcategorias.

3.2 DESIGN DA PESQUISA E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o desenvolvimento da presente investigação, realizaram-se, precedendo a coleta, organização e análise dos dados, as seguintes etapas: definição da comunidade-alvo, campo de investigação; seleção dos empreendimentos e atrativos turísticos da comunidade para realização das entrevistas planejadas; elaboração de documento em atendimento a normas do Comitê de Ética da UCS; aplicação-piloto do instrumento de pesquisa; revisão e definição do instrumento de pesquisa; visita aos empreendimentos para autorização da realização das entrevistas nos locais.

Comunidade-alvo

Com colonização predominantemente italiana, o município de Bento Gonçalves, localizado na região da Serra Gaúcha, dista aproximadamente 130 Km da capital Porto Alegre¹⁰, 43 Km de Caxias do Sul. Possui cerca de 90 mil habitantes e tem se destacado pelo seu alto desenvolvimento econômico baseado na vitivinicultura e na indústria moveleira. Destaca-se pela sua excelente qualidade de vida, segundo dados da ONU, como também por suas variadas belezas naturais e uma boa estrutura turística e hoteleira (VENZKE, 2002).

O município se encontra entre os 65 destinos indutores listados pelo Ministério do Turismo recebendo significativo número de visitantes/turistas. A título de exemplo, visitam anualmente a Vinícola Aurora cerca de 150.000 visitantes/ano, segundo dados da Supervisão de Turismo da empresa; o roteiro Caminhos de Pedra recebeu, nos últimos três anos, uma média de 54.000 visitantes/ano, informação obtida junto aos gestores responsáveis; o Vale dos Vinhedos, somente em 2010, recebeu aproximadamente 200.000 visitantes conforme sua assessoria de imprensa. Outros atrativos, como a Maria Fumaça, recebem igualmente expressivo número de visitantes, informação ratificada, pessoalmente, na Secretaria municipal de turismo.

Face a essas características e à sua importância para o turismo da região, o município tem sido objeto de estudo de diferentes dissertações do mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, as quais o focalizam sob diferentes dimensões, configurando como importantes fontes bibliográficas para outras investigações e como referentes para os administradores públicos, e, ao mesmo tempo como subsídios a gestão pública e ao *trade* turístico.

3.2.1 Empreendimentos e atrativos turísticos selecionados

Face ao número e à diversidade de empreendimentos e atrativos turísticos no município de Bento Gonçalves e à impossibilidade de percorrer todos eles no período disponível pelo pesquisador, optou-se por proceder a um recorte metodológico tendo sido selecionados¹¹: um roteiro turístico (Caminhos de Pedra),

¹⁰ Em relação a Universidade de Caxias do Sul Bento Gonçalves corresponde a um dos municípios de sua área de abrangência, nele se situando o campus universitário do Vale dos Vinhedos.

¹¹ No Apêndice A apresenta-se uma breve síntese descritiva desses empreendimentos e atrativos

uma vinícola¹² (Aurora), empreendimentos hoteleiros (Hotéis Dall'Onder e Vinocap), de restauração (Restaurantes Canta Maria, Nona Ludia, Cantina Salvati & Sirena – os dois últimos situados nos Caminhos de Pedra) e o atrativo Maria Fumaça, indicado pela Secretaria de Turismo. Além da representatividade turística desses empreendimentos, esses recebem, conforme mencionado, número expressivo de turistas do estado e das mais diversas regiões do País e abrangem tanto o espaço urbano quanto o rural. As entrevistas realizaram-se na frente dos empreendimentos, na saída dos turistas. No caso dos hotéis, elas ocorreram na recepção; em relação à Maria Fumaça, realizaram-se na Estação de Bento Gonçalves.

3.2.2 Os sujeitos da pesquisa

Os entrevistados foram selecionados ao acaso, perfazendo um total de 59 sujeitos. Desse total, constituíram o universo da pesquisa 37 sujeitos, cujas respostas às questões-roteiro do instrumento de pesquisa tendo por objeto destaques da viagem como um todo não sofreram efeito de direcionamento pelo pesquisador na sua formulação. Esses sujeitos eram provenientes de 13 estados brasileiros assim distribuídos: Rio Grande do Sul – 12; Santa Catarina – 3; São Paulo – 3; Minas Gerais – 4; Rio de Janeiro – 3; Espírito Santo – 1; Brasília – 2; Alagoas – 2; Pernambuco – 1; Rio Grande do Norte – 2; Pará – 2; Rondônia – 1; Acre – 1.

No que se refere às faixas etárias, essas estão assim representadas: entre 21 e 30 anos, 5 sujeitos; 31 a 40 anos, 9; 41 a 50 anos, 6; 51 a 60 anos 12; 61 a 70 anos, 2; mais de 71 anos, 3.

Ainda caracterizando o universo de entrevistados, têm-se os seguintes dados: 32 vieram sem, e, 5 com pacote turístico. No tocante à frequência de visitas ao município, 21 vieram pela primeira vez; 1, pela segunda vez; 4, pela terceira vez; 3, pela quarta vez; 4, pela quinta vez; 1, pela sexta vez; 1, pela décima vez; 1, pela décima primeira vez; e 1 não respondeu a questão.

turísticos.

¹² Considerando-se a extensão do Vale dos Vinhedos e a pouca disponibilidade de transporte coletivo para o respectivo acesso, optou-se, como representativa do setor, a Vinícola Aurora, situada no centro da cidade de Bento Gonçalves. A mesma dificuldade se encontrou para o acesso aos Caminhos de Pedra, os quais foram parcialmente percorridos a pé pelo pesquisador.

As respostas formuladas foram transcritas para posterior organização e análise interpretativa dos dados.

3.2.3 Roteiro de entrevista

Entendendo ser a entrevista semiestruturada uma ferramenta compatível com a natureza e objetivos da pesquisa, foi elaborado um roteiro de entrevista piloto aplicado durante a Fenavinho (abril-maio de 2011), tendo em vista o respectivo aprimoramento e o exercício, pelo pesquisador, do processo de entrevistar com questões semiestruturadas. Após revisão do instrumento, o roteiro final compreendeu três núcleos de questões: o primeiro, tendo por foco dados gerais de identificação dos sujeitos com o intuito de possibilitar eventuais associações analíticas com o contexto de produção do discurso; o segundo buscando identificar a visão global dos sujeitos aos quais se solicitavam destaques sobre a viagem como um todo (tinha-se a preocupação de assegurar a expressão livre dos sujeitos, sem induzi-los em suas respostas¹³); o terceiro, focalizando aspectos pontuais da viagem¹⁴, no sentido de possibilitar eventuais ratificações, contrapontos, retificações e complementações das respostas à questão anterior. As questões-roteiro estão explicitadas no Apêndice B.

3.2.4 Observância de quesitos de ordem ética

Atendendo a exigências legais e institucionais, as entrevistas foram precedidas de leitura, pelos sujeitos da pesquisa, do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, em apenso, dando-lhes conhecimento, além de outros aspectos, da justificativa, dos objetivos e dos procedimentos estabelecidos para seu desenvolvimento, bem como do uso essencialmente acadêmico dos resultados que viessem a ser alcançados.

¹³ Ver justificativas teóricas no item 4.1 pg. 65-94

¹⁴ Por limitações de tempo, as questões referentes ao terceiro núcleo, referências a motivações da viagem, não foram objeto de análise no presente trabalho, podendo vir a ser utilizadas em estudos futuros.

4 CATEGORIZANDO E ANALISANDO AS VERBALIZAÇÕES

Conforme anunciado no item 3.1.2., na análise das respostas dos sujeitos aqui pretendida, procedeu-se à organização e análise com o concurso da Análise de Conteúdo, segundo Bardin (1977), definida como estrutura teórica da abordagem hermenêutica.

4.1 ANÁLISE LÉXICA E CATEGORIAL

Sob essa perspectiva, partiu-se da identificação de tópicos discursivos verbalizados por primeiro nas respostas às questões: 1) *O que chamou sua atenção na viagem como um todo?* 2) *Se fosse falar a outras pessoas sobre essa viagem, o que destacaria?*

A opção por assim iniciar o processo de organização dos dados levou em conta o suposto de que os afetos dos quais a emoção são a expressão estabelecem as cores que tonalizam todas as outras funções mentais, particularmente as do pensamento e da memória, interferindo no valor positivo ou negativo conferido às experiências, determinando a aceitação ou rejeição de objetos e situações. “Quanto mais forte for a emoção, maior será o impacto sobre a representação mental construída sobre a experiência, maior será o sentimento de prazer ou desprazer que a tonalizará, maior será a intensidade dos comportamentos que levarão a aproximar ou evitar experiências similares futuras, maior será a intensidade das lembranças que organizarão o sistema mnemônico em relação ao momento vivido” (PERAZZOLO; SANTOS; PEREIRA, 2012d, s.p) [tradução nossa]. A emoção e os afetos agem assim sobre o processo de significação e amplificação dos fenômenos sob forma de blocos mnemônicos, entendendo-se que a memória se organiza em unidades, ligando com lógica e coerência relatos mentais e linguísticos a partir de uma significação precedente). Esses blocos estariam refletidos nos tópicos discursivos enunciados por primeiro, havendo uma correlação entre as significações, a organização enunciativa do discurso e a consequente disposição dos tópicos nos enunciados.

A Figura 2, sob a forma de quadro, apresenta os tópicos discursivos enunciados por primeiro relacionados aos respectivos sujeitos.

FIGURA 2 – Tópicos discursivos enunciados por primeiro identificados nas verbalizações dos sujeitos, em resposta às questões 1 e 2

Tópicos	Sujeitos¹⁵	Verbalizações
Beleza e limpeza	1	<i>Local muito bonito e limpo</i>
	2	<i>Local bem bonito e bem limpinho</i>
Limpeza	3	<i>A limpeza da cidade</i>
	15	<i>Cidade limpa</i>
	21	<i>Cidade bem limpa</i>
	37	<i>Cidade limpa</i>
Beleza	54	<i>Uma cidade bonita</i>
	55	<i>Em termos de cidade, é feia</i>
Tranquilidade	25	<i>Bem calma</i>
	53	<i>Muito calma</i>
Tranquilidade e segurança	49	<i>Local calmo, tranquilidade, segurança que se tem aqui, acho isso que é diferente</i>
Maria Fumaça	13	<i>Eu ia destacar a Maria Fumaça</i>
	41	<i>Eu ia falar da oportunidade de fazer a Maria Fumaça (porque, quando eu era pequeno, na minha cidade tinha Maria Fumaça)</i>
Vinícola	09	<i>Vinícola</i>
Caminhos de Pedra	11	<i>Vou bater no ponto dos Caminhos de Pedra. Adorei lá, (bem atrativo, o pessoal bem hospitaleiro)</i>
Estrutura turística	58	<i>Bento não tem muito o que fazer lá, a não ser o Vale.</i>
Hospitalidade/Acolhimento das pessoas	20	<i>A hospitalidade</i>
Povo/pessoas	12	<i>Eu gosto do povo, das pessoas</i>
Atenção das pessoas	19	<i>Gostei muito do povo daqui, o povo é assim, muito atencioso, quando vai pedir informação, tem boa vontade</i>
Educação das pessoas	52	<i>A educação do povo</i>
Aconchego da cidade	29	<i>Eu acho a cidade aconchegante</i>

¹⁵ Manteve-se a numeração inicial dos sujeitos entrevistados (59).

Cultura italiana	36	<i>Eu acho bacana a valorização dessa coisa italiana, da cultura</i>
	46	<i>O que me chama atenção aqui é a cultura italiana</i>
Paisagem	08	<i>Seria mais as paisagens, as paisagens em geral</i>
	42	<i>Paisagem, bem arborizado, acho que é isso aí</i>
	26	<i>A paisagem, ela é bastante emblemática</i>
Clima	16	<i>Assim... o clima</i>
	40	<i>O clima</i>
Sinalização	27	<i>Em primeiro lugar, eu acho muito bem sinalizado (placas em português e em inglês)</i>
	32	<i>O centro de Bento Gonçalves é bem sinalizado</i>
Condições das estradas	57	<i>A estrada está em condições razoáveis, poderia estar melhor</i>
Passagem dos pedestres	14	<i>(Quando se faz uma obra) aqui eu vi, em vários lugares, ocupa a calçada inteira, e faz a passagem das pessoas cercada na rua</i>
Estrutura para o turismo	51	<i>Boa estrutura para o turismo</i>
Divisões de área	31	<i>As divisões de área são muito bem claras (zona residencial, centro, área de lazer, restaurantes, hotéis...)</i>
Desenvolvimento da cidade	23	<i>Eu acho Bento, é uma cidade assim “progressiva”, ela vai, tá bombando e acho que vai bombar mais</i>
Clima estimulante	22	<i>Aqui tem clima que estimula fazer as coisas</i>
Renda	34	<i>Uma cidade que tem uma renda per capita muito boa</i>

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Caberia de imediato chamar a atenção para alguns elementos discursivos que sinalizam explicitamente para marcas da experiência vivida, dentre eles: termos/expressões enfáticos, por exemplo, advérbios de intensidade como « bem » (Sujeitos¹⁶ 2, 21, 25, 42), « muito » (S. 1, 53, 19, 34), « muito bem » (S. 31); as expressões « vou bater no ponto » + « adorei » (S. 11) e « em primeiro lugar » (S. 27); termos que conotam prazer psíquico/físico, ou termos hedônicos, nos dizeres de Soares da Silva, (2006), como « limpinho », em que o sufixo « -inho » tonaliza afetivamente a qualidade. Destaca-se ainda a sequência dos termos « calmo »,

¹⁶ O termo “sujeito” será a partir de agora expresso pela inicial “S”.

« tranquilidade », « segurança » (S. 49): o termo « tranquilidade », que apenas poderia estar reiterando a valência positiva conferida à não agitação, vem ressignificado pelo termo « segurança », aspecto para o qual a cidade chamou a atenção do sujeito e que, ao mesmo tempo, a torna diferente em relação a outros lugares.

Duas caracterizações fazem contraponto com as demais, na medida em que expressam uma relação negativa com o município. Especificamente em relação ao enunciado “não tem muito o que fazer lá”, os enunciados que estariam aí implícitos (A cidade apresenta “coisas” a serem feitas; Uma cidade turística deve apresentar uma ampla gama de “coisas” a serem feitas; O que a cidade apresenta a fazer não corresponde a isso) vêm conotar uma não concretização de expectativa.

Uma outra observação cabe ser feita em relação ao número de ocorrências dos tópicos verbalizados por primeiro. LIMPEZA aparece como o mais citado, com seis ocorrências, seguido por BELEZA, com quatro ocorrências.

Na sequência do processo de organização dos dados, são agora listados os tópicos adicionais àqueles enunciados por primeiro, do que resultou o quadro expresso pela Figura 3.

FIGURA 3 – Tópicos discursivos adicionais aos enunciados por primeiro identificados nas verbalizações dos sujeitos

Sujeito	Tópico enunciado por primeiro	Tópicos adicionais	Verbalizações
1	Beleza e limpeza	Hospitalidade/ Acolhimento das pessoas	<i>Além das pessoas terem me recebido super bem</i>
		Estrutura turística	<i>Foram me dadas várias informações sobre os locais a serem visitados, mas quando cheguei estavam fechados</i>
2	Beleza e limpeza	Educação das pessoas	<i>As pessoas são educadas</i>
		Caminhos de Pedra	<i>Os caminhos de Pedra, e eu achei tudo muito lindo (porque aprendi um pouco de tudo)</i>
3	Limpeza	Educação das pessoas	<i>A educação das pessoas lá da cidade</i>
15	Limpeza	Sinalização	<i>Sinalização é boa, nem precisa pedir</i>

			<i>informação para chegar aqui</i>
21	Limpeza	Impressão geral da cidade	<i>Cidade gostosa</i>
		Condições das estradas	<i>O caminho é bom de vir</i>
		Hospitalidade/Acolhimento das pessoas	<i>Hospitaleiras (Um ar aconchegante, um ar de família)</i>
37	Limpeza	Impressão geral da cidade	<i>Cidade boa</i>
		Organização da cidade	<i>Bem administrada</i>
		Beleza	<i>Cidade bonita</i>
54	Beleza	-	-
55	Beleza	Estrutura turística	<i>Não tem o que fazer exceto os passeios</i>
25	Tranquilidade	-	-
53	Tranquilidade	Beleza	<i>É lugar muito bonito</i>
		-	-
49	Tranquilidade e segurança	-	-
13	Maria Fumaça	-	-
41	Maria Fumaça	-	-
09	Vinícola	Estrutura turística	<i>Hotel maravilhoso</i>
		Gastronomia	<i>Comida maravilhosa</i>
		Limpeza	<i>Limpeza</i>
11	Caminhos de Pedra	-	-
58	Estrutura turística	Caminhos de Pedra	<i>Os caminhos de Pedra não têm graça nenhuma</i>
20	Hospitalidade/Acolhimento das pessoas	Limpeza	<i>A limpeza</i>
		Educação das pessoas	<i>As pessoas são educadas</i>
		Organização do povo	<i>Organização do povo enquanto sociedade</i>
		Educação das	<i>(Povo) muito formal</i>

		peessoas	
12	Povo/pessoas	Vinícola	<i>Vinícolas</i>
19	Atenção das pessoas	-	-
52	Educação das pessoas	Limpeza (eficiência dos serviços e educação das pessoas)	<i>A limpeza urbana é muito eficiente; as pessoas não jogam lixo (as pessoas são educadas)</i>
29	Aconchego da cidade	Organização da cidade	<i>Bem organizada</i>
		Sinalização	<i>Bem sinalizada</i>
		Caminhos de Pedra	<i>Passeio pela Colônia de São Pedro aqui é muito gostoso de fazer</i>
		Estrutura turística	<i>Preparado para receber turistas</i>
36	Cultura italiana	-	-
46	Cultura italiana	-	-
08	Paisagem	Impressão geral da cidade	<i>Cidade maravilhosa</i>
42	Paisagem	Estrutura turística	<i>Cidade é mais turística do que eu imaginava</i>
26	Paisagem	Gastronomia	<i>Gastronomia, porque no geral ela é bastante farta enfim, as pessoas costumam ser bem servidas</i>
		Cultura do Vinho	<i>A cultura do vinho é bastante interessante</i>
16	Clima	Limpeza	<i>Limpa</i>
		Hospitalidade/Acolhimento das pessoas	<i>O pessoas, assim, é bem simpático</i>
40	Clima	Paisagem	<i>O colorido das flores</i>
		Povo/pessoas	<i>As pessoas que passeiam</i>
		Maria Fumaça	<i>Maria Fumaça, que acho que sai viajando, você vê um pouquinho de tudo</i>
27	Sinalização	Organização da cidade	<i>Me parece, me passou uma cidade muito organizada</i>
		Limpeza	<i>Limpa</i>
		Beleza	<i>Bonita</i>
32	Sinalização	Organização da	<i>Mas o trânsito é saturado</i>

		cidade	
57	Condições das estradas	Paisagem	<i>A serra, que é muito bonita, a vegetação, bem diferente do que a gente está acostumado</i>
		Hospitalidade/ Acolhimento das pessoas	<i>A receptividade das pessoas</i>
14	Passagem dos pedestres	-	-
51	Estrutura turística	Hospitalidade/ Acolhimento das pessoas	<i>Acolhe bem para o turismo</i>
31	Divisões de área	-	-
23	Desenvolvimento da cidade	-	-
22	Clima estimulante	-	-
34	Renda	Limpeza	<i>Ruas limpas</i>

Fonte : Elaborado pelo próprio autor.

Numa visão geral, o quadro permite identificar dois grandes grupos de verbalizações adicionais: aquelas que retomam os tópicos enunciados por primeiro por outros sujeitos e aquelas que se referem a tópicos ainda não enunciados, caso de « organização do povo », « gastronomia », « organização da cidade », « cultura do vinho », « impressão geral da cidade ».

Do ponto de vista discursivo, alguns aspectos vêm reiterar aqueles já referidos em relação à Figura 2. Sinalizando explicitamente para marcas da experiência vivida, pode ser observada a presença dos termos enfáticos expressos por advérbios ou prefixo indicativos de intensidade, como em « super bem recebido » (S. 1), « muito lindo » (S. 2), « muito formal » (S. 20), « muito gostoso » (S. 29), « bastante farta » (S. 26), para citar algumas ocorrências. Por outro lado, notam-se predicções que encerram impressões gerais, que são verbalizadas, entre outras formas, por meio de termos que, do ponto de vista do sentido, estão ligados sinestésicamente aos sentidos e aos sentimentos, expressando uma relação não meramente racional com o objeto. Podem assim ser citadas as predicções: « cidade maravilhosa » (S. 8), « cidade gostosa » (S. 21), « comida maravilhosa »

(S. 9), « hotel maravilhoso » (S. 9), « cidade boa » (S. 37), « muito gostoso de fazer » (S. 29).

Esse aspecto relacional com o objeto é de outro modo conotado discursivamente pela expressão « me parece » (a mim) seguida imediatamente por « me passou uma cidade » (S. 27), esta última configurando « cidade » como um ator « ativo » atuando sobre o sujeito respondente («me»), o qual estaria marcando, no enunciado, a condição de ator passivo, diferentemente de sua condição em « me parece ». Nessa linha de análise, poderia ser mencionada a expressão « um ar de » (S. 21), que estaria sinalizando, na explicitação da caracterização “hospitaleiras”, para um modo de o objeto (local) « apresentar-se » ao sujeito.

Caberia também assinalar o emprego de « nem » na verbalização do sujeito 15: « A sinalização é boa, nem precisa pedir informação para chegar aqui ». Diferentemente do sentido meramente explicativo que seria conotado se tivesse sido enunciado « porque não precisa pedir informação », o termo « nem » evoca o sentimento de surpresa que teria sido « provocado » pelo local, sugerindo uma quebra positiva de expectativa na relação com o objeto. “Normalmente é necessário pedir informações por falta de sinalização”; “Esta localidade difere das demais” são discursos implícitos ao que foi enunciado pelo sujeito.

Numa situação oposta, encontra-se o conectivo « mas » em « mas quando cheguei estavam fechados » (S.15), que refere uma quebra negativa de expectativa. Um outro aspecto negativo na relação com o objeto – reiterando o já ocorrido nos enunciados verbalizados por primeiro –vem expresso em « não tem o que fazer » (S. 55), mas cuja relativização é marcada discursivamente pelo termo « exceto », sem, no entanto, minimizar o fato apontado.

No percurso de identificar traços, na dinâmica do acolhimento, em sua perspectiva coletiva, da relação entre o sujeito turista (primariamente acolhido) e os vértices do corpo coletivo acolhedor, considerando a ótica do sujeito acolhido – proposição desta pesquisa –, mostra-se como pertinente, numa síntese inicial, tendo em vista subsidiar a sequência do processo de categorização e análise interpretativa, contabilizar o total de ocorrências, por tópico presente nas verbalizações, apresentando-as por ordem decrescente, conforme Figura 4, elaborada sob forma de quadro.

FIGURA 4 – Total geral de ocorrências de cada um dos tópicos presentes nas verbalizações dos respectivos sujeitos, somadas as enunciadas por primeiro (A) às adicionais (B)

Tópico	Sujeitos (A)	Sujeitos (B)	Total de verbalizações
Limpeza	3, 15, 21,37,1,2	9, 20, 52, 16, 27, 34	12
Maria Fumaça, Vinícola, Caminhos de Pedra	11, 13, 41, 09	2, 29, 58,40,12	9
Acolhimento (Hospitalidade/Acolhimento das pessoas, Atenção das pessoas)	20, 19	1, 21,16, 57, 51	7
Beleza	54, 55, 1, 2	37, 53, 27	7
Estrutura turística	58, 51	1, 55, 29, 42,9	7
Educação das pessoas	52	2, 3, 20, 20	5
Paisagem	08, 42, 26	40, 57	5
Sinalização	27, 32	15, 29,	4
Impressão geral	29	21,37,8	4
Organização/administração da cidade	-	29,32,37,27	4
Tranquilidade	25, 53, 49	-	3
Cultura da imigração	36, 46	26	3
Povo/pessoas	12	40, 20	3
Gastronomia	-	9, 26	2
Condições das estradas	57	21	2
Clima	16, 40	-	2
Segurança		49	1
Passagem dos pedestres	14	-	1
Divisões de área	31	-	1
Desenvolvimento da cidade	23	-	1
Clima estimulante	22	-	1
Renda	34	-	1

Fonte : Elaborado pelo autor

Enquanto, no conjunto das verbalizações, aquelas centradas no tópico LIMPEZA mantêm-se à frente das demais, aparece na segunda posição o tópico que reúne os atrativos turísticos (Maria Fumaça, Caminhos de Pedra e Vinícolas), seguido, com igual número de ocorrências, por BELEZA (que assume posição diferente daquela que ocupou no conjunto das verbalizações enunciadas por primeiro – Figura 3), por ACOLHIMENTO E ESTRUTURA TURÍSTICA.

Concluída então essa fase inicial de organização dos dados, dá-se o início, a partir de agora, com vistas à análise interpretativa, à passagem da análise léxica para a análise categorial, conforme proposto por Bardin (1977), mediante o estabelecimento de categorias e subcategorias definidas a partir da constituição de quatro eixos categoriais, assim nomeados: Relações sócio-humanas, Estrutura e organização socioeconômica e administrativa, Produtos/atrativos turísticos, Impressões sociocognitivas. Nessa direção, são apresentadas, respectivamente, as Figuras 5, 6, 7 e 8.

O exame das 12 verbalizações constantes da figura 5 remetem à configuração de dois grupos, os quais teriam como elemento agregador as ideias de acolhimento e educação das pessoas (subcategorias), ideias essas que, por sua vez, teriam na recepção interpessoal o elemento que as aproxima (categoria). Em suma, poder-se-ia dizer que o agrupamento dos enunciados tem como eixo estruturante RELAÇÕES SÓCIO-HUMANAS.

Especificamente em relação à subcategoria ACOLHIMENTO, chamam a atenção dois aspectos: de um lado, os enunciados têm como foco a coletividade, o que se expressa no emprego dos termos “pessoas”, “povo” (povo/pessoas acolhedores) ou, metonimicamente, no emprego do termo “cidade”; de outro, as verbalizações desenham uma concepção de acolhimento na qual o sujeito, desde seu lugar de acolhido, marca a ação e a forma de receber como elementos centrais do processo de acolher (“super bem recebido”: com simpatia, com atenção, boa vontade). Outro traço do acolhimento presente nos enunciados dos sujeitos, ainda que mencionado em explicação complementar ao tópico adicional, é o vínculo com o ambiente familiar ligado à ideia de aconchego (S. 21).

FIGURA 5 – Organização categorial das verbalizações no eixo RELAÇÕES SÓCIO-HUMANAS

Eixo categorial	Categoria	Subcategoria	Verbalizações/Sujeitos
Relações sócio-humanas	Recepção interpessoal	Acolhimento	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>(Aqui, na cidade) a hospitalidade (20)</i> 2. <i>Além das pessoas terem me recebido super bem (1)</i> 3. <i>(Pessoas) hospitaleiras (Um ar acolhedor, um ar de família) (21)</i> 4. <i>O pessoal, assim, é bem simpático (16)</i> 5. <i>A receptividade das pessoas (57)</i> 6. <i>(Cidade) acolhe bem para o turismo (51)</i> 7. <i>Gostei muito do povo daqui, o povo é assim muito atencioso, quando vai pedir informação, tem boa vontade (19)</i>
		Educação das pessoas	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>A educação do povo (52)</i> 2. <i>As pessoas são educadas (2)</i> 3. <i>A educação das pessoas lá da cidade (3)</i> 4. <i>As pessoas são educadas (20)</i> 5. <i>(povo) muito formal (20)</i>

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Constituindo uma segunda subcategoria – na medida em que os enunciados que lhe dizem respeito não obrigatoriamente expressam características intrínsecas ao acolhimento –, as referências à educação, no âmbito da recepção interpessoal, situam-na na perspectiva da coletividade (“educação do povo”, “pessoas educadas”). Destaca-se ainda, nessa subcategoria, a verbalização “(povo) muito formal”, que expressa, na caracterização dessa coletividade, uma relação interpessoal não espontânea e/ou tonalizada por preceitos de civilidade.

Conforme a figura 6 apresenta, o eixo categorial “ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICO-ADMINISTRATIVA”, que compreende 35 verbalizações, engloba diferentes aspectos expressos nas categorias ORGANIZAÇÃO GERAL; ORGANIZAÇÃO TURÍSTICA; ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICA.

FIGURA 6 – Organização categorial das verbalizações no eixo ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICA E ADMINISTRATIVA

Eixo categorial	Categoria	Subcategoria	Verbalizações/Sujeitos
Estrutura e organização socioeconômico-administrativa	Organização geral	Manutenção/ Limpeza	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>A limpeza da cidade (3)</i> 2. <i>Cidade limpa (15)</i> 3. <i>Cidade bem limpa (21)</i> 4. <i>Cidade limpa (37)</i> 5. <i>Local muito bonito e limpo (1)</i> 6. <i>Local bem bonito e bem limpinho (2)</i> 7. <i>Limpeza (9)</i> 8. <i>A limpeza (20)</i> 9. <i>A limpeza urbana é muito eficiente (as pessoas não jogam lixo, as pessoas são educadas) (52)</i> 10. <i>Limpa (16)</i> 11. <i>Limpa (27)</i> 12. <i>Ruas limpas (34)</i>
		Organização socioadministrativa	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Bem organizada (29)</i> 2. <i>Mas o trânsito é saturado (32)</i> 3. <i>As divisões de área são muito bem claras (zona residencial, centro, área de lazer, restaurantes, hotéis...) (31)</i> 4. <i>(Quando se faz uma obra) aqui eu vi em vários lugares, ocupa a calçada inteira, e faz a passagem das pessoas cercada na rua (14)</i> 5. <i>Segurança que se tem aqui, acho isso que é diferente (49)</i>
		Acesso	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Em primeiro lugar, eu acho muito bem sinalizado (placas em português e em inglês) (27)</i> 2. <i>O centro de Bento Gonçalves é bem sinalizado (32)</i> 3. <i>Sinalização é boa, nem precisa pedir informação para chegar aqui (15)</i> 4. <i>Bem sinalizada (29)</i> 5. <i>A estrada está em condições razoáveis, poderia estar melhor (57)</i> 6. <i>O caminho é bom de vir (21)</i>
			<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Bento não tem muito o que fazer lá, a não ser o Vale (58)</i>

	Organização turística	Estrutura turística	<ol style="list-style-type: none"> 2. <i>Boa estrutura para o turismo (51)</i> 3. <i>Foram me dadas várias informações sobre os locais a serem visitados, mas quando cheguei, estavam fechados (1)</i> 4. <i>Não tem o que fazer, exceto os passeios (55)</i> 5. <i>O pessoal já está preparado para receber turistas (29)</i> 6. <i>Cidade mais turística do que imaginava (42)</i>
		Equipamentos ¹⁷	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Hotel maravilhoso (9)</i> 2. <i>Comida maravilhosa (9)</i> 3. <i>Gastronomia, porque no geral ela é bastante farta, enfim, as pessoas costumam ser bem servidas (26)</i>
	Organização socioeconômica	Desenvolvimento	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Uma cidade que tem uma renda per capita muito boa (34)</i> 2. <i>Eu acho Bento, é uma cidade assim “progressiva”, ela vai, tá bombando e acho que vai bombar mais (23)</i> 3. <i>Aqui tem clima que estimula fazer as coisas (22)</i>

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Em ORGANIZAÇÃO GERAL, estão compreendidas subcategorias para as quais convergem elementos/aspectos passíveis de ser apropriados pelo turismo ou que repercutem sobre ele (MANUTENÇÃO/LIMPEZA; ORGANIZAÇÃO SOCIOADMINISTRATIVA E ACESSO). Chama a atenção novamente a ênfase à limpeza (associada em alguns casos com a beleza), a visão positiva da sinalização urbana e do acesso e, de modo geral, das condições das estradas, embora a ressalva de serem passíveis melhorias. Particularmente ainda no tocante à limpeza, esta também aparece vinculada à educação das pessoas e também à eficiência dos serviços de manutenção (S. 52).

Paralelamente à organização geral, a dimensão socioeconômica é colocada em evidência, na medida em que recebe a atenção do turista o desenvolvimento local associado à renda *per capita* e a indicativos de progresso, o que, por decorrência, gera um “clima” estimulante a esse desenvolvimento.

¹⁷ Apesar de mostrar-se coerente uma aproximação entre “equipamentos” e “estrutura turística”, aqueles integrando esta, ambos os elementos foram tratados de forma separada, na medida em que não se tinha uma ideia clara, pelas verbalizações, de como os turistas viam essas relações. Essa separação inicialmente realizada dilui-se nos processos analíticos particularmente vinculados ao Corpo Coletivo Acolhedor.

Por outro lado, no que diz respeito à organização socioadministrativa (planejamento, gestão, execução), tem-se apenas uma única referência negativa, aquela alusiva ao trânsito (S. 32).

Quando os enunciados remetem à subcategoria ESTRUTURA TURÍSTICA/EQUIPAMENTOS, predomina igualmente a valência positiva. Conforme já assinalado anteriormente, mesmo quando referem aspectos negativos (“Bento não tem muito o que fazer”, “Não tem o que fazer”), estes são relativizados na sequência (“[...] a não ser o Vale”, “[...] exceto os passeios”).

FIGURA 7 - Organização categorial das verbalizações no eixo PRODUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS¹⁸

Eixo categorial	Categoria	Subcategoria	Verbalizações
Produtos/ Atrativos turísticos	Empreendimentos	Roteiro e organizações turísticas	1. <i>Eu ia destacar a Maria Fumaça (13)</i>
			2. <i>Eu ia falar da oportunidade de fazer a Maria Fumaça (porque, quando eu era pequeno, na minha cidade tinha Maria Fumaça) (41)</i>
			3. <i>Vou bater no ponto dos Caminhos de Pedra. (Adorei lá, bem atrativo, o pessoal bem hospitaleiro) (11)</i>
4. <i>Vinícola (09)</i>			
5. <i>Os caminhos de Pedra e eu achei tudo muito lindo, porque aprendi um pouco de tudo (2)</i>			
6. <i>Passeio pela Colônia de São Pedro, aqui é muito gostoso de fazer (29)</i>			
7. <i>Os caminhos de Pedra não tem graça nenhuma (58)</i>			
8. <i>Maria Fumaça, que acho que sai viajando, você vê um pouquinho de tudo (40)</i>			
9. <i>Vinícolas (12)</i>			
	Naturais	Clima	1. <i>Assim... o clima (16)</i> 2. <i>O clima (40)</i>
		Paisagem	1. <i>Seria mais as paisagens, as paisagens em geral (08)</i> 2. <i>Paisagem, bem arborizado, acho</i>

¹⁸ Nas menções dos sujeitos 26 e 57, a paisagem, além de significações ligadas a emoções vividas na experiência, estaria expressando uma significação conferida à cultura local, que, no caso, assume uma característica indentitária.

			<p><i>que é isso aí (42)</i></p> <p>3. <i>A paisagem, ela é bastante emblemática (26)</i></p> <p>4. <i>O colorido das flores (40)</i></p> <p>5. <i>A serra que é muito bonita, a vegetação bem diferente do que a gente está acostumado (57)</i></p>
	Socioculturais	Cultura da Imigração	<p>1. <i>O que me chama atenção aqui é a cultura italiana (46)</i></p> <p>2. <i>Eu acho bacana a valorização dessa coisa italiana, da cultura (36)</i></p> <p>3. <i>A cultura do vinho é bastante interessante (26)</i></p>

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

O processo de categorização dos 19 enunciados elencados na figura 7 que se fez a partir do eixo categorial PRODUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS, pautou-se primeiramente pelo entendimento que autores como Beni (1998), Bahl (1994, 2004), Lage e Milone (1991), Boullón (1990) têm a respeito.

Segundo Bahl (2004), é nos atrativos turísticos que se assenta a oferta turística, na medida em que são eles que estimulam o turista, quer a deslocar-se, quer a permanecer na localidade de destino. Convergindo para a mesma ideia, Lage e Milone (1991) conferem aos atrativos turísticos o fator determinante da decisão do turista.

O Ministério do Turismo no Brasil (2005) classifica os atrativos turísticos em: naturais; culturais; realizações técnicas, científicas ou artísticas e eventos programados. Nessa mesma linha, Beni (1998) enquadra no conceito de atrativos turísticos, os naturais, os histórico-culturais, manifestações e usos tradicionais e populares realizações técnicas e científicas contemporâneas e acontecimentos programados.

Na composição da oferta e no atendimento à demanda turística, os atrativos são considerados a matéria prima do turismo, ditando as condições de desenvolvimento da atividade turística na localidade e constituindo-se no elemento fundamental para a composição do produto turístico (BOULLÓN, 1990). Para o autor, o produto turístico compreende um componente primário integrado pelos atrativos turísticos e pelas atividades turísticas e um componente derivado referente a serviços de alojamento, alimentação, transporte e outros complementares, como

câmbio de moeda, por exemplo. Também Bahl (2004), apoiado em Acerenza, chama de produto turístico o somatório de atrativo, facilidade e acesso e observando ao mesmo tempo que esse produto pode ser “[...] um destino turístico específico ou um agregado de destinos turísticos apresentado sob forma de roteiro ou pacote turístico” (BAHL, 1994, p. 40).

É nesse quadro teórico que foram construídas as categorias: EMPREENDIMENTOS, ATRATIVOS SOCIOCULTURAIS E ATRATIVOS NATURAIS.

Com relação à categoria EMPREENDIMENTOS, as verbalizações recaem sobre três focos: Maria Fumaça, Caminhos de Pedra e vinícolas. Sobre estas últimas, não se dispõe de explicitações. Contrariamente, no que diz respeito aos Caminhos de Pedra, em três das quatro verbalizações a eles referentes, são ressaltadas qualidades, tais como atratividade (reforçando seu potencial como atrativo turístico) e hospitalidade das pessoas (S. 11), em oposição a apenas uma predicação negativa (“não tem graça nenhuma” – S. 58). Ressalte-se que um dos sujeitos, complementando sua resposta, menciona uma relação de aprendizagem com o atrativo (S. 2), o que, aliado à hospitalidade que ali se pode vivenciar – tendo em conta enunciado do Sujeito 11 –, não configuraria uma discrepância, uma vez que relações de acolhimento genuíno promovem aprendizagens (PERAZZOLO; SANTOS, PEREIRA, 2012b).

Já sobre as três menções à Maria Fumaça, chama a atenção a ligação que é feita com a diversidade de cenários (S.40) e também com memórias da infância (S.41), o que possibilita retomar a ideia de que emoção e afetos agem sobre o processo de significação das experiências.

No conjunto dos atrativos naturais, conforme o quadro dá conta, é a alusão à paisagem que se destaca e, nela, a arborização, o colorido das flores e a peculiaridade da vegetação. Mais do que isso, ela se mostra como uma figura simbólica, representativa da localidade tornada singular (“emblemática”).

No que tange aos atrativos/produtos socioculturais, as verbalizações põem em relevo não apenas os aspectos culturais em si, mas o fato de que ali a comunidade deixa transparecer que confere valor a essa cultura.

FIGURA 8 – Organização categorial das verbalizações no eixo IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS

Eixo categorial	Categoria	Subcategoria	Verbalizações
Impressões sociocognitivas	Aspectos estéticos	Beleza	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Uma cidade bonita (54)</i> 2. <i>Local muito bonito e limpo (1)</i> 3. <i>Local bem bonito e bem limpinho (2)</i> 4. <i>Cidade bonita (37)</i> 5. <i>É lugar muito bonito (53)</i> 6. <i>Bonita (27)</i> 7. <i>Em termos de cidade, é feia (55)</i>
	Aspectos perceptuais	Atmosfera ambiental	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Cidade gostosa (21)</i> 2. <i>Cidade boa (37)</i> 3. <i>Cidade maravilhosa (08)</i> 4. <i>Bem calma (25)</i> 5. <i>Muito calma (53)</i> 6. <i>As pessoas que passeiam (40)</i> 7. <i>Local calmo (49)</i> 8. <i>Eu gosto do povo, das pessoas (12)</i> 9. <i>Cidade aconchegante (29)</i> 10. <i>Cidade bem administrada (37)</i> 11. <i>Organização do povo enquanto sociedade (20)</i> 12. <i>Me parece, me passou uma cidade muito organizada (27)</i>

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Conforme apresentado na Figura 8, as categorias ASPECTOS ESTÉTICOS E ASPECTOS PERCEPTUAIS – às quais correspondem, respectivamente, as subcategorias BELEZA E ATMOSFERA AMBIENTAL –, constituem o eixo categorial IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS. Os enunciados dos sujeitos dão conta de construções sociocognitivas efetivadas somente a partir da experiência – no caso, estar ou ter estado na localidade. Ressalte-se, no conjunto das verbalizações atinentes aos aspectos estéticos, a forte presença de enunciados atribuindo valência positiva à beleza do local (Somente um apresenta um atributo contrário: “cidade feia”). Em alguns casos, essa valência positiva origina-se da associação com a limpeza, esta se tornando um elemento constitutivo da própria beleza.

Sobre as verbalizações vinculadas à subcategoria *ATMOSFERA AMBIENTAL*, merecem ser assinalados alguns aspectos. Por um lado, tem-se o foco no clima de tranquilidade, para o qual apontam o adjetivo “calma” (modificado pelos advérbios “bem” e “muito”) e a referência às “pessoas que passeiam”, lembrando que o verbo “passear”, na sua forma intransitiva, remete à ideia de vagarosidade de movimento. As qualificações expressas pelos adjetivos “gostosa”, “boa”, “aconchegante” e “maravilhosa” parecem encerrar uma relação marcada positivamente – ou de fruição – refletindo um processo de significação tonalizada por emoções e afetos, o que estaria sendo estendido às pessoas em geral (“Eu gosto do povo, das pessoas” – S. 12). Por outro lado, nessa mesma atmosfera ambiental, são construídas impressões sociocognitivas relativamente ao que a localidade deixaria transparecer: organização e boa administração.

Tendo em vista o aprofundamento da análise, a organização dos dados tal como descrita até o presente momento encaminha a uma outra leitura contemplando agora a contabilização de incidências no contexto categorial (por eixo categorial e categoria) vista de forma global e em suas especificações (por subcategorias). É o que se fará na continuidade, por meio do conjunto de tabelas que seguem.

TABELA 1 – Percentual, em ordem decrescente, de verbalizações por eixo categorial, em relação ao total de verbalizações dos sujeitos

Eixo categorial	Número total de verbalizações	Percentual
Estrutura e organização socioeconômico-administrativa	35	41,18
Produtos/Atrativos turísticos	19	22,35
Impressões sociocognitivas	19	22,35
Relações sócio-humanas	12	14,12
Total	85	100

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Nesse nível macro de análise, considerando os eixos em torno dos quais incidiram as verbalizações, chamam a atenção os que ocupam os extremos na ordenação por número de ocorrências, na medida em que estão em oposição elementos estruturais e socioeconômico-administrativos e relações sócio-humanas, particularmente quando se tem por objeto de análise relações de acolhimento. Note-

se que os Algarismos dos respectivos percentuais estão até mesmo invertidos: 41% e 14%. Entretanto, mostra-se pertinente examinar esses eixos categoriais em seus desdobramentos, uma vez que, no detalhamento, outros elementos podem vir a destacar-se e, eventualmente, redimensionar os números até aqui obtidos. É sob essa perspectiva que será feita a leitura das tabelas subsequentes.

TABELA 2 – Percentual, em ordem decrescente, de verbalizações, por subcategoria, em relação ao eixo categorial RELAÇÕES SÓCIO-HUMANAS (I) e ao total de verbalizações dos sujeitos (II)

Eixo categorial	Categoria	Subcategoria	Total	Percentual (I)	Percentual (II)
Relações sócio-humanas	Recepção interpessoal	Acolhimento	7	58	8,24
		Educação das pessoas	5	42	5,88
Total			12	100	14,12

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Quando as lentes analíticas se voltam para as relações sócio-humanas vistas na recepção interpessoal, prevalecem as referências a acolhimento/hospitalidade, no caso, consideradas aquelas mencionadas com essas palavras nas verbalizações. Se, no entanto, outras menções como “cidade aconchegante”, “ar de família” (que, por outros critérios, foram relacionadas a outros elementos categoriais), fossem, por sua afinidade de sentido, computadas nesse universo, o respectivo percentual seria certamente mais significativo (10,58% do total de verbalizações).

TABELA 3 – Percentual, em ordem decrescente, de verbalizações, por subcategoria, em relação ao eixo categorial ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICO-ADMINISTRATIVA (I) e ao total de verbalizações dos sujeitos (II)

Eixo categorial	Categoria	Subcategoria	Total	Percentual (I)	Percentual (II)
Estrutura e organização socioeconômico-administrativa	Organização geral	Manutenção/Limpeza	12	34,3	14,12
		Acesso	6	17,1	7,06
		Organização socioadministrativa	5	14,3	5,88

	Organização turística	Estrutura turística	6	17,1	7,06
		Equipamentos	3	8,6	3,53
	Organização socioeconômica	Desenvolvimento	3	8,6	3,53
Total	Total	Total	35	100	41,18

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

TABELA 4 – Percentual, em ordem decrescente, do total de verbalizações por subcategoria em relação ao total de verbalizações da respectiva categoria, no eixo categorial ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICO-ADMINISTRATIVA

Categoria	Total de verbalizações na categoria	Subcategoria	Total de verbalizações por subcategoria	Percentual
Organização geral	23	Manutenção/Limpeza	12	52,18
		Acesso	6	26
		Organização socioadministrativa	5	21,82
Organização turística	9	Estrutura turística	6	66,7
		Equipamentos	3	33,3
Organização socioeconômica	3	Desenvolvimento	3	100

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Vistas conjuntamente, as tabelas 3 e 4, põem em evidência não só a significativa representatividade da categoria ORGANIZAÇÃO GERAL (que compreende 65,7% das verbalizações associadas ao eixo categorial, contra 25,7% referentes à categoria ORGANIZAÇÃO TURÍSTICA) como também, no âmbito da categoria, o número elevado de verbalizações incidindo sobre MANUTENÇÃO/LIMPEZA. Atente-se para o fato de que o respectivo percentual (52,18% na categoria) é superior à soma dos percentuais correspondentes às duas outras subcategorias (ACESSO E ORGANIZAÇÃO SOCIOADMINISTRATIVA). Por outro lado, no que diz respeito à categoria ORGANIZAÇÃO TURÍSTICA, é a estrutura turística em geral que é objeto de maior número de verbalizações.

TABELA 5 – Percentual, em ordem decrescente, de verbalizações por subcategoria, em relação ao eixo categorial PRODUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS e ao total de verbalizações dos sujeitos

Eixo categorial	Categoria	Subcategoria	Total de Verbalizações por subcategoria	% de verbalizações em relação ao total de verbalizações no eixo categorial	% de verbalizações por subcategoria em relação ao total de verbalizações
Produtos/atrativos turísticos	Empreendimentos	Roteiros e organizações turísticas	9	47,4	10,59
	Atrativos naturais	Paisagem	5	26,3	5,88
		Clima	2	10,5	2,35
	Atrativos socioculturais	Cultura da Imigração	3	15,8	3,53
	Total	Total	Total	19	100

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Já no tocante ao eixo “PRODUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS”, constata-se uma diferença de 10,6 pontos percentuais entre as categorias “EMPREENDEMENTOS” E “ATRATIVOS NATURAIS” e, por decorrência, entre as correspondentes subcategorias (ROTEIROS E ORGANIZAÇÕES TURÍSTICAS; PAISAGEM E CLIMA). Essa diferença talvez pudesse ser relativizada se fosse levado em conta o fato de que os atrativos naturais citados estariam de certo modo associados aos empreendimentos (Caminhos de Pedra, Maria Fumaça e Vinícolas).

TABELA 6 – Percentual, em ordem decrescente, de verbalizações por subcategoria, em relação ao eixo categorial IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS e ao total de verbalizações dos sujeitos

Eixo categorial	Categoria	Subcategoria	Total de Verbalizações por subcategoria	% de verbalizações em relação ao total de verbalizações no eixo categorial	% de verbalizações por subcategoria em relação ao total de verbalizações
-----------------	-----------	--------------	---	--	--

Impressões sociocognitivas	Aspectos perceptuais	Atmosfera ambiental	12	63,1	14,12
	Aspectos estéticos	Beleza	7	36,9	8,24
Total			19	100	22,35

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

No âmbito das impressões sociocognitivas, é para a atmosfera ambiental que se voltam mais de 60% das verbalizações, portanto, indicando uma incidência superior a 25% em relação aos aspectos estéticos.

Retomando agora a visão macro obtida mediante os dados da Tabela 1 referentes aos eixos categoriais e redirecionando-a para as subcategorias construídas e seus respectivos percentuais de incidência no conjunto das verbalizações, tem-se a tabela 7, a qual configura um outro quadro-síntese em que os eixos categoriais se revezam em suas posições.

Tomando por base as cinco primeiras subcategorias constantes da tabela, é reiterada a posição que MANUTENÇÃO/LIMPEZA vinha assumindo em outros processos comparativos, porém, desta feita, equiparando-se à subcategoria ATMOSFERA AMBIENTAL e, em decorrência, reposicionando para cima o eixo categorial IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS. ROTEIROS E ORGANIZAÇÕES TURÍSTICAS vêm na sequência, ratificando sua presença importante relativamente aos produtos/atrativos turísticos, seguida da subcategoria BELEZA cujos percentuais equiparam-se aos referentes a ACOLHIMENTO. Observe-se também que, dentre as cinco primeiras subcategorias, encontram-se as duas relativas ao eixo categorial IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS.

TABELA 7 – Percentual, em ordem decrescente, de verbalizações por subcategoria no diferentes eixos categoriais, em relação ao total de verbalizações dos sujeitos

Subcategoria	Eixo categorial	Total de verbalizações	Percentual
Manutenção/Limpeza	Estr. e Org. Soceconômico-administrativa	12	14,12
Atmosfera ambiental	Impressões sociocognitivas	12	14,12
Roteiro e organizações	Produtos/atrativos turísticos	9	10,59
Beleza	Impressões sociocognitivas	7	8,24

Acolhimento	Relações sócio-humanas	7	8,24
Estrutura turística	Estr. e Org. Soceconômico-administrativa	6	7,06
Acesso	Estr. e Org. Soceconômico-administrativa	6	7,06
Organização socioadministrativa	Estr. e Org. Soceconômico-administrativa	5	5,88
Educação das pessoas	Relações sócio-humanas	5	5,88
Paisagem	Produtos/atrativos turísticos	5	5,88
Equipamentos turísticos	Estr. e Org. Soceconômico-administrativa	3	3,53
Desenvolvimento	Estr. e Org. Soceconômico-administrativa	3	3,53
Cultura da imigração	Produtos/atrativos turísticos	3	3,53
Clima	Produtos/atrativos turísticos	2	2,35

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Por outro lado, tendo em conta os supostos teóricos que levaram a iniciar o processo de organização dos dados a partir das verbalizações enunciadas por primeiro pelos sujeitos (Os blocos mnemônicos estariam refletidos nos tópicos discursivos enunciados por primeiro, havendo uma correlação entre as significações, a organização enunciativa do discurso e a consequente disposição dos tópicos nos enunciados, p. 14), mostra-se pertinente buscar identificar como se situam os 39 enunciados (Figura 2) no total das 85 verbalizações, tendo presente os elementos categoriais construídos. Para isso, são apresentadas as tabelas 8, 9, 10 e 11, de cujo conjunto se originam as tabelas 12 e 13.

TABELA 8 – Total de verbalizações e percentual por subcategoria e em ordem decrescente, de verbalizações enunciadas por primeiro, em relação ao eixo categorial RELAÇÕES SÓCIO-HUMANAS (I) e ao total de verbalizações dos sujeitos enunciadas por primeiro (II)

Eixo categorial	Categoria	Subcategoria	Total	Percentual (I)	Percentual (II)
Relações sócio-humanas	Recepção interpessoal	Acolhimento	2	66,7	5,13
		Educação das pessoas	1	33,3	2,57

Total	3	100	7,7
--------------	----------	------------	------------

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

No âmbito desse eixo categorial, assim como verificado em relação ao conjunto de verbalizações, é o acolhimento que apresenta maior número de ocorrências, embora um número inferior em relação ao caso anterior

TABELA 9 - Total de verbalizações e percentual por subcategoria e em ordem decrescente, de verbalizações enunciadas por primeiro, em relação ao eixo categorial ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICO-ADMINISTRATIVA (I) e ao total de verbalizações dos sujeitos enunciadas por primeiro (II)

Eixo categorial	Categoria	Subcategoria	Total	Percentual (I)	Percentual (II)
Estrutura e organização socioeconômico-administrativa	Organização geral	Manutenção/Limpeza	6	37,5	15,38
		Acesso	3	18,75	7,7
		Organização socioadministrativa	2	12,5	5,13
	Organização turística	Estrutura turística	2	12,5	5,13
	Organização socioeconômica	Desenvolvimento	3	18,75	7,7
	Total			16	100

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Comparativamente aos percentuais concernentes ao conjunto de verbalizações, aquelas enunciadas por primeiro, quando se trata deste eixo categorial, apresentam, excetuando a subcategoria MANUTENÇÃO/LIMPEZA, outras aproximações: aqui, ACESSO equipara-se a DESENVOLVIMENTO; antes, a ESTRUTURA TURÍSTICA. Já no tocante a ORGANIZAÇÃO SOCIOADMINISTRATIVA, aqui, esta se equipara, percentualmente, a ESTRUTURA TURÍSTICA.

TABELA 10 – Total de verbalizações e percentual por subcategoria e em ordem decrescente, de verbalizações enunciadas por primeiro, em relação ao eixo categorial PRODUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS (I) e ao total de verbalizações dos sujeitos enunciadas por primeiro (II)

Eixo categorial	Categoria	Subcategoria	Total	Percentual (I)	Percentual (II)
------------------------	------------------	---------------------	--------------	-----------------------	------------------------

Produtos/atrativos turísticos	Empreendimentos	Roteiros e organizações turísticas	4	36,37	10,24
	Atrativos naturais	Paisagem	3	27,27	7,7
		Clima	2	18,18	5,13
	Atrativos socioculturais	Cultura da Imigração	2	18,18	5,13
	Total			11	100

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

No caso do eixo categorial PRODUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS, chama a atenção a ênfase que recebem os atrativos naturais, cujos percentuais superam aqueles referentes a ROTEIROS E ORGANIZAÇÕES TURÍSTICAS. Conforme dá conta a tabela indicativa dessas subcategorias quando se examinou o conjunto das verbalizações, esta última manteve-se percentualmente à frente das demais.

TABELA 11 – Total de verbalizações e percentual, por subcategoria e em ordem decrescente, de verbalizações enunciadas por primeiro, em relação ao eixo categorial IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS (I) e ao total de verbalizações dos sujeitos enunciadas por primeiro (II)

Eixo categorial	Categoria	Subcategoria	Total	Percentual (I)	Percentual (II)
Impressões sociocognitivas	Aspectos perceptuais	Atmosfera ambiental	5	55,6	12,82
	Aspectos estéticos	Beleza	4	44,4	10,24
Total			9	100	23,06

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Assim como na situação anterior, ATMOSFERA AMBIENTAL apresenta percentuais superiores a BELEZA quando se trata do eixo categorial IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS.

A partir das tabelas precedentes e no intuito de possibilitar uma visão geral da incidência das subcategorias no conjunto das verbalizações enunciadas por primeiro, construiu-se a tabela 12 a seguir apresentada.

TABELA 12 – Total, em ordem decrescente, das verbalizações enunciadas por primeiro e respectivos percentuais em relação ao total dessas verbalizações

Subcategoria	Total	Percentual
Manutenção/Limpeza	6	15,38
Atmosfera ambiental	5	12,82
Beleza	4	10,24
Roteiros e organizações turísticas	4	10,24
Desenvolvimento	3	7,70
Acesso	3	7,70
Paisagem	3	7,70
Organização socioadministrativa	2	5,13
Estrutura turística	2	5,13
Clima	2	5,13
Cultura da Imigração	2	5,13
Acolhimento	2	5,13
Educação das pessoas	1	2,57

Fonte: Elaborado pelo própria autor.

Os dados permitem identificar, de imediato, uma nova ordenação das subcategorias. Cabe um destaque especial a ATMOSFERA AMBIENTAL e BELEZA, que passam a ocupar a segunda e a terceira posições, respectivamente, e cujos percentuais a que se referem, quando somados, são superiores àqueles verificados em relação a MANUTENÇÃO/LIMPEZA. Os dados se mostram coerentes quando considerados, de um lado, os supostos psicolinguísticos subjacentes ao fato de tratar-se de verbalizações enunciadas por primeiro e, de outro, o entendimento de que se trata de subcategorias afetas a impressões sociocognitivas (os enunciados dos sujeitos dão conta de aspectos perceptuais e estéticos), passíveis de ser construídas somente a partir da experiência.

Outro aspecto a ser colocado em relevo são as posições ocupadas pelas subcategorias ACOLHIMENTO e EDUCAÇÃO DAS PESSOAS, as quais aparecem em penúltimo e último lugar, o que denota não serem as relações sócio-humanas o foco do olhar dos turistas, no universo dos sujeitos da pesquisa.

Os roteiros e as organizações turísticas mantêm-se com importantes percentuais. Observe-se também que DESENVOLVIMENTO (socioeconômico), ACESSO e PAISAGEM apresentam os mesmos percentuais.

A contraposição do conjunto de verbalizações enunciadas por primeiro ao conjunto total de verbalizações no que tange à ordem decrescente de ocorrências, por subcategoria, pode ser ainda mais detalhado atentando-se para a Tabela 13 e para a Figura 9.

TABELA 13 – Percentuais, por subcategoria, relativos às verbalizações enunciadas por primeiro (I) contrapostos aos percentuais relativos, às verbalizações enunciadas por primeiro somadas às adicionais (II), em relação ao número total de verbalizações

Subcategoria	Percentual (I)	Percentual (II)
Manutenção/Limpeza	7,06	14,12
Atmosfera ambiental	5,88	14,12
Beleza	4,71	8,24
Roteiros e organizações turísticas	4,71	10,59
Desenvolvimento	3,53	3,53
Acesso	3,53	7,06
Paisagem	3,53	5,88
Organização socioadministrativa	2,35	5,88
Estrutura turística	2,35	7,06
Clima	2,35	2,35
Cultura da Imigração	2,35	3,53
Acolhimento	2,35	8,24
Educação das pessoas	1,18	5,88
Equipamentos	–	3,53

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

FIGURA 9 – Comparação entre a ordenação das subcategorias relativas às verbalizações enunciadas por primeiro e a ordenação relativa ao total de verbalizações



Fonte: Elaborado pelo próprio autor

O diagrama vem pois, figurar e reiterar, conforme as setas apontam, o deslocamento na ordenação das subcategorias, considerados os percentuais referentes às verbalizações enunciadas por primeiro e ao total de verbalizações.

Complementando a análise, e tendo por base a tabela 13, é possível ainda identificar, por subcategoria, o quanto, percentualmente, as verbalizações enunciadas por primeiro (A) estão contidas no total das verbalizações (B), ou seja, a representatividade de (A) em (B). É o que indica a tabela 14 na sequência.

TABELA 14 – Representatividade, em percentuais, por subcategoria, das verbalizações enunciadas por primeiro (A) relativamente ao total de verbalizações (B)

Subcategoria	Representatividade (%)
Manutenção/Limpeza	50,00
Atmosfera ambiental	41,64
Beleza	57,16
Roteiros e organizações turísticas	44,47
Desenvolvimento	100,00
Acesso	50,00
Paisagem	60,03
Organização socioadministrativa	39,96
Estrutura turística	33,28
Clima	100,00
Cultura da Imigração	66,57
Acolhimento	28,51
Educação das pessoas	20,06
Equipamentos	-

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Nota-se primeiramente que o percentual de 100% referente às subcategorias DESENVOLVIMENTO e CLIMA deve-se ao fato de que essas se encontram somente em A. De forma oposta, EQUIPAMENTOS são mencionados apenas nas verbalizações adicionais. Ao mesmo tempo, os números revelam que das 13 subcategorias em A, somente três têm representatividade em B inferior a 40% (ESTRUTURA TURÍSTICA, ACOLHIMENTO E EDUCAÇÃO DAS PESSOAS). Percentuais iguais (50%) se encontram nas referências a LIMPEZA e a ACESSO. Às demais categorias correspondem percentuais iguais ou superiores a 40% (ATMOSFERA AMBIENTAL, ROTEIRO E ORGANIZAÇÕES TURÍSTICAS, ORGANIZAÇÃO SOCIOADMINISTRATIVA) e a percentuais iguais ou superiores a 50% (BELEZA, ACESSO, PAISAGEM E CULTURA DA IMIGRAÇÃO).

Em síntese, está nos aspectos estéticos, nos atrativos naturais (particularmente considerando que CLIMA aparece apenas em A), na cultura da imigração e no desenvolvimento socioeconômico a maior representatividade de A em relação a B, portanto, sinalizando para um significativo impacto desses elementos na representação mental construída sobre a experiência ou na organização do sistema mnemônico em relação ao momento vivido.

4.2 APROXIMAÇÕES ENTRE OS DADOS ANALISADOS E OS DADOS GERAIS SOBRE OS SUJEITOS

Conforme consta do subitem 3.2.5 do Percurso Metodológico, dentre os três núcleos em torno dos quais se elaboraram as questões-roteiro para as entrevistas, encontra-se aquele que tem por foco dados gerais de identificação dos sujeitos, perspectivando a possibilidade de virem a ser construídas eventuais associações analíticas com o contexto de produção do discurso. Nesse sentido, foram coletadas junto aos sujeitos informações sobre: local de origem, faixa etária, frequência de vinda à localidade e forma de deslocamento (visita integrando um pacote turístico ou não). Essas variáveis, numa perspectiva global, apresentariam diferenças significativas de incidência considerando sua relação com cada um dos eixos categoriais?

Tomando por referência as informações obtidas, tem-se, na sequência, a figura 10, a qual permite visualizar aproximações entre aquelas com os eixos categoriais.

FIGURA 10 – Aproximações entre os itens correspondentes aos dados gerais sobre os sujeitos e os eixos categoriais

Eixo	Total de Sujeitos	Regiões	Estados/DF	Faixas etárias	Número de Sujeitos	Número de vezes	Número de Sujeitos	Forma de deslocamento
Relações sócio-humanas	10	N	RN, RJ, SP, SC, DF, MG, RO, PA	21-30	8	1ª vez	V	S/P
		S		31-40	1	2ª vez	1	9
		SE		41-50	1	Mais de 4 vezes		
		NE		51-60				
		CO		61-70				
Estrutura e organização socioeconômico administrativa	25	N	PA, MG, SP, RS, RJ, RN, SC, ES, DF, PE	21-30	14	1ª vez	3	12
		S		31-40	1	2ª vez		
		SE		41-50	3	3ª vez		
		NE		51-60	7	Mais de 4 vezes		
		CO		61-70				
Produtos/ atrativos turísticos	15	N	SC, AL, RS, MG, PA, DF, AC	21-30	8	1ª vez	1	13 (*1 não informado)
		S		31-40				
		SE		41-50				
		NE		51-60				
		CO		71-80				
Impressões sociocognitivas	15	N	PA, PE, SP, RS, AC, RN, AL, RJ, MG	21-30	11	1ª vez	0	10
		S		31-40	2	2ª vez		
		SE		41-50	2	Mais de 4 vezes		
		NE		51-60				
				71-80				

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Do panorama traçado pela figura, mesmo em se tratando de uma análise genérica, emergem alguns aspectos a ser destacados. Lembrando que os sujeitos selecionados eram provenientes de 13 estados brasileiros, percebe-se que as

regiões a que pertencem distribuem-se entre os eixos categoriais sem que se estabeleçam flutuações de extremos entre elas. Todas as regiões se acham representadas relativamente aos eixos categoriais, exceto o eixo IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS, o qual não é contemplado pela região Centro-oeste. Esses dados, portanto, no universo da pesquisa, sinalizam uma tendência geral dos turistas em sua relação com a comunidade, independentemente de seu estado ou região de origem.

Situação semelhante se verifica no que tange à idade dos turistas. Tendo em conta as seis faixas estabelecidas, cinco estão inseridas no universo de sujeitos vinculados aos eixos RELAÇÕES SÓCIO-HUMANAS, PRODUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS e IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS, sendo que, no tocante a ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICO-ADMINISTRATIVA, todas as faixas estão aí presentes.

Para a sequência da análise, atente-se para a tabela 15.

TABELA 15 – Aproximações em números absolutos e percentuais entre os itens correspondentes aos dados gerais sobre os sujeitos e os eixos categoriais

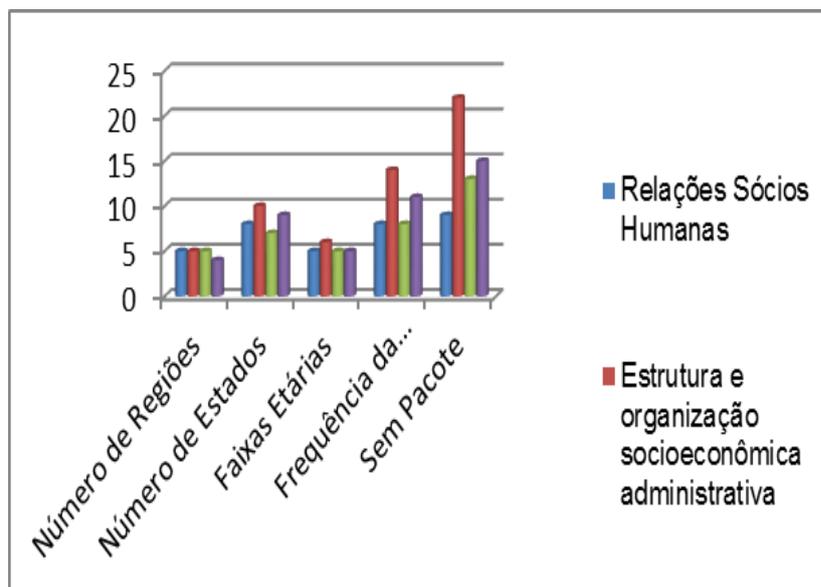
Eixo	Total de Sujeitos	Regiões/		Estado		Faixas etárias		Frequência		Forma de deslocamento (%)
		Número	%	Número	%	Número	%	Visitantes	%	Sem pacote
Relações sócio-humanas	10	5	100	8	61	5	83,3	1ª vez	80	90
								2ª vez	10	
								Mais de 4 vezes	10	
Estrutura e organização socioeconômico administrativa	25	5	100	10	76	6	100,0	1ª vez	56	88
								2ª vez	4	
								3ª vez	12	
								Mais de 4 vezes	28	
Produtos/ atrativos turísticos	15	5	100	7	53	5	83,3	1ª vez	53	86
								Mais de 4 vezes	47	
Impressões sociocognitivas	15	4	80	9	69	5	83,3	1ª vez	73	100
								2ª vez	13,5	
								Mais de 4 vezes	13,5	

Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Chamam a atenção os percentuais de 80% e 73% referentes a turistas que vieram pela primeira vez, que dizem respeito, respectivamente aos eixos RELAÇÕES SÓCIO-HUMANAS e IMPRESSÕES SOCIOCÓGNITIVAS, o que significa que acolhimento e educação das pessoas, marcam mais fortemente a experiência desses turistas, ao que vem aliar-se beleza e atmosfera ambiental. Em contraponto, quando se refere ao eixo PRODUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS, tem-se, referentemente aos demais, um percentual significativo de pessoas que vieram por mais de quatro vezes (42,8%) e cujo deslocamento se fez em pacote turístico (32%). Esse último percentual permitiria levantar a suposição de que as pessoas que vieram de pacote turístico tenham feito sua compra prioritariamente com enfoque nos atrativos turísticos.

Para efeito de síntese em resposta à pergunta antes formulada acerca dos itens correspondentes aos dados gerais sobre sujeitos, considerados os eixos categoriais, representa-se graficamente, por meio do histograma que segue, a análise panorâmica dos dados realizada a partir da figura 10 e da tabela 15. Ressalte-se que, para a sua compreensão, deve-se ter presente os valores-teto representados pelo número total de sujeitos, regiões e faixas etárias por eixo categorial, segundo consta da referida tabela.

FIGURA 11 – Histograma representativo das aproximações, em números absolutos e percentuais, entre os itens correspondentes aos dados gerais sobre o sujeito e os eixos categoriais



Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

4.3 A RELAÇÃO COM O CORPO COLETIVO ACOLHEDOR

Conforme processo anteriormente descrito, as 85 verbalizações enunciadas pelos sujeitos, a partir da leitura flutuante das respectivas respostas seguida de análise léxica e categorial, remeteram à construção de 14 subcategorias vinculadas a 9 categorias e essas, por sua vez, ao universo de quatro eixos categoriais, construção advinda de movimentos cíclicos interpretativos do particular para o mais geral e vice-versa.

Essa análise permitiu a inferência de tópicos para os quais convergiram as verbalizações e as ênfases a eles atribuídas mediante aferição das respectivas ocorrências. Obteve-se assim um panorama global do olhar do turista primariamente acolhido em relação à comunidade-alvo.

Por outro lado, as questões que deram origem à formulação do problema de pesquisa buscavam compreender como se manifestava o fenômeno do acolhimento entre turista como sujeito primariamente acolhido e o Corpo coletivo acolhedor, na perspectiva desse sujeito, ou, mais precisamente, que traços poderiam ser identificados, na dinâmica do acolhimento, em sua perspectiva coletiva, da relação entre o acolhido e os vértices do Corpo coletivo acolhedor, considerando a ótica do sujeito acolhido.

Essas questões tinham, na base, o conceito de acolhimento, entendido como fenômeno que se instala dinamicamente no espaço constituído entre aquele que deseja acolher e o sujeito que deseja ser acolhido; o acolhimento compreendido como um elemento constitutivo do fenômeno turístico; a possibilidade de abordar o acolhimento na relação com um corpo coletivo acolhedor, considerando seus vértices, ou seja, SERVIÇOS, ORGANISMO GESTOR E CAPITAL CULTURAL.

Respondê-las, portanto, sob esse viés analítico, particularmente no tocante ao Corpo coletivo acolhedor, leva a pontuar novamente alguns marcos essenciais da definição conceitual considerada referente teórico para este trabalho, quais sejam:

- Trata-se de um modelo sistêmico, que dá forma e identidade às comunidades, estruturando-se a partir da interligação de, pelo menos, três vértices.

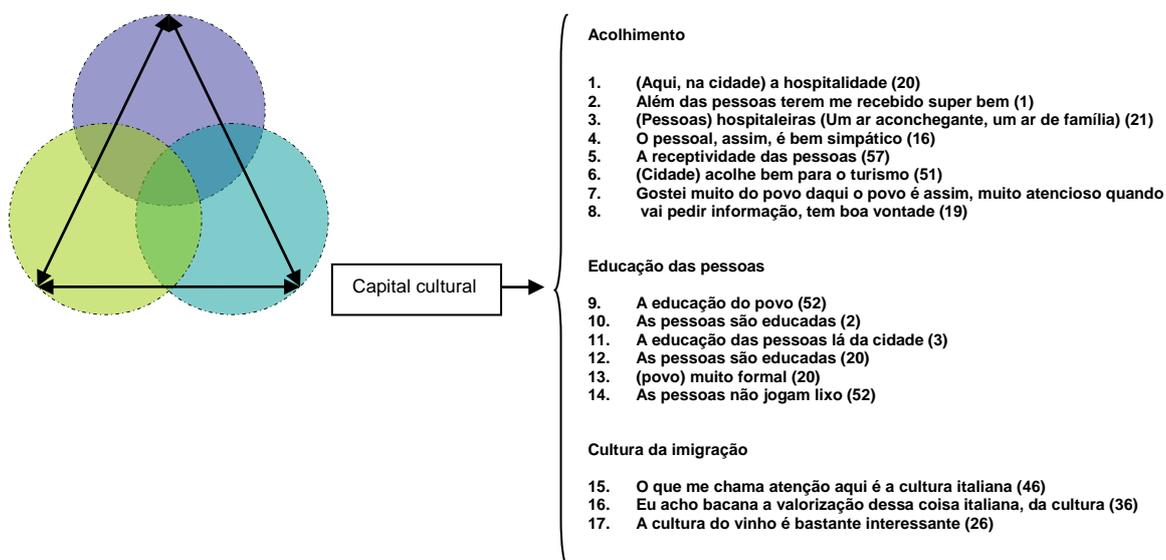
- Os pontos dessa triangulação delimitam o espaço no qual se encontram as bases sobre as quais o fenômeno e as práticas do acolhimento se organizam e se desenvolvem numa comunidade, num sistema social.
- Conceitualmente, os vértices aglutinam as dimensões fundamentais do tecido social, concebido como um sistema, envolvendo o conjunto SERVIÇOS, ORGANISMO GESTOR E CAPITAL CULTURAL.
- Os Serviços atuam como os membros, como as mãos, como portadores da voz do corpo comunitário, através das quais o microcosmo efetiva seu sistema de transações diretas, as práticas de dar e receber.
- O Organismo gestor viabiliza a organização do sistema, administrando os recursos disponíveis e aportando os elementos básicos de infraestrutura de manutenção e de desenvolvimento do corpo social.
- O Capital cultural, aparelho psíquico, cérebro do sistema, envolve 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 pela comunidade.
- A comunidade – ou a representação mental do corpo social – se constitui, portanto, na totalidade caracterizada por um espaço habitado, compartilhado e construído pelo pensamento, derivado da experiência que se estrutura na relação com o outro, vivida como real, com ou sem limitação territorial, geográfica, ou política.
- É a interdependência dos três vértices que assegura a constituição morfológica do soma social, que, se acolhedor, se transforma na relação com o visitante, o estrangeiro, o outro.
- Em síntese: o Corpo acolhe através das mãos que recebem o estrangeiro (SERVIÇOS), da voz marcada pelo discurso singular da cultura local (CAPITAL CULTURAL), dos valores a que foi submetido, e construído a partir de recursos disponíveis e assimilados na relação com o ORGANISMO GESTOR.

A tarefa de buscar encontrar repostas ao problema de investigação requereu uma nova opção procedimental de abordagem hermenêutica. Numa primeira etapa, sem desconsiderar o caráter sistêmico teoricamente conferido ao Corpo coletivo acolhedor, procurou-se trazer a esse novo contexto de discussão as subcategorias construídas na análise anterior e, a partir do conteúdo das respectivas

verbalizações, explicitamente posto, identificar, numa primeira leitura, focos direcionados pelos sujeitos para os vértices do Corpo coletivo que os acolhe.

É sob essa perspectiva que passam a ser apresentadas e analisadas as figuras que seguem.

FIGURA 12 - Subcategorias cujo foco incide sobre o vértice CAPITAL CULTURAL



Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Assumindo por suposto que referir o capital cultural significa ter em conta valores, saberes e os respectivos mecanismos de transmissão, bem como o processo de produção e socialização dos conhecimentos formais e informais, as subcategorias ACOLHIMENTO, EDUCAÇÃO DAS PESSOAS e CULTURA DA IMIGRAÇÃO e respectivas verbalizações encerram traços de relações sócio-humanas, transgeracionais, apropriadas pelas comunidades, manifestando-se sob diferentes formas. Aqui estão compreendidas relações interpessoais marcadas por receptividade, simpatia, atenção, educação, disposição positiva para receber e, discursivamente, expressas com elementos verbais enfáticos; aqui estão menções a lastros de cultura, de valorização dessa cultura pela população local. Povo e cidade se mesclam nas verbalizações que apontam essas qualidades.

A figura 13 redireciona o foco do olhar para elementos/aspectos da comunidade através das quais o microcosmo efetiva seu sistema de transações diretas, as práticas de dar e receber – neste quadro conceitual designados SERVIÇOS.

Estes atuam como os membros, como as mãos do corpo comunitário. As verbalizações que se agrupam em torno de quatro subcategorias (ESTRUTURA TURÍSTICA, ROTEIRO e ORGANIZAÇÕES TURÍSTICAS, EQUIPAMENTOS), pontuam agentes ou espaços com os quais ou nos quais se efetivam/esperam/promovem trocas entre turista e comunidade (visão geral sobre a localidade, evocação de lembranças, informações, aprendizagens, relações de atendimento (hoteis, restaurantes, atrativos turísticos), transações essas, porém, nem sempre satisfatórias para o turista, como nas referências às poucas opções “do que fazer”.

FIGURA 13 – Subcategorias cujo foco incide sobre o vértice SERVIÇOS

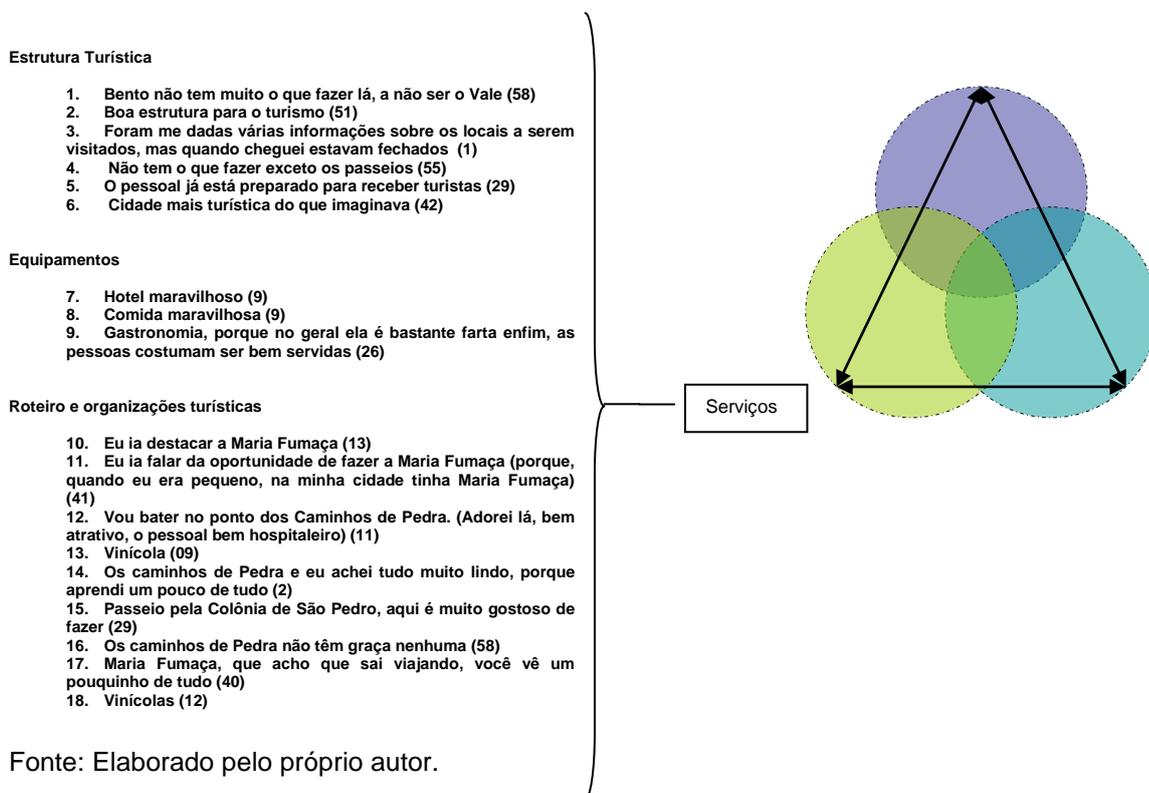
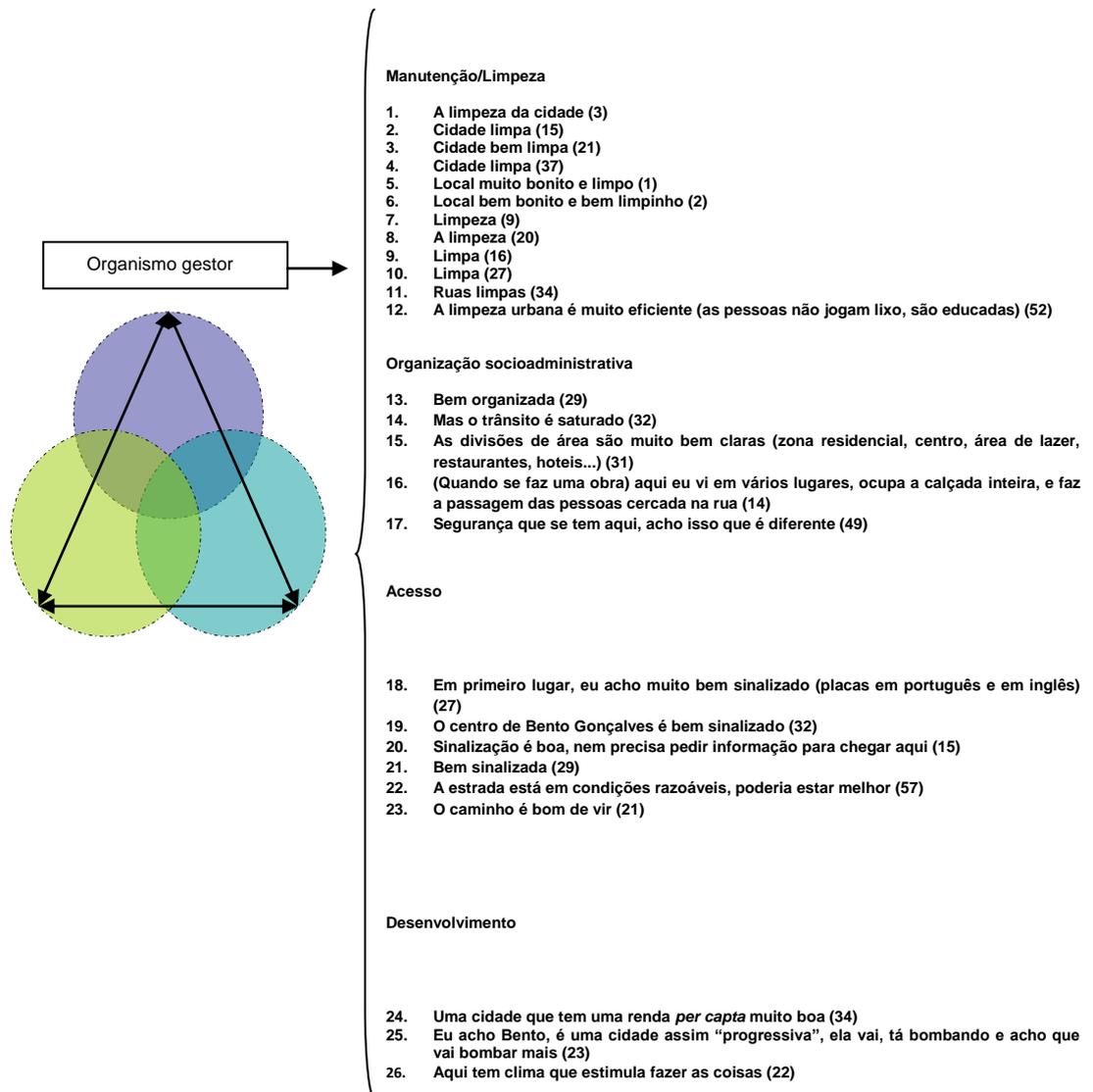


FIGURA 14 – Subcategorias cujo foco incide sobre o vértice ORGANISMO GESTOR



Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Na qualidade de organismo, isto é, de um conjunto organizado de órgãos e estruturas que interagem fisiologicamente (em suas funções) executando os processos necessários à vida do corpo, cabe ao Organismo gestor administrar os meios de manutenção e desenvolvimento do corpo social. Nesse sentido, as subcategorias MANUTENÇÃO/LIMPEZA, ORGANIZAÇÃO SOCIOADMINISTRATIVA, ACESSO, ESTRUTURA TURÍSTICA e DESENVOLVIMENTO configuram os macroprocessos de organização (geral, turística e socioeconômica) e de inter-relação do sistema. Para eles apontam verbalizações que dizem respeito a condições de estradas,

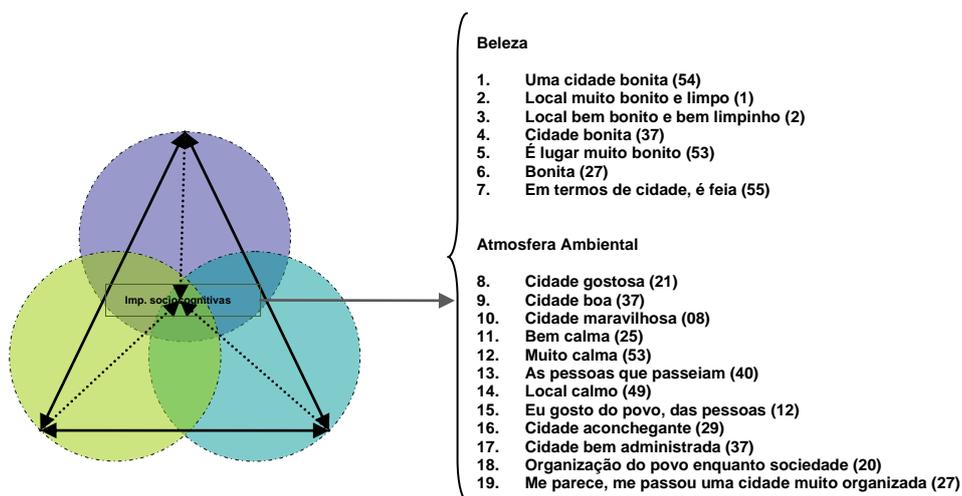
sinalização, segurança, limpeza, renda *per capita*, progresso, elementos e processos de gestão do turismo.

Dois conjuntos de verbalizações parecem não expressar direcionamento de foco para nenhum dos vértices analisados, na medida em que referem aspectos estéticos, aspectos perceptuais e elementos naturais.

No caso dos dois primeiros, conforme já analisado, elas refletem construções sociocognitivas que se efetivam somente a partir da experiência. Dito de outra forma: no contexto de um sistema aberto, a emergência dessas construções ou desses “metaproductos” se faz na interdependência dos vértices e porque o corpo revela uma identidade que lhe é própria e que, ao mesmo tempo, é “re”construída na dinâmica de interação que o sujeito estabelece com ele. Metaforicamente, as verbalizações apontam para o “coração” do corpo coletivo acolhedor, trazendo à tona processos de significação tonalizada por emoções e afetos ou por efeitos sinestésicos (cidade gostosa, boa, bonita, feia, bem limpinha, aconchegante, maravilhosa, calma, que cria a impressão de bem organizada, bem administrada).

É sob esse prisma que se desenha a figura que segue.

FIGURA 15 – Incidência de foco sobre IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS e relação com o Corpo coletivo acolhedor



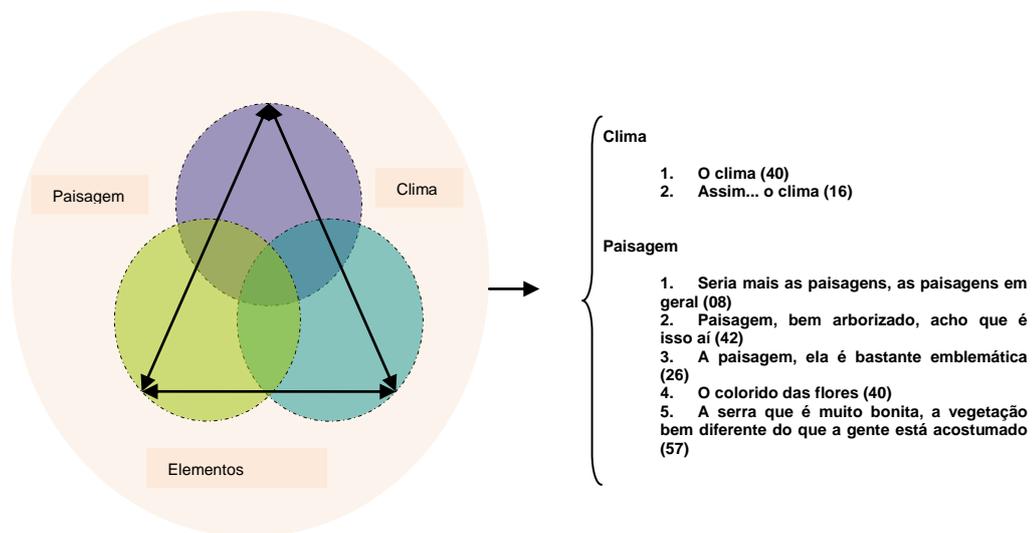
Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Do conjunto de verbalizações, 7 apontam para elementos naturais traduzidos por CLIMA e PAISAGEM. Trata-se de uma dimensão levada à constituição do

próprio Corpo, o qual se organiza considerando esses elementos. Pode-se dizer então que clima e paisagem dão uma certa “tonalidade” ao Corpo.

Essa inter-relação dos elementos naturais com o Corpo vem marcada discursivamente pela expressão “bastante emblemática”. A seguir, a figura 16 busca representar visualmente essa inter-relação.

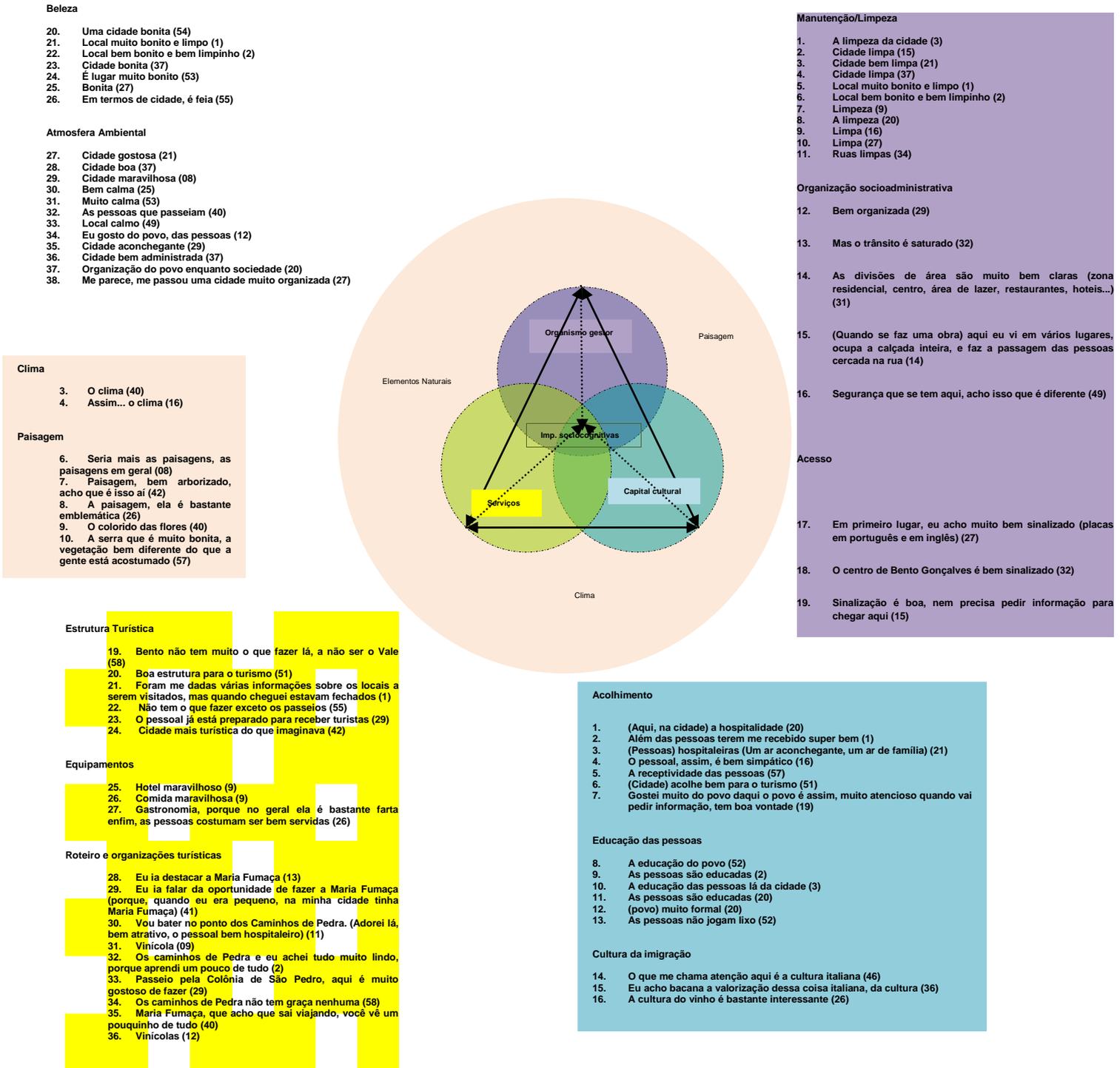
FIGURA 16 – Incidência de foco sobre Elementos naturais e relação com o corpo coletivo acolhedor



Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

No intuito de possibilitar uma visão geral dessa primeira leitura em que se procurou trazer a esse novo contexto de discussão as subcategorias construídas na análise realizada na primeira etapa, segue a figura 17.

FIGURA 17 – Visão geral das incidências de foco do conjunto de subcategorias sobre os vértices do Corpo coletivo acolhedor



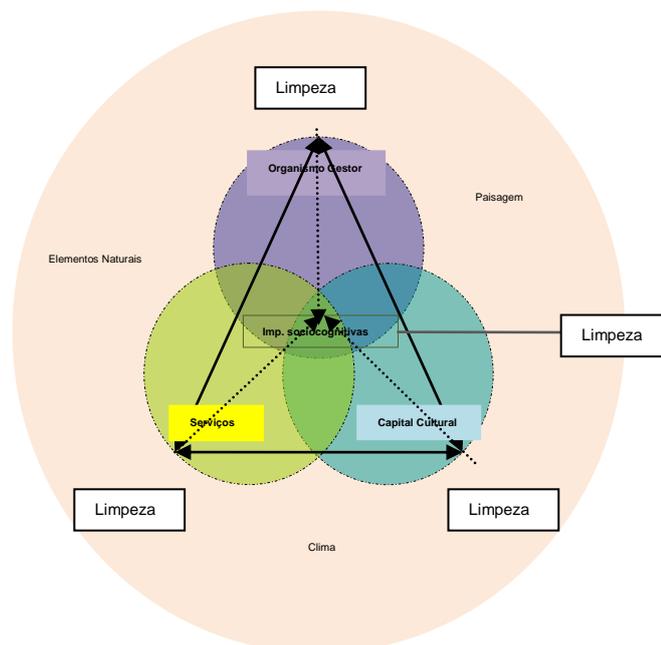
Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

No entanto, a possibilidade de novas leituras dessas mesmas subcategorias se potencializa quando se retoma o entendimento de corpo coletivo acolhedor na perspectiva sistêmica, e, conseqüentemente, se recuperam as proposições de Morin (2005) referentes: (a) ao sistema em si, entendido como unidade complexa, considerado o caráter fenomenal do todo e o complexo das relações entre o todo e as partes; (b) à interação, ou seja, o conjunto das relações, ações e retroações que nele se efetuam e se tecem; (c) e à organização, isto é, o caráter constitutivo das interações. Recupera-se o caráter orgânico do conceito, expresso nas coproduções, nas relações recorrentes de interdependência.

A inter-relação dos vértices, a relação de dependência entre eles, constitutivas do sistema, permitem identificar elos entre verbalizações que, na primeira leitura, foram direcionadas para um dos vértices. Esses elos se mostram de forma implícita ou explícita. A título ilustrativo, serão examinadas algumas dessas verbalizações.

Iniciando com a subcategoria MANUTENÇÃO/LIMPEZA, onze verbalizações dizem respeito diretamente à organização geral, portanto ao Organismo gestor, o qual estaria administrando recursos disponíveis ou aportando elementos básicos de infraestrutura para a conservação da limpeza. Esta, no entanto, está também vinculada a um aspecto cultural das pessoas da comunidade que “são educadas, não jogam lixo no chão” (S. 52). Nas relações de troca entre a comunidade e o turista, aquela oferece eficiência dos serviços de manutenção, tal como expressa o S. 52: “A limpeza urbana é muito eficiente”. Agrega-se ainda a isso, a expressão “bem limpinho” (S.2), que encerra, da parte do turista, uma marca enfática de relação afetiva, eventualmente associada à atmosfera ambiental que estaria sendo tonalizada pela limpeza. Nesse caso, a subcategoria poderia ser aproximada ao eixo IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS. Essa simultaneidade de aproximações aos diferentes vértices levaria à seguinte representação gráfica:

FIGURA 18 – Abordagem sistêmica da subcategoria MANUTENÇÃO/LIMPEZA



Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Outro exemplo poderia ser encontrado em verbalizações relativas à estrutura turística que, na análise anterior, foram aproximadas ao vértice ORGANISMO GESTOR. De um lado, estão enunciados como “Bento não tem muito o que fazer lá, a não ser no Vale” (S. 58), “Foram dadas várias informações sobre os locais a serem visitados, mas quando cheguei lá estavam fechados” (S.1), “Não tem o que fazer, exceto passeios” (S. 55); de outro, manifestações que destacam favoravelmente, a estrutura como um todo (S.51) e, até mesmo, que caracterizam a cidade como mais turística do que se imaginava” (S. 42). Se desse conjunto mostra-se possível inferir acertos ou desacertos no funcionamento dos processos de gestão (que teriam o mesmo peso), ele também supõe relações de troca (entre o que o turista almeja/“compra” e o que encontra/lhe é oferecido), as quais refletem, concretizam ou acentuam tais acertos ou desacertos. De outra parte, a menção ao fato de encontrar-se pessoal “preparado” para receber turistas (S. 42) vem reiterar a interdependência dos vértices ORGANISMO GESTOR e SERVIÇOS e, ao mesmo tempo, apontar, juntamente com as demais verbalizações, para uma cultura turística instalada – mesmo que sinalizando aspectos a ser qualificados. Vale observar ainda, nesse quadro, deslizamentos de sentido a que o termo “preparados” remete, aventando a possibilidade de aí estar subjacentes aspectos não apenas de natureza

técnica, mas também referentes a relações sócio-humanas (quer formais, quer de acolhimento), afetas ao capital cultural da comunidade.

Como uma verbalização emblemática da interação sistêmica dos vértices do Corpo coletivo acolhedor, poderia ser destacada aquela enunciada pelo S 51: “(A cidade) acolhe bem para o turismo”. O emprego da palavra “cidade” sintetiza tudo o que ela integra (população, estrutura física, estrutura de serviços, estrutura administrativa, etc.). Logo, ela aponta para os vértices ORGANISMO GESTOR e SERVIÇOS, e, simultaneamente, para o CAPITAL CULTURAL, aqui marcado por uma das características da comunidade, a de ser hospitaleira, com reflexos na cultura turística e por esta sendo retroalimentada.

Na sequência da análise das relações sistêmicas passíveis de serem observadas nas verbalizações, chama atenção o que enuncia o S. 26: “Gastronomia, porque, no geral, ela é bastante farta. Enfim, as pessoas costumam ser bem servidas.” Parece aí encontrar-se um exemplo da afirmação de Morin (2005, p. 260), na qual põe em relevo o entendimento de que o todo é efetivamente uma macrounidade, “[...] mas as partes não estão fundidas ou confundidas nele; têm dupla identidade, identidade própria que permanece (portanto, não redutível ao todo) e identidade comum, a da sua cidadania sistêmica”.

O fragmento “as pessoas costumam ser bem servidas” aponta para as relações de troca atinentes ao vértice SERVIÇOS e, ao mesmo tempo, insere-o nos processos próprios ao vértice ORGANISMO GESTOR. No entanto, essa forma de servir, expressa pelo advérbio “bem”, está atrelada a um aspecto cultural transgeracional, conforme ratificam Caprara e Luchese (2001, p. 80): “Vale lembrar que, tradicionalmente, a gastronomia regional dos moradores de Bento é caracterizada como farta, diversificada e deliciosa”¹⁹. Nesse sentido, ressaltam ainda as autoras:

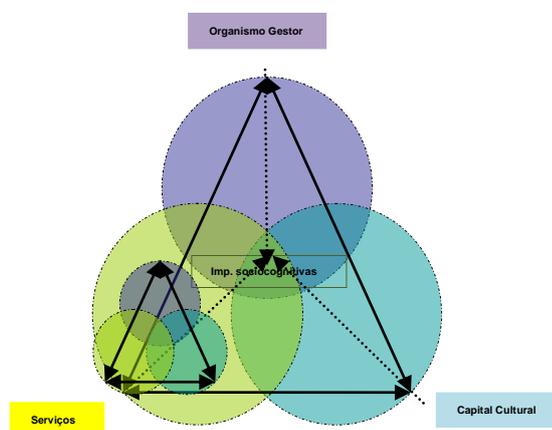
As refeições eram, segundo o relato das pessoas mais idosas, simples, mas reforçadas para que pudessem aguentar o trabalho na lavoura (...). Pela manhã era servida a polenta, o pão, o salame, batata-doce, o queijo, o vinho ou o leite com café. Tudo era feito em casa pelas mãos das mulheres imigrantes. No almoço, massas, verduras, polenta “sapecada”, sopas, ovos, feijoada, risotos, entre outros pratos. A janta era a refeição mais reforçada. Preparavam geralmente uma polenta nova servida com queijo frito, carnes em molho, radicci, salame frito... Esse tipo de alimentação marcou por muitos anos e ainda marca os imigrantes italianos de Bento Gonçalves e da sua região, a exemplo da polenta do galeto que são servidas na maioria dos

¹⁹ Informações complementares encontram-se no Apêndice A.

restaurantes e galeterias locais junto dos vinhos da região (CAPRARA, LUCHESE, 2001, p. 80-81).

Por outro lado, mais uma vez tendo por referente a dupla identidade da parte em relação ao todo nas interações sistêmicas, nos termos de Morin (2005), há que se ter presente que o equipamento turístico se constitui em si um corpo coletivo acolhedor, em que se estabelecem relações de troca, processos de gestão e que também reflete uma cultura da organização, no caso, preservando um aspecto cultural da comunidade (marcando sua cidadania sistêmica).

FIGURA 19 – Abordagem sistêmica da subcategoria EQUIPAMENTOS



Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

Raciocínio análogo poderia ser aplicado às verbalizações “Vou bater no ponto dos Caminhos de Pedra. Adorei lá, bem atrativo, o pessoal bem hospitaleiro” (S 11) e “Os Caminhos de Pedra, e eu achei tudo muito lindo, porque aprendi um pouco de tudo” (S2). Neles, se percebem os vínculos com as relações de troca ali estabelecidas com o Organismo Gestor global da comunidade e com elementos próprios à cultura local, traduzida por acolhimento e cultura da imigração. Em relação a esta última, isso se faz mais saliente quando vista a verbalização no contexto maior da resposta do sujeito: “Nos Caminhos de Pedra, não, tu conhece um pouquinho mais da cultura do Rio Grande do Sul, tanto o mate, quanto os vinhos”²⁰.

Em síntese, esse conjunto de exemplos ilustrativos vem ao encontro da perspectiva hologramática, que, de acordo com Morin (2001), evidencia o paradoxo

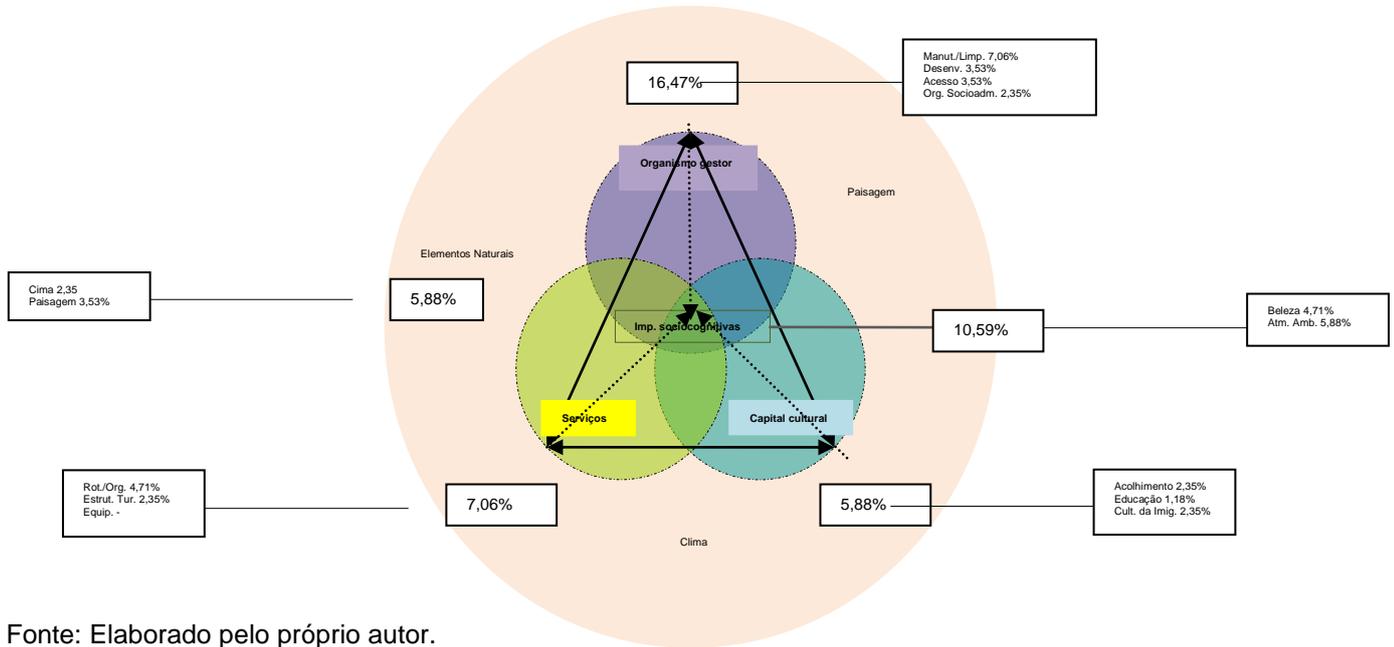
²⁰ Informações complementares encontram-se no Apêndice A.

das organizações complexas, em que, não apenas a parte está no todo, como o todo está inscrito na parte.

Na continuidade das reflexões, uma atenção especial merece ser dada ao perfil desse Corpo coletivo acolhedor elaborado sob a ótica do turista primariamente acolhido, considerando ordenações das subcategorias relativas ao número de ocorrências de verbalizações, conforme analisado anteriormente. Em sua fala com o Corpo, o turista fala do Corpo, que, dinamicamente, na interação de acolhimento, vai se redesenhando, assumindo configurações, as quais podem suscitar diferentes olhares analíticos. Nesse sentido, serão, a seguir, representadas, por meio de diagramas, três configurações do Corpo coletivo acolhedor desenhadas considerando percentuais de incidência de subcategorias constituídas em (a), a partir de verbalizações enunciadas por primeiro em relação ao total de verbalizações; em (b), considerando percentuais de incidência de subcategorias constituídas a partir de verbalizações adicionais às enunciadas por primeiro, em relação ao total de verbalizações; e, em (c), considerando percentuais de incidência de subcategorias constituídas a partir do conjunto verbalizações enunciadas por primeiro somadas às adicionais, em relação ao total de verbalizações.

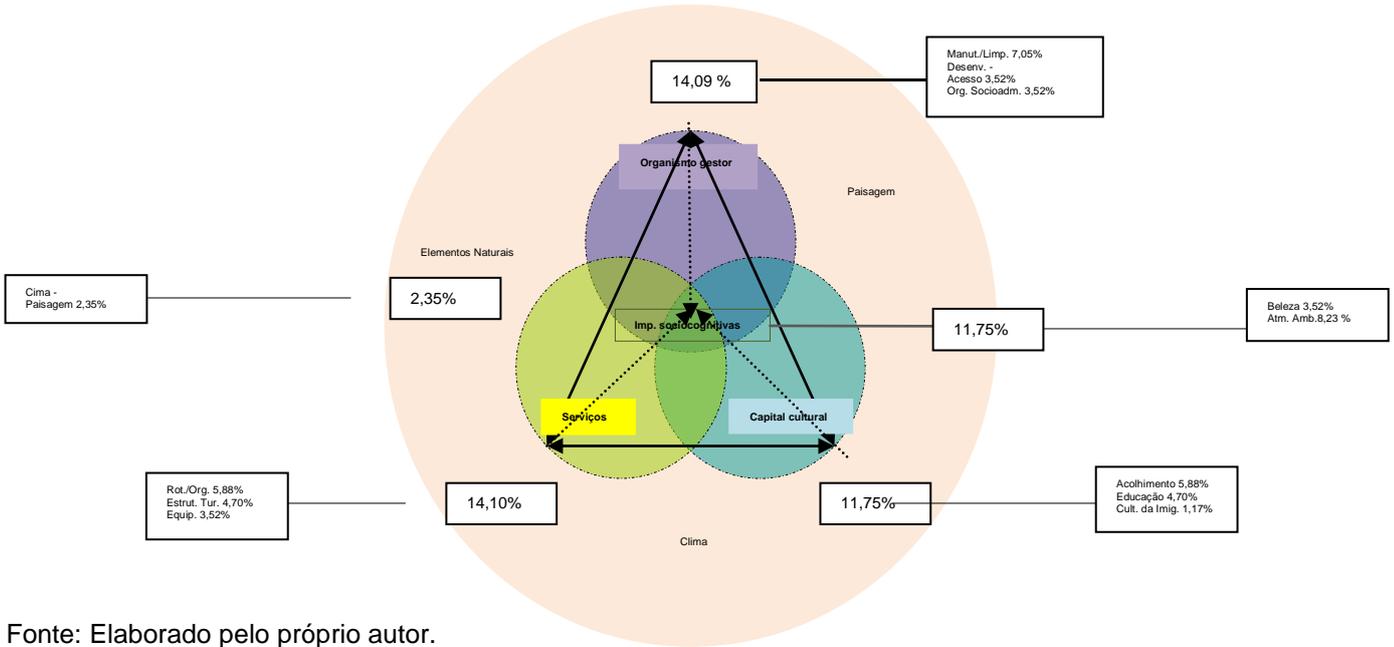
O desenho a partir de (a) viria refletir conversas com o Corpo coletivo cujos discursos encerrariam blocos mnemônicos organizados a partir de experiências marcadas fortemente por emoções, havendo uma correlação entre as significações, a organização enunciativa do discurso e a conseqüente disposição dos tópicos nos enunciados. Em (b), viria refletir representações mentais da experiência enunciadas num segundo momento; em (c), viria refletir a associação dessas situações discursivas.

FIGURA 20 – Perfil do corpo coletivo acolhedor considerando percentuais de incidência de subcategorias constituídas a partir de verbalizações enunciadas por primeiro, em relação ao total de verbalizações



Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

FIGURA 21 – Perfil do corpo coletivo acolhedor considerando percentuais de incidência de subcategorias constituídas a partir de verbalizações adicionais às enunciadas por primeiro, em relação ao total de verbalizações



Fonte: Elaborado pelo próprio autor.

5 EM BUSCA DE UMA SÍNTESE: (RE)TECENDO CONSIDERAÇÕES

Na direção de encaminhar a algumas considerações conclusivas – tão somente no âmbito do escopo deste trabalho –, a retomada do objetivo geral da pesquisa relembra a proposição inicial de contribuir para a discussão conceitual sobre hospitalidade/acolhimento na perspectiva coletiva, com base na proposição do conceito de Corpo coletivo acolhedor e, conseqüentemente, sobre a respectiva aplicação no contexto turístico, o que se buscou realizar tendo por objeto de análise a comunidade Bento Gonçalves.

Três abordagens analíticas dos dados possibilitaram construir interpretações sobre a relação do turista (sujeito primariamente acolhido) com o Corpo coletivo acolhedor, partindo-se das análises léxica e categorial, passando por aproximações com características gerais dos sujeitos respondentes e culminando com aproximações, entre outros, a elementos estruturais, funcionais, organizacionais, culturais, e a valores, todos associados aos vértices da triangulação que delimitaria o espaço no qual o fenômeno e as práticas do acolhimento se organizariam e se desenvolveriam naquela comunidade.

Da análise léxica, são extraídos alguns pontos²¹ que se mostram importantes, alguns deles, inclusive, sendo reiterados/redimensionados nas demais abordagens:

- Marcas de experiências vividas, sinalizadoras, de prazer psíquico e físico, de relações sinestésicas e afetivas com a comunidade, para as quais remetem especialmente expressões enfáticas, sufixos, referências à tranquilidade local;
- Quebra positiva de expectativas no tocante, particularmente, à sinalização, às condições das estradas; de outro, em contraponto, expressando valências negativas, a não concretização de expectativas quanto à suficiência de atividades de lazer/turísticas oferecidas;

²¹ Os demais pontos abordados no detalhamento realizado no item “Analisando e categorizando as verbalizações”, como desdobramento analítico dos eixos categoriais e das respectivas categorias e subcategorias, não estão sendo aqui retomados, na medida em que potencializam possibilidades de olhares particulares sobre os dados conforme interesse ou objetivos específicos.

- Via de mão dupla na relação com o objeto, ou seja, interação entre sujeito e comunidade: aquele, expressando suas impressões sobre a comunidade; esta, deixando-se transparecer ao sujeito – o que se deduz de referências à organização, ao “ar de família”;
- Ordenação dos tópicos das verbalizações considerando a respectiva incidência: ênfase primeiramente à limpeza, seguida, com igual número de ocorrências, pelos atrativos turísticos mencionados (Maria Fumaça, Caminhos de Pedra e Vinícolas) e pela beleza local, e apresentando, na sequência, o acolhimento e a estrutura turística, ambas com o mesmo número de ocorrências.

Com a passagem da análise léxica para a categorial, mediante o estabelecimento de categorias e subcategorias definidas a partir da constituição dos eixos categoriais, outros elementos podem ser postos em relevo.

No que tange ao eixo RELAÇÕES SÓCIO-HUMANAS,

- as menções ao acolhimento têm como foco a coletividade, e a ação do acolhedor e seu modo de receber são referidos como elementos centrais do acolhimento;
- as alusões à educação no âmbito da recepção interpessoal, da mesma forma, situam-na na perspectiva da coletividade, às quais se somam referências a marcas de formalidade, tonalizadas por não-espontaneidade e/ou preceitos de civilidade.

Já quanto ao eixo ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICO-ADMINISTRATIVA, mais uma vez tem-se o predomínio da ênfase positiva da limpeza, sinalização, do acesso e do nível socioeconômico.

O eixo PRODUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS ressalta

- qualidades como atratividade, hospitalidade e possibilidades de aprendizagem atinentes aos Caminhos de Pedra, atrativo mais citado;
- a ligação com diversidade de cenários e com memórias da infância desencadeada pelo atrativo Maria Fumaça;
- a paisagem vista como figura simbólica e representativa da localidade tornada por ela singular;

- os atrativos socioculturais e a valorização da cultura pela comunidade que esta deixa transparecer.

Finalmente, no que diz respeito ao eixo IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS, identifica(m)-se

- o destaque à beleza do local (por vezes associada à limpeza);
- o foco na tranquilidade das pessoas, da cidade;
- expressões conotativas de relações de fruição, refletindo um processo de significação do objeto (comunidade) permeada por emoções e afetos vivenciados junto às pessoas e à cidade;
- sinalizadores de organização e boa administração que a cidade deixa transparecer.

Na continuidade de uma síntese que permita retomar uma visão macro da análise categorial, valeria salientar alguns aspectos concernentes à contabilização e à ordenação de ocorrências das verbalizações, tendo em conta os eixos categoriais e as subcategorias a eles correspondentes.

Atendo-se apenas à esfera dos eixos, cabe novamente sublinhar aqueles que se encontram nos dois extremos da ordenação: ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICO-ADMINISTRATIVA (compreendendo as categorias ORGANIZAÇÃO GERAL, ORGANIZAÇÃO TURÍSTICA e ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICA) e RELAÇÕES SÓCIO-HUMANAS (compreendendo a categoria RECEPÇÃO INTERPESSOAL), os quais apresentam, respectivamente, 41% e 14%. Focalizando, por outro lado, ainda numa abordagem macro, a incidência das subcategorias, relativamente ao conjunto das verbalizações enunciadas por primeiro e ao conjunto destas somadas às adicionais, considerando o número total de verbalizações, merece ser pontuada(o)

- em relação ao segundo, a seguinte ordenação: Manutenção e limpeza e Atmosfera ambiental²²; Roteiro e organizações turísticas, Beleza e Acolhimento; Estrutura turística e Acesso; Organização socioadministrativa, Educação das pessoas, Paisagem; Equipamentos turísticos, Desenvolvimento, Cultura da imigração; Clima;

²² Os itens dos conjuntos separados por ponto-e-vírgula apresentam os mesmos percentuais de ocorrência.

- em relação ao primeiro, esta outra ordenação: Manutenção/limpeza; Atmosfera ambiental; Beleza e Roteiros e Organizações turísticas; Desenvolvimento, Acesso, Paisagem; Organização socioadministrativa, Estrutura turística, Clima, Cultura da imigração, Acolhimento; Educação das pessoas (Equipamentos só foram mencionados nas verbalizações adicionais);
- o reposicionamento das subcategorias contrapondo os dois conjuntos;
- considerado o universo de verbalizações do primeiro conjunto, a soma dos percentuais relativos a Atmosfera ambiental e Beleza (Elementos perceptuais e estéticos), que ultrapassa aqueles correspondentes a Manutenção/limpeza, fato coerente com o suposto de que as verbalizações primeiramente enunciadas refletem uma correlação entre as significações das experiências expressas em blocos mnemônicos, organização enunciativa do discurso e a conseqüente disposição dos tópicos nos enunciados;
- a representatividade, por subcategoria, do primeiro conjunto em relação ao segundo, destacando-se Estrutura turística, Acolhimento e Educação das Pessoas, cujos percentuais são inferiores a 40%, e Atmosfera ambiental, Roteiro e Organizações turísticas, Organização socioadministrativa, que apresentam percentuais iguais ou superiores a 50%.

Complementarmente às abordagens léxica e categorial, no sentido de construir a síntese aqui pretendida, também se faz oportuno recuperar alguns achados quando da realização de aproximações entre os dados analisados e dados gerais caracterizadores dos sujeitos, contemplando local de origem, faixa etária, número de vezes em que esteve na localidade e a forma de deslocamento (em pacote turístico ou não). Sobre isso, de modo geral, chama a atenção o fato de que

- todas as regiões brasileiras (tendo presente os 13 estados de origem dos turistas respondentes) estão representadas nos diferentes eixos categoriais, excetuando a região Centro-oeste referentemente ao eixo IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS;

- situação análoga se verifica no tocante às faixas etárias, na medida em que das seis consideradas, todas estão contempladas no eixo ESTRUTURA E ORGANIZAÇÃO SOCIOECONÔMICO-ADMINISTRATIVA, e cinco, nos demais;
- aos turistas que vieram pela primeira vez (65,62% do total de respondentes) aproximam-se, com percentuais elevados, os eixos RELAÇÕES SÓCIO-HUMANAS e IMPRESSÕES SOCIOCOGNITIVAS, permitindo inferir que o acolhimento e a educação das pessoas, marcam mais fortemente a experiência desses turistas, ao que vem aliar-se a beleza e a atmosfera ambiental;
- ao eixo PRODUTOS/ATRATIVOS TURÍSTICOS vinculam-se mais significativamente pessoas que vieram por mais de quatro vezes e cujo deslocamento se fez em pacote turístico.

Lembrando que o presente trabalho centra-se em trazer à discussão a dimensão coletiva do acolhimento e que, especificamente, volta-se à identificação, pela voz do sujeito turista, de sinalizadores discursivos de como se efetiva o processo relacional de acolhimento entre ele (como sujeito primariamente acolhido) e o Corpo coletivo acolhedor, as reflexões reportam agora a uma nova leitura das relações já estabelecidas entre as subcategorias construídas nas análises léxica e categorial e os vértices do Corpo, no intuito de realizar, numa perspectiva macro, a síntese interpretativa almejada.

Para isso, tem-se presente a intrínseca relação entre turismo e acolhimento, compreendidos ambos os fenômenos à luz da psicologia, conforme quadro teórico assumido, e o entendimento de comunidade como representação mental de um corpo social constituída numa totalidade caracterizada por um espaço habitado, compartilhado e construído pelo pensamento, derivado da experiência, que se estrutura na relação com o outro, vivida como real, com ou sem limitação territorial, geográfica, ou política; comunidade concebida como corpo/lugar onde se está/é ou para onde se vai em busca de alguma coisa; corpo que aglutina as dimensões fundamentais do tecido social, concebido como um sistema aberto, no qual e com o qual se realizam as relações de acolhimento; corpo/lugar, neste trabalho, correspondente à comunidade Bento Gonçalves, com a qual se relacionou o turista cuja voz aqui se procurou analisar.

Nesse sentido, sinalizadores discursivos possibilitaram identificar/inferir na/da voz do turista (configurada nas 85 verbalizações) sua fala **com** o corpo, **do** corpo **e como** esse corpo se faz falar, se desenha e redesenha na relação, como ele o interpreta e nele se percebe, refletindo a complexidade de quando se aborda o acolhimento numa perspectiva sociodinâmica, expressando a própria complexidade das relações sistêmicas.

Assim, na e pela voz dos turistas respondentes, são conferidas à comunidade Bento Gonçalves características que configuram um perfil único, singular, espaço pensado e compartilhado pela experiência, envolvido por uma “pele” (retomando a analogia ao conceito de pele psíquica formulado por Ester Bick)²³ que a separa das demais, que permite nominá-la. Nessa constituição identitária, a comunidade, como representação mental, abrange as zonas urbana e rural e espaços de acesso que extrapolam limites territoriais político-geográficos. Ao mesmo tempo, esse corpo, ao tomar forma objetiva e subjetiva, se apresenta, na dinâmica relacional, flexível, realimentado pela e realimentando a complexidade sistêmica, na ótica do sujeito turista primariamente acolhido. É sob esse prisma que se há de escutar e compreender a voz do turista ao falar da organização geral, da organização turística, da organização socioeconômica, dos empreendimentos, dos atrativos turísticos e socioculturais, dos aspectos estéticos e perceptuais, da recepção interpessoal da comunidade Bento Gonçalves.

O caráter orgânico desse corpo-comunidade está expresso nas relações de interdependência e semipermeabilidade dos vértices Capital cultural, Serviços e Organismo gestor, que, assim como seus subsistemas, guardam sua identidade própria e a identidade comum – a da sua “cidadania sistêmica”, nos dizeres de Morin (2005) tal como retratado nos exemplos ilustrativos (Manutenção/limpeza, Equipamentos, Gastronomia farta), cujas verbalizações correspondentes perpassam os diferentes pontos da triangulação. Aqueles a quem compete pensar essas inter-relações têm, portanto, o desafio de não as perder de vista, sob pena de incorrer em simplificações redutoras e, no extremo, até mesmo mutiladoras dessa totalidade complexa.

Um outro aspecto importante ao qual não se poderia prescindir de retornar na construção desta síntese é o conceito de acolhimento e sua relação com o

²³ Ver p. 118.

conceito de turismo que se depreende das verbalizações dos sujeitos referindo-se ao Corpo coletivo acolhedor, de modo especial quando se tem por suposto que o turismo é uma expressão do desejo humano de conhecer, de saber e que esse saber procurado se constrói por meio da relação “[...] através de movimentos de interação – constitutivos do fenômeno do acolhimento – provocando mudanças nos sujeitos da experiência” (PERAZZOLO, SANTOS E PEREIRA, 2012a, s.p) [tradução nossa]. Pensar, pois, o turismo, conduz, sob essa ótica, a pensar concepções de acolhimento presentes na prática turística, de parte de quem é acolhido e de quem acolhe.

Como anteriormente observado, as verbalizações reportam a uma concepção de acolhimento na qual o sujeito, desde seu lugar de acolhido, confere às ações do acolhedor e à forma com que este recebe, o estatuto de elementos centrais definidores do processo de acolher. Parece aí estar presente, expressando uma visão autocentrada, a ideia de que ao acolhedor cabe oferecer o que dele é esperado, o que é “devido” ao acolhido na sua condição de “consumidor”, logo, distante do entendimento de acolhimento como o processo que viabiliza, simultaneamente, a atenção às demandas dos dois polos da relação. Relembrem-se, nessa direção, enunciados atribuindo valência positiva ou negativa, como: “Além das pessoas terem me recebido super bem”, “O pessoal, assim, é bem simpático”, “A receptividade das pessoas”, “(Cidade) acolhe bem para o turismo”, “Gostei muito do povo daqui, o povo é assim, muito atencioso, quando vai pedir informação, tem boa vontade”, “... as pessoas costumam ser bem servidas”, “Hotel maravilhoso”, “Bento não tem muito o que fazer lá, a não ser o Vale”, “Boa estrutura para o turismo”, “Foram-me dadas várias informações sobre os locais a serem visitados, mas quando cheguei estavam fechados”, “O pessoal já está preparado para receber turistas”, “Sinalização é boa, nem precisa pedir informação para chegar aqui”.

Ao que se mostra por essas verbalizações, o discurso não traz sinalizadores que revelem disposição inicial para o aprender na relação, a abertura para novos saberes, o que estaria reforçando a ideia de um deslocamento do turista para “ver”, “constatar” o previsto, o conhecido, o “comprado”, o imaginado. O discurso não dá conta de ou explicita maiores desdobramentos de saberes novos originados na relação. Das 85 verbalizações, apenas uma vez há referência explícita, pelo S. 2, a aprendizagens realizadas (“Os caminhos de Pedra, e eu achei tudo muito lindo,

porque aprendi um pouco de tudo”), o que estaria ratificando a disposição inicial para isso, conforme resposta na entrevista sobre motivações para sua viagem. Dos outros quatro sujeitos cujo discurso foi analisado que mencionam o conhecer a cultura como elemento motivacional, somente um a retoma ao destacar aspectos sobre o município. Ressalte-se que esta, entretanto, vem como objeto do verbo “ver” – que, do ponto de vista semântico, não permite precisar graus de proximidade com “conhecer/aprender”, mesmo no contexto da entrevista (“Maria Fumaça, que acho que sai viajando, você vê um pouco de tudo, da história, a cultura em si, o conjunto” – S.40).

Tem-se aí um ponto fundamental das relações entre turismo e acolhimento que mereceria constituir-se em objeto de estudo, no sentido de ampliar a compreensão dessa realidade e fomentar o alargamento das discussões teóricas a respeito, como já se encontra em considerações de Perazzolo, Santos e Pereira (2012b), propositoras dos conceitos tomados como referência neste trabalho.

Para as autoras, dois fatores podem particularmente concorrer para que o turismo não venha fomentar o desenvolvimento dos sujeitos ou de grupos: a motivação narcísica, centrada no prazer autocentrado, e o fracasso do acolhimento. No primeiro caso, numa situação oposta àquela inerente à pulsão epistemofílica, haveria uma escolha direta pela busca do prazer autocentrado ligada a cenários projetados pelo imaginário ou a práticas lúdicas. Nesse contexto, poderiam, por exemplo, ser situados interesses por condições de hospedagem, opção por destinos em que o consumo possa constituir-se em fonte primária ou adicional de satisfação, em que estejam ao alcance objetos de desejo socialmente valorizados. Sem qualquer desmerecimento valorativo, de certo modo, o turismo, nessas práticas, poderia ser definido como “aquisição de prazer autocentrado com deslocamento”, estando o desejo “[...] marcado pelo predomínio narcísico, [não fluindo para o] desenvolvimento, pois todos os dados da realidade externa circundam ao redor do “eu”, ao invés de acionarem os processos que viabilizam a aprendizagem e a transformação” (PERAZZOLO, SANTOS E PEREIRA, 2012b, s.p.). O destino se afigura então como um meio, um instrumental para a obtenção do prazer autocentrado. Observem-se, nessa direção, dentre os elementos motivacionais apontados: (ver, conhecer) vinho, vinhedos, vinícolas, paisagem, alimentação, hospedagem, clima, beleza, Maria Fumaça. As pessoas vêm receber o produto

“comprado”, vêm realizar suas expectativas, esperam que esse produto possua as condições básicas que *a priori* expectou, e isso reduz a disposição para o desconhecido, sobretudo quando o sujeito, movido pelo individualismo, tende a apagar a luz do outro dentro dele.

Ocasionalmente aí se possam encontrar indícios do mundo pós-moderno, do mundo da liquefação das relações, como metaforiza Bauman (2003), da “era do vazio”, do hiperconsumo, da “felicidade paradoxal” a que se refere Lipovetsky (2007), no qual se intensifica o desejo do indivíduo de ser plenamente ele próprio, de gozar a vida; se intensifica o culto das sensações imediatas, daquelas que geram prazer do corpo e dos sentidos. Paradoxalmente, se, de um lado, o turismo nunca avançou tanto no sentido de possibilitar e facilitar acesso ao mundo todo, ampliando horizontes espaciais, de outro, o individualismo que tonaliza as relações contemporâneas tende a acentuar disposições autocentradas, narcísicas, expressas em concepções elementares de compra e venda de produtos turísticos²⁴.

Diferentemente, quando o deslocamento é movido pela pulsão de conhecer, no âmago da motivação está o foco sobre o novo território, desconhecido, transformador. O destino é o objetivo do deslocamento, é, *a priori*, condição para o “sair de si”.

Por outro lado, os desejos podem ser inviabilizados caso ocorra o fracasso do acolhimento, não se estabelecendo um campo de relação em que ambos os polos da interação, no interjogo da comunicação dos desejos, tenham suas demandas escutadas e compreendidas, possibilitando aprendizagens e crescimento a ambos. Mesmo aquele que *a priori* busca o prazer autocentrado, poderá, numa relação genuína de acolhimento, ter seu desejo redimensionado e passar a lançar novos olhares, indagadores, curiosos sobre o que lhe é apresentado, “[...] ampliando saberes sobre si, sobre outros mundos, interpretados por seu acolhedor” (PERAZZOLO, SANTOS E PEREIRA, 2012b, s.p.). Sob essa perspectiva, caberia aqui lembrar a verbalização “Vou bater no ponto dos Caminhos de Pedra. Adorei lá, bem atrativo, o pessoal bem hospitaleiro”, resposta dada pelo S. 11, em que destaca o atrativo como ponto que daria de referência a outras pessoas. O fato chama a atenção, sobretudo tendo presente que menciona como elemento motivacional para

²⁴ Caberia aqui mencionar algumas práticas turísticas já promovidas por empreendimentos mercadológicos que têm sua proposta fundamentada e desenvolvida a partir do aceno de possibilidades de aprendizagens aprofundadas em/de determinados lugares, fomentando a motivação para o “sair de si”.

a viagem as vinícolas e a Maria Fumaça. Mesmo não se podendo saber os sentidos que estariam contemplados na expressão “bem atrativo”, ela tem na sequência imediata “pessoal bem hospitaleiro”, desenhando-se um vínculo entre a “descoberta” e o acolhimento, particularmente ao tratar-se de um lugar marcado por um componente identitário de cunho cultural.

Se levado em conta esse posicionamento teórico e as verbalizações mencionadas envolvendo aprendizagem, talvez se pudesse/devesse fazer uma outra leitura da posição que a subcategoria ACOLHIMENTO ocupa nas diferentes ordenações realizadas²⁵. Em nenhuma delas, o acolhimento aparece numa situação privilegiada.

Impõe-se aqui necessariamente uma ressalva. Os resultados obtidos restringem-se a sujeitos turistas primariamente acolhidos, o que leva a questionar quais seriam os resultados se as entrevistas fossem realizadas com turistas após terem permanecido um maior tempo na comunidade. Eis uma perspectiva para continuidade da pesquisa.

Independentemente disso, porém, se forem buscados subsídios nos achados desta pesquisa (vinculados apenas aos sujeitos turistas primariamente acolhidos, que não permaneceram por maior tempo na localidade), para processos analíticos e avaliativos, esses mesmos achados poderiam ser relacionados com outras variáveis, como, por exemplo, média de permanência na comunidade. No caso do município de Bento Gonçalves, campo de investigação neste trabalho, consta do Relatório de 2010 da Secretaria Municipal de Turismo, a média, desde 2005, de 2,5 dias em que o turista ali permanece. Seis das menções, nas entrevistas, a elementos motivacionais para a viagem ratificam esses dados, indicando a comunidade Bento Gonçalves como destino secundário e/ou de passagem. Em suma, mostra-se possível considerar que o detalhamento analítico presente nos quadros e tabelas aporta subsídios ao mesmo tempo diversificados e pontuais para a gestão do turismo considerada a relação do turista com a comunidade-corpo.

Nesse contexto, há uma ressalva ainda a ser feita sobre contribuições do trabalho na perspectiva teórica e na perspectiva político-administrativa.

Na dimensão teórica, os resultados levaram a constatar que a teoria do Corpo coletivo acolhedor se presta a uma análise da relação entre o sujeito turista e

²⁵ Ver p. 92.

o local de destino enquanto comunidade, numa perspectiva sociodinâmica do acolhimento, como também permitiram identificar uma área que emerge a partir da experiência, do contato com o corpo (a do “coração”, das construções sociocognitivas), não referida na proposta.

No tocante à dimensão político-administrativa, o perfil desse corpo-comunidade apontou para uma potencialidade notadamente no que tange a alguns elementos como a limpeza, a atmosfera ambiental, os roteiros; apontou para uma fragilidade importante no que diz respeito ao acolhimento, entendido como uma competência genuinamente relacional (se desdobra dentro do ser).

No entanto, se as perspectivas analíticas são sempre múltiplas, também, em todo processo investigativo, o ponto final que se coloca deve ser entendido como finalização apenas de uma etapa realizada. Mesmo quando se busca rigor metodológico, poderá haver sempre variáveis não pensadas ou não levadas em conta. Daí o entendimento da importância de socializar resultados, fomentar a discussão científica e de sempre transformar considerações finais em iniciais. Nisso está igualmente uma concepção de ciência, uma concepção de pesquisa.

Por outro lado, à pesquisa cabe um papel social, não importando as perspectivas temporais de aplicação. Este trabalho, pautado por seu referencial teórico, teve como norte, de alguma forma, aportar contributos para reflexões sobre processos de melhoria de condições de acolhimento coletivo, com repercussões no desenvolvimento de um turismo compreendido na sua dimensão humano-social e com vistas a crescente eficácia da articulação dos vértices da triangulação do Corpo coletivo acolhedor, e para que disso pudessem emergir referentes para subsidiar políticas, tomadas de decisão e proposições de ação.

Procurou-se, no curso destas reflexões, caminhar nessa direção, com a clareza, porém, de que o horizonte está sempre a ser atingido.

REFERÊNCIAS

ACERENZA, M. A. **Administración del turismo**: planificación y dirección - 2002 – it. EdTrillas.

APROVALE – Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (SEMTUR – Secretaria de Turismo de Bento Gonçalves), 2011. Disponível em: Disponível em: <<http://www.valedosvinhedos.com.br/vale/index.php>> Acesso em: 15 junho 2012.

AVENA, Biagio M. **Turismo, educação e acolhimento de qualidade**: transformação de hostis a hospes em Ilhéus, Bahia. 2002. Dissertação (Mestrado em Educação), UFBA/UESC, Ilhéus, 2002.

_____. **Turismo, Educação e Hospitalidade**. São Paulo: Ed. Roca, 2006.

BAHL, Michel. **Legados Étnicos na cidade de Curitiba**: opção para diversificação oferta turística local. Dissertação (mestrado). Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.

_____. **Legados Étnicos & Legados ofertas turísticas**. Curitiba, 2004.

BAPTISTA, Isabel. Lugares de hospitalidade. In: DIAS, C. M. M. (Org.). **Hospitalidade**: reflexões e perspectivas. São Paulo: Manole, 2002.

_____. **Para uma geografia de proximidade humana**. Revista Hospitalidade, São Paulo, ano 2, n. 2, p. 11-22, 2. sem. 2005.

_____. **Pedagogia Social, sustentabilidade e desenvolvimento humano**. Grupo Interdisciplinar de Ética, UCP, Porto, 2008.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Edições 70, Lisboa, Portugal, 2000.

BARRETTO, Margarita. **Manual de Iniciação ao estudo do turismo**. Campinas, Papirus, 1995.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor líquido**: sobre a fragilidade dos laços humanos. Rio de Janeiro, Zahar, 2003.

BENEDUZI, Luís Fernando. **Estudos Ibero-Americanos**, Porto Alegre, v. 35, n. 1, p. 40-55, jan./jun.2009.

BENI, M.C. O conceito de sustentabilidade na política de turismo e meio ambiente. **Revista da Administração**, [SI], v. 33, n. 4. p. 53-55. 1998.

BERTALANFFY, L. V. **O significado da teoria geral dos sistemas**. In: Teoria Geral dos Sistemas. Petrópolis (RJ): Vozes, 1973.

BICK, E. “**The experience of the skin in the early object relations**” (1962), in *Surviving Space - Papers on Infant Observation*, Briggs, A. (org) Londres: Karnac, 2002.

BOULLON, R. **Planificación del Espacio Turístico**. Editorial Trillas, Mexico, 1986.

BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo: Roteiros do Brasil**. Brasília: SNPT – MTur, 2005.

BROTHERTON, Bob. “**Towards a definitive view of the nature of hospitality and hospitality management**”, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 11 Iss: 4, pp.165 – 173, 1999.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. Domínios da Hospitalidade. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira (orgs). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. – São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2003.

_____. A pesquisa em Hospitalidade. **Revista Hospitalidade**. Ano V, número 2 – Dezembro 2008, ISSN 1807-975X – São Paulo -SP.

_____. **Hospitalidade**. - São Paulo: Aleph, 2004. (Coleção ABC do Turismo).

CAPRA, F. **A concepção sistêmica da vida**. In: *O ponto de mutação*. São Paulo: Editora Cultrix, 1982. p. 259-98.

CAPRARA, Bernadete Schiavo; LUCHESE, Terciane Ângela. **Bento Gonçalves: História e Memória - Distrito do Vale dos Vinhedos**. Bento Gonçalves: Ed. Tipograf, 2001.

_____. **Da Colônia Isabel ao Município de Bento Gonçalves 1875 a 1930**. Apres. De Ivo Da Rold; il. De Ernani Cousandier. – Bento Gonçalves: VISOGRAF; Porto Alegre; CORAG – Companhia Rio-grandense de Artes Gráficas, 2005.

CERVONI, Jean. **A enunciação**. São Paulo: Ática, 1989.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de análise do discurso**. coordenação da tradução Fabiana Komesu. 2 ed., 3 reimpressão. - São Paulo: Contexto, 2008.

CHIZZOTTI, Antônio. **A pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais: evolução de desafios**. *Revista Portuguesa de Educação*, año/vol. 16, número 002, 2003. ISSN (Versión impressa): 0871-9187. Universidade do Minho, Braga, Portugal. pp. 231-236. Disponível em: <http://www4.fct.unesp.br/docentes/educ/alberto/page_download/DELINEAMENTO_2010/6%AA%20AULA_CHIZZOTTI.pdf> Acesso em: 25 de fev.2011.

CHOMSKY, N. **Aspectos da teoria da sintaxe**; Trad. José Antônio Meireles e Eduardo Paiva Raposo. 2 ed. Coimbra: Armênio Amado, 1978.

CHON, Kye-Sung (Kaye); SPARROWE, Raymond T. **Hospitalidade: conceitos e aplicações**. Tradução Ana Beatriz de Miranda e Silva Ferreira; revisão técnica Gleice Regina Guerra. São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2003.

DALPIAZ, Roni Carlos Costa; DAGOSTINI, Aline; GIACOMINI, Deisi Moraes; GIUSTINA, Maria da Glória de Souza Della. **A Hospitalidade no Turismo: o bem receber**, 2002. Disponível em: <http://www.serragaucha.com/upload/page_file/hospitalidade-e-bem-receber.pdf> Acesso em 30 abr.2011.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. Considerações Finais: hospitalidade e mercado. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade** (coordenação). – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

DERRIDA, J. **Questão do estrangeiro**: vinda do estrangeiro. In. DERRIDA, J. DUFOURMANTELLE, A. Da hospitalidade. São Paulo, Escuta, 2003.

DIAS, Célia Maria de Moraes. O modelo de hospitalidade do Hotel Paris Ritz: um enfoque especial sobre a qualidade. In: DIAS, Célia Maria de Moraes. **Hospitalidade: Reflexões e Perspectivas** (org.). - São Paulo, Edit. Manole, 2002.

FALCADE, Ivanira; MANDELLI, Francisco. **Vale dos Vinhedos** – Caracterização Geográfica da Região. Caxias do Sul: EDUCS,1999.

FÁVERO, Ivane Maria Remus. **Planejamento municipal do turismo para o desenvolvimento (sustentável)**: um estudo de caso. Caxias do Sul, 2007. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Programa de Pós-Graduação em Turismo - PPGTur, Universidade de Caxias do Sul, 2004.

FLORES, Valdir do Nascimento; KUHN, Tanara Zlnagno. **Enunciação e ensino**: a prática de análise linguística na sala de aula a favor do desenvolvimento da competência discursiva. Porto Alegre: Letras de Hoje, v. 43, n. 1, p. 69-79, jan./mar. 2008.

FREUD, S. **Inhibición, Síntoma y Angustia**. Edição Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas. Rio de Janeiro: Imago, 1992.

FUCHS, Catherine. **As problemáticas enunciativas**: esboço de uma apresentação histórica e crítica. Alfa. Unesp: São Paulo: 1985, p. 111-129.

GASTAL, S. A. ; COSTA, Luciana C. N. ; MACHADO, Flávia. **Hospitalidade e Acolhimento: o século XIX no Sul do Brasil**. Revista Hospitalidade, v. VIII, p. 43-64, 2010.

GIDRA, Gilberto; DIAS, Célia Maria de Moraes. Hospitalidade: da simplicidade à complexidade. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Planejamento e gestão em turismo e hospitalidade** (coordenação). – São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2004.

GRINOVER, Lucio. A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, ano III, n. 2, p. 29-50, 2. sem. 2006.

_____. A hospitalidade na perspectiva do espaço urbano. **Revista Hospitalidade**. Ano VI, número 1 – Junho 2009 ISSN 1807-975X.

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

HAESBAERT, Rogério. **Da desterritorialização à multiterritorialidade**. Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina ? 20 a 26 de março de 2005 ? Universidade de São Paulo.

HEAL, F. **Hospitality in Early Modern England**. Clarendon Press, Oxford, (1990).

JALFIM, Anete. **Ensaio FEE**. Porto Alegre, (14)2 p. 689-708,1993

KANT, Immanuel. **Antropologia de um ponto de vista pragmático**. Tradução: Clélia Aparecida Martins. São Paulo: Iluminuras, 2006.

KING, C. A. What a Hospitality. **International Journal of Hospitality management**. vol. 14, n. 3 e 4, 1995.

LAGE, B. H. G. e P. C. Milone. **Economia do Turismo**. 4. ed. Campinas, SP: Editora Papyrus, 1991.

LEVY, Lévy Pierre. **Cyberculture**, Editeur Odile Jacob, Colletion Rapport au Conseil de L'Europe, 1997.

LEWIN, Kurt. **Teoria dinâmica de personalidade**. São Paulo, Cultrix, 1975.

LIPOVETSKY, Gilles (2007). **A felicidade paradoxal: ensaios sobre a sociedade de hiperconsumo**. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras.

LOZANO, Jorge et alii. **Análisis del discurso: hacia una semiótica de la interacción textual**. 5. ed. Madrid: Cátedra, 1997.

LUCHESE, Terciane Ângela; ACCORSI, Maria Isabel; SANTOS, Veronica Borges dos. **São Pedro: uma viagem ao passado**. Bento Gonçalves: Alternativa, 1997.

MARQUES, Cláudia B; MACKE, Janaína; SANTOS, Carlos Honorato Schuch. **A ação do capital social em rotas turísticas e a perspectiva de desenvolvimento local: em análise as rotas turísticas do Vale dos Vinhedos e dos Caminhos de Pedra (Bento Gonçalves, RS)**. REDES, Santa Cruz do Sul, v. 13, n. 1, p. 49 - 67, jan./abr. 2008.

MATURANA Humberto; VARELA, Francisco J. de. **De máquina e seres vivos: Autopoiese– a organização do vivo**. 3. ed., Porto Alegre: Artes Médicas, 1997. p. 69-76.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e Antropologia**. O ensaio sobre a dádiva. São Paulo: Cosac & Naify, 2003..

MONTANDON, Alain. Hospitalidade Ontem e Hoje. In: DENCKER, Ada de Freitas Maneti; BUENO, Marielys Siqueira (orgs). **Hospitalidade: cenários e oportunidades**. – São Paulo, Pioneira Thomson Learning, 2003.

MORIN, Edgar. A organização (do objeto ao sistema). In: **O método 1: a natureza da natureza**. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2005. p. 122-34

_____. **Ciência com consciência**. Tradução de Maria D. Alexandre e Maria Alice Sampaio Dória. Ed. Revista e modificada pelo autor. 8 ed. – Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

_____. **Introdução ao pensamento complexo**. Tradução de Dulce Mator. 2 ed. Instituto Piaget, Lisboa, 1996.

NACIF, Luiz Henrique Roevenstrunk. **A Alta Tecnologia e a Indústria Hoteleira: como será o quarto do futuro**. Monografia (especialização) - Universidade de Brasília. Centro de Excelência em Turismo. Brasília, 2004.

OTTENBACHER, Michael; HARRINGTON, Robert; PARSA, H.G. Defining the Hospitality Discipline: A discussion of Pedagogical and Research Implications. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, Vol. 33, No. 3, August 2009, 263-283. DOI: 10.1177/1096348009338675.

_____. (Org.) **Filosofia do Turismo: teoria e epistemologia**. São Paulo, Aleph, 2005.

PERAZZOLO, Olga Araújo; SANTOS, Marcia Maria Cappellano dos Santos; PEREIRA, Siloe. **Meios de Hospedagem no Contexto do Turismo: Considerações sobre o Acolhimento e a Formação Profissional**. VI Seminário de Pesquisa em Turismo do MERCOSUL – SeminTUR, Universidade de Caxias do Sul, 9 e 10 de Julho 2010, Caxias do Sul – RS.

_____. **Corpo Coletivo Acolhedor: uma proposição teórica**. In: VIII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR, 2011, Balneário Camboriú (SC). Anais do VIII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo - ANPTUR. São Paulo: Aleph, 2011.

_____. Dimensión Relacional de la Acogida. **Revista Estudios y perspectivas em Turismo**, Buenos Aires, 2012b. (No prelo)

_____. Hospitalidade numa perspectiva coletiva: O corpo coletivo acolhedor. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v. 6. n. 1. pp. 3-15, jan./abr. 2012a. (No prelo)

PERAZZOLO, Olga Araújo; SANTOS, Marcia Maria Cappellano dos Santos; PEREIRA, Siloe. **L'émotion et la signification de l'expérience dans le tourisme**. Centre International de formation et de recherché en Turismo/Université de Québec à Montréal - Canada; Université d'Angers – France; Université Libre de Bruxelles – Belgique; École Supérieure de Commerce de La Rochelle – France: Colloques Les Rendez-vous Champlain sur le Tourisme: rencontres franco-québécoises de recherche, Bruxelas, 2012d. (anais no prelo).

_____. O Acolhimento – ou hospitalidade turística – como interface possível entre o universal e o local no contexto da mundialização. PASOS. **Revista de Turismo y patrimônio cultural**. Espanha, 2012c. (No prelo)

PÉREZ, Daniel Omar. Os significados dos conceitos de hospitalidade em Kant e a problemática do estrangeiro. **Revista Philosophica** Vol. 31 [Semestre I / 2007] Valparaíso (43- 53) Disponível em <<http://www.philosophica.ucv.cl/Phil%2031%20-%20art%2004.pdf>> Acesso em 30 abr.2011.

PLENTZ, Renata Soares. **Dialética da Hospitalidade:** caminhos para a humanização. Dissertação de Mestrado da Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação. Caxias do Sul-RS, março-2007.

RICOEUR, Paul. **O conflito das interpretações:** ensaio de hermenêutica. Traduzido por Hilton Japiassu. Rio de Janeiro: Imago, 1978.

RUNES, DD (ed.) 1985. **Diccionario de Filosofía.** Ed. Grijalbo, Barcelona.

SALGUEIRO, Valéria. **Grand Tour:** uma contribuição à historia do viajar por prazer e por amor à cultura. Universidade Federal Fluminense. Revista Brasileira de História. São Paulo, v. 22, nº 44, pp. 289-310, 2002.

SANTOS, Marcia Maria Cappellano dos, PERAZZOLO, Olga Araújo; PEREIRA, Siloe. **Dimensões relacionais e psicopedagógicas da hospitalidade.** Caxias do Sul: UCS, 2009. Projeto de Pesquisa.

SANTOS, Marcia Maria Cappellano dos. **Texto didático:** propriedade textuais e pressupostos epistemológicos. Caxias do Sul: EDUCS, 2001.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de lingüística geral.** Trad de A. Chelini , José P. Paes e I. Blikstein. São Paulo: Cultrix; USP, 1969.

_____. **Curso de linguística geral.** Organizado por Charles Bally e Albert Sechehaye com a colaboração de Albert Riedlinger. 5. ed. São Paulo: Cultrix, 1973.

SOARES DA SILVA, Augusto. **O mundo dos sentidos:** polissemia semântica e cognição. Coimbra: Almedina, 2006.

SOARES, V. D. M. Hospitalidade e Democracia por vir a partir de Jacques Derrida. **Ensaios Filosóficos**, Volume 11 - outubro/2010. Disponível em <http://www.ensaiosfilosoficos.com.br/Artigos/Victor_Dias_Maia_Soares.pdf> Acesso em 30 abr. 2011.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo e qualidade, tendências contemporâneas.** São Paulo: Papyrus, 1999.

VALDUGA, Vander. **O Processo de desenvolvimento do Enoturismo no Vale dos Vinhedos.** Caxias do Sul, 2007. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Programa de Pós-Graduação em Turismo - PPGTur, Universidade de Caxias do Sul, 2007.

VENZKE, Cláudio Senna. **A situação do Ecodesign em empresas moveleiras na Região de Bento Gonçalves, RS:** análise das posturas e das práticas ambientais. Dissertação de Mestrado do Programa de Pós-graduação em Administração da Escola de Administração da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002. Disponível em:

<<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/2086/000314080.pdf?sequence=1>
> Acesso em: 15 junho 2012.

WALKER, John R. **Introdução à Hospitalidade**. [tradução, Élcio de Gusmão Verçosa Filho]. Barueri, SP: Manole, 2002.

APÊNDICE A – Histórico de Bento Gonçalves e descrição dos atrativos turísticos

Um histórico de lembranças

Para chegar ao nome como atualmente é conhecido, o município gaúcho Bento Gonçalves passou por diferentes momentos históricos, cujo marco inicial se encontra na sua denominação de “Cruzinha”.

Os primeiros registros mostram que, inicialmente, a região próxima a Bento servia de passagem para a comercialização de produtos entre os Campos de Vacaria e Montenegro ou até a Capital, a exemplo dos tropeiros, que procuravam novos produtos, como café, arroz, açúcar, e também comercializar iguarias (queijos, mate, couro e charque). Com a morte de um desses “transportadores”, foi afixada uma cruz de madeira, cuja localização original, porém, é algo sobre o que há várias divergências (CAPRARA, LUCHESE, 2005). De toda forma, ao referirem-se à região, identificavam-na como “Cruzinha”.

Após 1870, face a uma política de colonização decorrente da necessidade de ocupação de territórios devolutos em busca da alavancagem econômica, cria-se a colônia Dona Isabel (antiga “Cruzinha”), a qual estimulou que viessem pessoas de fora para trabalhar na demarcação das linhas e lotes, entre elas, engenheiros e imigrantes. De acordo com Caprara e Luchese (2005, p. 30), os primeiros imigrantes foram “[...] 48 famílias de franceses – que não teriam se estabelecido devido à precariedade da colônia. E, em fins de 1875, mais precisamente em 24 de dezembro, teriam se estabelecido na Colônia Dona Isabel famílias de trentinos”.

As primeiras famílias foram estabelecidas na linha Estrada Geral e, seguiram-se a estas, inúmeras outras que foram ocupando lotes nas Linhas Palmerio, Leopoldina, Jansen e Faria Lemos. Os imigrantes, ao chegarem a seu lote, iniciavam de imediato a tarefa de construir um abrigo temporário, pois a maioria das famílias não recebia lotes com casas provisórias. Providenciavam também o desmatamento de uma área próxima para o início do cultivo. As primeiras plantações sofreram os ataques dos animais, foram prejudicadas pela falta de técnicas com que foram cultivadas e também pelas ocorrências eventuais de secas ou enchentes (CAPRARA, LUCHESE, 2005, p. 31).

Com o passar dos anos, aumentou o número de imigrantes e, conseqüentemente, a Colônia cresceu em vários aspectos. Em 1884, pelo Decreto nº 9183 de 12 de abril, a Colônia Dona Isabel foi elevada a 4º Distrito de São João de Montenegro. Com a proclamação da República, em 1889, houve modificações importantes nas instâncias administrativas. “Foram criados novos municípios e, entre eles, Bento Gonçalves. As necessidades de ter-se uma administração mais organizada, centralizada e de viabilizar o desenvolvimento dos negócios possibilitou a criação de Bento Gonçalves” (CAPRARA, LUCHESE, 2005, p. 65).

No ano seguinte à Proclamação, foi criado o município de Bento Gonçalves, o qual era subdividido em 5 distritos (Azevedo Castro; Conde D’Eu; Zemith; Palmeira e Vila). Para cada distrito era nomeado um subintendente (este prestava conta ao intendente), que ficava responsável pelas estradas, sendo os subintendentes auxiliados pelos inspetores de linha que lhes estavam subordinados (LUCHESE; ACCORSI; SANTOS, 1997).

Durante os anos de 1895 a 1970, os imigrantes italianos foram introduzindo as vinhas na região (DALL’AGNOL e GASTAL, 2008) A produção do vinho geralmente se dava nos porões de pedra das casas, que também serviam como cantina. Essa presença da uva e do vinho transformou a região de Bento Gonçalves em produto turístico a partir da década de 1980.

Em 1971, cria-se o Distrito de Tuiuty, aos 23 de novembro, ficando o município de Bento Gonçalves organizado, em relação aos distritos, da seguinte forma: 1º Distrito – Sede; 2º Distrito – Monte Belo; 3º Distrito – Pinto Bandeira; 4º Distrito – Santa Tereza; 5º Distrito – Faria Lemos e 6º Distrito – Tuiuty (LUCHESE; ACCORSI; SANTOS; 1997). “E atualmente, com a emancipação de Pinto Bandeira, o município de Bento Gonçalves tem cinco distritos: a Sede, Faria Lemos, Tuiuty, São Pedro e Vale dos Vinhedos” (LUCHESE; ACCORSI; SANTOS; 1997, p. 48).

Traços culturais que marcam moradores de Bento Gonçalves e seus distritos: religiosidade, gastronomia e lazer.

A religiosidade é uma marca forte dos imigrantes, tornando-se ainda mais importante pelas condições encontradas nas colônias.

Se durante a semana, a luta pela existência mal dava tempo para pensar em outras coisas, o mesmo não acontecia nos domingos [...] O domingo era o pior dia da semana para o imigrante, o dia que subiam à tona as recordações da pátria, o dia em que a imaginação atravessava o oceano para, no vilarejo natal, novamente tomar parte nas solenidades sacro-sociais do *paese*. O domingo era do dia da saudade. Tomado pelo sentimento de solidão e de saudade, o colono foi visitar o vizinho, para juntos chorarem um mundo para sempre perdido. E como eram pessoas marcadas fortemente por uma tradição sacral, o consolo foi procurado na religião. [...] O reencontro, no domingo seguinte, aconteceu ao natural. Repetiram-se as orações. Vieram outros vizinhos, transitaram-se notícias, leram-se as cartas. Em pouco tempo, institucionalizou-se o domingo. Iniciava-se assim, em torno da religião, a reconstrução do mundo cultural do imigrante. [...] Por isso, cotizando-se, os colonos decidiram construir uma capela” (CAPRARA, LUCHESE; 2001, p. 60).

Geralmente as capelas possuíam um sino, cujo número de badaladas servia como marcador, por exemplo, do momento para deixar a lida da roça, para rezar pelos mortos. O sino era também um relógio para a comunidade. “Ao redor da capela começou a girar, de modo quase absoluto, a vida social dos imigrantes [...], e seu entorno passou a agregar outros elementos como o cemitério, o salão, ou inicialmente a bodega, a escola” (CAPRARA, LUCHESE; 2001, p. 61).

Na proteção divina buscavam, de um lado, minimizar a nostalgia; de outro, a proteção para as futuras colheitas, as quais sofriam com as intempéries locais ou ainda eram devastadas por animais.

A ideia de “*mesa farta*”, que hoje marca a gastronomia regional, não era uma realidade na época de Colônia e Distrito, pois, logo que se estabeleciam, até a primeira colheita, recebiam alguns alimentos do Governo que se somavam ao pinhão, à caça, a frutas e ervas que encontravam e cultivavam na localidade. Com o passar do tempo, a terra foi sendo preparada, diversificou-se a produção agrícola, a criação de animais, o cultivo da horta e do pomar, “[...] possibilitando a formação de hábitos e tradições alimentares que se mantiveram ao longo dos anos” (CAPRARA, LUCHESE; 2001, p. 80), caso da polenta, feita com a farinha de milho produzida rudimentarmente no pilão.

As refeições eram, segundo o relato das pessoas mais idosas, simples, mas reforçadas para que pudessem aguentar o trabalho na lavoura (...). Pela manhã era servida a polenta, o pão, o salame, batata-doce, o queijo, o vinho ou o leite com café. Tudo era feito em casa pelas mãos das mulheres imigrantes. No almoço, massas, verduras, polenta “*sapecada*”, sopas, ovos, feijoada, risotos, entre outros pratos. A janta era a refeição mais reforçada. Preparavam geralmente uma polenta nova servida com queijo frito, carnes em molho, radicci, salame frito... (CAPRARA, LUCHESE; 2001, p. 80-81).

Esse tipo de alimentação marcou por muitos anos e ainda marca os imigrantes italianos de Bento Gonçalves e da sua região, a exemplo da polenta do galeto que são servidas na maioria dos restaurantes e galeterias locais junto dos vinhos da região.

Além do trabalho e da religiosidade, legado que ainda presente na cultura local o lazer também assegurou seu espaço, marcado por passagens e momentos em que a alegria pela posse da terra, a fé, a união e o encontro com as famílias vizinhas eram celebrados, a exemplo das reuniões de famílias, os filós.

O filó consistia na reunião de diversas famílias na casa dos vizinhos. Ali conversavam, cantavam, contavam histórias, anedotas, comiam (batatas doces assadas, pinhões, amendoins, vinho (no inverno, quentão), pipocas, cucas, biscoitos...) e realizavam jogos e pequenos trabalhos artesanais. As mulheres faziam a trança (“dressa”), bordavam, remendavam as roupas... Os homens jogavam cartas, mora, entre outros. Algumas famílias rezavam também o terço (CAPRARA, LUCHESE; 2001, p. 84).

Mostrando a forte ligação entre religião, gastronomia e entretenimento entre os moradores locais, as festas podiam ocorrer em lugares da igreja ou próximos a ela. As celebrações coletivas, como a sagra – festa do santo padroeiro – reforçava a agregação das pessoas, permanecendo até hoje como traço da cultura local.

Da história aos atrativos turísticos

Complementando dados referentes aos os traços da cultura local, seguem algumas informações acerca dos atrativos turísticos mencionados pelos turistas entrevistados para esta pesquisa (Vale dos Vinhedos, Caminhos de Pedra, Vinícola Aurora e Maria Fumaça).

Vale dos Vinhedos

Desde o início da colonização do Vale, por volta de 1875, por italianos que vieram de Vêneto e de Trento até sua criação formal, que se deu em 17 de agosto de 1990, pela Lei Municipal 1805, do Prefeito Municipal, Fortunado Jair Rizzardo (CAPRARA, LUCHESE, 2005), foram desenvolvidas no Vale culturas de

subsistência, as quais incluíam alimentos do dia a dia, como milho e, juntamente, a cultura da uva.

A vitivinicultura no Vale ganhou muita força no século XX, tornou-se fonte de crescimento regional e possibilitou a realização de atividades que estavam diretamente ligadas ao vinho (enoturismo e outras). Por volta de 1960, foram fundadas escolas técnicas que formavam técnicos enólogos, e esses passaram a atuar nas empresas locais, trazendo assim benefícios para os vinhos da região (VALDUGA, 2007).

Nas décadas de 70 e 80, complementa o autor, pequenas empresas de vinhos familiares iniciaram suas produções de vinhos finos, atraindo assim olhares de turistas.

É a partir de 90 é que o turismo (enoturismo) se consolida no Vale e que as vinícolas vão se fortalecendo, concorrendo também para isso vínculos com os aspectos culturais. Conforme afirmam Falcade e Mandelli (1999), “a evolução da vitivinicultura no RS e no Vale dos Vinhedos está ligada diretamente à identidade do imigrante italiano”, mesclando assim, aspectos culturais com o vinho.

E face a essas transformações, em 1995, seis vinícolas do Vale criam a Associação dos Produtores de Vinhos Finos do Vale dos Vinhedos (Aprovale). A Aprovale objetiva a qualificação dos produtos vinícolas e derivados e o estímulo e a promoção do potencial turístico da região. E atualmente a Aprovale conta com 31 vinícolas associadas e 41 empreendimentos de apoio ao turismo, entre vinícolas, hotéis, pousadas, restaurantes, artesanatos, queijarias, ateliês de artesanato e antiguidades, e outros (Aprovale, 2011).

Em conjunto com os atrativos locais, dessas vinícolas, algumas oferecem aos turistas visitação, como também consumo de seus produtos, contribuindo assim para que o Vale atualmente receba expressivo número de turistas.

Outro local que merece destaque pelo turismo é o Caminhos de Pedra, brevemente descrito a seguir.

Caminhos de Pedra

Localizado na Linha Palmeiro, o “Distrito de São Pedro foi povoado por imigrantes italianos, em sua maioria, provenientes da Província de Belluno. Foi um local de destaque no passado, pela estrada que por ali passava, interligando a Vila

de Bento Gonçalves a Caxias do Sul, Porto Alegre e mesmo a São Paulo” (CAPRARA, LUCHESE; 2001, p 24). Porém, com a construção da RS 470, por volta de 1970, houve o desvio do tráfego e a localidade perdeu, em grande parte, a movimentação de transeuntes que optaram pela nova estrada, a qual era asfaltada e mais curta. Segundo Marques et al. (2008), isso acarretou empobrecimento dos habitantes, os quais, distantes de conforto, viram-se obrigados a se contentar com as velhas casas de pedra construídas pelos imigrantes italianos: “[...] as pedras da casa eram rejuntadas com barro misturado com palha e ou esterco” (LUCHESE; ACCORSI; SANTOS; 1997, p. 123).

Tanto as casas de pedra quanto as de madeira possuíam em sua grande maioria 2 a 3 pisos: o porão, onde ficavam guardadas as pipas de vinho, os salames, o queijo e etc.; o segundo andar, onde havia os quartos e a sala; por fim, havia o “granaro” – sótão onde ficavam depositados diversos tipos de cereais para a secagem. A maioria das construções em madeira possuía cozinha separada das demais dependências da casa, geralmente interligada por um corredor. Isto ocorria devido ao temor do fogo que era ateado no chão nos “fogoler” ou “fogolaro” (LUCHESE; ACCORSI; SANTOS; 1997, p. 123).

As casas eram cobertas, nos primeiros tempos, por tabuinhas de madeira chamadas “scandolés” (LUCHESE; ACCORSI; SANTOS; 1997). “[...] Posteriormente surgem as olarias e as casas passam a ser cobertas por telhas de barro artesanais” (LUCHESE; ACCORSI; SANTOS; 1997, p. 123). Completando as construções, “[...] havia os estábulos, o forno para assar pão e carnes, a fonte ou o poço, o tanque, a latrina, o chiqueiro, o rebole, o galinheiro e, em algumas propriedades, havia as instalações de alambique” (LUCHESE; ACCORSI; SANTOS; 1997, p. 123).

Mesmo com essas dificuldades de moradia, algumas pessoas que não tinham condições de comprar casas acabavam por construir “barracos de lençóis, troncos ocos (geralmente na Maria-mole, espécie de árvore comum na região), barrancos escavados. Em seguida, construíam uma choupana ou cabana com madeiras rachadas a mão” (LUCHESE; ACCORSI; SANTOS; 1997, p. 122).

Em 1987, convergindo seus ideais, o arquiteto Júlio Pozenato e Tarcísio Michelin realizaram estudos sobre o local no intuito de reestruturar possíveis atrativos turísticos, o que conseguiram aliando-os às belezas naturais. Para surpresa dos moradores locais, as referidas moradias, que antes, símbolos de pobreza e atraso, lhes causavam vergonha, tornaram-se atrativos turísticos.

Nessa mesma linha, Fávero (2006, p. 75) ratifica que o projeto Caminhos de Pedra “[...] despertou novas possibilidades de aproveitamento do patrimônio histórico-arquitetônico, valorizando a cultura regional expressa pela culinária, pelo linguajar (o dialeto vêneto, conhecido como talian), estilo de vida, pelos usos e costumes”. Marques et al (2008, p. 57), por sua vez, acrescentam que os Caminhos são privilegiados “[...] por uma riqueza arquitetônica de imigração italiana que está inserida na sua rota, apresentando-se de forma consecutiva o casario de pedras e tornando-se o ponto alto do atrativo local”.

Hoje, os Caminhos de Pedra incluem mais de vinte famílias e continuam explorando seus diversificados empreendimentos.

Em seguida, conforme citado anteriormente tem-se uma breve síntese informativa sobre os outros dois atrativos, Maria Fumaça e Vinícola Aurora.

Maria Fumaça e Vinícola Aurora

O Passeio de Trem Maria Fumaça realiza-se todas as semanas entre os municípios de Bento Gonçalves, Garibaldi e Carlos Barbosa, ocorrendo nos dois sentidos. O turista tem oportunidade de andar de trem, desfrutar da paisagem do trajeto, degustar bebidas e interagir com animadores lúdicos.

Na viagem busca-se reviver as viagens dos imigrantes. Na própria estação de Bento Gonçalves – um dos pontos de partida do passeio – existe um serviço de fotografias antigas, o que permite colocar roupas do início do século passado, recriando uma sensação do passado (BENEDUZI, 2009).

Durante o trajeto de trem, diferentes grupos artísticos transitam pelos vagões, apresentando pequenos números musicais ou de teatro. Um casal, vestido conforme o estereótipo do colono encena uma discussão, expressando questões relativas à bebedeira, à religião e ao adultério, os quais divertem os passageiros, reproduzindo e elaborando uma imagem sobre as relações familiares na imigração (BENEDUZI, 2009).

Em um segundo momento, um grupo de canto passa pelo vagão, cantando músicas dialetais que fazem parte da simbologia identitária da imigração italiana e, na estação intermediária – na cidade de Garibaldi – novamente se investe na música

como um *mnemagoghi*²⁶ do real acontecido, pois ela permite um sentimento do passado. O trajeto é finalizado o trajeto em Carlos Barbosa (BENEDUZI, 2009).

A Vinícola Aurora foi fundada em Bento Gonçalves, em fevereiro de 1931, em reunião realizada na residência do agricultor Antônio Pertile, descendente de imigrantes italianos.

“Durante o período de construção, a Cooperativa encarregou-se somente de fiscalizar e embarcar a uva vinificada pelos agricultores em suas cantinas coloniais” (JALFIN, 1993, p. 690). A autora complementa que a história da Cooperativa se divide em três períodos: **1931-61** – no qual a produção industrial se subordinava às necessidades de escoamento da produção agrícola (As inovações tecnológicas ocorridas no período caracterizaram-se por projetar as bases da redefinição da inserção da Cooperativa na economia vitivinícola sul-rio-grandense, nos anos subsequentes); **1962-89** - período em que a lógica da produção industrial se impôs ao setor agrícola da Cooperativa e se consolidou um novo perfil de produção (O mercado interno era o mais importante quantitativamente, mas o internacional era definido como prioritário. Assim, o padrão de qualidade requerido por este passou a ser parâmetro para a evolução do padrão tecnológico da empresa. Foi nesse período que se iniciou um processo de inovações tecnológicas visando à reconversão da produção da Cooperativa); **1990 em diante** – período em que o produto economicamente mais importante continua a ser o vinho, e o mercado interno continua a ser o principal escoadouro da produção da Cooperativa (As inovações tecnológicas concentram-se, fundamentalmente, na perspectiva de intensificar a reconversão atendendo às novas demandas do mercado internacional).

Atualmente, a Cooperativa abriga 1100 famílias associadas e recebe por volta de 150.000 visitantes/ano.

²⁶ Os *mnemagoghi* são objetos conectores entre a realidade presente e a experiência passada – que assim como construídos em nossos processos de reelaboração através do tempo – constituem-se nos instrumentos de ressurreição das sensações passadas, da memória (BENEDUZI, 2009, p. 42).

APÊNDICE B – Instrumento de Pesquisa

Roteiro de entrevista

NÚCLEO 1: DADOS DE IDENTIFICAÇÃO

Procedência: Cidade: Estado

Número de visitas já feitas ao local: vez(es)

Viagem: sozinho ou em grupo

Faixa etária: 20 - 29 (), 30 – 39 (), 40 – 49 (), 50 – 60 () + 61 anos ()

NÚCLEO 2: DESTAQUES SOBRE A VIAGEM COMO UM TODO (Esse núcleo visa permitir que o discurso flua e traga à fala aspectos que venham a emergir de forma livre no pensamento: *O que teria a destacar de modo global sobre esta viagem? Se tivesse de falar de Bento Gonçalves para outras pessoas, o que destacaria?*)

NÚCLEO 3: ASPECTOS PONTUAIS: motivo da viagem, aspectos positivos e negativos (perguntados separadamente); acolhimento (pessoas, serviços, locais).

APÊNDICE C – Carta de Apresentação

Prezados (as) Srs (as),

O discente do mestrado em Turismo da Universidade de Caxias do Sul, Rafael Tomio Rezende Ikawa, desenvolve a pesquisa *O fenômeno do acolhimento na relação sujeito acolhido e comunidade acolhedora no município de Bento Gonçalves*.

A pesquisa tem como justificativa a importância de aprofundar estudos sobre a hospitalidade no turismo, com vistas a contribuir para as práticas e políticas de planejamento das atividades turísticas, nos domínios público e privado. Assim, a investigação tem como objetivo identificar indicadores de como se manifesta o fenômeno do acolhimento entre o sujeito acolhido (turista) e a comunidade acolhedora (Corpo coletivo acolhedor), sob o olhar do sujeito acolhido.

Considerando, pois, a importância no contexto turístico da e a significativa afluência de visitantes recebidos, solicito lhe seja permitido realizar algumas entrevistas com turistas presentes nesse empreendimento em data(s) aprazada(s) conjuntamente.

Outrossim, ressalto que serão observados princípios e procedimentos éticos atinentes à pesquisa científica, sendo as entrevistas precedidas pela anuência do turista e assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Permaneço à disposição para esclarecimentos complementares julgados pertinentes.

Atenciosamente,

Profa. Dra. Marcia Maria Cappellano dos Santos
Coordenadora do Mestrado em turismo

APÊNDICE D – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Eu, _____,
 concordo em participar da pesquisa *O fenômeno do acolhimento na relação sujeito acolhido e comunidade acolhedora*, realizada pelo aluno Rafael Tomio Rezende Ikawa²⁷.

Fui esclarecido de que a pesquisa tem como justificativa a importância de aprofundar estudos sobre a hospitalidade no turismo, com vistas a contribuir para as práticas e políticas de planejamento das atividades turísticas, nos domínios público e privado. Assim, esta investigação tem como objetivo identificar indicadores de como se manifesta o fenômeno do acolhimento entre o sujeito acolhido (turista) e a comunidade acolhedora (corpo coletivo acolhedor), sob o olhar do sujeito acolhido.

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 em 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 ainda de que, em havendo dúvidas, a qualquer tempo, poderei consultar o pesquisador responsável pelo projeto.

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

Local

Data

Nome (por extenso)

Assinatura

²⁷ E-mail: rafaelikawa@yahoo.com.br Fone: 3218-2100 – Ramal 2621.
 Comitê de Ética em Pesquisa (CEP/FUCS): Bloco A, sala 302. Fone 3218-2100 Ramal 2289

APÊNDICE E – Entrevistas

Sujeito 1

Entrevistador: O Sr. vem de onde? De que estado? De que cidade? E qual sua nacionalidade? De que região?

Entrevistado: Sou de Niterói, Rio de Janeiro, sou brasileira da região sudeste do país.

Entrevistador: O sr. já tinha vindo aqui alguma vez ? Quantas?

Entrevistado: Nunca, nenhuma.

Entrevistador: O sr. veio com um pacote turístico?

Entrevistado: Não, fiquei hospedada numa cidade vizinha, casa de um amigo.

Entrevistador: Temos aqui algumas faixas etárias. Onde o Sr. se situa ?

Entrevistado: Tenho 23 anos.

Entrevistador: Eu gostaria de ouvir um pouco sobre o que está achando daqui, nesta sua viagem?

Entrevistado: Achei o local muito bonito e limpo. Além das pessoas terem me recebido super bem.

Entrevistador: Mais alguma coisa a destacar? Assim, quando o sr. estava vindo ou chegou?

Entrevistado: Foram me dadas várias informações sobre os locais a serem visitados e os atrativos que estariam funcionando mas quando eu cheguei não pude visitá-los porque estavam fechados.

Sujeito 2

Entrevistador: Carol você está vindo de qual lugar?

Entrevistado: To vindo do Belém do Pará

Entrevistador: O que que motivou sua visita até aqui, pra Bento Gonçalves e região?

Entrevistado: Ah, a parte dos vinhos né, a cultura lá da parte dos vinhedos, da cultura mesmo do local.

Entrevistador: Você disse que tinha vindo pela primeira vez, e não veio de pacote turístico, né?. Sua faixa etária fica entre os 20 e 30, né?

Entrevistado: Isso

Entrevistador: O que achou da viagem como um geral? Contando Caminhos de Pedra, Vale dos Vinhedos e a cidade de Bento Gonçalves?

Entrevistado: Tá, deixa eu te falar, assim, o centro eu achei bonito só que faltou mais como a Talita tinha dito é, parte de táxi, entendeu, mas o local é bem bonito, bem limpinho, as pessoas são educadas, a parte, eu não conheci o Vale dos Vinhedos, mas eu conheci os Caminhos de Pedra, e eu achei tudo muito lindo, porque eu aprendi um pouco de tudo, a parte do tomate, a parte da casa da ovelha, a parte do chimarrão também, e dos vinhos também.

Sujeito 3

Entrevistador: Você vem de que lugar?

Entrevistado: Belém do Pará.

Entrevistador: E você já tinha vindo alguma vez? foi a primeira vez?

Entrevistado: Sim, foi a primeira vez.

Entrevistador: A sua faixa etária que tinha comentado é de 20 a 30 anos?

Entrevistado: Sim, 27.

Entrevistador: O que chamou sua atenção na viagem como um todo, na chegada até os Caminhos de Pedra, Vale dos vinhedos e cidade de Bento, o que mais chamou sua atenção?

Entrevistado: A limpeza da cidade, a educação das pessoas lá da cidade, que convenhamos, né, tem muita gente, apesar de ser uma cidade turística, totalmente mal educadas, não recebem direito os turistas

Sujeito 8

Entrevistador: A sra está vindo de que lugar?

Entrevistado: Estou vindo de Rio Branco, Acre.

Entrevistador: O que motivou a visita da sra aqui?

Entrevistado: Eu sou mineira, moro no Acre, e minha irmã que mora em MG me convidou para excursão, eu vim com a excursão, eu era louca para conhecer o sul do país.

Entrevistador: É a primeira vez que a sra está vindo para cá?

Entrevistado: Isso.

Entrevistador: A sra veio de pacote turístico, né? A faixa etária da sra é?

Entrevistado: 51 a 60.

Entrevistador: O que a sra aponta como ponto principal que chamou atenção da sra, o que que seria?

Entrevistado: Seria mais as paisagens, as paisagens em geral.

Entrevistador: A última pergunta, se a sra fosse falar para os amigos do Acre, tentar resumir o que é Bento Gonçalves pra sra?

Entrevistado: Uma cidade maravilhosa.

Sujeito 9

Entrevistador: A sra está vindo de que lugar?

Entrevistado: Juiz de Fora, MG.

Entrevistador: O que motivou a visita da sra até aqui? O que estimulou que a sra viesse aqui?

Entrevistado: É nós temos uma agencia de turismo, então todo ano a gente vem, vem o grupo.

Entrevistador: E quantas vezes a sra veio para cá?

Entrevistado: Acho que essa é a quinta vez.

Entrevistador: A sra sempre vem organizando o pacote turístico?

Entrevistado: É. Isso,

Entrevistador: A sra vem como responsável?

Entrevistado: Eu não. Eu vou acompanhando.

Entrevistador: A faixa etária da sra?

Entrevistado: Depois dos 70.

Entrevistador: O que a sra está achando de Bento Gonçalves, das cinco vezes que a sra veio?

Entrevistado: Eu adoro Bento.

Entrevistador: O que chama atenção da sra aqui na cidade?

Entrevistado: Vinícola, o hotel maravilhoso, a comida também maravilhosa, limpeza.

Entrevistador: Quanto ao local no geral, se a sra falar para outras pessoas?

Entrevistado: Com certeza manda para cá, eu gosto muito de Bento Gonçalves.

Sujeito 11

Entrevistador: A sra está vindo de que lugar?

Entrevistado: Pelotas

Entrevistador: O que estimulou a senhora a vir aqui?

Entrevistado: Vinícolas e Maria Fumaça.

Entrevistador: É primeira vez que a sra está visitando, né?. A sra veio com pacote turístico ou não?

Entrevistado: Foi

Entrevistador: Qual que é a faixa etária da sra?

Entrevistado: Dos 31 aos 40

Entrevistador: O que a sra está achando da viagem aqui a Bento?

Entrevistado: Está ótima, boa.

Entrevistador: Se a sra fosse destacar alguma coisa que chamou atenção da sra, o que a sra destacaria?

Entrevistado: Caminhos de Pedra

Entrevistador: E do local como um geral, se a sra fosse falar para outra pessoa, Bento Gonçalves representa isso pra mim?

Entrevistado: Agora você me pegou. É que a gente está recém chegando da viagem, mas ainda vou bater no ponto dos Caminhos da Pedra, adorei lá, que foi bem atrativo, o pessoal bem hospitaleiro.

Sujeito 12

Entrevistador: A sra está vindo de qual lugar?

Entrevistado: Juiz de Fora

Entrevistador: O que motivou a visita da sra aqui pra cidade?

Entrevistado: Eu vim ver o Natal Luz em Gramado no sul, eu gosto muito do Sul de um modo geral.

Entrevistador: A sra veio quantas vezes pra cá?

Entrevistado: Quatro vezes

Entrevistador: Veio de pacote turístico?

Entrevistado: Vim

Entrevistador: Qual que é a faixa etária da sra?

Entrevistado: 41 a 50 anos.

Entrevistador: O que a sra está achando da viagem aqui a Bento Gonçalves? No geral, o que chama a atenção da sra aqui da cidade de Bento?

Entrevistado: Eu gosto do povo, das pessoas, vinícolas.

Entrevistador: E quanto ao local num geral, o que a sra acha de Bento, se fosse fazer uma propaganda de Bento, o que a sra falaria de Bento?

Entrevistado: Eu recomendo a todo mundo que conhecesse, acho que todas pessoas deviam conhecer.

Sujeito 13

Entrevistador: O sr está vindo de Floripa?

Entrevistado: Florianópolis

Entrevistador: O que motivou a visita do sr até aqui? O que estimulou que o sr viesse pra cá?

Entrevistado: Porque eu não conhecia aqui Gramado, daí eles falaram que a animação é muito bonita, foi bem legal mesmo, legal mesmo.

Entrevistador: Aqui em Bento ou Gramado?

Entrevistado: Gramado, no Natal Luz.

Entrevistador: E o que estimulou que o sr viesse a Bento Gonçalves?

Entrevistado: De Bento Gonçalves eles falaram aí uns negócio de vinícola, né, dos vinhos, que aqui tem muito negócio de vinhos.

Entrevistador: Em Florianópolis o sra já escutava falar dos vinhos ou em Gramado que o sr foi escutar? O sr ficou sabendo por Gramado que tinha vinho aqui ou em Floripa?

Entrevistado: Tem uns amigos meus, tem minha guria que veio pra cá, ela mesmo gosta daqui pra caramba, é a décima quinta vez que ela vem pra cá, e eu a primeira vez.

Entrevistador: O sr veio de pacote turístico?

Entrevistado: Vim, excursão.

Entrevistador: Qual a faixa etária do sr aqui?

Entrevistado: Boa idéia, 51.

Entrevistador: E no geral, se o sr fosse falar de Bento Gonçalves, se fosse fazer uma propaganda para outras pessoas virem, o que o sr falaria?

Entrevistado: Ah, pro um amigo meu de Floripa eu ia destacar a Maria Fumaça

Sujeito 14

Entrevistador: O sr está vindo de qual lugar?

Entrevistado: Vitória, capital do estado do Espírito Santo.

Entrevistador: O que motivou a visita do sr aqui?

Entrevistado: Desta vez, é a terceira vez que venho aqui, fui convidado a conhecer o evento, que a eleição da Miss turismo Rio Grande do Sul e Miss Conesul.

Entrevistador: O sr veio de pacote turístico ou não?

Entrevistado: Eu vim a convite deles, a passagem fui eu quem banqueei, eu usei milhas smiles para estar aqui.

Entrevistador: A faixa etária do sr qual que seria?

Entrevistado: Entre 51 a 60.

Entrevistador: O sr tem alguma coisa a destacar na cidade de Bento Gonçalves que chama a atenção do sr?

Entrevistado: Me chamou aqui uma coisinha, que até pensei em fotografar e fazer uma nota no jornal. É, aqui, quando tem uma obra. Normalmente na minha cidade, quando se faz uma obra, no prédio ou alguma coisa, lá deixa que você ocupe metade da calçada, bote um tapume, né? Aqui eu vi em vários lugares: ocupa a calçada inteira e faz a passagem das pessoas cercada na rua, achei isso interessante, diferente. Só vi isso aqui, não sei se é a resposta que você queria. Aqui eles cercam a rua. O cara vem na calçada e anda na rua, o tapume vai até o meio fio, aí, onde era o estacionamento do carro faz um cerquinha e as pessoas ficam percorrendo. Na minha cidade, metade da calçada é ocupado pela obra, durante a obra e tem o espaço para andar na calçada. Isso eu achei interessante.

Sujeito 15

Entrevistador: O sr está vindo de que lugar?

Entrevistado: Belo Horizonte

Entrevistador: O que motivou a visita do sr até aqui?

Entrevistado: Conhecer o natal em Gramado.

Entrevistador: Bento Gonçalves o sr conhecia?

Entrevistado: Foi por acaso que eu conheci.

Entrevistador: O sr de pacote turístico?

Entrevistado: Não, por conta própria.

Entrevistador: O sr já tinha vindo alguma vez aqui?

Entrevistado: Primeira vez.

Entrevistador: Faixa etária do sr?

Entrevistado: 41

Entrevistador: Em Bento Gonçalves o sr chegou a passear pela cidade?

Entrevistado: Cidade limpa, sinalização é boa, nem precisa pedir informação para chegar aqui.

Sujeito 16

Entrevistador: A sra está vindo de que lugar?

Entrevistado: São José, Santa Catarina

Entrevistador: O que motivou a visita aqui? O que estimulou a sra visitar Bento Gonçalves?

Entrevistado: Para conhecer os costumes, a cidade, a culinária daqui, os vinhos.

Entrevistador: A sra já tinha vindo alguma vez para cá?

Entrevistado: Já

Entrevistador: Quantas vezes?

Entrevistado: Acho que essa é a décima primeira (risos)

Entrevistador: Essa vez a sra veio de pacote turístico ou não?

Entrevistado: Sempre pacote turístico.

Entrevistador: Qual que é a faixa etária da sra aqui?

Entrevistado: 56 anos, idade não é doença.

Entrevistador: O que a sra está achando sobre o lugar de Bento Gonçalves, a sra tem a destacar alguma coisa? O que pra sra sempre chama a atenção em Bento?

Entrevistado: Ah querido, ah sim o clima, o pessoal, assim é bem simpático.

Entrevistador: O que que a sra achou da cidade de Bento?

Entrevistado: Limpa.

Sujeito 19

Entrevistador: O sr está vindo de que lugar?

Entrevistado: Rondônia

Entrevistador: O que motivou a visita do sr? O que estimulou que o sr. viesse?

Entrevistado: Para conhecer a cultura daqui, nunca tinha vindo, e pra trabalho também.

Entrevistador: O sr veio a trabalho?

Entrevistado: Vim a trabalho e aproveitando para passear, para conhecer a cultura da região.

Entrevistador: O sr tinha vindo alguma vez para cá?

Entrevistado: Eu já vim uma vez aqui mais 10 anos atrás, vim para uma outra, não pra esta cidade. Porto Alegre.

Entrevistador: Qual que é a faixa etária do sr aqui?

Entrevistado: 53.

Entrevistador: O que o sr está achando da cidade aqui?

Entrevistado: Eu gostei muito, já visitei bastante, já visitei a Vinícola, visitei alguns pontos, gostei muito do povo daqui, o povo é assim, muito atencioso, quando vai pedir informação, as pessoas têm uma boa vontade para dar informação, acho isso muito importante.

Sujeito 20

Entrevistador: Da onde a sra está vindo?

Entrevistado: Natal

Entrevistador: O que motivou a visita da sra aqui pra Bento e região?

Entrevistado: Pra Bento a gente ta de passagem né, na verdade a gente tá em Gramado né, viemos conhecer o Natal Luz.

Entrevistador: A sra já tinha vindo alguma vez pra cá?

Entrevistado: Não, primeira vez.

Entrevistador: A sra veio de pacote turístico?

Entrevistado: Não, independente.

Entrevistador: Faixa etária da sra?

Entrevistado: 30 a 40 anos.

Entrevistador: O que a sra está achando da viagem, do lugar, alguma coisa chamou a atenção?

Entrevistado: Tudo, eu vim de mala e cuia.

Entrevistador: Tem alguma coisa que a sra destacaria aqui, que chamou a atenção?

Entrevistado: A hospitalidade, a limpeza, as pessoas são educadas, a organização do povo enquanto sociedade, bem organizada em grupos, são muito educados, muito formal, não é avacalhado como o carioca, o nordestino também.

Sujeito 21

Entrevistador: O sr está vindo da onde?

Entrevistado: Na verdade a gente é de Ribeirão Preto mas a gente está morando de Porto Alegre há um ano.

Entrevistador: O que motivou a visita do sr aqui a Bento?

Entrevistado: Então, conversando com alguns amigos já o pessoal já foi na rota do vinho e surgiu a curiosidade e a gente gosta muito de viajar, conhecer Gramado, Canela, Litoral aí Bento Gonçalves a gente não conhecia ainda, a gente catou o carro no domingo e vamos, tomamos a decisão na hora e viemos.

Entrevistador: Primeira vez?

Entrevistado: Primeira vez

Entrevistador: A faixa etária do sr?

Entrevistado: 31 a 40

Entrevistador: O que chamou a atenção do sr aqui em Bento?

Entrevistado: A cidade é bem limpa, cidade gostosa, o caminho é bom de vim, parece que vai ser boa.

Entrevistador: Quanto ao local foram mais essas palavras mesmo?!

Entrevistado: Hospitaleiras, isso exato. Um ar aconchegante, um ar de família.

Sujeito 22

Entrevistador: O sr está vindo de que lugar?

Entrevistado: Brasília

Entrevistador: O que motivou a visita do sr aqui? O que estimulou?

Entrevistado: Eu resolvi conhecer todo o nordeste, eu resolvi conhecer a região sul e sudeste, vim de Minas Gerais e vim conhecendo todo o sudeste.

Entrevistador: Quanto tempo mais ou menos o sr vai fazer de trajeto?

Entrevistado: Já tem 29 dias, e vou demorar 35 dias.

Entrevistador: Qual que a faixa etária do sr aqui?

Entrevistado: 57

Entrevistador: E do local aqui, no geral, se os sr fosse falar para as outras pessoas de Brasília ou do Nordeste o que o sr falaria de Bento Gonçalves?

Entrevistado: Eu falaria que o que faz diferença do Norte e do Nordeste pro Sudeste é que aqui tem clima que estimula fazer as coisas. No Nordeste, você quer fazer uma coisa, não pode fazer; no Nordeste, o pessoal tem que sair de lá pra subir na vida, aqui não, aqui você pode buscar no local e não precisa buscar nada lá fora, no Nordeste, sim.

Sujeito 23

Entrevistador: A sra está vindo de que lugar?

Entrevistado: Porto Alegre

Entrevistador: O que motivou a visita da sra aqui pra Bento Gonçalves?

Entrevistado: Foi uma festa de 30 anos, daí reuniu o grupo aqui.

Entrevistador: A sra já tinha vindo alguma vez pra cá?

Entrevistado: Eu já.

Entrevistador: Quantas vezes a sra já tinha vindo mais ou menos?

Entrevistado: Ah eu vim uma vez pra trabalhar.

Entrevistador: A sra veio de pacote turístico ou avulsa mesmo?

Entrevistado: Avulsa mesmo.

Entrevistador: Qual que é a faixa etária da sra?

Entrevistado: 76

Entrevistador: O que a sra está achando do lugar, de Bento?

Entrevistado: Eu acho Bento é uma cidade assim progressiva, ela vai, tá bombando e acho que vai bombar mais.

Sujeito 25

Entrevistador: O sr está vindo de que lugar?

Entrevistado: De Natal.

Entrevistador: O que motivou a visita do sr aqui? O que estimulou?

Entrevistado: É a terceira viagem que venho a Gramado. Essa terceira viagem eu vim com meus filhos, mas das outras vezes vim só eu e ela.

Entrevistador: O sr veio de pacote turístico?

Entrevistado: Não, vim individual.

Entrevistador: Qual que é a faixa etária do sr?

Entrevistado: 48.

Entrevistador: O que o sr acha que destaca aqui na cidade?

Entrevistado: Eu gostei muito da limpeza, você não vê mendigo, pelo menos na parte que teve contato eu não vi.

Entrevistador: Se o sr fosse resumir Bento Gonçalves pra quem vem de fora, o que o sr falaria para eles?

Entrevistado: Bem calmo, cidade muito calma, mesmo num sábado e domingo é uma cidade bem calma, eu viria outra vez.

Sujeito 26

Entrevistador: Da onde o sr está vindo?

Entrevistado: Caxias do Sul, mas sou natural de Guaraciaba, Santa Catarina.

Entrevistador: O que motivou sua visita a Bento Gonçalves?

Entrevistado: Na verdade foi uma saída técnica de campo.

Entrevistador: E já tinha vindo algumas vezes aqui pra Bento?

Entrevistado: Sim, essa foi talvez a quarta vez que eu visitei o roteiro, os roteiros turísticos daquela cidade.

Entrevistador: Que entra Vale dos Vinhedos e Caminhos de Pedra?

Entrevistado: Exatamente.

Entrevistador: Essa vez o sr veio de pacote turístico ou não?

Entrevistado: Não, foi avulso.

Entrevistador: Qual que é a faixa etária sua aqui Jaciel?

Entrevistado: É a primeira, de 20 a 30, 21 anos.

Entrevistador: O que você está achando da viagem, dos passeios que você fez, o que você achou dos Caminhos de Pedra, do Vale dos Vinhedos, a visita a cidade de Bento?

Entrevistado: Eu considero esta região, tanto o Vale dos Vinhedos, o Caminhos de Pedra e Bento com um todo, uma região bastante peculiar em termos de Brasil, acho que isso é bem interessante, bastante peculiar, a paisagem ela é bastante emblemática, eu acho que em síntese é isso que atrai o visitante.

Entrevistador: O que chama mais a sua atenção na região de Bento e dos roteiros turísticos de visitados pelas vezes que você já veio também?

Entrevistado: Chama a atenção. Bom além da paisagem que eu já citei, acho que é um fator expositivo, mas quando eu falo paisagem é a paisagem dos roteiros mesmo, a cidade acho que ela ta crescendo bastante, ela vai se homogeneizando né, eu não notei tanto na cidade de Bento Gonçalves em si, mas outro fator que eu apontaria também é a gastronomia, porque no geral ela é bastante farta enfim, as pessoas costumam ser bem servidas, e claro acho que a cultura do vinho é bastante interessante.

Sujeito 27

Entrevistador: A sra está vindo de que lugar?

Entrevistado: Venâncio Ayres

Entrevistador: O que motivou a visita da sra pra cá?

Entrevistado: Nós viemos em função do seminário do Proerj, seminário estadual.

Entrevistador: É a primeira vez que a sra está vindo pra cá?

Entrevistado: Primeira vez.

Entrevistador: A sra veio de pacote turístico ou não?

Entrevistado: Não, nós viemos com os colegas policiais militares mesmo. A gente veio num ônibus da corporação.

Entrevistador: E qual que é a faixa etária da sra?

Entrevistado: 31 a 40.

Entrevistador: O que a sra está achando da viagem, quando a sra entrou em Bento, o que a sra observou, o que chamou a atenção da sra?

Entrevistado: Primeiro lugar eu acho muito bem sinalizado, placas em português e inglês, me parece me passou uma cidade muito organizada, limpa, bonita.

Sujeito 29

Entrevistador: Da onde que a sra está vindo?

Entrevistado: Canoas.

Entrevistador: O que motivou a visita da sra aqui?

Entrevistado: Desta vez foi trabalho.

Entrevistador: A sra já tinha vindo alguma vez pra cá?

Entrevistado: Sim.

Entrevistador: Quantas vezes mais ou menos?

Entrevistado: Acho que umas 5 cinco vezes.

Entrevistador: Desta vez a sra não veio de pacote turístico né?

Entrevistado: Não.

Entrevistador: Faixa etária da sra?

Entrevistado: 39, 31 a 40.

Entrevistador: O que a sra acha de Bento Gonçalves, o que chama atenção da sra aqui, contando as vezes que a sra já veio?

Entrevistado: Eu acho a cidade de aconchegante, bem organizada, bem sinalizada, o turista chega, chega no lugar que precisa chegar bem sinalizado, passeio pela colônia São Pedro aqui é muito gostoso de fazer.

Entrevistador: O que mais chamou a atenção da sra no local?

Entrevistado: O pessoal de Bento já está preparado para receber turistas, diferente de outros lugares que ainda acham que estão dependendo de um favor meu, aqui é diferente, aqui tu chega é recebido, como um turista mesmo.

Entrevistador: Quanto a hospitalidade, são pessoas amáveis, mais alguma qualidade?!

Sujeito 31

Entrevistador: O sr está vindo de que lugar?

Entrevistado: Eu venho de Alegrete.

Entrevistador: O que motivou a visita do sr aqui a Bento?

Entrevistado: Tem um evento de Tecnologia de Informática pública, então sou prefeito da cidade de Alegrete, e vim com o pessoal da TI.

Entrevistador: O sr já tinha vindo alguma vez pra cá?

Entrevistado: Já

Entrevistador: Quantas vezes.

Entrevistado: Mais de seis vezes.

Entrevistador: O sr veio desta vez com pacote turístico ou não?

Entrevistado: Vim individual.

Entrevistador: Faixa etária do sr, mais ou menos estaria aqui?

Entrevistado: Entre 51 e 60.

Entrevistador: O que chama e chamou a atenção do sr as vezes que esteve em Bento Gñçalves?

Entrevistado: Tem duas cidades no Rio Grande do Sul que gosto e que acho parecidas, com um tamanho um pouco diferente, é Santa Maria e Bento Gñçalves, são muito parecidas, as

divisões muito bem claras, zona residencial, centro, área de lazer, restaurantes, hotéis, essas cidades são muito bem definidas nesse aspecto.

Sujeito 32

Entrevistador: O sr está vindo de que lugar?

Entrevistado: Santa Rosa, Rio Grande do Sul.

Entrevistador: O que motivou a visita do sr aqui?

Entrevistado: Hoje eu vim a trabalho, tem um simpósio sobre resistência as drogas da brigada, eu trabalho na brigada militar, sou motorista da brigada.

Entrevistador: O sr já tinha vindo quantas vezes aqui a Bento?

Entrevistado: Três.

Entrevistador: O sr veio de pacote?

Entrevistado: Não, vim com a brigada. Hoje eu vim com a brigada, mas das outras vezes eu vim com contato com agencia.

Entrevistador: Qual a faixa etária do sr?

Entrevistado: 41 a 50.

Entrevistador: O que o sr está achando da viagem, dos lugares que o sr passou?

Entrevistado: O centro de Bento Gonçalves é bem sinalizado, mas o transito é saturado, e não conheço bem por fora, a área que conheço é saturada.

Entrevistador: Quando o sr estava chegando a Bento, o que chamou a atenção do sr aqui?

Entrevistado: Bastante informação turística, paisagem é bonita é lógico, o lugar aqui é bonito.

Sujeito 34

Entrevistador: Da onde o sr está vindo?

Entrevistado: De Tapera, Rio Grande do Sul.

Entrevistador: O que motivou a visita aqui?

Entrevistado: O DVD, o show do Oswaldir e Carlos Magrão, com a participação de Sergio Reis.

Entrevistador: O sr já tinha vindo quantas vezes mais ou menos pra cá?

Entrevistado: Umas oito vezes, mas a turismo umas duas vezes. E outras vezes pra curso referente a qualificação Banco do Brasil.

Entrevistador: A faixa etária do sr?

Entrevistado: Entre 61 e 70. 78.

Entrevistador: O que chama a atenção do sr aqui na cidade de Bento Gñçalves?

Entrevistado: Uma cidade que tem uma renda per capita muito boa, e então o que mais chama atenção exatamente são as ruas limpas e pouca gente, e não se vê gente pedindo esmola, tem pessoal, mais desprovido de recurso.

Sujeito 36

Entrevistador: O sr está vindo de que lugar?

Entrevistado: Passo Fundo.

Entrevistador: O que motivou a visita do sr pra cá?

Entrevistado: Na verdade dessa vez vim a trabalho, já tive com a família aqui também, a turismo.

Entrevistador: Quantas vezes mais ou menos o sr já veio pra cá?

Entrevistado: Acho que umas quatro ou cinco vezes.

Entrevistador: Qual a faixa etária do sr?

Entrevistado: 34.

Entrevistador: O que o sr acha da cidade de Bento Gñçalves, o que chama a atenção das vezes que o sr veio pra cá?

Entrevistado: Eu acho bacana, essa questão que acho que a valorização dessa coisa italiana, da cultura, do vinho principalmente, eu como sou apreciador de vinho, já é um prato cheio pra mim né. A gente fez aquela Rota dos Vinhedos, bem bacana.

Entrevistador: E no geral se o sr fosse falar algumas palavras pra outras pessoas sobre Bento Gonçalves o que o sr falaria? Bento Gonçalves pra mim é isso, isso, isso?

Entrevistado: Olha, Bento Gonçalves pra mim é a terra do vinho, tem muito vinho bom aqui, tem um povo simples, acho que é isso.

Sujeito 37

Entrevistador: O sr vem de que lugar?

Entrevistado: Passo Fundo.

Entrevistador: O que motivou a visita do sr aqui a Bento Gonçalves?

Entrevistado: Incentivo da Prefeitura para fazer o trabalho, gravação do Dvd do Oswaldir e Carlos Magrão, parte cultural.

Entrevistador: O sr já tinha vindo aqui quantas vezes?

Entrevistado: Primeira vez.

Entrevistador: Faixa etária do sr?

Entrevistado: 55

Entrevistador: O que o sr acha de Bento Gonçalves no geral? Que chama a atenção do sr aqui na cidade?

Entrevistado: Cidade limpa, cidade boa, bem administrada.

Entrevistador: No geral se o sr fosse fazer uma propaganda de Bento Gonçalves o que o sr falaria das pessoas da cidade?

Entrevistado: Bonita, limpa.

Sujeito 40

Entrevistador: As sra está vindo de que lugar?

Entrevistado: Maceió.

Entrevistador: O que motivou a visita da sra pra cá?

Entrevistado: O clima, a beleza, as pessoas, a cultura italiana.

Entrevistador: A sra já tinha vindo alguma vez pra cá?

Entrevistado: Não, a primeira vez.

Entrevistador: A sra veio de pacote turístico?

Entrevistado: Pacote turístico.

Entrevistador: Qual a faixa etária da sra?

Entrevistado: 49.

Entrevistador: O que a sra está achando da viagem?

Entrevistado: Fantástica.

Entrevistador: O que mais chamou a atenção da sra aqui?

Entrevistado: Ah o conjunto, eu não posso dizer cinco só, o clima, o colorido das flores, as pessoas que passeiam, o conjunto.

Entrevistador: E a última pergunta que é mais para finalizar, se a sra fosse fazer uma propaganda de Bento para os amigos, o que a sra falaria da cidade, pontos principais?

Entrevistado: Maria Fumaça, que acho que sai viajando, você vê um pouquinho de tudo, da história, a cultura em si, o conjunto.

Sujeito 41

Entrevistador: O sr está vindo de que lugar, de que cidade?

Entrevistado: De Alagoas, Maceió.

Entrevistador: O que motivou a visita do sr aqui?

Entrevistado: Aqui pra Bento Gonçalves eu vim direto pra Gramado, o que motivou foi a indicação das pessoas que vieram disseram que é muito bom, o passeio, tudo.

Entrevistador: Foi a primeira vez?

Entrevistado: Primeira vez

Entrevistador: O sr veio de pacote turístico ou não?

Entrevistado: Pacote turístico.

Entrevistador: A idade do sr qual que seria?

Entrevistado: 52

Entrevistador: O que o sr achou no geral de Bento, se o sr fosse falar pras pessoas sobre Bento, o que o sr falaria pra elas?

Entrevistado: Eu falaria da oportunidade de fazer a Maria Fumaça, porque quando eu era pequeno, na minha cidade tinha Maria fumaça, 52 anos, e alcancei a Maria Fumaça, na minha idade, só que aqui é diferente da tradição do vinho e tal, eu indicaria para as pessoas sim, principalmente pelas estações que tem dos imigrantes, da musica, do gaúcha, essas coisas, é muito interessante para a gente que vem de fora.

Sujeito 42

Entrevistador: O sr está vindo de que lugar?

Entrevistado: Esteio.

Entrevistador: O que motivou a visita do sr pra cá?

Entrevistado: A cultura italiana

Entrevistador: O sr já tinha vindo alguma vez pra cá?

Entrevistado: Uma vez, mas não eu sozinho, foi em grupo.

Entrevistador: Dessa vez o sr veio sozinho?

Entrevistado: Eu e a esposa.

Entrevistador: Qual que é a faixa etária do sr?

Entrevistado: 20 a 30.

Entrevistador: O que o sr ouvia falar antes de vir a Bento Gonçalves? Soava, o que era a primeira coisa que vinha na cabeça?

Entrevistado: Um lugar com pouco pobreza, um pouco mais desenvolvido, traços culturais da cultura italiana, eu também sou da cultura italiana, morei em Carlos Barbosa e sabia também que tinha a Maria Fumaça, lugar turístico.

Entrevistador: O que chamou atenção, do sr na viagem?

Entrevistado: Paisagem, bem arborizado, acho que é isso aí.

Entrevistador: De Bento Gonçalves se o sr fosse falar para seus amigos o que o sr falaria de Bento, ah, que chamou a atenção do sr?

Entrevistado: Cidade é mais turística do que eu imaginava.

Sujeito 46

Entrevistador: O sr está vindo de qual localidade?

Entrevistado: Estou vindo de Novo Hamburgo.

Entrevistador: O que motivou a visita do sr desta vez aqui?

Entrevistado: Essa visita me motivou porque meus cunhados que vieram de fora não conheciam, e pediram um lugar para a gente sair, conhecer, daí, eu optei por uma cidade hospitaleira, uma cidade que tem coisas bonitas pra ver, ótimo, não fez o passeio de Maria Fumaça mas vai voltar pra fazer isso.

Entrevistador: O sr disse que já tinha vindo aqui umas dez vezes né?

Entrevistado: É

Entrevistador: Qual que é a faixa etária do sr?

Entrevistado: A minha faixa etária é esse daqui, entre 50 a 60.

Entrevistador: E o que chama a atenção do sr aqui em Bento Gonçalves?

Entrevistado: O que me chama a atenção aqui é a cultura italiana, entre as cidades que tem esse povo, essa etnia, é um dos melhor lugar pra você curtir, tem Caxias, tem Farroupilha, mas aqui parece um lugar totalmente diferente.

Entrevistador: O que o sr aponta como ponto positivo aqui de Bento?

Entrevistado: Além do passeio de Maria Fumaça, Caminhos de Pedra e Vale dos Vinhedos.

Entrevistador: E o que o sr acha dos restaurantes, hotéis?

Entrevistado: Muito bom, a culinária aqui é top.

Entrevistador: E das pessoas aqui que o sr tem contato?

Entrevistado: Nunca tive restrição pra falar que fui mal atendido, fui sempre bem atendido.

Entrevistador: E o que o sr acha da hospitalidade aqui em Bento Gonçalves?

Entrevistado: Eu acho que é muito boa viu, eu conheço o Brasil, quase todo, centro, nordeste, conheço tudo, andei por tudo agora, a hospitalidade nossa aqui é totalmente diferente.

Entrevistador: E se o sr fosse fazer uma propaganda de Bento para outras pessoas, o que o sr falaria da cidade?

Entrevistado: É tudo aquilo que estou falando contigo.

Sujeito 49

Entrevistador: O sr está vindo de que localidade?

Entrevistado: Rio de Janeiro

Entrevistador: O que motivou a visita do sr aqui pra Bento, pra serra?

Entrevistado: Frio, esse clima nostálgico, eu gosto muito.

Entrevistador: O sr já tinha vindo alguma vez pra cá?

Entrevistado: Terceira vez.

Entrevistador: O sr veio de pacote turístico desta vez?

Entrevistado: Vim avulso mesmo.

Entrevistador: E qual que é a faixa etária do sr?

Entrevistado: 52 anos.

Entrevistador: Quanto ao local, se o sr fosse falar com os amigos do RJ, o que o sr apontaria como principal que chama a atenção?

Entrevistado: Local calmo, tranqüilidade, segurança que se tem aqui, acho isso que é diferente.

Sujeito 51

Entrevistador: O sr está vindo de que localidade?

Entrevistado: BH.

Entrevistador: O que motivou a visita do sr aqui pra Bento Gonçalves e região?

Entrevistado: A questão dos vinhos.

Entrevistador: O sr já tinha vindo alguma vez pra cá?

Entrevistado: Já.

Entrevistador: Quantas vezes mais ou menos?

Entrevistado: 1 vez só.

Entrevistador: O sr veio de pacote turístico?

Entrevistado: Vim avulso.

Entrevistador: Qual a faixa etária do sr?

Entrevistado: 65.

Entrevistador: E do lugar em geral para finalizar, se o sr fosse falar de Bento Gonçalves para as pessoas de BH, o que o sr falaria?

Entrevistado: Bem estruturado para o turismo, acolhe bem o turismo.

Sujeito 52

Entrevistador: A sra está vindo da onde?

Entrevistado: Do Rio de Janeiro

Entrevistador: E foi a primeira vez que a sra veio pra cá?

Entrevistado: Sim, viemos conhecer, viemos olhando o mapa, guia quatro rodas, assim de dica, onde ficar, o que fazer, teve a questão do Natal Luz, também, que tudo mundo fala.

Entrevistador: Qual que é a faixa etária da sra aqui?

Entrevistado: Entre 41 e 50.

Entrevistador: E o que mais chamou a atenção da sra na região?

Entrevistado: A educação do povo, acho que a limpeza urbana é muito eficiente, as pessoas são educadas, não jogam lixo, hoje conhecendo melhor o sul dá para entender o movimento separatista que aconteceu no passado, eu acho que realmente é bem diferente do resto do Brasil.

Sujeito 53

Entrevistador: Sra está vindo de que localidade?

Entrevistado: São Paulo.

Entrevistador: O que motivou a visita da sra a Bento, Gramado e região?

Entrevistado: A gente pra Gramado para ver o Natal Luz, e aqui pra Bento a gente vai fazer o passeio de Maria fumaça.

Entrevistador: E pra Bento Gonçalves foi a primeira vez que a sra veio?

Entrevistado: Primeira vez,

Entrevistador: Qual que é aqui a faixa etária da sra?

Entrevistado: 31 a 40.

Entrevistador: O que a sra está achando da localidade, do percurso Gramado Bento, alguma coisa que chamou atenção?

Entrevistado: É bem diferente do que a gente está acostumado em SP, as cidades são todas bem pertinhas, é muito diferente, a gente tem uma estradona e não vê nada, aqui é tudo bonita, a paisagem é bonita.

Entrevistador: E do local no geral, se a sra fosse falar para os amigos de SP, o que a sra falaria mais da região daqui, que chamou mais a atenção da sra?

Entrevistado: A cidade é muito calma, a gente que vive em SP que é uma muito agitada, aqui é muito tranquilo, né, dá para passear, não é um lugar perigoso, é um lugar muito bonito, eu acho que falaria para as pessoas virem sim.

Sujeito 54

Entrevistador: O sr está vindo de que localidade?

Entrevistado: São Paulo.

Entrevistador: O que motivou a visita do sr pela região?

Entrevistado: O quarto ano que venho a Gramado, Natal Luz, que é muito bonito.

Entrevistador: E Bento Gonçalves o que chamou a atenção do sr pra ter vindo pra cá?

Entrevistado: Eu vou levar meus netos pra fazer um passeio de maria fumaça, daqui a Carlos Barbosa.

Entrevistador: O sr já falou que tinha vindo 4 vezes. O sr veio de pacote turístico desta vez?

Entrevistado: Não não não não. Nenhuma vez.

Entrevistador: Qual a faixa etária do sr aqui?

Entrevistado: Eu tenho mais de 70, 75.

Entrevistador: E quanto de Bento Gonçalves num geral apesar do sr não focar muito aqui mais em Gramado, o que o sr falaria para os amigos de SP sobre Bento?

Entrevistado: Eu acho Bento Gonçalves uma cidade bonita, eu não conheço muita coisa, mas eu já estive aqui antes a trabalho, sou professor de matemática, eu fui fazer palestra no colégio Marista, eu acho uma cidade bonita, eu acho que o paulista devia visitar, tem coisas bonitas.

Sujeito 55

Entrevistador: A sra está vindo de que localidade?

Entrevistado: Recife, Pernambuco.

Entrevistador: O que motivou a visita da sra pra cá?

Entrevistado: Eu sempre tive vontade de conhecer Gramado e Canela, tinha muita vontade, e aí a gente aproveitou BG, mas eu sempre tinha vontade de conhecer o sul.

Entrevistador: Foi a primeira vez que a sra veio pra cá?

Entrevistado: A primeira vez.

Entrevistador: Vieram de pacote turístico?

Entrevistado: Viemos avulso mesmo, alugamos carro.

Entrevistador: Qual a faixa etária da sra?

Entrevistado: A minha é 51.

Entrevistador: O que a sra está achando da viagem, do trajeto?

Entrevistado: A viagem está sendo boa.

Entrevistador: O que chamou a atenção da sra na viagem?

Entrevistado: É Gramado, lá você não tem semáforos, aqui chama de sinaleira né, não tem, e lá você bota o pé na faixa e os carros param, e se você fizer isso no Recife você morre, é atropelado, não tem engarrafamento, mesmo não tendo sinaleira, eu achei fantástico entendeu, fica muito cheio por causa do Natal Luz, muita gente na cidade, mesmo assim não tinha engarrafamento.

Entrevistador: E no geral se a sra fosse falar de BG pros amigos?

Entrevistado: Em termos de cidade é feia, não tem que o fazer, exceto os passeios, a noite, acho que não tem nada o que fazer aqui, eu não sei. Aqui acho que vale a pena vir, claro que vale, assim eu não conheci a parte dos vinhos ainda né, vou conhecer amanhã, dizem que é muito bonito né, pelos passeios vale a pena conhecer, mas a cidade em si é feia, é normal no caso.

Sujeito 57

Entrevistador: O sr está vindo de que localidade?

Entrevistado: Brasília.

Entrevistador: O que motivou a visita do sr pra cá?

Entrevistado: Eu não conhecia a região sul do país, vim conhecer e conhecer a região da serra gaúcha.

Entrevistador: O sr já tinha vindo alguma vez pra cá?

Entrevistado: Primeira vez.

Entrevistador: Veio de carro, não veio de pacote turístico.

Entrevistado: Vim de avião e depois aluguei um carro.

Entrevistador: A faixa etária do sr qual seria?

Entrevistado: 31 a 40.

Entrevistador: O que o sr está achando da viagem?

Entrevistado: A estrada está em condições razoáveis, poderia estar melhor, a sinalização pro turista na estrada poderia ser melhor, aqui pra Bento Gonçalves especificamente, mas pras outras cidade até que é bem sinalizado, Bento Gonçalves poderia estar melhor a sinalização. Se for um pouquinho mais desesperado corre-se o risco de se perder.

Entrevistado: Que chamou mais atenção, foi a serra que é muito bonita, a vegetação bem diferente do que a gente está acostumado e a receptividade das pessoas.

Sujeito 58

Entrevistador: Você veio de que localidade?

Entrevistado: Caxias do Sul.

Entrevistador: O que estimulou a ir aos Caminhos de Pedra dessa ultima vez?

Entrevistado: Dessa vez a visita com o mestrado.

Entrevistador: Já veio alguma vez pra lá?

Entrevistado: Sim.

Entrevistador: Quantas?

Entrevistado: Ichi, perto de 10.

Entrevistador: Qual que é sua idade?

Entrevistado: 36.

Entrevistador: E quanto o local no geral se fosse falar para outros amigos que fossem visitar lá, o que você falaria?

Entrevistado: Falaria de Bento, Bento não tem muito o que fazer lá, a não ser o Vale, porque os Caminhos de Pedra não tem graça nenhuma (risos).