

TEXTO PARA DISCUSSÃO



*Pós-Modernidade e Turismo: Inçursão no
Debate e Estudo Sobre a Região Serrana
de Santa Catarina*

Hoyêdo Nunes Liqs

Nº 08/2008

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
Campus Universitário – Trindade
CEP 88049-970 – Florianópolis – Santa Catarina
Tel.: (48) 3721.9458 – Fax.: (48) 3721.9776
<http://www.cse.ufsc.br/gecon>**

PÓS-MODERNIDADE E TURISMO: INCURSÃO NO DEBATE E ESTUDO SOBRE A REGIÃO SERRANA DE SANTA CATARINA^(*)

Hoyêdo Nunes Lins
PPGE/UFSC (hnlins@cse.ufsc.br)

Os olhos não vêem coisas, mas figuras de coisas que significam outras coisas...

(Ítalo Calvino. *As cidades invisíveis*)

Resumo

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

Palavras-chave: Turismo na pós-modernidade; Região serrana de Santa Catarina; Hotéis-fazenda; Atrações “européias”

(*) Versão reduzida deste texto, intitulada “Estilização do turismo: ensaio com foco na serra catarinense”, foi apresentada no II Encontro de Economia Catarinense, realizado de 24 a 26 de abril de 2008 pela Associação dos Pesquisadores em Economia Catarinense (APEC), na Unochapecó, em Chapecó (SC), tendo sido publicada nos anais do evento. Outra versão, igualmente reduzida, com o título de “Estetização e estilização do turismo: ensaio sobre a região serrana de Santa Catarina (Brasil)”, foi aceita para publicação pela revista *Estudios y Perspectivas en Turismo*, editada pelo *Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos*, de Buenos Aires, Argentina. Uma terceira versão – “Territórios turísticos na pós-modernidade: promoção de patrimônios sócio-culturais ou emprego de simulacros?” – foi selecionada para apresentação no 7º Colóquio de Transformações Territoriais, realizado na Universidade Federal do Paraná entre 10 e 13 de setembro de 2008 sob os auspícios da Associação de Universidades Grupo Montevideú (AUGM), com publicação nos anais do evento.

Introdução

O desenvolvimento do setor de turismo, enfeixando atividades que se fortaleceram gradativamente, alcançaram disseminação planetária e se mostraram capazes de grandes impactos socioeconômicos, é um dos traços marcantes do século XX. Não permitem dúvidas a esse respeito a extraordinária expansão da quantidade de viagens realizadas anualmente e o comportamento dos fluxos de turistas – paralelamente à progressão experimentada nos transportes (o aéreo em primeiro lugar) –, assim como o surgimento, com ampliação e abrangência progressivas, de um notável e multifacetado aparato de negócios voltados à hospedagem e alimentação e ao lazer e entretenimento.

Nas últimas décadas, essa prática turística revela diversificação que se traduz na multiplicação das formas como a sua experiência se concretiza. Isso diz respeito tanto aos interesses dos turistas, alargando o espectro de tipos de turismo, como aos elementos de atração, com reflexos no perfil e na caracterização das destinações turísticas, demanda e oferta influenciando uma à outra em tal processo. Nesse contexto a literatura especializada passou a exibir, em diferentes abordagens sobre as manifestações turísticas recentes, a designação turismo pós-moderno. Claramente inspirada nos debates sobre a pós-modernidade, proeminentes na teorização contemporânea sobre a vida social – especialmente envolvendo questões de cultura e arte, mas com alcance sobre diversos campos, entre eles a filosofia –, essa expressão é observada em trabalhos que privilegiam vivências turísticas específicas e em reflexões mais gerais sobre o significado do desenvolvimento do turismo no período atual.

Nessa literatura, a expressão turismo pós-moderno afigura-se modo de aludir à experiência turística sintonizada com a pós-modernidade. Contudo, ao menos devido à simetria, essa vinculação traz embutida – a rigor, impõe – uma outra, entre turismo moderno e modernidade. Daí a interrogação: qual o sentido de “pós”, seja para modernidade, seja para turismo? E, preliminarmente, o que seria modernidade?

Essas indagações influenciaram a concepção do presente artigo, cujo foco de interesse é o chamado turismo pós-moderno. O objetivo é duplo. De uma parte, explorar o conteúdo dessa expressão, assimilando-o aos aspectos culturais das mudanças socioeconômicas e políticas recentes. De outra parte, escorar nos termos desse debate um breve e exploratório estudo sobre a serra catarinense, onde o turismo se desdobra, essencialmente, entre a experiência dos hotéis-fazenda e eventos típicos, principalmente em Lages, e onde se sinaliza a criação de um destino turístico, na área de São Joaquim e Urubici, alicerçado nos atributos paisagístico-naturais e socioculturais locais.

Começa-se falando sobre modernidade. Depois se alude à pós-modernidade, completando o marco para a abordagem, nas duas seções seguintes, das experiências de turismo pós-moderno e das análises pós-modernas do turismo, pela ordem. A serra catarinense centraliza as atenções na última parte do artigo, antes das considerações finais.

1 Modernidade e modernismo

“Pós”, em quaisquer circunstâncias, designa posterioridade. Pós-modernidade deve, assim, referir a algo que sucede à modernidade. Embora trivial, essa indicação enseja pergunta sobre o significado de modernidade e, por associação, de pós-modernidade. O quadro de referências capaz de balizar a apreensão mostra-se, entretanto, nebuloso, pois são múltiplos os vocábulos em cena: modernidade costuma aparecer ombro a ombro com moderno e modernismo, o mesmo sendo observado com respeito à expressão pós-modernidade, relativamente a pós-moderno e pós-modernismo. Além disso, o entendimento

sobre o significado dessas palavras é variado, não raramente provocando confusão. Daí não se pretender aqui um tratamento exaustivo sobre os significados. Focalizam-se somente alguns aspectos do respectivo debate, na perspectiva dos objetivos do artigo.

1.1 Perscrutando significados

Etimologicamente, moderno indica atualidade, quer dizer, proximidade temporal ao emprego da palavra. Mas seu uso igualmente aponta novidade ou rompimento com o convencional, isto é, transformação, e isso permite falar em moderno a propósito de qualquer época. Os indivíduos e grupos sociais que se crêem vetores ou promotores de mudanças, geralmente devido ao inconformismo com o *status quo* (logo, devido à crítica), tendem a se considerar modernos (HABERMAS, 1983). Mas o que forma a vanguarda, ponta-de-lança da transformação, são os agentes que efetivamente criam instabilidade e sacodem a mesmice.

Ao moderno vincula-se o modernismo, que representa o fato cultural ligado ao primeiro ou o conjunto dos fatos com traços modernos. Trata-se de sistema de signos e modos de representação, com unidade de sentido e percebidos como uma espécie de linguagem-código, conformando um estilo. Relacionado a movimento via de regra desencadeado ou impulsionado pelas vanguardas, o termo modernismo admite aplicação, na ótica de Karl (1988), quando o moderno já se apresenta “mais ou menos associado com uma paisagem familiar” (p. 21).

Modernidade, de sua parte, diz respeito ao domínio em que tem lugar a reflexão sobre o moderno e o modernismo. Sugere o estado de coisas ou o “sentido de época” (FEATHERSTONE, 1995a, p. 20) atingido durante a modernização, figurando o moderno como “resultado” e o modernismo como “narrativa”. Simultaneamente, pode indicar o âmbito da tomada de consciência sobre a realidade, o que ocorre pela análise das condições de vida social e das expressões culturais surgidas ou intensificadas na esteira das transformações que dão sentido à palavra moderno. Dado o estímulo do contexto (moderno) à observação de experiências e iniciativas de adaptação, modernidade evoca processos e mecanismos de descoberta, envolvendo interrogações e dúvidas – portanto, análise crítica – sobre os reflexos e conseqüências das mudanças em nível individual e coletivo. Desse modo, enquanto o modernismo remete às artes, a modernidade, magnetizando a atenção de agentes como historiadores e sociólogos, remete à teoria social (HUYSSSEN, 1991).

O que indica o “pós” nesse debate? Huyssen (op cit.) fornece uma pista.

[O] que aparece em um certo nível como a última tendência (...) é parte de uma transformação cultural que emerge lentamente nas sociedades ocidentais, uma mudança da sensibilidade para a qual o termo ‘pós-moderno’ é realmente, pelo menos por enquanto, inteiramente adequado. A natureza e a profundidade dessa transformação podem até ser discutíveis, mas há uma transformação. (...). Registra-se (...) em importante setor de nossa cultura, uma notável mudança nas formações de sensibilidade, das práticas e de discurso que torna um conjunto pós-moderno de posições, experiências e propostas distinguível do que marcava um período precedente. (p. 20)

A referida distinção “nas formações de sensibilidade, das práticas e de discurso” é aspecto do que hoje se aponta como contraste, no tocante às “posições, experiências e propostas”, entre as décadas recentes e período anterior de cerca de três séculos. Esse é o período (considerado) moderno mais próximo, historicamente falando, da atualidade, assemelhando-se a outros modernos pela presença de consciência crítica sobre as mudanças registradas, mas revelando a particularidade de uma enorme e avassaladora influência dos avanços científicos e tecnológicos nestas transformações. Tais conquistas inocularam a crença

“no progresso infinito do conhecimento e no avanço infinito em direção ao aperfeiçoamento social e moral” (HABERMAS, 1983, p. 86): a influência das mudanças e do crescimento econômico outorgados pelos avanços da ciência e da tecnologia impôs, em todos os compartimentos da vida social, um espírito de racionalidade científica que nutriu o entusiasmo com as possibilidades abertas às realizações humanas e intensificou a sensação de poder (BERMAN, 1989).

O “pós” do debate atual representa, portanto, prefixo para modernidade, moderno e modernismo com uma bem definida especificidade histórica.

1.2 De que moderno, modernismo e modernidade se trata?

Essa modernidade e esse moderno referem-se “a estilo, costume de vida ou organização social que emergiram na Europa a partir do século XVII e que posteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência” (GIDDENS, 1991, p. 11). Em tal processo, entre cujos pilares figuraram o avanço e a consolidação da empresa capitalista e das estruturas estatais burocráticas, a vida cotidiana foi capturada pela racionalização e registrou desenvolvimentos em várias frentes, como em ciência, arte, economia e política (HABERMAS, 1990). Ao mesmo tempo, amargaram-se discontinuidades, pois formas tradicionais de vida social acabaram atrofiadas ou simplesmente desapareceram: impregnada, como assinala Vattimo (1996), do sentido de “iluminação progressiva”, essa modernidade rimou com dissolução de uma ordem social que exibia entre seus alicerces a religião, o mito e a superstição.

Com efeito, exercitado por vários intelectuais, o “pensamento iluminista (...) abraçou a idéia do progresso e buscou ativamente a ruptura com a história e a tradição (...)” (HARVEY, 1993, p. 23). Isso fez emergir dos escombros daquelas estruturas tradicionais um “modelo civilizatório” tendo como idéias-força a universalidade (todos os indivíduos, independente de cultura, etnia ou nacionalidade, seriam incluídos), a individualidade (a inclusão diria respeito a pessoas concretas e individuais, com direitos e deveres, que se unem a outras por necessidade ou conveniência) e a autonomia (de pensamento, sem as amarras da religião, dos dogmas e dos preconceitos, e também autonomia política e econômica), tendo como lógicas centrais o progresso e a superação crítica (ROUANET, 1993).

A ênfase na técnica e na razão era enorme, e entre os aspectos centrais desse pensamento perfilavam-se a crença na linearidade do progresso, o apego à idéia de que existem verdades absolutas, a defesa do planejamento como atividade capaz de proporcionar engenharias de modelos ideais e a padronização do conhecimento e das formas de conhecer e produzir (HARVEY, op cit.). Está-se falando de “época para a qual o ser moderno se torna um valor, ou melhor, o valor fundamental, a que todos os demais são referidos” (VATTIMO, op cit., p. 97 – itálico no original), e em que passaram a prevalecer interpretações teóricas amplas e de aplicação generalizada, sem fronteiras de qualquer espécie – interpretações, numa palavra, totalizantes.

O modernismo, linguagem-código dessa modernidade, foi modelado no curso de um período longo e sofreu transformações no percurso. Sua história é tortuosa, complexa e repleta de nuances, com características que chamam mais ou menos a atenção conforme se olhe para um país ou para outro, atributo que torna quase impossível um tratamento único e abrangente sobre o assunto.

Entretanto é possível postular, mesmo em termos muito gerais, que a representação modernista fermentou e foi cevada no bojo dos movimentos de vanguarda que fervilhavam no continente europeu desde meados do século XIX, principalmente no começo do século XX,

em particular entre os anos 1910 e 1920. Note-se que, considerando-se a dimensão temporal da modernidade, o modernismo registrou mais do que simples inflexões na sua trajetória. A rigor, ostentou pluralidade de experiências ou modas estéticas, como o impressionismo, o cubismo, o dadaísmo, o surrealismo e o expressionismo, incluindo a busca de novos códigos, significações e alusões metafóricas e uma contínua incursão em novas técnicas. Pode-se sublinhar, para o movimento inteiro, uma tendência à “‘explosão’ da estética fora dos limites institucionais que lhe eram estabelecidos pela tradição” (VATTIMO, op cit., p. 41). Sobre o realismo na arte, por exemplo, Eagleton (2005) assinala que uma “forma cultural que vinha prevalecendo desde a Renascença agora parecia estar se exaurindo” (p. 97), subversão que se revelou abrangente, transcendendo as artes plásticas e alcançando representações em campos como literatura, poesia, música e arquitetura.

1.3 O problema da “narrativa” sobre a vida social

Também na teorização sobre a sociedade e na filosofia o modernismo teve repercussões. No começo do século XX, “já não era possível dar à razão iluminista uma posição privilegiada na definição da essência eterna e imutável da natureza humana” (HARVEY, op cit., p. 27). Isso representava contestação ao pressuposto (iluminista) de que existe uma única maneira de representar o mundo, um entendimento que teve reflexos na atuação de artistas (nas artes plásticas, música, literatura), arquitetos e pensadores.

Em virtude da própria evolução histórica, os ideais de universalidade, individualidade e autonomia mostravam-se problemáticos e resultavam em frustrações. Essa “adversidade” se intensificou progressivamente e galvanizou uma incômoda sensação de desconforto com as dificuldades que cercavam as promessas do iluminismo, particularmente quanto ao progresso socioeconômico generalizado. Essencial é que esse ambiente favorecia o ceticismo sobre o poder interpretativo-explicativo das narrativas totalizantes. Mais do que isso, estimulava a crítica ao que esses esquemas teóricos universais representavam em termos de exercício de poder e dominação. Tornava-se claro que, propostos em nome da libertação humana (em relação à escassez e aos grilhões do obscurantismo), tais esquemas significavam, na verdade, “opressão universal”. Assim, tomou vulto a importância da relativização nas abordagens, particularmente no âmbito das ciências sociais.

Resumindo, em plena modernidade a razão iluminista viu-se em xeque, a partir do que emergiu uma nova concepção do correspondente projeto. O modernismo significou uma reação crítica às condições de produção e consumo (ou ao quadro de vida) do período, à ditadura da “mercantilização de tudo”, para lançar mão de fórmula usada por Wallerstein (2001) para falar sobre o “capitalismo histórico”. Mercantilização, deve-se sublinhar, inclusive da arte, contra o que se voltaram, talvez com mais intensidade do que outros, os dadaístas, pioneiros do surrealismo. Seguindo Berman (op cit.), pode-se falar de reação também à vertigem provocada pelas transformações resultantes da modernização. Esta gerou entusiasmo com as perspectivas de progresso, mas, haja vista a sensação de efemeridade das coisas, a natureza fugidia dos processos e realizações e o caráter caótico do turbilhão transformador, suscitou igualmente incertezas e angústia. Assinale-se que tudo isso acrescentou complexidade ao modernismo, intensificando o seu caráter contraditório e, conseqüentemente, aumentando as dificuldades à sua sistematização e interpretação-explicação.

Harvey (op cit.) narra como segue a trajetória do modernismo.

O projeto do Iluminismo (...) considerava axiomática a existência de uma única resposta possível a qualquer pergunta. Seguiu-se disso que o mundo poderia ser controlado e

organizado de modo racional se ao menos se pudesse apreendê-lo e representá-lo de maneira correta. Mas isso presumia a existência de um único modo correto de representação que, caso pudesse ser descoberto (...), forneceria os meios para os fins iluministas. (...) Mas, depois de 1848, a idéia de que só havia um modo possível de representação começou a ruir. A fixidez categórica do pensamento iluminista foi crescentemente contestada e terminou por ser substituída por uma ênfase em sistemas divergentes de representação. (...) Tímida a princípio, essa contestação expandiu-se a partir de 1890, gerando uma inacreditável diversidade de pensamento e de experimentação (...), chegando ao seu apogeu pouco antes da Primeira Guerra Mundial. A maioria dos comentadores concorda que esse furor de experimentação resultou numa transformação qualitativa na natureza do modernismo em algum ponto entre 1910 e 1915. (...) É difícil não concluir que todo o mundo da representação e do conhecimento passou por uma transformação fundamental nesse curto espaço de tempo. (HARVEY, op cit., p. 35-36)

(...)

As mudanças por certo foram afetadas pela perda da fé na inelutabilidade do progresso e pelo crescente incômodo com a fixidez do pensamento iluminista. Esse incômodo veio em parte do caminho turbulento da luta de classes (...). (p. 37)

2 Pós-modernidade e pós-modernismo

No rescaldo da Segunda Guerra Mundial, nos anos de 1940 e 1950, o modernismo enveredou por caminho que representou supressão ou a extrema debilitação do seu espírito vanguardista detectado no começo do século XX. A atmosfera em que isso se deu foi assim captada por Harvey (op cit.):

[O]s artistas se relacionam com eventos e questões que os cercam, e constroem maneiras de ver e de representar que têm significados sociais. Nos agradáveis dias da inovação modernista pré-Primeira Guerra Mundial, por exemplo, o tipo de arte produzido celebrava universais mesmo em meio a múltiplas perspectivas; exprimia alienação, opunha-se a todo sentido de hierarquia (...) e, com frequência, criticava o consumismo e os estilos de vida “burgueses”. Nessa fase, o modernismo estava bem do lado de um espírito democratizador e do universalismo progressista (...). Entre as guerras, por outro lado, os artistas foram cada vez mais forçados pelos acontecimentos a explicitar seus compromissos políticos. (op cit., p. 37).

2.1 Pós-modernismo como reação nos campos artístico e cultural

Diferentes autores coincidem sobre um aspecto básico do processo no curso do qual o perfil de vanguarda se dissipou: mais do que tão-somente acolhido, o modernismo terminou verdadeiramente celebrado pelos centros de poder da sociedade. Foi esse o estado de coisas que, aparentemente antes de qualquer outro, provocou o essencial da contestação pós-modernista.

Com efeito, se o modernismo da aurora do século XX significou uma reação cultural aos reflexos do hegemônico paradigma civilizatório iluminista, o pós-modernismo pode ser visto como resposta à “canonização e institucionalização acadêmica do movimento moderno” (JAMESON, 1997, p. 30). Em outras palavras, como reação ao que Featherstone (1995a) chama de alto-modernismo, um modernismo codificado e absorvido pelo sistema, presente nos museus e formalmente incluído na vida acadêmica. Mais do que isso, o alvo da sublevação foi o que Huyssen (op cit.) avaliou como “versão do modernismo que havia sido domesticada nos anos 50, incorporada pelo consenso liberal-conservador da época e transformada em arma de propaganda no arsenal cultural e político da guerra fria anticomunista” (p. 34), fruto da “absorção de uma espécie particular de estética modernista

pela ideologia oficial e estabelecida e o seu uso com relação ao poder corporativo e ao imperialismo cultural” (HARVEY, op cit., p. 44).

Na área cultural, o uso da expressão pós-modernismo remonta ao fim dos anos 1950, com marcada presença em crítica literária. Esse emprego foi intensificado na década seguinte, popularizando-se devido à sua incorporação por artistas, escritores e críticos de uma nova geração, e difundiu-se amplamente a partir do início dos anos 1970, quando penetrou em segmentos artísticos tão distintos como dança, teatro, pintura, cinema e música. Depois disseminou-se na Europa, tendo em vista o crescente interesse de vários teóricos da vida social e de filósofos. O que representava o pós-modernismo artisticamente?

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

Todavia, o sentido dessa “dominante cultural” do período de expansão capitalista posterior à Segunda Guerra, como Jameson (1997) propõe considerar o pós-modernismo, revelou-se mutante. Sobre os anos 1960, e para os Estados Unidos, tem sentido falar em pós-modernismo vanguardista, interessado em subverter padrões estéticos numa orientação crítica que fazia pensar em herança da vanguarda europeia do início do século. Mas já na década seguinte, sem que desaparecessem todas as manifestações que tinham marcado os anos anteriores, esse vanguardismo perdeu fôlego, sofrendo esgotamento de potencial devido à erosão do seu caráter iconoclasta. É que o pós-modernismo, do mesmo modo que a versão do modernismo que motivara a rebelião pós-modernista, também foi absorvido pelo sistema. A trajetória cumprida desde então só fez acentuar essa condição. Não se tratou de percurso fortuito, pois, “[s]e a cultura começou a ser mais crucial para o capitalismo na década de 1960, tornou-se totalmente indistinguível dele por volta dos anos 90. É isso, realmente, parte do que queremos dizer com pós-modernismo” (EAGLETON, op cit., 78).

Nesse ambiente, e de modo cada vez mais intenso, a presença da imagem e o culto desta revelam-se avassaladores. Fredric Jameson é eloquente a respeito disso quando assinala que “[o] espaço social está agora completamente saturado com a cultura da imagem (...)” (JAMESON, 2001, p. 115) e que a “experiência estética está em todos os lugares, saturando a vida social e cotidiana” (p. 103). O estado de coisas representado por tais processos, tendo no pós-modernismo, nas formas de manifestação tangenciadas anteriormente, o respectivo feixe de fatos culturais e a correspondente narrativa/codificação, é designado pós-modernidade.

O modernismo significava, amplamente falando, “uma crítica à mercadoria e um esforço de forçá-la a se autotranscender” (JAMESON, 1997, p. 14) e abrigava “o sentimento de que a estética só pode ser realizada e concretizada quando ela é algo mais do que o simplesmente estético” (JAMESON, 2001, p. 103). Esse era particularmente o caso na fase de experimentação febril do modernismo, pois “as poéticas da vanguarda (...) se propõem como modelos de conhecimento privilegiado do real e como momentos de eversão da estrutura hierarquizada do indivíduo e das sociedades, como instrumentos de verdadeira agitação social e política” (VATTIMO, op cit., p. 41-42).

Atualmente, devido à plena integração da produção estética ao processo de acumulação de capital (algo evidente, por exemplo, na velocidade com que novas linhas de produtos são lançadas periodicamente), tem-se o estético pelo estético. Jameson (2001) é contundente a esse respeito: “a imagem é a mercadoria e é por isso que é inútil esperar dela uma negação da lógica da produção de mercadorias” (p. 142). Com efeito, “na cultura pós-

moderna, a própria ‘cultura’ se tornou um produto (...)” (JAMESON, 1997, p. 14). Por conseguinte, está longe de surpreender “a supressão de tudo o que esteja de fora da cultura comercial, a absorção de todas as formas de arte, alta e baixa, pelo processo de produção de imagens” (JAMESON, 2001, p. 142).

Assim, embora não se possa falar de ruptura total entre modernismo e pós-modernismo, já que pelo menos entre as fases vanguardistas de um e de outro observam-se continuidades (HUYSSSEN, op cit.; FEATHERSTONE, 1995a), esses fenômenos diferem quanto ao significado e à função social. Isso deriva do “posicionamento muito diferente do pós-modernismo no sistema econômico do capitalismo tardio e, mais ainda, (...) [da] transformação da própria esfera da cultura na sociedade contemporânea” (JAMESON, 1977, p. 31). Cabe destacar, na configuração da experiência estética pós-moderna, os papéis desempenhados pelo setor empresarial (ligado ao entretenimento e à produção imobiliária, por exemplo) e pelos chamados intermediários culturais, que são numerosos e de vários tipos. Featherstone (1995a) assinala ter sido intenso o empenho desses agentes na criação de “pedagogias pós-modernas para educar públicos” (p. 22).

2.2 Pós-modernismo como reação no campo da “narrativa” sobre a vida social

Mas o pós-modernismo tem espectro amplo, transcendendo os variados modos de expressão do campo artístico e fazendo-se notar também – e com vigor – na teorização sobre a sociedade. Nesta incidência, e no marco de uma ampla rejeição das metanarrativas – quer dizer, das estruturas teóricas de interpretação-explicação que se pretendem universais ou totalizantes –, o pós-modernismo destaca a heterogeneidade, a fragmentação, a indeterminação e a multiplicidade de estilos de vida. Giddens (op cit.) chega a dizer que a “perspectiva pós-moderna vê uma pluralidade de reivindicações heterogêneas de conhecimento, na qual a ciência não tem um lugar privilegiado” (p. 12). Seu desenvolvimento estribou-se “numa vigorosa denúncia da razão abstrata e numa profunda aversão a todo projeto que buscasse a emancipação humana universal pela mobilização das forças da tecnologia, da ciência e da razão” (HARVEY, op cit., p. 46-47).

Na pós-modernidade vivencia-se, em suma, experiência de transformação no plano da “sensibilidade”.

A redescoberta do pragmatismo na filosofia (...), a mudança de idéias sobre a filosofia da ciência (...), a ênfase (...) na descontinuidade e na diferença na história e a primazia dada (...) a “correlações polimorfos em vez da causalidade simples ou complexa”, novos desenvolvimentos na matemática – acentuando a indeterminação (...) –, o ressurgimento da preocupação, na ética, na política e na antropologia, com a validade e a dignidade do “outro” – tudo isso indica uma ampla e profunda mudança na “estrutura do sentimento”. (HARVEY, op cit., p. 19)

Como sublinha Eagleton (op cit.), no mesmo diapasão:

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

De fato, aos olhos de diferentes pensadores sobre a vida social, as tensões em meio às quais o pós-modernismo passou a operar – implicando a oposição entre, por exemplo, grande arte e arte popular, inovação e tradição, renovação e conservação – erodiram a capacidade

analítico-interpretativa das dicotomias próprias do modernismo, como as contraposições entre direita e esquerda, entre presente e passado, entre abstração e representação. Pode-se pensar que essa conclusão peca por exagero, como considera Harvey (op cit.), mas a verdade é que já nos anos 70 podia-se observar, em países europeus,

como a arte e a literatura (...) abandonaram os compromissos políticos explícitos dos anos 60 (...); (...) como a poesia e a arte políticas abriram caminho para uma nova subjetividade, um novo romantismo, uma nova mitologia; como uma nova geração de estudantes e jovens intelectuais, cansados de teoria, de política esquerdista e de ciência social, confluíram em revelações da etnologia e do mito. (HUYSSSEN, op cit., p. 52).

Para além da aparente obsolescência das codificações do modernismo no discurso crítico, representando o alcance (percebido mais nitidamente na década de 1970) dos limites históricos do modernismo e da modernidade, a própria vida cotidiana não deixou de exprimir estado de coisas assimilável ao que se denomina pós-modernidade. Como sugere Rouanet (op cit.), “hoje a sensibilidade antimoderna parece ter saído das salas de aula, passando aos atos” (p. 99). Falar sobre isso significa referir à contaminação do dia-a-dia pela ditadura da imagem e da estética, um processo impulsionado pela existência de numerosos “pontos de contato entre produtores de artefatos culturais e o público em geral: arquitetura, propaganda, moda, filmes, promoção de eventos multimídia, espetáculos grandiosos, campanhas políticas e a onipresente televisão” (HARVEY, op cit., p. 62).

Essa realidade é marcada pelo aprofundamento e a difusão de uma cultura francamente consumista, chamando a atenção “para a produção de necessidades e desejos, para a mobilização do desejo e da fantasia, para a política da distração [visando] (...) manter (...) uma demanda capaz de conservar a lucratividade da produção capitalista” (op cit., p. 64). David Harvey associa tal quadro à “acumulação flexível” observada no capitalismo contemporâneo (em oposição à “acumulação rígida”, de bases fordistas), expressão que remete à comparativamente elevada flexibilidade na produção e nas relações de trabalho, uma intensidade outorgada, entre outros fatores, pelos avanços tecnológicos e pelas mudanças organizacionais.

Nesse marco, a “estética relativamente estável do modernismo fordista cedeu lugar a todo o fermento, instabilidade e qualidades fugidias de uma estética pós-moderna que celebra a diferença, a efemeridade, o espetáculo, a moda e a mercadificação de formas culturais” (op cit., p. 148). Não se trata de algo casual, haja vista que “o movimento mais flexível do capital acentua o novo, o fugidio, o efêmero, o fugaz e o contingente da vida moderna (...)” (op cit., p. 161).

Assim, o que se observa é uma verdadeira estetização da vida, nada estranha à carnavalização de ambientes de consumo, como lojas e *shopping centers*, e de espaços para lazer, recreio e férias, ao estilo dos *resorts* e parques temáticos (FEATHERSTONE, 1995a). Não que essa estetização seja prerrogativa da pós-modernidade. As análises de Walter Benjamin sobre o significado, em meados do século XIX, das grandes lojas de departamentos e galerias de comércio – a rigor de todos os ambientes e instrumentos envolvidos na circulação e no consumo – observadas nas maiores cidades europeias (Paris, especificamente), não deixam dúvida a respeito (BENJAMIN, 1994). Mas parece inegável que esses traços atingiram o paroxismo no período atual, em que, de modo crescente, as cidades apresentam a condição de “centros não somente do consumo cotidiano, mas também de uma extensa série de mercadorias e experiências simbólicas produzidas pelas indústrias culturais (das artes, do entretenimento, do turismo, do patrimônio histórico)” (FEATHERSTONE, 1995a, p. 44-45). Essa estetização é acompanhada de estilização, principalmente no seio do que esse autor chama de novas classes médias, cujo “estilo de vida focaliza intensamente a identidade, a

aparência, a representação do eu, o *design* da moda, a decoração (...)” (FEATHERSTONE, 1995a, p. 151-152).

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

3 Experiências turísticas pós-modernas

A associação entre turismo e pós-modernidade possui mais de um sentido na literatura. Está presente na caracterização e descrição de experiências turísticas que se julga serem condizentes com formas de comportamento e de consumo pós-modernas, a expressão “turismo pós-moderno” sendo empregada em decorrência. Mas a vinculação também aparece na estrutura de análises sobre o fenômeno turístico e seus reflexos cujas opções exibem a influência da teorização dita pós-moderna sobre a sociedade. Nesta seção, o objeto da abordagem são as experiências turísticas; o problema relativo à análise dessas experiências é tratado na seção seguinte.

Caracterizar a experiência turística da pós-modernidade requer colocá-la em perspectiva. Assim como para referir ao pós-modernismo e à pós-modernidade foi necessário abordar primeiro o modernismo e a modernidade, para focalizar o chamado turismo pós-moderno é preciso considerar inicialmente o, por assim dizer, turismo moderno.

3.1 Turismo moderno e turismo pós-moderno: que contrastes?

Essa formulação diz respeito ao modelo de turismo que prevaleceu desde que o respectivo setor passou a exibir a trajetória de notável expansão observada a partir do segundo pós-guerra, na esteira, como assinalado por Hobsbawm (1995), da massificação dos mercados de bens e serviços. As razões dessa ascensão, espelhada na multiplicação das viagens, no engrossamento dos fluxos turísticos e na expansão e diversificação dos serviços associados, têm sido analisadas e interpretadas por diferentes autores. Entre estes desponta Krippendorf (1989), que atribui grande importância à necessidade de relaxamento e de evasão do cotidiano experimentada pelos indivíduos na sociedade urbano-industrial, uma urgência de desligamento da rotina e da monotonia que, para Coriolano (2006), não só se manteve como se intensificou na atualidade, perpassada pelo difuso desejo de vivenciar o (aparentemente) inusitado e a fantasia.

Esse “turismo da modernidade” revela-se como turismo de massa e padronizado, traduzindo-se em viagens organizadas e pacotes turísticos marcados por rigidez em itinerários, na duração e nos diferentes aspectos dos serviços implicados (hospedagem, transporte, alimentação), assim como por destinações que o senso comum – as agências de turismo em primeiro lugar – costuma vincular à prática de férias (RIOJA, 2002). Trata-se do que a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico designou como “velho turismo” em evento do início desta década sobre inovação e crescimento no setor (OECD, 2003). Em sintonia com o clima de produção industrial standardizada e massificada, típica da prevalência do fordismo como modo de organização da produção e do trabalho, e sobretudo com o padrão de consumo dos estratos médios da população após a Segunda Guerra Mundial, esse turismo tinha (e tem) no binômio sol-e-mar a melhor síntese do seu perfil, e nos pacotes turísticos e vôos *charter*, alguns dos principais serviços e instrumentos que subjazem à sua realização.

A expressão turismo pós-moderno é reservada para a descrição de um turismo distinto da massificação e padronização, embora possa existir ao lado do “velho turismo”, como

observa Rioja (op cit.) sobre a Espanha. Seu emprego salienta a ocorrência de um turismo segmentado em grande variedade de condutas e modos de consumo do lazer e do entretenimento. Seus protagonistas são grupos e tipos específicos de turistas, o que reflete uma marcada fragmentação e individualização da demanda. A OECD fala de um “novo turismo” com base na percepção de que “[n]ovas formas de turismo estão emergindo no lugar do turismo tradicional, incluindo formas mais inovadoras, especializadas, ‘verdes’, customizadas e orientadas para experiências” (op cit., p. 1).

Observe-se que a OECD vincula essas mudanças às possibilidades criadas pelos avanços tecnológicos, no sentido de que as inovações em informação e comunicação “permitem férias flexíveis e segmentadas que são competitivas em custo com feriados massificados e standardizados” (op cit., p. 1-2). Mas a instituição também realça a paulatina alteração na estrutura demográfica, um movimento que representa, haja vista o aumento na proporção de idosos, um contínuo processo de surgimento de novos nichos de exploração turística. O mesmo pode ser dito sobre os estilos de vida da população em geral, tanto que “uma das mudanças significativas no mercado de viagens provém dos próprios turistas. Cada vez mais, estes buscam experiências talhadas especificamente para eles” (op cit., p. 1).

3.2 Estetização, estilização, simulacro: ângulos do turismo pós-moderno

É principalmente em relação a esse último aspecto que se observa, no período contemporâneo, a aproximação da problemática do turismo com o debate sobre a pós-modernidade. Como destacado anteriormente, o cotidiano pós-moderno exhibe uma estetização e estilização sem atenuantes, em meio à saturação da vida social pela cultura da imagem. Harvey (1989) refere-se a isso lançando mão de expressões como “arquitetura do espetáculo”, “sensação de brilho superficial”, “prazer participativo”, “exibição”, “efemeridade” (p. 91), todas evocativas de experiências estéticas em que fantasia, simulacro e volatilidade constituem palavras de ordem. O pano de fundo é a exacerbação de uma cultura consumista que autoriza Bauman (2001) a falar de “templos de consumo”, ambientes (como *shopping centers*) que magnetizam multidões de adeptos das vitrines e dos cartões de crédito. Daí a percepção, em alguns estudos, de que o

turista pós-moderno, caracterizado socioeconomicamente como profissional com recursos econômicos, culturais e cognitivos relevantes, inclina-se pelo simulacro dos lugares que estão fora dos cânones, onde é capaz de projetar suas demandas. Tenta escapar da standardização e do anonimato. (...) Busca uma certa homogeneidade segmentada na medida em que as práticas turísticas se inscrevem como práticas de grupo de referência. (BLASCO; PÉREZ, 2007, p. 92)

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

Uma ilustração é Las Vegas, o fulgurante paraíso estadunidense do jogo e do entretenimento, erigido praticamente a partir do nada em sítio desértico. Outra ilustração tem a ver com equipamentos como os parques temáticos da Disney – cujos principais empreendimentos “são simulações de coisas reais, não invenções” (op cit., p. 13) – e dos imitadores desta, instalados dentro e fora dos Estados Unidos, mencionados na referida *survey*

em seção intitulada “falsificações [fakes] fabulosas”. Tais ambientes, entre os quais a Disneylândia – nas palavras de Baudrillard (1991), “um modelo perfeito de todos os tipos de simulacros confundidos” (p. 20) – parece representar o símbolo maior, figuram entre os

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

Esses “pós-turistas” pertencem à modalidade de turistas que Bauman (1998) contrapõe aos “vagabundos”, em exercício de metáfora sobre a vida na contemporaneidade. São turistas que, usufruindo da mobilidade e do (aparente) controle da situação que a disponibilidade financeira costuma outorgar, conseguem a “façanha de não pertencer ao lugar que podem estar visitando (...)” (p. 114). Os “vagabundos”, de sua parte, “são os restos do mundo que se dedicaram aos serviços dos turistas” (p. 117) e não se movem, como estes, por conta da “atratividade do mundo”, mas sim “porque acham o mundo insuportavelmente *inóspito*” (p. 118 – itálico no original).

Cabe indicar que a espetacularização do turismo se traduz em atividades e destinações que chamam a atenção pela grande diversidade e mesmo bizarrice, como sugere a compilação de Ouriques (2005). Os *reality tours*, através dos quais se pode visitar destinos que representam fragmentos da efetiva realidade de diversos países e regiões, pertencem a esse leque de práticas (MICHEL, 2000). Em todos os casos a mercadificação do cotidiano, como observado por Llena (2004) em vilarejo tunisiano, constitui regra geral, e o contato dos visitantes com os povos anfitriões é frequentemente mediado pelas empresas turísticas, por meio de seus programas e pacotes de entretenimento. Porém, junto a parte desses turistas parece manifestar-se um interesse genuíno não apenas pela descoberta de novos e exóticos destinos, mas também pela “inserção” dos visitantes, ou ao menos pela sua maior integração, nos locais visitados (CIAFFONE, 2001). Isso talvez represente uma certa inflexão na tendência que predomina no turismo mundial e que é tão deplorada, entre outros, por Burke (1996).

Seja como for, segue predominante o espírito turístico que fez Paquot (2001) aludir ao turismo como “a fase monetarizada, mercantilizada, da história das viagens” (p. 24). Nessa etapa viaja-se, como prevalece na contemporaneidade, para lugares distantes e que sinalizam com a fuga de um cotidiano repetitivo e monótono. Todavia não se abre mão, geralmente, dos elementos que proporcionam conforto na vida diária. Nessa perspectiva, a experiência do exótico e do que se afigura como diferente em relação ao cotidiano é, ela própria, uma simulação.

Assinale-se que essa lógica perpassa a concepção e implementação de diferentes políticas de desenvolvimento centradas no turismo. Cabe falar nesses termos sobre o que se observa hoje em Dubai, uma importante cidade dos Emirados Árabes Unidos onde corridas de camelos e mercados que expõem, entre diversos produtos típicos, diferentes tipos de tâmaras, convivem com verdadeiro frenesi na construção civil. Tal efervescência altera radicalmente o desenho urbano, no marco de um brutal choque de, por assim dizer, (pós)modernização cujo símbolo maior refere-se às obras do que deverá ser o prédio mais alto do planeta. Aponta na mesma direção um equipamento como o Ski Dubai, pioneiro no ramo de *resorts* de esqui no Oriente Médio e que, dotado de cinco pistas, canhões de neve artificial e um variado conjunto de serviços e ambientes, opõe ao escaldante calor exterior uma temperatura média de 2°C negativos (ESQUIADORES..., 2007, p. F6). Arquiteto internacionalmente conhecido, com importantes projetos em Dubai, não tergiversa em entrevista que, sem que o termo seja usado,

permite captar o sentido de pós-modernidade incrustado na trajetória turística local, iniciada não antes de meados dos anos 90: “Trata-se de um lugar abstrato, virtual” (FOLCH, 2007, p. 10).

4 Turismo e pós-modernidade: a interrogação da realidade

Por análise do turismo quer-se referir a “processo no qual o mundo fenomenológico do turismo é traduzido no mundo do seu conhecimento” (TRIBE, 2006, p. 362). Como em todo procedimento do gênero, essa tradução é necessariamente balizada por referências teóricas que a inspiram e demarcam, modelando a inquirição sobre o fenômeno observado. Mais amplamente, tal atividade é afetada pelas opções ou orientações mais gerais dizendo respeito à teorização sobre a vida social. Para repetir uma fórmula já empregada, a referida tradução é influenciada pela vigente “estrutura da sensibilidade”, refletindo-a forçosamente.

4.1 Abordagens modernas *versus* abordagens pós-modernas

Como assinalado, a “sensibilidade” pós-modernista recusa a idéia de que as teorias possuem validade universal e descarta interpretações-explicações totalizantes, típicas da “sensibilidade” modernista. Não por acaso, entre os termos-chaves que permitem caracterizar os processos de conhecimento no pós-modernismo, aparecem perfilados “heterogeneidade”, “fragmentação”, “multiplicidade” e “indeterminação”. Uma leitura pós-moderna do turismo há de se afigurar impregnada desses demarcadores da apreensão da realidade.

Todavia, interrogar assim o turismo requer colocar a forma pós-moderna de proceder em perspectiva, uma providência – de caráter relacional – recorrente neste artigo. Por conseguinte, antes de abordar a “análise pós-moderna” do turismo, cabe dizer algo sobre a sua “análise moderna”.

Dois artigos de Uriely (1997; 2005) que sistematizam diferentes contribuições ao estudo do turismo proporcionam uma visão geral do contraste entre abordagens modernas e pós-modernas. As diferenças são consideráveis, pois a teorização moderna postula verdades absolutas sobre a experiência turística, enquanto a contraparte pós-moderna opera com verdades relativas, sem pretensão à exclusividade analítico-interpretativa.

Os estudos realizados na década de 1970, período em que o turismo teve consolidado o seu *status* de campo específico de estudo, geralmente convergiam no entendimento de que a experiência turística era um fenômeno da modernidade e também na tendência a tratá-la como um tipo geral e homogêneo. Mas essa postura não representava ausência de debate sobre a natureza e o significado do turismo. Numa ótica, o turismo configurava experiência limitada ao encontro com atrações inventadas para o consumo de lazer e entretenimento. Nesta linha, fazer turismo era visto “como uma busca (...) trivial por ‘pseudo-eventos’ e atração superficial” (URIELY, 2005, p. 208). O tom era de crítica, pois olhar por esse prisma o turismo equivalia a considerá-lo um sintoma ou mesmo um exemplo da decadência cultural exibida pelas sociedades capitalistas modernas. Contrariamente a essa compreensão, concebia-se “a experiência turística como um significativo ritual moderno que envolve uma busca pelo autêntico” (URIELY, 1997, p. 982).

O antagonismo e a polêmica entre os defensores dessas posições eram perpassados por tentativas recíprocas de deslegitimação, refletindo a convicção de que a verdade situava-se exclusivamente no lado defendido. Embora opostas, essas abordagens apresentavam um mesmo perfil (modernista), no sentido de que viam as sociedades como totalidades e consideravam as verdades como absolutas. Justamente por conta disso, falhavam na captura

da variedade que caracteriza a prática do turismo, produzindo equivocadamente retratos abrangentes em que cada turista aparece como exemplar de um mesmo e único tipo geral.

Nas últimas décadas, à reboque da diversificação dos modos de protagonizar o turismo, não somente passou-se a relacionar essas formas à cultura ou experiência da pós-modernidade – enxergando as várias modalidades como aspectos dessa cultura, portanto como manifestações de um turismo “pós-moderno” –, como as análises começaram a exibir características da teorização pós-moderna sobre a vida social. A abordagem de distintos aspectos das experiências turísticas recentes acusa, de fato, a presença de uma lógica pós-moderna: multiplicidade, indeterminação, heterogeneidade e fragmentação são características salientadas, com diferenças de acento conforme os autores e as questões específicas focalizadas. De toda maneira, há um claro distanciamento em relação às narrativas totalizantes, excludentes de proposições distintas.

Segundo Uriely (1997), dois arcabouços teóricos organizam o essencial do discurso analítico sobre o turismo pós-moderno. De um lado, o identificado como “simulacional”, fonte de análises sobre experiências envolvendo simulacros, experiências associadas, por exemplo, a parques temáticos, que representam “modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real” (BAUDRILLARD, 1991, p. 8). De outro lado, o arcabouço referente ao “outro” turismo pós-moderno, em que se destaca a busca do “real”, o interesse por férias que representam novas experiências e proporcionam a vivência do “autêntico”, com expressão turística que reflete o desejo por destinações mais ricas em termos sócio-culturais e de (re)aproximação com a natureza.

Trata-se, como se nota, de lineamentos antagônicos. Todavia, diferentemente do que ocorre no debate “moderno”, em que os contendores acreditam possuir a prerrogativa da verdade absoluta e recusam a possível validade de narrativas divergentes, o “pós-turismo simulacional” e o “outro pós-turismo” tendem a aparecer lado a lado na abordagem de cunho pós-moderno. Isso proporciona representações abrangentes da experiência turística contemporânea: como sublinha Uriely (1997), “as duas dimensões do turismo pós-moderno constroem conjuntos de proposições complementares sobre a natureza do turismo, em vez de contraditórias” (p. 983).

Elementos da lógica pós-moderna, que não só admite como salienta a multiplicidade de aspectos, dimensões e sentidos, são observados na crítica à idéia de que a experiência turística se distingue frontalmente da vida diária. Essa idéia é cara às abordagens tradicionais (e até contemporâneas, cf. Coriolano, 2006), que consideram ser o turismo capaz de proporcionar mudança, novidade e afastamento das regras que comandam o cotidiano. Narrativas pós-modernas desafiam essa noção sob argumentos de que experiências que outrora se restringiam à prática do turismo atualmente pertencem ao domínio da vida diária. Os avanços nas comunicações, por exemplo, possibilitam “contatos” com realidades e culturas distantes, o mesmo podendo ser dito sobre a miríade de iniciativas simulacionais testemunhadas em espaços de lazer e comércio rotineiramente freqüentados, um assunto chave no debate sobre a estetização das vivências habituais.

O tema em foco, portanto, é a “desdiferenciação” do turismo, que implica aceitar a idéia de que hoje numerosas práticas apresentam-se como turísticas. Sequer o entendimento de que a experiência turística se contrapõe ao trabalho, pelo sentido de lazer e entretenimento incrustado na primeira, escapa à crítica impregnada de pós-modernismo. O motivo prende-se aos numerosos exemplos de interpenetração das órbitas do turismo e do trabalho, permitindo falar em turismo operário e de negócios, entre outros. Constitui ilustração a quase corriqueira ocorrência de práticas turísticas durante viagens realizadas por razões profissionais.

Há igualmente perfil pós-moderno em análises que realçam o caráter plural das experiências turísticas, especialmente no que concerne aos significados e motivações destas. Esses enfoques representam crítica à teorização tradicional, marcada tanto por generalizações sobre categorias ou tipos de turistas e de turismo, como pela homogeneização da experiência turística em amplas modalidades de turismo. O realce da pluralidade ocorre mediante a criação de novas tipologias, objetivando abarcar grandes espectros de motivações, objetivos e práticas turísticas, e também através da crítica e da decomposição de tipologias usualmente empregadas, com a fragmentação e o redesenho de suas categorias. O resultado é uma “mudança de representações essencialistas e unificadoras da experiência turística como um tipo geral, rumo a um enfoque que sublinha as suas características diversas e gerais” (URIELY, 2005, p. 205).

O destaque para a multiplicidade de objetivos, motivações e significados contempla tanto o turista “institucionalizado” – que usa instrumentos típicos de turismo de massa, praticado individualmente (como a ida por conta própria para consagrados ambientes de férias) ou coletivamente (como deslocamentos em excursões) – quanto o turista “não institucionalizado” (caso, entre outros, de mochileiros com espírito de aventura). Tais estudos comungam a visão de que é preciso levar em conta os micro-tipos de turismo e de que não há coerência necessária entre as manifestações do turismo e o seu significado “interno”, já que um mesmo tipo de turista pode vivenciar distintas experiências num mesmo processo, numa mesma viagem.

Aspecto dessa pluralidade é a aceitação de que as “verdades” são múltiplas igualmente no que concerne aos reflexos e conseqüências do turismo nas áreas receptoras. Sobretudo em estudos sobre países e regiões não pertencentes às áreas centrais da economia mundial, a ênfase tem recaído sobre efeitos desestruturadores não só em termos culturais e ambientais, mas também sociais e econômicos (LLENA, 2004; VALAYER, 1997; MADELEY, 1987). Ora, narrativas pós-modernas chamam a atenção para a coexistência de efeitos negativos e positivos, quer dizer, efeitos de desestruturação e de criação/fortalecimento, em vários sentidos. Assim, mesmo a contaminação da “forma mercadoria”, resultando em mercadificação dos elementos locais – pedra angular dos discursos mais críticos sobre o turismo – , não possuiria aspectos somente (e/ou nem sempre) deletérios. Aponta nessa direção o seguinte trecho de Featherstone (1995b):

Hoje é possível comprar uma viagem de férias para passar um mês junto a uma tribo inuíte numa remota ilha do Alasca. (...) [A]s tribos inuítes incentivam o turismo porque (...) essa atividade representa uma útil fonte de renda, com a qual podem comprar armas para caçar focas e adquirir outros suprimentos. O turismo é utilizado para manter um modo de vida tradicional. Outro exemplo é (...) [o de] um povo caçador/coletor que habita o norte da ilha japonesa de Hokkaido. Com o processo de japonização e sua integração ao moderno Estado japonês, a identidade étnica (...) [local] foi rejeitada. Mas, durante a década de 70, constituiu-se um movimento cultural (...) que levou à reconstrução das aldeias e à criação de escolas autônomas para restabelecer a cultura original. Os turistas foram convidados a visitar as aldeias, assistir aos festivais e observar o modo de vida tradicional desse povo, a comprar suas comidas típicas, artesanatos etc (...). Neste caso, em vez de a forma mercadoria eliminar as diferenças locais, serviu para reconstituir uma identidade cultural. (s/p)

4.2 Subjetividade e autenticidade

Um tema proeminente na teorização pós-moderna sobre o turismo refere-se à subjetividade dos turistas na valoração e escolha dos elementos da oferta do setor. Considera-se tal subjetividade decisiva para a experiência turística, o que, analiticamente, implica situar em primeiro plano não o conjunto de objetos disponibilizados, mas o modo como os turistas

percebem tais objetos. O turista é descrito, em vez de consumidor passivo da cesta de possibilidades que a economia do turismo oferece, como agente de “determinação” dessas possibilidades, logo, como modelador essencial da experiência turística. Nessa perspectiva, são pós-modernos os turistas que “constroem subjetivamente sua experiência pessoal pegando fragmentos de diferentes modos ou produtos fornecidos pela indústria, e os reagrupam conforme a sua escolha” (URIELY, 2005, p. 206).

A autenticidade das experiências turísticas é assunto de grande destaque nessa orientação analítica. Esse problema, como se viu, é pivô no embate entre posições críticas ao turismo, que consideram que suas atividades se enfeixam na busca de atrações inventadas, superficiais e triviais, representando decadência cultural, e posições para as quais essa busca contempla, ao contrário, autenticidade. Todavia, não há na literatura uma só forma de pensar sobre a autenticidade das experiências. Sistematizando resultados de diferentes estudos, Uriely (2005) assinala a ocorrência de três tipos de autenticidade: a autenticidade objetiva, a construtiva e a existencial.

A autenticidade objetiva relaciona-se à originalidade do objeto visitado/usufruído. É a noção que figura no âmago do assinalado confronto de idéias entre teóricos que criticam e defendem o turismo, e seu conteúdo diz respeito à genuidade dos objetos disponibilizados. Assim, a experiência turística é considerada genuína na medida em que os objetos ofertados são intrinsecamente autênticos. Trata-se, por assim dizer, de uma “lógica de museu”, de apreciação de artefatos e ruínas trazidos à luz pelas descobertas arqueológicas. Não há qualquer interferência da conduta ou do julgamento dos turistas na determinação da autenticidade, pois esta é uma propriedade inerente (e restrita) aos próprios objetos, com a sua qualidade intrínseca.

A autenticidade construtiva é aquela “construída” tanto por turistas como por agentes da oferta turística. Por esse ângulo, é legítimo considerar que as “experiências autênticas e a autenticidade de objetos exibidos no turismo (...) [se constituem] reciprocamente. (...) [Essa] perspectiva salienta o papel das pessoas na construção de atributos associados com os objetos (...)” (URIELY, 2005, p. 207). Exemplo de abordagem nesses termos é um artigo de Salamone (1997) que compara as instalações e a atmosfera de um famoso e tradicional restaurante da Cidade do México (*San Angel Inn*) – situado no que fora um monastério carmelita cujas fundações pertenceram a uma fazenda construída no século XVII – com a sua réplica na *Disney World*, na Flórida. O autor considera que as duas versões do restaurante são autênticas, cada uma a seu modo.

Diferentemente das modalidades anteriores, a autenticidade existencial não tem a ver com a autenticidade dos objetos visitados/usufruídos, seja ela intrínseca a estes ou “construída” por turistas e agentes da oferta turística. A expressão remete à autenticidade correspondente “a um potencial estado de ser existencial que é ativado pelas práticas de participação” (URIELY, 2005, p. 207). Seu emprego figura em estudos que tanto procuram desvendar as razões pelas quais diferentes pessoas buscam reiteradamente atrações que sabem ser apenas representações ou simulacros (KIM; JAMAL, 2007), quanto buscam compreender, explorando contribuições de diferentes disciplinas (filosofia, psicologia), de que modo e por que o turismo favorece o encontro dos indivíduos com a sua própria e íntima autenticidade (STEINER; REISINGER, 2006). Sobre o segundo ponto, a abordagem nesses termos salienta que “os turistas podem sentir que eles próprios são muito mais autênticos quando se engajam em atividades não ordinárias, nas quais se expressam mais livremente do que na vida diária” (URIELY, 2005, p. 207).

A questão da subjetividade também é encontrada em estudos sobre modalidades turísticas que valorizam a história e tiram partido da nostalgia, como o chamado *heritage*

tourism, talvez a manifestação mais acabada do turismo cultural (NURYANTI, 1996). O florescente turismo europeu organizado em torno da herança viking, com museus, parques temáticos e vilarejos reconstruídos, é uma sugestiva ilustração (HALEWOOD; HANNAM, 2001). Há abordagens sobre o tema que privilegiam o lado da oferta, interessando-se pelas atrações – as heranças do passado –, incluindo a sua gestão e manutenção. Um exemplo é o artigo de Hampton (2005), sobre uma localidade em Java (Indonésia), que recobre questões de poder, controle e participação comunitária. Todavia, estudos voltados apenas à oferta não conseguem proporcionar uma visão completa desse tipo de experiência. A razão é que “as percepções subjetivas e os comportamentos dos indivíduos são os elementos centrais das experiências de *heritage tourism* e necessitam, portanto, destaque” (URIELY, 2005, p. 207).

A temática do turismo centrado na história e nostalgia interpenetra-se amplamente com a da autenticidade existencial. Com efeito, visitar lugares com conteúdos históricos densos e representativos, capazes de provocar nostalgia nas pessoas, pode contribuir para que os turistas compreendam melhor a si próprios, algo que em si tende a representar um importante atrativo turístico. De alguma forma, a destinação turística finlandesa sustentada pela figura do Papai Noel [*Santa Claus*] apresenta tais características, apesar da sua condição de simulacro sem atenuantes. Como argumentado por Pretes (1995), esse turismo, embalado na Lapônia por estratégia designada Terra do Papai Noel [*Santa Claus Land*], com iniciativas de *marketing* e criação de atrações turísticas articuladas ao assunto central, propicia contato – ou o (re)encontro – com experiência de forte apelo e impacto no imaginário e no espírito: a experiência relativa ao Natal. O impregnado sentido de nostalgia (envolvendo lembranças da infância, de situações familiares e de pessoas) representa uma forte e intangível atração. Em que pese a reconhecida falsificação – em todos os sentidos, envolvendo a figura do Papai Noel e a idéia de Terra do Papai Noel, um simulacro escorado em outro –, as pessoas buscam a experiência pelo que a vivência lhes evoca e proporciona intimamente.

Estado de espírito não muito distinto, presente no comportamento individual e coletivo, é magistralmente captado em breve texto de Jorge Luis Borges sugestivamente intitulado “O simulacro” (BORGES, 1999), comentado por Beatriz Sarlo (SARLO, 2005). Borges escreve que, quando da morte de Eva Perón, em julho de 1952, um homem enlutado surge num pobre e remoto povoado do norte argentino e, ajudado por mulheres da localidade, organiza o velório de uma boneca loura acomodada em caixa de papelão, contornando-a com quatro velas acesas e flores. Os habitantes do vilarejo comparecem em fila, faces consternadas, dando os pêsames ao homem e chamando-o de “General”, que agradece com tristeza e ar de resignação. Ao lado, uma lata recolhe a quota de dois pesos depositada individualmente pelos passantes. Diz Borges: “as pessoas o tratavam com deferência, não por ele, mas pelo que representava ou era agora”. (BORGES, op cit., p. 186). Sarlo (op cit.) comenta as condições para que “o engano ou a representação alucinada, embora sincera, aconteça. Aos olhos daquela gente, a boneca loura já não é uma pobre imitação (...). [É] *um pouco* Eva, sem sê-lo” (p. 111 – itálico no original).

5 Turismo na serra catarinense

Desde meados dos anos 80, a região serrana de Santa Catarina registra trajetória turística que merece realce, entre outras coisas, pela sua especificidade frente ao modelo turístico que prevalece no estado. Este, como assinalado em diferentes estudos (cf. LINS, 2000; LINS et al 2002), alicerça-se fundamentalmente na combinação sol-e-mar e representa movimentação turística incidente sobretudo no litoral e no verão.

A experiência da serra catarinense envolve fluxos turísticos que utilizam principalmente hotéis-fazenda e pousadas rurais, magnetizando visitantes seduzidos por atrativos paisagístico-naturais e socioculturais particulares. Esses atrativos são a *pièce de résistance* de iniciativas de criação de destinos turísticos que permitem, na região, vivências diversas das vinculadas ao turismo tradicional, de massa, em Santa Catarina. Pode-se detectar nessas ações um amplo emprego do simulacro, motivo pelo qual é possível falar sobre o turismo da região, pelo menos em algum grau, nos termos do debate sobre o turismo pós-moderno. O que segue objetiva dar sustentação a essa idéia.

5.1 Serra catarinense: que tipo de turismo?

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

A terminologia empregada para designar práticas turísticas com esse perfil é diversificada. A regra é a multiplicidade de termos, como salientam, por exemplo, Tulik (1997) e Rodrigues (2001). No Brasil, o problema da diversidade de indicações provavelmente decorre do fato de se ter adotado, em esfera institucional influente, “um conceito múltiplo – um turismo diferente, turismo interior, turismo doméstico, turismo integrado, turismo endógeno, turismo alternativo, agroturismo e turismo verde” (EMBRATUR, 1994, p. 7). Seja como for está-se falando, de um modo geral, de turismo cujos traços distintivos relacionam-se ao papel desempenhado pelos atributos da natureza, particularmente da estrutura paisagística (PIRES, 2001), e pelos diferentes aspectos da atmosfera agrária (incluindo as atividades de produção e os modos de vida, quer dizer, a história e a cultura, entre outras coisas).

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

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

(...)

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

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

5.2 Nota socioeconômica sobre a região serrana catarinense

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

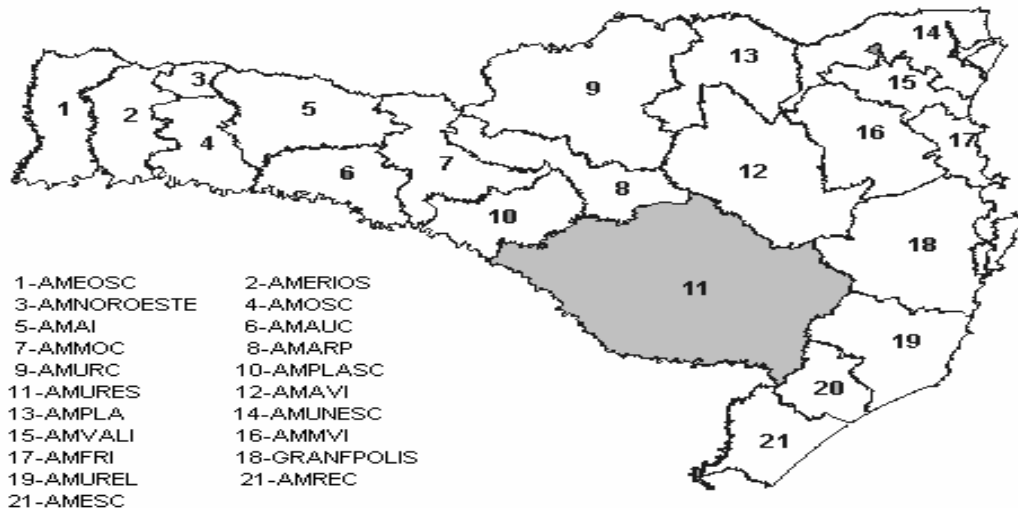




Figura 1 – Serra Catarinense: localização e estrutura territorial da Associação dos Municípios da Região Serrana (AMURES)

A tabela 1, relativa à Microrregião Campos de Lages, fornece uma idéia sobre a situação socioeconômica da área. Os dados populacionais mostram que no ano 2000 a população do município mais ocupado, Lages, superava em quase 7 vezes a do segundo colocado, São Joaquim. Mostram igualmente que, em numerosos municípios, a maioria dos habitantes vivia no meio rural e a população total sofrera redução entre 1991 e 2000 (em 3 casos isso englobava a população urbana), uma evidência que reforça a percepção de que tal área desponta entre as origens dos fluxos migratórios em Santa Catarina, via de regra orientados para a metade norte do litoral do estado. Não há dúvida de que problemas de reprodução social encontram-se na base dos aludidos movimentos migratórios. Por exemplo, nenhum município tinha renda per capita sequer próxima à média estadual, observando-se casos de níveis inferiores à metade desta, e até o caso de um município (Cerro Negro) com renda menor do que 1/3. É certo que o padrão de desigualdades (auferido pelo Índice de Gini) não indica uma grande heterogeneidade intermunicipal, e que a intensidade da pobreza oscila pouco em torno da média catarinense. Mas esse quadro de razoável equilíbrio diz respeito a um baixo patamar de desenvolvimento, algo corroborado pela posição dos Índices de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), bem inferiores à média catarinense na esmagadora maioria dos municípios (Tabela 1).

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

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

Fonte: Atlas ... (2003)

Obs.: IDMH significa Índice de Desenvolvimento Humano Municipal

Essa área tem como destaque da sua estrutura produtiva a fruticultura de clima frio, com grande realce para a maçã (em municípios como São Joaquim e Bom Jardim da Serra, mostrando-se estratégica a participação de importantes empresas e cooperativas com amplo alcance de mercado), mas incluindo também uva, pêssego e outros cultivos. O mesmo pode-se dizer do reflorestamento de pinus, da extração de madeira e de uma agropecuária que inclui gado bovino e ovino e lavouras diversas (feijão, hortaliças). Representam particularidades o cultivo de vime, em municípios próximos a Lages, a produção de kiwi e a criação de trutas. Devem ainda ser assinaladas as atividades de um robusto setor de papel e celulose, com duradoura presença na franja norte do território da AMURES, e uma vitivinicultura que, embora recente, vem despertando entusiasmo em São Joaquim e arredores (CORDEIRO, 2006).

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

5.3 Florescimento do setor de turismo na região serrana

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

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

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

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

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

Municípios	Estabelecimentos de hospedagem		Estabelecimentos de alimentação		Agências de viagem e organiz. de viagem		Serviços de aluguel de automóveis	
	Estabelecimentos	Empregos	Estabelecimentos	Empregos	Estabelecimentos	Empregos	Estabelecimentos	Empregos
Anita Garibaldi	0	0	3	5	1	1	0	0
Bocaina do Sul	0	0	5	6	0	0	0	0
Bom Jardim da S.	2	21	5	9	0	0	0	0
Bom Retiro	0	0	12	48	1	2	0	0
Campo B. do Sul	0	0	2	12	0	0	0	0
Celso Ramos	0	0	1	1	0	0	0	0
Cerro Negro	0	0	0	0	0	0	0	0
Correia Pinto	2	4	5	22	1	1	0	0
Lages	25	236	157	893	6	18	2	7
Otacílio Costa	0	0	10	12	1	2	0	0
Painel	0	0	0	0	0	0	0	0
Palmeira	0	0	0	0	1	1	0	0
Rio Rufino	0	0	0	0	0	0	0	0
São Joaquim	7	40	21	59	3	5	0	0
São J. do Cerrito	0	0	2	2	0	0	0	0
Urubici	3	7	9	21	1	1	0	0
Urupema	1	18	0	0	0	0	0	0

Fonte: RAIS 2005

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

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

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

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

Pesquisa realizada no âmbito do Instituto Cepa/SC no início desta década (TORESAN et al., 2002), objetivando levantar os empreendimentos de turismo rural em Santa Catarina, revelou que a região serrana abrigava não mais que 6% das experiências cadastradas, a menor participação vis-à-vis ao Vale do Itajaí, ao Sul, ao Oeste e ao Norte catarinense. Entretanto, o quadro se invertia quando se consideravam só os equipamentos de hospedagem: 44% do conjunto desses empreendimentos existentes em todo o estado localizavam-se naquela região, quase todos hotéis-fazenda e pousadas rurais distribuídos entre Lages, São Joaquim, Urubici e Bom Jardim da Serra, no essencial.

Em escala de município, Lages exibia a segunda maior concentração estadual de todos os tipos de equipamentos rurais, uma posição devida, antes de tudo, aos meios de hospedagem. Com efeito, haja vista a precocidade do seu envolvimento com essa modalidade turística em nível de país, Lages tem sido considerada a Capital Nacional do Turismo Rural. Como destacou a EMBRATUR (op cit.), no Brasil “o Turismo Rural é uma iniciativa pioneira, lançada com sucesso no município de Lages – SC, com o objetivo de criar uma alternativa turística com o aproveitamento da estrutura existente nas fazendas e estâncias de criação de gado (...)” (p. 7). O processo foi desencadeado em meados dos anos 80, no marco

de interações entre proprietários de fazendas (na esteira, e acompanhando o respectivo efeito-demonstração, de um primeiro passo na Fazenda Pedras Brancas) e instituições.

O número de propriedades envolvidas cresceu significativamente desde os primeiros movimentos. Atualmente, contudo, só 8 unidades aparecem cadastradas como equipamentos de hospedagem rural na página que a Prefeitura Municipal de Lages conserva na internet: Pousada Fazenda Aza (sic) Verde, Hotel Fazenda Barreiro, Hotel Fazenda Boqueirão, Hotel Fazenda Dourado, Hotel Fazenda Pedras Brancas, Pousada Fazenda Refúgio do Lago, Pousada Rural do SESC e Pousada Morro do Prudente (cf. www.lages.sc.gov.br/turismo.php). Um *site* de divulgação do município, o Portal Lageano (cf. www.portallageano.com.br/turismo.php?secao=turismorural), relaciona também o Hotel Fazenda Capão Bonito, o Hotel Fazenda Ciclone e o Hotel Fazenda Nossa Senhora de Lourdes, entre outros, alguns localizados em municípios recentemente desmembrados de Lages, como indica o suplemento do jornal Diário Catarinense intitulado Serra e Meio-Oeste (2007). Assim pode-se considerar que, no período atual, encontram-se em operação cerca de uma dúzia desses empreendimentos na parte ocidental da região. No lado mais montanhoso (São Joaquim, Urubici, Urupema), prevalecem as pousadas e hospedarias, embora hotéis-fazenda e *resorts* também se façam notar.

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

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

Mas a manutenção das atividades tradicionais é decisiva para o turismo também pelo seu caráter de atrativo. Relaciona-se a isso um aspecto essencial do debate sobre os vínculos entre experiência turística e cultura da pós-modernidade. Como sublinha a matéria sobre Lages no aludido suplemento de jornal intitulado Serra e Meio-Oeste (op cit.), a programação turística dos hotéis-fazenda “inclui vivenciar as lides campeiras de uma fazenda de verdade (...)” (p. 46). É legítimo considerar, tendo em vista o peso de tal estilização no *marketing* desse tipo de turismo, que a referida imagem exerce uma poderosa atração sobre indivíduos

cidadinos que se interessam por práticas e ambientes radicalmente distintos do que experimentam no seu cotidiano. Por conseguinte, pode-se julgar que a associada simbologia, com os impregnados estilo e estética, está quase sempre por trás da demanda por esses empreendimentos.

Todavia, o “viver de verdade” a realidade campestre deve ser conduzida com alguma reserva. Cabem indagações sobre a carga de representação entranhada nessa vivência, ou sobre o caráter de simulacro desta, e isto também por conta do próprio comportamento dos turistas. No mesmo hotel-fazenda visitado por este autor, na experiência antes mencionada, ouviu-se do capataz que já no começo do seu negócio turístico o dono deu-se conta de que teria de investir mais do que havia feito ou imaginara fazer. O motivo é que, em fidelidade às condições originais da fazenda – mas também, provavelmente, consoante o desejo do proprietário de não gastar muito, apostando, assim, na improvisação –, as acomodações disponibilizadas para os visitantes revelaram-se demasiado rústicas. De fato, assustada com o intenso frio, contra o qual as janelas e portas de má qualidade e com frestas nada podiam, uma família vinda da Região Sudeste do país interrompeu a estadia e foi embora logo após o primeiro pernoite. Quer dizer, buscava-se “evasão do cotidiano” e almejavam-se “férias de verdade”, mas não com tanto realismo...

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

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

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

A consolidação da vitivinicultura de altitude, tida como muito promissora devido aos resultados já logrados, haverá de robustecer o turismo regional. Estudos realizados desde os anos 90 evidenciaram um grande potencial para o cultivo de uvas destinadas à produção de vinhos finos, um setor para o qual “a região [hoje] recebe investimentos de grandes, médios e pequenos empresários, que podem também fortalecer o desenvolvimento econômico e o turismo local” (BRDE, 2005, p. 57). As iniciativas protagonizadas envolveram a criação, em 2005, da Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude (ACAVITIS), com mais de 30 associados distribuídos em São Joaquim, Campos Novos e Caçador, recaindo

a maior representatividade no primeiro município. Para ilustrar o que se apresenta como motivo de entusiasmo com as perspectivas do setor vinícola, cabe assinalar que em novembro de 2007 essa instituição realizou, em parceria com diferentes instituições locais e extra-locais, o II Simpósio Catarinense de Vinhos Finos de Altitude, em São Joaquim, tendo comparecido até especialistas estrangeiros. Esse evento foi precedido, em 2006 e também em São Joaquim, do I Simpósio Catarinense de Uvas e Vinhos de Altitude.

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

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

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

A percepção do caráter estratégico desse “hiper-real” também se manifesta na órbita estritamente local. O gestor do APL de Turismo da Serra Catarinense assinalou recentemente que, após São Joaquim e Urubici (municípios já mais envolvidos na conformação de um destino turístico centrado no frio – por exemplo, São Joaquim passou a explorar o cognome de “cidade da neve” –), Urupema aparece como lugar a ser prioritariamente valorizado. Nesse processo, nas palavras do referido gestor, “[a] única rua principal desse pequeno município poderá ser facilmente transformada numa vila européia (...)” (SEBRAE/SC, 2007a, s/p). Essa parece uma das mais fortes imagens idealizadas localmente para tentar galvanizar o interesse de turistas que, como Bathke (2002) verificou por meio de entrevistas, procuram a área “atrás da paz que o campo oferece; da paisagem que cerca a região, campos cercados de taipas (...), montanhas (...), rios com trutas; e das virtudes simples encontradas na vida campeira (...)” (p. 86).

Como se vê, está-se diante, nesse caso como no dos hotéis-fazenda da área de Lages, da problemática relativa ao contraste entre simulacro e autenticidade, carro-chefe do debate sobre o chamado turismo pós-moderno.

Considerações finais

No início do texto, o que se falou sobre a pós-modernidade – relativamente à área artístico-cultural e à teorização sobre a vida em sociedade e sobre a própria rotina cotidiana, de um modo geral marcada por tendência à estetização e estilização das condutas – representou uma introdução à abordagem do turismo pós-moderno e à análise das práticas turísticas designadas por essa expressão. Alguns dos temas mais proeminentes no debate atual sobre o turismo foram, assim, postos em evidência.

Deu-se destaque à segmentação das práticas turísticas, em sintonia com a diversificação dos modos de consumo do lazer e do entretenimento, e à disseminação do uso do simulacro na criação de destinações turísticas em diferentes países e lugares. Frisou-se que esse “novo” turismo reverberou na análise sobre o setor, ganhando terreno os estudos que salientam aspectos como multiplicidade, heterogeneidade e fragmentação do turismo, e adquirindo crescente realce eixos temáticos como os que envolvem a subjetividade dos turistas na valorização e escolha dos produtos e a autenticidade das experiências turísticas.

Aquela discussão proporcionou enquadramento teórico ao estudo sobre o setor de turismo na região serrana de Santa Catarina, uma área que não pertence à geografia da movimentação turística principal, ou tradicional, do estado. Conforme assinalado, nessa região o turismo rima com ambientes rurais dotados de atributos paisagísticos e naturais de exceção, situando-se o frio – e a perspectiva da neve – como pedra angular da atratividade. A base sociocultural, cujas origens perdem-se na história do Brasil meridional, igualmente representa um inegável atrativo, proporcionando – ou pelo menos indicando esta direção – experiências dificilmente disponibilizadas em outros ambientes, particularmente ambientes urbanos, de onde provêm a esmagadora maioria dos visitantes.

O estudo colocou em relevo dois tipos principais de experiências turísticas na região. Tais experiências apresentam-se inter-relacionadas, porém merecem tratamentos específicos. Um tipo diz respeito ao turismo de hotéis-fazenda, preponderante na porção mais ocidental da área, em torno de Lages. O outro, que incide na parte montanhosa – efetivamente de serra –, implica pousadas rurais e tem na criação e funcionamento de dois Arranjos Produtivos Locais (APL), o APL de Turismo da Serra Catarinense (que também abrange a área de hotéis-fazenda em Lages) e o APL de Viticultura de Vinhos Finos de Altitude, um movimento aparentemente estratégico e decisivo para o seu desenvolvimento. Questão chave, na perspectiva teórica privilegiada no artigo, é que, num caso e no outro, o turismo da região serrana de Santa Catarina estaria a autorizar ênfase analítica em tópicos centrais da discussão sobre a pós-modernidade, nos termos pelos quais se focalizou o assunto no início do texto. Com efeito, esse turismo admite grande destaque, talvez em primeiro lugar, para o binômio simulacro-autenticidade: o setor apresenta localmente distintos níveis de simulação-representação, mostrando-se a noção de autenticidade existencial particularmente válida numa “narrativa” sobre a realidade turística em foco.

Por fim, e de algum modo como subproduto do estudo, acredita-se ser adequado o ponto de vista de Toresan, Mattei e Guzzati (2002), de que o turismo praticado na serra catarinense pode reverberar positivamente como alternativa no meio rural. Todavia, seria preciso articular os empreendimentos, criando circuitos interligados e complementares que envolvam os diferentes atrativos regionais, integrando a região serrana como um todo. Só

assim, em relação ao turismo, os lugares resultariam entretrecidos em espaço, no sentido adotado por Certeau (2001). Para esse autor, os lugares representam elementos próprios e distintos, dispostos uns ao lado dos outros e com vínculos de mera coexistência, enquanto o espaço decorre de usos e movimentos ao longo do tempo, como resultado de diferentes operações e cruzamentos – ambas as noções outorgando a conclusão de que o espaço não é senão *um lugar praticado* (op cit.).

Referências bibliográficas

- ATLAS do Desenvolvimento Humano no Brasil. PNUD, 2003.
- ALBUQUERQUE, I. C. **O papel do ecoturismo no Município de Urubici – SC**. Florianópolis, 2004. Dissertação (Mestrado em Engenharia Ambiental) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- BATHKE, M. E. M. **O turismo sustentável rural como alternativa complementar de renda à propriedade agrícola. Estudo de caso – Fazenda Água Clara – São Joaquim – SC**. Florianópolis, 2002. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BAUMAN, Z. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1998.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2001
- BENJAMIN, W. **Charles Baudelaire: um lírico no auge do capitalismo**. 3ª ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BERMAN, M. **Tudo o que sólido desmancha no ar**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.
- BLASCO, E. F.; PÉREZ, M. A. Análise socioeconômica da demanda turística dos espanhóis. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 7, n. 1, p. 88-103, 2007. Disp. em <www.ivt-rj.net>
- BORGES, J. L. O simulacro. In: **Obras completas de Jorge Luis Borges**. V. 2. São Paulo: Globo, 1999, p. 186.
- BRDE. **Vitivinicultura em Santa Catarina: situação atual e perspectivas**. Florianópolis: BRDE/Agência de Florianópolis/Gerência de Planejamento, 2005.
- BURKE, P. Uma multidão de curiosos. **Folha de S. Paulo**, Caderno Mais!, p. 5-9, 21 jan. 1996.
- CABRAL, O. R. **História de Santa Catarina**. Florianópolis: Secretaria de Educação e Cultura de Santa Catarina, 1968.
- CALVINO, I. **As cidades invisíveis**. Rio de Janeiro: O Globo; São Paulo: Folha de S. Paulo, 2003.
- CAVACO, C. Turismo rural e desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. A. B. (org.). **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 2ª ed. São Paulo: Hucutec, 1999, p. 94-121.
- CERTEAU, M. de. **A invenção do cotidiano**. 1. Artes de fazer. 6ª ed. Petrópolis: Vozes, 2001.
- CIAFFONE, A. Caminhos do turismo no terceiro milênio. **Gazeta Mercantil**, p. 22, 23-25 fev. 2001.
- COLOMBO, D. B. **Turismo rural: os hotéis-fazenda em Lages (SC)**. Florianópolis, 2002. Monografia (Graduação em Ciências Econômicas) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- CORDEIRO, W. **A vitivinicultura em São Joaquim – SC: uma nova atividade no município**. Florianópolis, 2006. Dissertação (Mestrado em Agroecossistemas) – Universidade Federal de Santa Catarina.
- CORIOLANO, L. N. M. T. **O turismo nos discursos, nas políticas e no combate à pobreza**. São Paulo: Annablume, 2006.
- DALL'ALBA, J. L. **O tesouro do Morro da Igreja**. Florianópolis: FCC; Orleans: Seminário São José, 1994.
- DREAM factories. **The Economist**, A Survey of Travel and Tourism, Jan. 10th 1998.
- EAGLETON, T. **Depois da teoria: um olhar sobre os Estudos Culturais e o pós-modernismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005.
- EMBRATUR. **Manual do turismo rural**. Brasília, 1994.
- ESQUIADORES deslizam na neve em pista cravada no deserto. **Folha de S. Paulo**, Turismo, p. F6, 11 out. 2007.
- FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995a.
- FEATHERSTONE, M. **A globalização da complexidade: pós-modernismo e cultura do consumo**. Caxambu, 19 Encontro da ANPOCS, out. 1995b. Disp. Em: www.anposc.org.br/portal/publicações/rbcs_00_32/rbcs32_07.htm Acesso em: nov. 2007

- FOLCH, I. V. Negócio das arábias. **Folha de S. Paulo**, Mais!, p. 10, 5 ago. 2007.
- GIDDENS, A. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo Editora UNESP, 1991.
- HABERMAS, J. Modernidade versus pós-modernidade. **Arte em Revista**, v. 5, n. 7, p. 86-90, 1983.
- HABERMAS, J. **O discurso filosófico da modernidade**. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1990.
- HALEWOOD, C.; HANNAM, K. Viking heritage tourism: authenticity and commodification. **Annals of Tourism Research**, v. 28, n. 3, p. 565-580, 2001.
- HAMPTON, M. P. Heritage, local communities and economic development. **Annals of Tourism Research**, v. 32, n. 3, p. 735-759, 2005.
- HARVEY, D. **A condição pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1993.
- HOBSBAWM, E. **Era dos extremos: o breve século XX: 1914-1991**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- HUYSSSEN, A. Mapeando o pós-moderno. In: Hollanda, H. B. de (Org.). **Pós-modernismo e política**. Rio de Janeiro: Rocco, 1991, p. 15-80.
- JAMESON, F. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1997.
- JAMESON, F. **A cultura do dinheiro: ensaios sobre a globalização**. Petrópolis: Vozes, 2001.
- JUNKES, L. Lages do leão baio e da gralha azul. **Diário Catarinense**, s/p, 20 out. 2007. Cultura.
- KARL, F. R. **Moderno e modernismo**. Rio de Janeiro: Imago, 1988.
- KIANEK, A. Vinícolas gaúchas elevam investimento no enoturismo. **Folha de S. Paulo**, p. B29, 7 out. 2007.
- KIM, H.; JAMAL, T. Touristic quest for existential authenticity. **Annals of Tourism Research**, v. 34, n. 1, p. 181-201, 2007.
- KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.
- LAGE, J. Turismo elege 65 destinos ‘internacionais’. **Folha de S. Paulo**, p. B16, 1 set. 2007.
- LEÃO, F. C.; NICOLAU, J. A. A indústria catarinense de papel e celulose: características gerais. In: PEREIRA, L. B.; CÁRIO, S. A. F.; KOEHLER, M. (orgs.). **Padrão produtivo e dinâmica econômica competitiva: estudo sobre setores selecionados em Santa Catarina**. Florianópolis: Imprensa Universitária da UFSC, 2001, p. 49-63.
- LINS, H. N. Turismo y desarrollo en el Brasil meridional. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 9, n. 3-4, p. 197-228, 2000.
- LINS, H. N. et al. Turismo em Santa Catarina: caracterização e problemática. In: VIEIRA, P. F. (org.). **A pequena produção e o modelo catarinense de desenvolvimento**. Florianópolis: APED Editora, 2002, p. 209-261.
- LLENA, C. Tozeur, ravagée par le tourisme. **Le Monde Diplomatique**, p. 19, Juil. 2004.
- MADELEY, J. Turismo y Tercer Mundo. **Desarrollo y Cooperación**, n. 2, p. 4-5, 1987.
- MICHEL, F. Tourisme moderne entre misère et business. **Le Monde Diplomatique**, p. 21, Août 2000.
- NURYANTI, W. Heritage and postmodern tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 23, n. 2, p. 249-260, 1996.
- OECD Conference on Innovation and Growth in Tourism. Lugano, 18-19 Sep. 2003. (Introduction to the Proceedings).
- OURIQUES, H. R. **A produção do turismo: fetichismo e dependência**. Campinas: Alínea, 2005.
- PAQUOT, T. La tyrannie douce de l’air conditionné. **Le Monde Diplomatique**, p. 24, Juil. 2001.
- PRETES, M. Postmodern tourism: the Santa Claus industry. **Annals of Tourism Research**, v. 22, n. 1, p. 1-15, 1995.
- PELUSO JR., V. A. A pecuária e a pequena propriedade no Planalto de São Joaquim. **Boletim Geográfico**, Florianópolis: DEGC, ano 2, n. 4, p. 39-46, jul. 1948.
- PIRES, P. dos S. A paisagem rural como recurso turístico. In: RODRIGUES, A. B. (org.). **Turismo rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001, p. 117-132.
- PLANO DE DESENVOLVIMENTO REGIONAL. Região de São Joaquim – Santa Catarina. Florianópolis: PNUD/Governo do Estado de Santa Catarina/Secretaria de Desenvolvimento Regional – São Joaquim, 2005.
- RIOJA, M. C. Tipología de la demanda turística española. El turista posmoderno y las tecnologías de la información. IV CONGRESO “TURISMO Y TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES” – Turitec, 2002.

- RODRIGUES, A. B. Turismo rural no Brasil – ensaio de uma tipologia. In: --- (org.). **Turismo rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001, p. 101-116.
- ROUANET, S. P. **Mal-estar na modernidade: ensaios**. São Paulo: Companhia das Letras, 1993.
- SALAMONE, F. A. Authenticity in tourism: the San Angel Inns. **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 2, p. 305-312, 1997.
- SANTOS, S. C. dos. **Nova história de Santa Catarina**. Florianópolis: EDEME, 1974.
- SARLO, B. **A paixão e a exceção: Borges, Eva Perón, Montoneros**. São Paulo: Companhia das Letras; Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.
- SEBRAE/SC – NOTÍCIAS PARA MPE’S. **Consultorias melhoram APL de Turismo da Serra Catarinense**. Incluído em 20/08/2007a. Obtido em <www.sebrae-sc.com.br/noticias/> Acesso em nov. 2007.
- SEBRAE/SC – NOTÍCIAS PARA MPE’S. **Simpósio debate qualidade dos vinhos catarinense**. Incluído em 05/11/2007b. Obtido em <www.sebrae-sc.com.br/noticias/> Acesso em nov. 2007.
- SERRA E MEIO-OESTE. **Diário Catarinense**, Florianópolis, 6 nov. 2007. Suplemento.
- SILVEIRA, M. A. T. da. Política de turismo: oportunidades ao desenvolvimento local. In: RODRIGUES, A. B. (org.). **Turismo rural: práticas e perspectivas**. São Paulo: Contexto, 2001, p. 133-150.
- STEINER, C. J.; REISINGER, Y. Understanding existential authenticity. **Annals of Tourism Research**, v. 33, n. 2, p. 299-318, 2006.
- TORESAN, L. e al. **Levantamento dos empreendimentos de turismo no espaço rural de Santa Catarina: localização, categorização e descrição geral**. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2002.
- TORESAN, L.; MATTEI, L.; GUZZATTI, T. C. **Estudo do potencial do agroturismo em Santa Catarina: impactos e potencialidades para a agricultura familiar**. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2002.
- TRIBE, J. The truth about tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 33, n. 2, p. 360-381, 2006.
- TULIK, O. Do conceito às estratégias para o desenvolvimento do turismo rural. In: RODRIGUES, A. B. (org.). **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: Hucitec, 1997, p. 136-143.
- URIELY, N. Theories of modern and postmodern tourism. **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 4, p. 982-985, 1997.
- URIELY, N. The tourist experience: conceptual developments. **Annals of Tourism Research**, v. 32, n. 1, p. 199-216, 2005.
- URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel : SESC, 1996.
- VALAYER, D. Pour une révolution du tourisme. **Le Monde Diplomatique**, p. 32, Jui. 1997.
- VATTIMO, G. **O fim da modernidade: niilismo e hermenêutica na cultura pós-moderna**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.
- WALLERSTEIN, I. **Capitalismo histórico e civilização capitalista**. Rio de Janeiro: Contraponto, 2001.

TEXTO PARA DISCUSSÃO

Nº 01/08 - MATTEI, Lauro Francisco. *Programa Nacional para Produção e uso do BIODIESEL no Brasil (PNPB): Trajetória, Situação Atual e Desafios.*

Nº 02/08 - MACHADO, Gerônimo Wanderley. *A Transformação do Conhecimento em Produtos e Serviços: A Literatura Científica e as Teses do PPGEP*

Nº 03/08 - Lins, Hoyêdo Nunes. *Geoeconomia e Geopolítica dos Recursos Energéticos no Capitalismo Contemporâneo.*

Nº 04/08 - MATTEI, Lauro Francisco e VENTURI, Alíne. *Condições de Inserção da Mulher no Mercado de Trabalho: Evidências a partir de Santa Catarina.*

Nº 05/08 - LIMA, Juliana Daldega e SANSON, João Rogério. *O Surto de Industrialização do Setor Têxtil a partir de 1880: Blumenau e Brasil.*

Nº 06/08 - FILOMENO, Felipe Amín. *Relaxing structuralism: advances in World-Systems Analysis.*

Nº 07/08 - AMARAL, Thiago Periard do e SANSON, João Rogério. *Uma revisão das principais Interpretações sobre o desenvolvimento catarinense à luz da teoria institucionalista e das dotações de fatores.*

Nº 08/08 - LINS, Hoyêdo Nunes. *Pós-Modernidade e Turismo: Incursão no Debate e Estudo Sobre a Região Serrana de Santa Catarina.*

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
Campus Universitário – Trindade
CEP 88.049-970 – Florianópolis - Santa Catarina
Tel.: (48) 3721.9458 – Fax (48) 3721.9776
<http://www.cse.ufsc.br/gecon>