

UFRGS
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM
ANTROPOLOGIA SOCIAL

TESE DE DOUTORADO

**EM BUSCA DO FRIO: O TURISMO NA REGIÃO SERRANA DE SANTA
CATARINA**

FELIPE JOSÉ COMUNELLO

2014



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
INSTITUTO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL**

**EM BUSCA DO FRIO: O TURISMO NA REGIÃO SERRANA DE SANTA
CATARINA**

FELIPE JOSÉ COMUNELLO

Sob a Orientação do Professor

Ruben George Oliven

Tese apresentada como parte dos requisitos para obtenção do título de **Doutor** no Programa de Pós-Graduação Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

Porto Alegre, RS
Março de 2014

**EM BUSCA DO FRIO:
O turismo na região serrana de Santa Catarina**

Felipe José Comunello

Tese de doutoramento em Antropologia Social

Profa. Dra. Ceres Karam Brum (UFSC)

Prof. Carlos Alberto Steil (UFRGS)

Prof. Sérgio Schneider (UFRGS)

Prof. Dr. Ruben George Oliven (UFRGS)

Porto Alegre, 24 de março de 2014

Dedico essa tese às avós Iolanda (*in memoriam*) e Hirfe e aos meus pais José e Arlete.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a CAPES por proporcionar uma bolsa de estudos com a qual foi possível permanecer em tempo integral dedicado ao doutorado e uma bolsa de estágio de doutorado sanduíche, proporcionando também período de grande valia fora do país. Agradeço a professores e professoras e a secretaria do PPPGAS/UFRGS pelo acolhimento e pelos ensinamentos durante o doutorado. Cursando disciplinas, participando de eventos, nos corredores ou em outros momentos, encontrei sempre um clima agradável para percorrer os caminhos que me levaram a essa tese. Portanto, sou muito grato ao conjunto do corpo docente do PPGAS e à secretaria, sendo nesta especialmente grato à Rose. Dentre os professores, agradeço especialmente a Carlos Alberto Steil que fez parte de meu exame de qualificação e da banca de avaliação, Ruben Oliven meu orientador e Arlei Damo membro do grupo/oficina de etnografias da economia e da política.

As marcas do professor Carlos são evidentes ao longo do trabalho, mas cabe registrar que nas disciplinas de Teoria II e de Antropologia da Política, bem como nos eventos relacionados ao grupo SobreNaturezas (colegas aos quais estendo meu agradecimento, em especial a Rodrigo Toniol), sempre tive uma referência importante de diálogo. Assim como Carlos, o professor Sergio Schneider participou do exame de qualificação e participa também na banca de avaliação. Agradeço-lhe pelas muitas observações pertinentes que me fizeram rever escolhas e encontrar outros caminhos. Agradeço também a Ceres Brum que participa da banca de avaliação e traz um olhar particular, pois temos muitos pontos em comum em nossas pesquisas.

Agradeço ao professor Ruben que desde o início sempre me deixou a vontade pra trilhar meus caminhos, mas foi preciso e sutil nos momentos de hesitações, além de me apresentar a Anne-Marie Thiesse.

O professor Arlei, tanto na disciplina de Antropologia da Economia, juntamente com Ruben, como nas discussões em forma de oficina que temos empreendido no grupo de etnografias da economia da política, também deixa uma marca nessa tese. Meu agradecimento a ele e a todos os colegas do grupo que, leram um dentre tantos rascunhos dessa tese e fizeram apontamentos cruciais para que eu chegasse ao

formato final e desenvolvesse muitas ideias que ainda não tinham virado texto escrito. Sem palavras para descrever os diálogos que tivemos e a minha gratidão. Obrigado Alexia Barbieri, Beatriz Kanaan, Erika Meneses, Herbert Herman, Júlia Cardoni, Louise Scoz, Marcos Andrade Neves, Moisés Kopper, Patrícia Kunrath da Silva, Ricardo Gadelha, Talita Eger, Victoria Irisarri.

Patrícia e Victoria também estão incluídas em outro grupo a quem agradeço, os orientandos de Ruben que nos reuníamos sob a coordenação de Marina Bay Frydberg, pós doutoranda no PPGAS em 2011. À elas e a Thaís Cardoso, Fernanda Heberle e Ulisses Corrêa Duarte meu muito obrigado. Impressões e questões sobre o trabalho de campo e parte do texto para o exame de qualificação foram discutidas com eles. Victoria, novamente, agradeço de forma especial. Além de colega e amiga, também vizinha, largou tudo pra me ouvir em momentos críticos. Muito obrigado Vic! Ulisses, em particular, me ouviu muito também nos bares da Cidade Baixa, onde muitas vezes assistimos juntos jogos de futebol, apesar de sermos um gremista e o outro colorado. Tive o prazer de compartilhar algumas dessas ocasiões com Vitor Richter, infelizmente outro colorado. Ulisses, como bom estudioso das festas populares, foi um exímio articulador dos churrascos que juntos organizamos no bar da Carla, quem merece um agradecimento especial. Praticamente inteiras, as turmas do mestrado e do doutorado de 2010 eram companheiros naqueles eventos, além de outros colegas que se juntavam. Foram momentos ótimos. Obrigado.

Os alunos do Seminário do Doutorado de 2013, seminário sob a responsabilidade de Ruben, também leram o que se poderia chamar de um dos primeiros rascunhos. As críticas e sugestões que recebi foram importantes para que uma confusão de insights de trabalho de campo e apontamentos teóricos fosse amassada e tomasse forma melhor elaborada. Obrigado.

Durante o ano de 2012 tive a oportunidade de realizar um estágio de doutorado em Paris junto ao *Labex TransferS*, na *École Normale Supérieure*, sob a direção da professora Anne-Marie-Thiesse, diretora de pesquisa do *Conseil National de Recherche Scientifique* da França. As marcas tanto da professora Thiesse, como desse estágio são perceptíveis por toda a tese, provenientes de uma ótima acolhida no ambiente *normalien*, do jardim ao restaurante, a biblioteca e seminários no número 45, Rue

d'Ulm, a abertura para o universo que um estudante de antropologia social pode adentrar na capital francesa, das bibliotecas aos seminários e conferências (no *Musée du Quai Branly*, na *École des Hautes Études en Sciences Sociales*, no *College de France*, entre outros) ao CROUSS de Paris e outros espaços. Thiesse também me propiciou o contato com pesquisadores como Saskia Cousin, Gilles Laferté e Marie-France Garcia-Parpet a quem agradeço a gentileza e a receptividade.

Como encerramento do estágio, Thiesse me sugeriu acompanhar a vindima para conhecer uma região vitícola francesa. Procurei viticultores que pudessem me receber e, finalmente, a amiga Magda Zanoni, a quem também agradeço, me sugeriu entrar em contato com seus amigos Jean Tatin e Chantal Wilk, viticultores na região Centro, no vale do Rio *Cher*. Fui muito gentilmente acolhido, tive experiências que contribuíram para compreender melhor aquilo que se vê nos livros sobre as regiões na França, além de conhecer os bons vinhos de *Quincy* e *Reuilly*, feitos por bons amigos como os que labutam naqueles vinhedos e caves. *Un grand merci* à Jean Tatin, Chantal Wilk, Maroussia Wilk Tatin e companhia.

Agradeço a todas as pessoas que me receberam em São Joaquim, onde passei a maior parte do tempo em pesquisa de campo, e em Videira e Caçador. Em São Joaquim foram tantas as pessoas que me receberam de forma tão especial que fica difícil nominar a todos. Não poderia ter sido melhor a maneira como fui recebido. Espero corresponder a altura com essa tese e com possíveis parcerias futuras. Em Videira agradeço Messias e Tica Savian! Me receberam muito gentilmente, como de costume, quando lá estive para uma pesquisa sobre vinho. Em Videira e Caçador agradeço pesquisadores da Epagri e Viticultores com quem tive contato pela atenção.

Agradeço a Karine Rodrigues e suas agulhas, que com a acupuntura fizeram toda a diferença. Eu precisaria de mais algumas páginas para agradecer todos os amigos e amigas com quem convivi nesses anos em momentos distintos. Por isso, deixo a vocês um agradecimento geral: colegas e amigos de doutorado e do mestrado no PPGAS, amigos do meu mestrado no CPDA/UFRRJ, amigos de faculdade no CAV/UDESC, moradores da *Maison du Brésil*, amigos do PGDR/UFRRGS, entre tantos outros, meu muito obrigado.

Agradeço a meus pais José e Arlete, cada um a seu jeito e os dois juntos, o alicerce de minha trajetória que resulta nessa tese. Também agradeço meus irmãos Cláudia e Lucas, que crescemos e compartilhamos juntos muitas decisões ao longo da vida. A todos meu muito obrigado por estarem juntos comigo, de perto ou de longe, fazendo com que seja tudo mais simples. Agradeço também minha segunda família, os Cândido e Fleury. Momentos maravilhosos passamos juntos desde que nos conhecemos.

Por fim, agradeço a Lorena Cândido Fleury, minha companheira, meu amor, sem exageros quem mais merece agradecimentos. No dia a dia ao longo desses anos essa tese foi sendo feita ao mesmo tempo em que Lorena fazia a sua e juntos compartilhávamos angústias, medos, incertezas, dúvidas e etc e tal. Nada que tenha feito o desânimo imperar. Pelo contrário, sempre nos esforçamos para aproveitar bem esses momentos. E, foi assim que fizemos concretizar-se o projeto que nos uniu há algum tempo. Que venham os próximos! Afinal, “isso é só o começo”, como diz uma canção de Lenine.

São Joaquim é famosa em todo o país como a cidade mais fria do Brasil. Basta a previsão do tempo indicar possibilidade de neve, prenunciada pelo vento Sul, para que visitantes de todos os cantos comecem a chegar. É quando a neve cai pra valer, adultos se juntam às crianças nas brincadeiras até então conhecidas apenas pelos filmes e documentários de TV, como a guerra de bolas e a construção de bonecos de neve gorduchos.

(Portal de Turismo do Município de São Joaquim.)

Em Copacabana, num dia muito quente do mês de junho (justamente quando começa o inverno no Brasil), eu tomava meu chimarrão e assistia, em um jornal na televisão, à transmissão de cenas de um carnaval fora de época, no Nordeste, região em que faz calor o ano inteiro (o carnaval brasileiro é uma festa de rua que acontece em todo o país durante o verão). As imagens mostravam um caminhão de som que reunia à sua volta milhares de pessoas seminuas a dançar, cantar e suar sob sol forte. O âncora do jornal, falando para todo o país de um estúdio localizado ali no Rio de Janeiro, descrevia a cena com um tom de absoluta normalidade, como se fosse natural que aquilo acontecesse em junho, como se o fato fizesse parte do dia-a-dia de todo brasileiro. Embora eu estivesse igualmente seminu e suando por causa do calor, não podia me imaginar atrás daquele caminhão como aquela gente, não me sentia motivado pelo espírito daquela festa.

A seguir, o mesmo telejornal mostrou a chegada do frio no Sul, antecipando um inverno rigoroso. Vi o Rio Grande do Sul: campos cobertos de geada na luz branca da manhã, crianças escrevendo com o dedo no gelo depositado nos vidros dos carros, homens de poncho (um grosso agasalho de lã) andando de bicicleta, águas congeladas, a expectativa de neve na serra, um chimarrão fumegando tal qual o meu. Seminu e suando, reconheci imediatamente o lugar como meu, e desejei estar não em Copacabana, mas num avião rumo a Porto Alegre. O âncora, por sua vez, adotara um tom de quase incredulidade, descrevendo aquelas imagens do frio como se retratassem outro país (chegou a defini-las como de “clima europeu”).

(A estética do Frio – Vitor Ramil.)

RESUMO

COMUNELLO, Felipe José. **Em busca do frio**: o turismo na região serrana de Santa Catarina. Tese (Doutorado em Antropologia Social). Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS. 2014.

Frio e neve no Brasil todos os anos mobilizam um grande número de pessoas com os anúncios das previsões do tempo. Em São Joaquim e em outras cidades na região serrana de Santa Catarina, nas duas últimas décadas, o afluxo de pessoas durante os dias em que se esperam tais fenômenos climáticos mantém ativos aqueles que dedicam suas vidas ou parte delas a fazer o turismo. Associações, eventos, políticas, negócios e manifestos são feitas tendo como parte, meio ou fim fortalecer, desenvolver e aproveitar o turismo. Nessa tese apresento uma descrição acompanhada de análise, com base em etnografia realizada entre os anos de 2010 e 2013 com membros de associações como a Associação Pró Turismo de São Joaquim e o Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau e a Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude, órgãos de Estado como Secretarias de Estado e Município, e moradores locais em geral, de alguns desses eventos (acontecimentos relacionados a ocorrência de neve, festivais de inverno e de primavera), de políticas (a política de regionalização do turismo do Ministério do Turismo e as articulações locais em torno dela), de negócios (as possibilidades de parcerias com operadoras de turismo e empresas de eventos) e manifestos (declarações a respeito dos problemas regionais). A etnografia compreendeu desde a convivência com as pessoas relacionadas a estas associações e órgãos de Estado, bem como a pessoas sem vínculos formais com quem tive contato, no primeiro caso em reuniões, eventos e em seus locais de trabalho e, no segundo caso, em locais que frequentei como hóspede, cliente, visitante ou curioso, até a realização de entrevistas semiestruturadas e a consulta de documentos produzidos por eles, sobretudo, em portais na internet. Como resultado, destaco duas categorias que são chave para entender o que se passa com essas pessoas em São Joaquim e região e durante e após os dias frios. A primeira é a de *potencial* turístico, que está nas pessoas que acreditam e se põem a trabalhar e investir tempo e dinheiro no turismo como uma possibilidade para o futuro da economia regional. E, a segunda, a de “destino turístico”, que inspira tanto as iniciativas dessas pessoas, como políticas de Estado (os “destinos indutores” da política de regionalização do turismo, p. ex.) e negócios de operadoras de turismo e empresas de eventos a delimitar um local (Serra Catarinense ou São Joaquim, p. ex.) como foco de seus esforços. Tais categorias, dentre outras, são abordadas ao longo dos capítulos, em uma discussão sobre como a busca pelo frio acontece de diferentes maneiras, bem como se torna objeto de distintas intervenções.

Palavras-chave: Serra Catarinense, Turismo, Vinhos Finos, Potencialidade, Antropologia da Economia.

ABSTRACT

COMUNELLO, Felipe José. **In search of cold**: tourism in the mountain region of Santa Catarina. Thesis (Philosophiæ Doctor in Social Anthropology). Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS), Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, RS. 2014.

Every year, cold weather and snow in Brazil mobilize a large number of people because of the weather forecasts advertisements. In the last two decades, at São Joaquim and other towns in the mountain region of Santa Catarina, the influx of people during the days that are expected such climatic phenomena keeps active those who dedicate their lives or part of them to arrange the tourism. Associations, events, politics, businesses and manifestos are designed as parts, means or ends to strengthen, to develop and to take profit out of the tourism. In this thesis, I present a description accompanied by analysis, based on an ethnography conducted among the years 2010 and 2013 with members of associations. These include the Associação Pró Turismo de São Joaquim, the Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau and the Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude; as well as state and municipality agencies and local residents in general. The research was also conducted in some of these events (related to occurrence of snow, winter and spring festivals), in the making of policies (the policy of regionalization of tourism from the Tourism Ministry and local articulations around it), in the conduction of businesses (opportunities for partnerships with tourism operators and events companies) and in the statement of manifestos (declarations with respect to regional problems). The ethnography included living with people related to these associations and state agencies, as well as people with no formal links with whom I had contact. In the first case, I met them in meetings, events, in their workplaces; and in the second case, in places I had frequented as a guest, a customer, a visitor or a curious citizen. Semi-structured interviews and the query of documents produced by them, especially on Internet websites, were also part of the ethnography. As a result, I highlight two categories that are key to understand what is going on with these people in São Joaquim region during and after the cold days. The first is touristic *potential*, which is in people who believe and put themselves to work, investing time and money in tourism as a possibility for the future of the regional economy. The second is the "touristic destination", which inspires initiatives as the state policies (e.g. the "destinos indutores" regionalization of tourism policy) and the businesses of tourism operators and event companies to define a local (e.g. Serra Catarinense and São Joaquim) as the focus of their efforts. These categories, among others, are discussed throughout the chapters, in an analysis about how the quest for cold happens in different ways, as well as it becomes the object of different interventions.

Key Words: Mountain region of Santa Catarina, Tourism, Fine Wine, Potentiality, Economic Anthropology.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

Associação Comercial e Industrial de Lages (ACIL)

Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude (ACAVITS)

Associação dos Produtores de Maçã e Pêra de Santa Catarina (AMAP)

Arranjo Produtivo Local (APL)

Associação Pró Turismo de São Joaquim (PROTUR)

Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID)

Centro de Socioeconomia e Planejamento Agrícola – Epagri/Cepa

Centro de Tradições Gaúchas (CTG)

Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES)

Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq)

Comissão Parlamentar Processante (CPP)

Consórcio de Segurança Alimentar e Desenvolvimento Local (Consad)

Conselho Municipal do Desenvolvimento Rural (CMDR)

Cooperativa Ecológica de Agricultores, Artesãos e Consumidores da Região Serrana – Ecoserra

Cooperativa Ecológica de São Joaquim e Região (Econeve)

Comissão Parlamentar Processante (CPP)

Operadora de Turismo CVC (CVC)

Empresa de Pesquisa e Extensão Agropecuária de Santa Catarina (EPAGRI)

Federação de Convention & Visitors Bureau de Santa Catarina (FCVBSC)

Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M)

Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR)

Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU)

Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA)

Ministério do Turismo (MTur)

Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)

Ministério Público (MP)

Perfil da Área Turística – PAT

Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS)

Programa de Apoio ao Desenvolvimento Regional do Turismo Sul - PRODETUR-SUL

Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf)

Programa Nacional de Municipalização do Turismo – PNMT

Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade (CPDA)

Rede Brasil Sul de Televisão (RBS)

Santa Catarina Turismo (Santur)

Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina (SEBRAE)

Secretaria de Agricultura Familiar (SAF)

Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico Sustentável (SDS)

Secretaria de Desenvolvimento Territorial (SDT)

Secretaria de Estado de Turismo Cultura e Esporte (SOL)

Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC)

Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau (SCCVB)

Sindicato dos Trabalhadores Rurais (STR)

Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC)

Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI)

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01: A representação do sino da neve, segundo normas do APL do Turismo da Serra Catarinense	31
FIGURA 02: Mapa de Santa Catarina, com destaque para os municípios da região de São Joaquim.	40
FIGURA 03: Municípios que integram a Secretaria de Desenvolvimento Regional de Lages.	40
FIGURA 04: Municípios que integram a Secretaria de Desenvolvimento Regional de São Joaquim	41
FIGURA 05: Os vinhedos do Centro-Loire	67
FIGURA 06: Rota para quem sai ou passa por Curitiba. Santa Cecília (1), Urupema (2), Urubici (3), São Joaquim (4), Bom Jardim da Serra (5), Orleans (6), Urussanga (chegada). No caminho, está Lages entre Santa Cecília e Urupema, local onde normalmente não neva, mas tem razoável oferta de hotéis e restaurantes para receber os viajantes	80
FIGURA 07: Rota para quem sai ou passa por Florianópolis. Urubici (1), São Joaquim (2), Bom Jardim da Serra (3), Orleans (4), Urussanga (chegada).....	81
FIGURA 08: Distribuição dos empreendimentos turísticos no espaço rural de Santa Catarina, segundo as mesorregiões geográficas	88
FIGURA 09: Principais serviços oferecidos aos turistas nos empreendimentos turísticos pesquisados	100
FIGURA 10: O Grupo Gestor apresentado pelo Instituto Marca Brasil	123
FIGURA 11: O esquema da governança onde se insere o Grupo Gestor.....	124
FIGURA 12: Distâncias Serra Catarinense	153
FIGURA 13: Mapa turístico da Serra Catarinense	155
FIGURA 14: Mapa turístico de São Joaquim.....	156

FIGURA 15: Provável trecho da proposta de rodovia Caminhos da Neve, a partir de Gramado (1), Canela (2), Bom Jesus (3), São Joaquim (4), Urubici (5), Florianópolis (chegada)	159
FIGURA 16: Mapa de divulgação destacando o trecho a ser asfaltado, correspondente a 13% da rota, os objetivos da mesma e o caráter prioritário para a Copa do Mundo 2014	160
FIGURA 17: Trecho do Folder “Caminhos da Neve” da Santur	161
FIGURA 18: Criança é fotografada diante de uma árvore congelada	175
FIGURA 19: Municípios nos quais acontece a programação do Viva Serra Festival 2013	184
FIGURA 20: Como em um desfile em dia de campanha eleitoral, os turistas sobem a Serra do Rio do Rastro.....	188

QUADRO 1: Modelos de “representação do território” da Serra Catarinense	143
---	-----

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	19
1. O TURISMO EM SÃO JOAQUIM E REGIÃO SERRANA DE SANTA CATARINA	30
2. O TRABALHO DE CAMPO E A ESCRITA DA TESE	36
1. “A REGIÃO MAIS FRIA DO BRASIL”: A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA IMAGEM REGIONAL	42
1.1 IDENTIDADE E IMAGEM REGIONAL	42
1.1.1 Um debate sobre identidade regional	42
1.1.2 Outro debate: imagem regional	47
1.2 A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA IDENTIDADE SERRANA	50
1.2.1 A imagem regional e as narrativas turísticas	52
1.2.2 Uma herança do latifúndio: as grandes fazendas e a imagem regional	57
1.3 IMAGEM REGIONAL E OS VINHOS FINOS NA FRANÇA E NO BRASIL	62
1.3.1 Os vinhos de Quincy	66
1.3.2 Os vinhos finos de altitude	72
2. SERRAS, ALTITUDE E TUDO O MAIS: O POTENCIAL TURÍSTICO	79
2.1 O FRIO QUE FAZ DIFERENÇA	79
2.2 O POTENCIAL DO TURISMO RURAL	84
2.3 A VOCAÇÃO E O <i>ETHOS</i> DO EMPREENDEDOR BRASILEIRO	90
2.4 AS PESQUISAS SOBRE O POTENCIAL TURÍSTICO	94
2.5 OS ATRATIVOS NATURAIS	99
2.6 O POTENCIAL DA ALTITUDE	106
3. O “DESTINO INDUTOR” E O GOVERNO DA “REGIÃO TURÍSTICA”	111
3.1 O BAR DO MOCA E A POLÍTICA DO TURISMO EM SÃO JOAQUIM	111
3.2 65 DESTINOS INDUTORES DE TURISMO	118
3.3 A FORMAÇÃO DO GRUPO GESTOR	121
3.4 O IMPEACHMENT DO PREFEITO	131
3.5 A “CRISE DAS INSTITUIÇÕES”	136
3.6 O <i>CONVENTION</i> E O GOVERNO DA “REGIÃO TURÍSTICA”	139
4. O “DESTINO TURÍSTICO” NOS DESLOCAMENTOS	147
4.1 OS DESLOCAMENTOS E O TURISMO	147
4.2 EVENTOS, ESTRADAS E OBRAS	150
4.2.1 O <i>Convention</i> e o “Marketing de Destino”	150
4.2.2 Distâncias	153
4.2.3 Caminhos: Caminhos de tropas, Caminhos da neve.....	157
4.3 ANDAR NA SERRA	162
4.3.1 Frutas <i>antigas</i> e quintais	163
4.4.2 Frutas <i>crioulas</i> e taperas	166
4.4 A criação do local	172
5. TURISTAS DE MENOS, TURISTAS DE MAIS: HOSPEDAR	175
5.1 UMA ANTROPOLOGIA DA HOSPITALIDADE	176
5.2 CVC OR NOT CVC?	179
5.3 TEM FUTURO O TURISMO EM SÃO JOAQUIM?	183
5.4 AS POUSADAS E A HOSPITALIDADE SERRANA	193

6. QUALIFICAR, ORGANIZAR, LIMPAR: A POTENCIALIDADE A DESENVOLVER	200
6.1 AS ETNIAS E O ÉTNICO NO TURISMO	200
6.2 OUTRA HERANÇA DO LATIFÚNDIO	202
6.3 OS GUARDIÕES DO TURISMO	207
6.4 O “DAR VALOR” E O POTENCIAL	212
CONCLUSÕES	217
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	224
LISTA DE ENTREVISTADOS	236
GLOSSÁRIO	237
APÊNDICE A – UM DIA DE TURISTA	238
ANEXOS	246

INTRODUÇÃO

Desde a iniciação científica, em minha primeira bolsa de pesquisa, concedida pelo CNPQ, tive como *lócus* de pesquisa o município de São Joaquim, em Santa Catarina¹. Entre os anos de 2004 e 2005 eu e mais um colega, alunos do curso de graduação em Agronomia da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) de Lages, éramos bolsistas de iniciação científica respectivamente dos professores Cleimon Dias e João Fert Neto, à época pertencentes ao departamento de Sociologia e Extensão Rural daquele curso. Os referidos professores conduziam um projeto de pesquisa que buscava compreender as relações entre cultura e paisagem no desenvolvimento local. Essa pesquisa foi meu primeiro contato com pesquisa de campo e escrita em ciências sociais.

No começo certa curiosidade me apossava, pois vislumbrava um relacionamento particular das pessoas em São Joaquim com o frio. Lembro que em uma das primeiras vezes pernoitei, junto com colegas de pesquisa, na casa de um pesquisador da Epagri² e dormi preocupado com o frio daquela noite. Isso era em dezembro e efetivamente usei roupa adequada ao frio pelo menos até às nove horas da manhã. Eu acentuava essa experiência ao contá-la a familiares e amigos, destacando que em dezembro, isto é, em pleno verão, às nove horas da manhã eu tinha usado casaco, mas bastava olhar a paisagem para perceber aí algo diferente em relação ao mundo que eu conhecia.

Após essa pesquisa, retornei a São Joaquim por conta das pesquisas para a dissertação de mestrado. O mestrado foi realizado entre os anos de 2008 e 2010, no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade (CPDA), na Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ). Então, retomei contato com o grupo de agricultores familiares de São Joaquim que havia conhecido durante a iniciação científica e fiz uma pesquisa sobre seu histórico de organização social e política, particularmente no que diz respeito à tentativa de conversão dos agricultores familiares de determinadas comunidades do interior de São

¹ Ao final dessa introdução pode-se encontrar um mapa que situa o município de São Joaquim (Figura 2).

² Empresa de Pesquisa e Extensão Agropecuária de Santa Catarina, equivalente a Emater de outros estados do país.

Joaquim, bases históricas no município da agricultura familiar (de sindicatos, federação de sindicatos, partido político, movimentos, cooperativas e associações), para a agroecologia e, finalmente, a experiência determinante que tiveram com os mercados agroecológico e orgânico.

Nessa ocasião, a curiosidade com relação ao frio já não era tanta enquanto o encanto permanecia e quiçá aumentava. Era julho e não dezembro. Fiquei alojado no Sindicato dos Trabalhadores Rurais e contei com o empréstimo de um lençol térmico e de um cobertor de lã para dormir em um colchonete. Quando eu me apresentava às pessoas que eram meus interlocutores e comentava que estava alojado no sindicato, os mesmos tomavam um pequeno susto e perguntavam se não passava frio às noites. Eu lhes tranquilizava e informava que havia recebido auxílio de um casal que morava lá. Antes de aceitar o lençol térmico eu não chegava a imaginar que precisaria disso e depois de aceitá-lo senti certo alívio, pois ele parece ter sido realmente indispensável – ao menos o foi para tranquilizar meus interlocutores. Eu não lembrava algum dia ter usado lençol térmico para dormir. Gostei da ideia e também andava pela cidade com gorro, luvas, cachecol e pensava que as pessoas poderiam estar me vendo como um *turista*³.

Com efeito, me reconheci nos *turistas* que lá estavam e me indagava o que fazia com que estivéssemos aí. Enfim, o que fazia que se sentisse bem-estar ou algo do gênero em estar sentindo frio? O fato de se ter ocasião para vestir luvas, gorros, casacos, etc., para jantar ao redor de uma lareira, entre outras experiências, era algo que imaginava ser uma experiência diferente para muitas pessoas no Brasil. Nada disso fazia parte de minha pesquisa de mestrado, mas eu considerava haver aí um motivo suficiente para realizar outra pesquisa. Enquanto estava envolvido com esse universo (no próprio sindicato funcionava a rádio comunitária Quebra-Gelo, outra rádio que eu ouvia se chamava Nevasca FM, o ônibus que me levava de Lages para São Joaquim e vice-versa era da Nevatur, e assim por diante), pensava na possibilidade de o frio ser mobilizado como um tipo de valorização da cultura local, assim como, naquele

³ No texto utilizo o itálico para termos utilizados por meus interlocutores e duas aspas para citações de falas de interlocutores, trechos de textos e colunas de jornais, os quais muitas vezes são também produzidos por deles. Também uso duas aspas para referências bibliográficas e termos como “destino turístico” e “destino indutor”, que, apesar de serem muitos usados pelos meus interlocutores, à diferença de outros termos fazem parte de políticas de governo.

momento, o via ser a produção de maçã ecológica, a qual, não por acaso, os produtores estavam ligados à cooperativa denominada Cooperativa Econeve.

Minha dissertação de mestrado foi fortemente baseada, por assim dizer, na nova sociologia econômica, a qual coloca ênfase no enraizamento (*embeddedness*) social da ação econômica, e nos debates que ocorrem a partir desse conceito nos estudos rurais que enfatizam as relações com a cultura, o ambiente e o desenvolvimento local (GOODMAN, 2003; WILKINSON, 2002). Por isso, pretendia pesquisar como o local era acionado tanto pelos agricultores familiares, politicamente posicionados mais à esquerda, como por outras categorias sociais posicionadas mais à direita. Como será visto no decorrer desta tese, estes vínculos políticos não se tornaram uma questão importante, pois, muito embora quase todos interlocutores tenham relações com a agricultura e o rural, as oposições que orientam os embates entre agricultores familiares e seus contrários (patronais, hoje “agronegociais”) não são verificadas em outros âmbitos, como o do turismo, por exemplo, nem mesmo em um âmbito como o dos vinhos, que, apesar de ser uma atividade agrícola, está intimamente relacionado com o universo artístico (GARCIA-PARPET, 2009).

Tendo este contexto em vista propus como projeto de pesquisa de doutorado o estudo da construção social e simbólica da Serra Catarinense como um todo inteligível, capaz de ser ofertado em mercados de turismo e de vinhos. Nesses termos, eu vislumbrava que a Serra Catarinense era um território a partir do qual os mercados do turismo e também dos vinhos se expandiam associando as tradições locais em torno do frio e da paisagem a diversos produtos. Pensei em preparar-me com roteiros de pesquisa em torno do comércio de *souvenirs* e roupas para o decorrer do inverno, mas o máximo que eu consegui, em uma tentativa que fiz em um final de semana de feriadão no centro da cidade de São Joaquim, foi observar pessoas que chegavam e desciam do carro, tiravam fotos e por vezes olhavam algumas vitrines⁴.

O inverno tem sido o momento em que ocorre o turismo propriamente dito em São Joaquim. É quando se dá o auge daquilo que é produzido, sobretudo no caso de restaurantes, hotéis, pousadas e vinícolas. É essencialmente a *alta temporada*, ou

⁴ No Apêndice A descrevo essa experiência, evidenciando algumas questões aí surgidas que posteriormente foram importantes para os rumos tomados nessa tese.

simplesmente *temporada*, que ocorre principalmente no feriado de *Corpus Christi* e nos finais de semana entre este feriado e o começo de agosto, mas também durante as semanas que compreendem as férias escolares de julho. É quando o frio, eventualmente a neve, atrai os *turistas* para a região e faz sentido concreto o conceito publicitário de “mídia espontânea”, que ouvi algumas vezes de diversas pessoas. Isto porque se subentende que os boletins de previsão do tempo espalhados pela internet ou em matérias específicas no rádio e na televisão se encarregam de trabalhar pelos *marketeiros*. Nestes dias em que os *turistas* vão para a região é uma tarefa impertinente procurar interlocutores donos de pousadas, de hotéis, de restaurantes, de agências de turismo, de vinícolas.

É tempo de muita atenção com a recepção dos *turistas*. Os restaurantes precisam estar com as cozinhas em funcionamento, tendo-se principalmente o cuidado com o atendimento no salão. Não raro, em restaurantes recentemente abertos, vê-se um garçom tremendo no momento de servir a carne ou o vinho, em um esforço de adaptar-se a uma nova lógica de atendimento. Nas pousadas e hotéis a situação não é muito diferente. Nestes dias a lotação chega ao máximo e faltam lugares. Na grande maioria dos estabelecimentos, os proprietários estão envolvidos no trabalho. Além de o quarto ser agradável, com um café da manhã, o fundamental é garantir calefação e banho quente. Estes últimos são os artigos mais críticos. Ademais, cada hotel ou pousada investe em características específicas, a maioria lembrando que se está na cidade da neve. No geral, encontra-se nesses lugares *folders* e outros materiais de divulgação que indicam o que se pode fazer em São Joaquim: frequentar os restaurantes, visitar a Villa Francioni (primeira vinícola a receber visitação turística) ou contratar uma agência de turismo. Estas são as principais indicações.

Essas observações que eu fazia em campo aconteceram durante o ano de 2011, antes do exame de qualificação de tese, em momentos em que eu estava almoçando ou a partir de alguma conversa com moradores da cidade. Em nenhum momento até então eu tinha estado presente no encontro entre turistas e moradores locais para além disso, no que poder-se-ia chamar do fenômeno turístico de fato. Concentrei-me efetivamente no que à época me parecia ser um ‘arranjo institucional’ do turismo em São Joaquim, as pessoas e instituições que estavam envolvidas com as políticas e os

projetos voltados para o turismo no município, além daqueles que estavam envolvidos com a produção de vinhos, os quais eram e são destaque na cidade por serem um novo produto. A falta de trabalho de campo sobre o contato de moradores locais com turistas se refletiu no exame de qualificação, pois naquela ocasião apresentei os dados que eu tinha tentando construir uma unidade negligenciando os laços com o turismo. Discuti a questão dos vinhos, a questão do ‘arranjo institucional’, a questão do inverno, etc., sem considerá-las todas como componentes de um mesmo fenômeno, o turismo⁵.

Logo depois do exame de qualificação fui para a França realizar um estágio de doutorado-sanduiche e, lá chegando, após a primeira conversa com minha supervisora, a professora Anne-Marie Thiesse, vinculada à École Normale Supérieure, me entregou uma pasta com alguns textos que poderiam me interessar. Tais textos versavam justamente sobre turismo, de autoria de Saskia Cousin, cuja tese de doutorado abordou a relação entre a identidade regional e o turismo na França. Eu, que buscava relacionar as questões anteriormente mencionadas com a temática da identidade regional, encontrei nos trabalhos de Cousin um foco de diálogo.

O fato é que, assim como eu, outros profissionais das ciências sociais têm tido certas reticências em trabalhar com o fenômeno turístico. Desde que comecei a estudar mais sistematicamente a literatura antropológica e sociológica desse campo tenho encontrado menções a isso. Talvez porque, como argumentam Cousin e Réau (2009), entre uma definição sociocultural e uma categoria econômica, o turismo remete a representações contraditórias:

(...) stigmatisé em tant qu’individu – le “touriste” – comme phénomène – le “tourisme de masse” –, il est désiré par les agents économiques et politiques comme “facteur de développement” ou enchanté sous la forme du “voyage” et de la “rencontre avec l’Autre” (COUSIN e RÉAU, 2009, p. 4).

Cousin e Réau (2009) também afirmam que na França o turismo se mantém como um objeto de estudos quase exclusivo da economia e da geografia, sendo considerado como uma atividade secundária por sociólogos e antropólogos e seguidamente ignorado como objeto de estudos. No Brasil a situação parece ser semelhante, como afirma Barretto (2007), autora que também registra um aumento nos

⁵ Nesse momento, foram especialmente válidas as discussões propostas pelos professores Carlos Steil e Sergio Schneider, que compuseram a banca do meu exame de qualificação.

estudos antropológicos sobre o turismo no país no período recente (BARRETTO, 2009). Particularmente, Banducci Jr. (2001) ressalta que o interesse dos antropólogos brasileiros pelo turismo surge nos anos 1990, marcado por uma preocupação com a advertência dos problemas causados por empreendimentos turísticos a comunidades locais, sobretudo costeiras, sem tomar o turismo como um fenômeno de estudo no que diz respeito aos significados envolvidos para essas comunidades. Após examinar esses trabalhos, o autor chega à seguinte conclusão:

(...) ainda que superem essa perspectiva [de denúncia, apocalíptica], o enfoque dos trabalhos mantém-se prioritariamente no âmbito da economia política, ou seja, as análises procuram revelar sobretudo as contradições econômicas e políticas, com reflexos na cultura, que subjazem a implantação do empreendimento turístico em pequenas comunidades (BANDUCCI Jr, 2001, p. 34).

Traçando um cenário a partir dos Estados Unidos, Leite e Graburn (2009) afirmam ter percebido ultimamente que houve uma bifurcação nas “intervenções antropológicas” em turismo, podendo-se encontrar antropólogos que se autodefinem como “antropólogos do turismo”, os quais mantêm seus trabalhos junto a uma comunidade interdisciplinar de estudos do turismo e antropólogos que abordam o turismo sem ter contato com essa comunidade, tendo raros casos de antropólogos que dialogam com ambas as comunidades. Como, então, se pode abordar o fenômeno turístico?

De um ponto de vista histórico, o turismo foi inventado no Ocidente, mais especificamente por nobres britânicos. Boyer (2002) sugere que existiu uma “revolução turística”, paralela a outras revoluções acontecidas na Grã-Bretanha, as quais marcaram o início da modernidade. Segundo Boyer (idem, p. 18), “las diferentes fases del pre-turismo primero y del turismo después son contemporáneas de las eras paleo y neo-industriales”. Ainda segundo o autor, a palavra “turista” surge nos anos trinta do século XIX, enquanto o fenômeno já existia anteriormente. Desde fins do século XVII a expressão “*The Tour*” adquiriu um sentido novo e, durante um século, apenas os jovens britânicos ricos fizeram o “*Gran Tour*” da Europa. Esse tipo de viagem que, como aponta Boyer (2002), se tornou um elemento fundamental na formação do *gentleman*, passou por vários momentos desde então, com a mudança de sensibilidade com

relação a natureza e a emergência de novos meios de transporte para chegar em algo que se conhece hoje em termos de turismo.

De um ponto de vista antropológico, abordo nessa tese para a construção social e simbólica do turismo em São Joaquim e região, a partir da imagem regional relacionada ao frio. Nessa região, em São Joaquim especialmente, tudo se passa bem durante os meses de inverno, nos quais ao longo de aproximadamente vinte anos a imprensa escrita e televisiva nacional tem destacado esta como a cidade mais fria do Brasil. No restante do ano, os profissionais e empresários do turismo têm tratado de (re)compor as relações que resistem afim de alcançar o almejado desenvolvimento do turismo. No geral eles pressupõem que se o município de São Joaquim é reconhecido como um “destino turístico” no inverno, chegando ao ponto de ser escolhido como “destino indutor” de turismo⁶, há um *potencial* turístico a ser explorado.

Dessa maneira, o *potencial* aparece como uma espécie de ponte entre o “destino indutor” e o “destino turístico”. Enquanto essas duas últimas categorias estão presentes em políticas de governo, e são também categorias que remetem ao local enquanto um ponto no espaço (INGOLD, 2011), o *potencial* é uma categoria usada indistintamente para se referir as possibilidades econômicas de determinada lugar ou atividade. São estes usos, como se define e quem se relacionam com a noção de *potencial*, bem como os dilemas aí presentes, que são analisados ao longo do trabalho. Dessa maneira, a questão a principal da tese é o frio como o que faz ou pode fazer – no sentido de que ao mesmo tempo contém e ativa o *potencial* – de São Joaquim e região um lugar turístico.

Em certo sentido, trata-se de um processo que visa solucionar uma relação paradoxal do turismo com a economia, observada por Réau e Poupeau (2007): « Le marché des ‘produits touristiques’ met momentanément en suspens la réalité ordinaire, mais cette dénégation de l’économique participe à la valorisation symbolique du ‘produit touristique’ (RÉAU; POUPEAU, 2007, p. 10) ». Seguindo o raciocínio de Réau e Poupeau (2007), pode-se ter alguma referência para essa questão. Os autores propõem que :

⁶ O município de São Joaquim foi escolhido como “destino indutor” de turismo em uma política do Ministério do Turismo. Na seção seguinte é descrito isso.

(...) l'analyse des conditions sociales invisibles qui produisent un déni du « donnant-donnant » caractéristique du marché « parfait », permet de prendre en compte les mécanismes d'euphémisation des rapports marchands et des relations de domination, consubstantiels à un certain « enchantement du monde » touristique (RÉAU; POUPEAU, 2007, p. 10).

De fato, parece mesmo haver um “encantamento do mundo” turístico quando se pensa que São Joaquim e região têm um *potencial* para o turismo, o qual é enquadrado (*framing*), nos termos de Taussig *et al* (2013), por muitos interlocutores como algo infinito. No entanto, concomitantemente, vê-se junto à evocação do *potencial* dilemas diversos para a afirmação de São Joaquim como um *destino* turístico, os quais muitas vezes parecem levar justamente ao contrário do que se pretende com o *potencial*. Deste modo, parece que se desencanta o mundo turístico para se voltar, se não ao (re)encantamento de outros mundos, pelo menos à busca por diversas vias alternativas que colocam em questão os parâmetros sob os quais se vive no local. Tais questões são abordadas em capítulos específicos. Por ora é importante assinalar algumas questões sobre os meus interlocutores, a partir da ideia de *trade* do turismo.

O *trade* é uma palavra utilizada pelos meus interlocutores, funcionários de órgãos do Estado, representantes de associações como a Protur e o Conventions & Visitors Bureau, mandatários da prefeitura municipal ou de Secretaria de Estado para se referir a eles mesmos e a aqueles que têm o turismo como negócio. Quando é para se convocar uma reunião, frequentemente se convoca o *trade*. Quando é para mencionar uma necessidade que interessa ao grupo em um evento público, se afirma que é uma demanda do *trade*. Ao invés, então, de encontrar meus interlocutores em lojas, em feiras, festivais, espetáculos, shows, ou qualquer outro tipo de encontro com visitantes, expondo e vendendo seus produtos serranos, os encontrei em reuniões e eventos voltados para sua própria organização. Nesses momentos há de se convencer os próprios serranos das possibilidades do turismo na região, sendo esta oferecida pelo *potencial* turístico da região, pelas qualidades intrínsecas do serrano e da serra. O *trade* é assim o produtor do “produto turismo”, e, dessa forma, trata-se de um fazer político por excelência.

Mas, o que é efetivamente o “produto turismo” e quem são os produtores desse produto? Ao longo da pesquisa, foi possível constatar que embora todo negociante

(proprietário ou proprietária de hotel, de pousada, de restaurante, etc.) veja com bons olhos o turismo em São Joaquim, nem todos têm interesse por esse produto. Muitos manifestam uma postura que pode ser resumida como: se acontecer é muito bom, mas a vida segue assim mesmo. O mesmo poderia ser dito dos visitantes, pois nem todo visitante tem interesse pelos produtos serranos. Porém, atenho-me aqui aos produtores do produto turístico, aqueles que fazem parte do *trade*. Aqueles que estão engajados em reuniões e eventos buscando ações como, por exemplo, elencar as prioridades para o turismo na região, participar no Conselho de Desenvolvimento da Serra Catarinense (CONSERRA) ou participar de pesquisas sobre a competitividade do turismo com pesquisadores da Fundação Getúlio Vargas (FGV).

Vale a pena verificar que o estudo do *trade* tem uma história específica no âmbito dos estudos do turismo, mas com um sentido diferente. Na *Encyclopedia of Tourism* da Routledge (JAFARI, 2000), o *trade* do turismo não recebe um verbete específico para sua conceituação. Há o verbete “*trade show*”, caracterizado como uma forma específica de exposição. “A trade show is an exposition open to attendees from a particular trade or profession. (...) Trade shows and expositions are used extensively for tourism **marketing** (SHOCK, 2000, p. 592, grifos do original)”. E, há também o verbete “*trading area*”, caracterizado como “a geographically defined **region** from which a **service** firm draws its customers (BARTH, 2000, p. 592, grifos do original)”. Mas, não é por isso que o estudo do *trade* não tenha uma definição específica. O *trade* enquanto comércio, sua definição corrente na língua inglesa, está contido em vários outros verbetes e, como afirma Jafari (2000b), os primeiros estudos sobre turismo nos anos 1960 focavam somente suas contribuições econômicas e não o fenômeno como um todo. Jafari (2000b) propõe que se tome uma definição holística do turismo.

“tourism is defined as the study of man (the tourist) away from his usual habitat, of the touristic apparatus and networks responding to his various needs, and of the ordinary (where the tourist is coming from) and nonordinary (where the tourist goes to) worlds and their dialectic relationships. Such conceptualisations extend the frame beyond the earlier trade-oriented notions or definitions mostly devised to collect data and calculate tourist arrivals, departures, or expenditures” (JAFARI, 2000b, p. 585)⁷.

⁷ São conhecidas, como aponta Otamendi (2008), para as distintas disciplinas sociais implicadas com o fenômeno turístico, as cinco “plataformas” sobre o mesmo. “*Dichas maneras de conceptualización de la*

Com isso, poder ia-se dizer que o *trade* do turismo enquanto fazer político seria um desvio dos termos científicos pelas pessoas que o usam. Contudo, pode-se verificar isso, que poderia ser tratado como uma definição nativa, presente mesmo na literatura acadêmica. Para falar disso, dentre as ciências sociais, ficamos aqui apenas com um exemplo na antropologia – na tese de Silveira (2010), encontra-se no glossário: “**Trade turístico** – Iniciativa privada interessada no turismo. Hotéis, bares, restaurantes, agências de viagens, pousadas, comércio local” (SILVEIRA, 2010, p. 12, grifos do original). O *trade* é um dos blocos de entrevistados de sua tese, sendo assim definido: “poder público de turismo e cultura, produtores culturais, trade turístico, líderes de grupos de maracatus e formadores de opinião” (SILVEIRA, 2010, p. 26). Para a autora:

Na relação com o trade (intermediários – agências e operadoras de turismo), as tradições, independentemente de serem mais ou menos autênticas, passam a ser reinventadas, modificadas e revitalizadas para os turistas, sendo necessário compreender as relações e apropriações do mercado sobre a cultura (SILVEIRA, 2010, p. 23).

De minha parte, argumento aqui que o *trade* turístico vai além da iniciativa privada. O *Convention* (Convention & Visitors Bureau da Serra Catarinense) reúne as pessoas envolvidas com o *trade* em São Joaquim e região, abrangendo desde funcionários públicos, empresários, profissionais autônomos até líderes políticos (que participam com algumas reservas). De maneira semelhante, Brambatti (2005) situa o *trade* no que considera uma das dimensões de desenvolvimento que a atividade turismo trabalha na agricultura familiar: “a dimensão coletiva-associativa, que atua na concepção de circuito turístico, de *trade*, de cadeia produtiva, com maior cooperação e parceria entre os envolvidos, caracterizando o turismo em meio rural como uma ação de rede (BRAMBATTI, 2005, p. 47)”.

No caso de São Joaquim e Serra catarinense, um fato marca a postura dos participantes: a diferença na atuação dos políticos e a indiferença aos políticos dos demais membros. Os *políticos* são tanto aqueles que foram eleitos quanto aqueles que foram indicados, por esses últimos, para cargos no executivo. A diferença deles é buscada porque se considera que são os responsáveis pela descontinuidade de

actividad surgieron cronológicamente, aunque no han sido reemplazadas mutuamente entre sí, y son las siguientes: la Plataforma Defensora: el Bien; la Plataforma de Advertencia: el Mal; la Plataforma de Adaptación: el Cómo; y la Plataforma Basada em el Conocimiento: el Porqué (OTAMENDI, 2008, p. 2)”.

projetos turísticos e a indiferença é apresentada justamente por isso, porque não se espera deles que façam acontecer os referidos projetos.

Para os políticos, o turismo é um bom produto, assinala Cousin (2011). No geral, sua tese é de que o local é uma coprodução, difícil de ser atribuída a uma escala em específico, que tende a produzir imagens normatizadas (*normées*), à qual cada um é demandado a se identificar. Cousin (2006) sugere que o turismo cultural, uma modalidade frequente em locais de “fraco” desenvolvimento, tem acima de tudo um valor “político” e “identitário”. Segundo ela, mais do que colocar em prática instrumentos de cálculo econômico, as referências à racionalidade econômica ou ao mercado do “setor turístico” são puramente retóricas. Apesar disso, o turismo é a única atividade econômica na qual acreditam muitas coletividades locais (municipalidades, dentre outros), tendo sua eficácia nesse sentido apoiada em uma circularidade, como a autora verificou em sua pesquisa na coletividade de Loches, na França.

Essa observação sobre a circularidade do julgamento a respeito dos efeitos do turismo no desenvolvimento das localidades pode ser facilmente verificada em outros lugares⁸. Contudo, Cousin (2006; 2011) se detém na importância desses julgamentos circulares para os políticos, notando que, em uma pesquisa que realizou em feiras (*salons*) de turismo cultural, os atores políticos reclamavam de que existia no mínimo uma falta de coordenação entre coletividades locais. Tal fato, argumenta a autora, está relacionado à busca de singularização cultural e identitária das coletividades, a qual é acentuada quanto menor é a coletividade. Com isso, tentativas de harmonização (roteiros, circuitos, etc.) são fadadas ao fracasso « non parce que les élus locaux sont irrationnels, mais parce que, à leur échelle, et dans leur intérêt, ils mettent en oeuvre un dispositif et un discours commercial arrimés à des entités qui sont d’abord territoriales et, surtout, politiques » (COUSIN, 2011, p. 136).

Porém, sobre as mesmas feiras, Cousin (2005) nota que nelas se constitui uma comunidade de profissionais que como tal se reivindica e porta seus valores e imagens. É importante assinalar, para os objetivos dessa tese, que « la diffusion de ce discours s’opère de manière relativement indépendante de la réalité des réussites commerciales

⁸ Com efeito, há um debate amplo sobre os efeitos econômicos do turismo em geral, não apenas do turismo cultural. São muitos os autores que têm discutido isso. Para uma referência próxima e centrada na economia política ver Ouriques (2012).

pourtant mises en avant pour justifier ce que nous proposons de nommer la doctrine du tourisme culturel » (COUSIN, 2005, p. 61). Essa comunidade profissional me parece ser o indício não da falta de coordenação, mas da existência de outro tipo de coordenação que não passa necessariamente pelos políticos. Aqui justamente entra o *trade* na história, que tem na comunidade profissional turística a base de constituição, e que proponho ser uma forma de coordenação ou de gestão, em suma uma forma de governo das políticas do turismo.

1. O TURISMO EM SÃO JOAQUIM E REGIÃO SERRANA DE SANTA CATARINA

No ano de 2010 a Associação Pro Turismo – Protur de São Joaquim promoveu publicamente o lançamento do Sino da Neve na cidade. O ato ocorreu no dia 21 de junho, equinócio de inverno. Segundo relato do jornalista Toninho Goulart⁹, “a largada do Sino da Neve” ocorreu em uma das praças que se encontra no centro da cidade. Passando por duas das principais ruas e retornando para a mesma praça, os integrantes da Protur convidavam “lojistas” e a “população em geral” para tomarem parte da caminhada. “Seguindo um carro de som, tocando o *jingle* do Sino da Neve e com acompanhamento da polícia militar, cada um levava um sininho, anunciando a nova estação”¹⁰.

Diz Goulart que havia a presença e o apoio do prefeito da cidade ao grupo e, ao final, o Sino da Neve foi recebido na Igreja Matriz, também localizada no centro da cidade. “Um dos momentos mais emocionantes foi quando o grupo chegou em frente à Igreja Matriz. A igreja de portas abertas recebeu o Sino da Neve e por longos minutos o campanário ecoava pela cidade suas batidas inconfundíveis”¹¹.

O Sino da Neve que ora era lançado havia se tornado uma marca, sob a propriedade da Protur. Isso foi definido nas normas do Arranjo Produtivo Local (APL) do Turismo da Serra Catarinense, segundo as quais o uso da representação deve-se dar:

⁹ GOULART, Toninho. Chegada do inverno com Sino da Neve se torna uma marca turística na cidade. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&catid=388:noticias&id=598:chegada-do-inverno-com-sino-da-neve-se-torna-uma-marca-turistica-na-cidade – Acessado em 03/07/2010.

¹⁰ Idem.

¹¹ Idem.

“organizadamente com um comando central, por todos, para chamar a atenção dos turistas e para ser vendido como um souvenir típico”¹². Segundo a norma número 1, “o sino deve ser feito de bronze para o som das badaladas ser agudo e leve, para lembrar a neve. Pode ser utilizado em vários tamanhos”¹³. Além de sua forma ser projetada para o som lembrar a neve, a representação do sino, que deveria ser utilizada para divulgação e como emblema em *souvenirs*, cachecóis, gorros, camisetas e luvas tem o badalo transformado em flocos de neve (Figura 01).

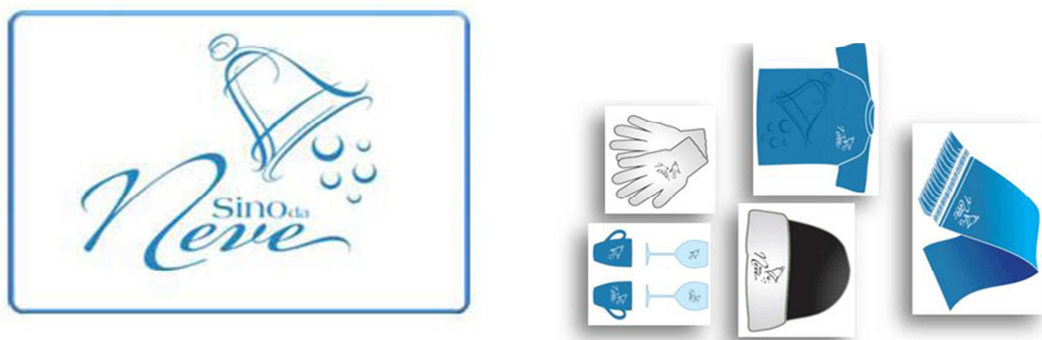


Figura 1: A representação do sino da neve, segundo normas do APL do Turismo da Serra Catarinense. Fonte: <http://www.serrasc.com.br> – Acessado em 03/07/2010.

A designação Serra Catarinense presente no APL do Turismo, se refere aos municípios de Lages, Urupema, Urubici, São Joaquim e Bom Jardim da Serra. Cabe observar que Serra Catarinense ou região Serrana de Santa Catarina frequentemente equivalem também aos municípios que no quadro político administrativo de Santa Catarina compõem as Secretarias de Desenvolvimento Regional (SDRs) de São Joaquim e Lages (Figuras 03 e 04) e a Associação dos Municípios da Região Serrana – Amures: Celso Ramos, Anita Garibaldi, Cerro Negro, Campo Belo do Sul, Capão Alto, São José do Cerrito, Lages, Ponte Alta do Norte, Palmeira, Otacílio Costa, Correia Pinto, Bocaina do Sul, Bom Retiro, Urubici, Rio Rufino, Paineira, Urupema, São Joaquim e Bom Jardim da Serra. Contudo, em um quadro socioeconômico esse termo pode

¹² O Programa SEBRAE Turismo incentiva a organização de APLs em todo o país, com vistas a empreender ações conjuntas de profissionalização e especialização dos serviços. O APL do Turismo da Serra Catarinense foi criado em 2007. Além de cursos e de ações, como, por exemplo, melhorias na gestão e no marketing dos empreendimentos (hotéis e restaurantes), foram criadas a Via Gastronômica Rua Emiliano Ramos na cidade de Lages, Roteiros Turísticos (sete em São Joaquim e um em Urubici), o Sino da Neve e o Festival da Truta em São Joaquim. Normas disponíveis em www.serracatarinense.tur.br – Acessado em 03/07/2010.

¹³ Disponível em www.serracatarinense.tur.br – Acessado em 03/07/2010.

designar também os municípios que compõe as SDRs de Campos Novos e Curitibanos. Cabe notar que desse ponto de vista o “socioeconômico” é o que engloba todos esses municípios em uma Macro Região, como, por exemplo, assumem a Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico Sustentável (SDS) e o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina (SEBRAE) (cf. SEBRAE/SC, 2013). Portanto, a “Serra Catarinense” (ou “Região Serrana de Santa Catarina”) turística englobaria menos e diferentes municípios que seus homônimos “socioeconômico” e “político-administrativo”.

A Protur é uma associação que existe em São Joaquim há aproximadamente vinte anos. Entre os anos de 2007 e 2010, quando vigorou o projeto coordenado pelo Sebrae, Nadia, proprietária da pousada Serra Verde, era a sua presidente. Com o lançamento do Sino da Neve, a expectativa pela ocorrência de neve, fenômeno que acontece quase todos os anos, em alguns dos quais em quantidade significativa a ponto de se tornar parte da paisagem local por um ou dois dias ou até uma semana, foi assim reafirmada pela Protur e por uma parcela dos moradores locais.

Então, pouco antes de eu mesmo dar uma largada – de outro tipo, aquela da minha pesquisa de doutorado – supunha que para muitos ali o inverno era o foco, enquanto para outros era um incremento de seus negócios e ainda havia aqueles para os quais seria a oportunidade de ver melhorias em seus empregos ou em sua na cidade. Mas, como isso se dava concretamente era o que eu buscava responder com a pesquisa.

Em 2011 conheci o Sino da Neve na Pousada Serra Verde. Nadia viria a tornar-se minha amiga e uma interlocutora importante. Retornei várias vezes à Pousada Serra Verde, algumas delas como hóspede, mas infelizmente não cheguei a presenciar a neve estando lá, para poder ouvir as suas badaladas em ação, muito embora tenha nevado algumas vezes nesse período. No entanto, Nadia e outros amigos e interlocutores em São Joaquim me fizeram conhecer um pouco mais do que é conviver com os *turistas* às suas portas em dias de inverno.

Para quem encara o frio como negócio, durante o inverno é quando tudo acontece: restaurantes, hotéis, pousadas e lojas ficam repletos de pessoas. No restante do ano se multiplicam perguntas sobre o que se pode fazer e se ensaiam muitas

respostas. Seguir o exemplo dos investidores das vinícolas que se proliferam pelos morros (montes ou montanhas) e encostas do município, organizar eventos como se faz em Gramado, melhorar a infraestrutura e a educação do povo serrano tem sido algumas das respostas. As alternativas dividem as opiniões, são polemizadas e estão sendo experimentadas. Não apenas a Protur lida com elas, mas também outras organizações, dentre as quais se destaca o Convention & Visitors Bureau, e governos municipal, estadual e federal, diretamente por meio de seus mandatários ou através das políticas de suas secretarias e funcionários.

Antes mesmo de estar em São Joaquim pude notar em materiais de divulgação na internet que profissionais e empresários vinculados ao Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau, no âmbito do APL do Turismo, tiveram atuação destacada. Depois de conhecer muitas dessas pessoas, de fato tive certeza de seu protagonismo. O Convention & Visitors Bureau é um tipo de organização empresarial que surgiu em Detroit, Estados Unidos, em 1886, com a finalidade de organizar convenções, congressos e reuniões de negócio. Como destacam Ford e Peeper (2009, p. 433) “what Detroit contributed was a model of how to turn the casual and typically uncoordinated efforts by cities and local businesses to attract convention visitors into a focused and organized profession”. Em 2004 foi organizada a Federação de Convention & Visitors Bureau de Santa Catarina que procura através da promoção de eventos, movimentar uma série de bens e serviços associados ao turismo¹⁴.

Desde então, acompanhei as atividades do *Convention*, como a ele se referem habitualmente meus interlocutores. Essa organização tem sido responsável por aglutinar um esforço para a expansão do turismo em São Joaquim e região, proveniente de empresários e, sobretudo, profissionais do turismo. O *Convention* reúne a maioria dos empresários diretamente ligados ao turismo na região, proprietários de hotéis, pousadas e restaurantes.

Ao mesmo tempo, há também um esforço desse tipo proveniente das políticas do Estado brasileiro para aumentar o consumo de “bens e serviços” ligados ao turismo.

¹⁴ Destaca-se a organização no ano de 2009 do Festival de Inverno nos municípios de São Joaquim, Urupema, Bom Jardim da Serra e Urubici, procurando afirmar a região no circuito turístico de inverno ao lado de Campos do Jordão e da Serra Gaúcha. Informações do site <http://www.fcvb.com.br/cvb-sc/> - Acesso em 22/09/2011.

Assim, as pessoas que se reúnem na Protur ou no *Convention* têm atuado em consonância com a “política nacional de turismo com enfoque territorial (BRASIL, 2013a, p. 2)”. É nesses termos que aparece no período mais recente a política de turismo do Ministério do Turismo (MTur), lançada há poucos anos, logo após a criação desse ministério, como a regionalização do turismo no Brasil. Em um balanço dos dez anos de existência do MTur, a Presidenta da República destacou a importância dessa política no seu âmbito:

Em sua primeira década de vida, o Ministério estabeleceu o marco legal da atividade no País, a Política Nacional de Turismo, e, como estratégia básica de desenvolvimento do setor, a regionalização. A decisão de tornar a região e o município protagonistas dessa importante ferramenta de desenvolvimento foi uma importante inovação. A gestão descentralizada tornou o Ministério do Turismo uma pasta com enorme presença nos municípios: quase 4 mil deles são beneficiados pelas obras de infraestrutura financiadas pelo Governo Federal por meio do MTur (BRASIL, 2013b, p. 9).

De fato, o município é uma unidade de fundamental importância no esquema de organização das políticas do MTur. Como exemplo, no Plano Nacional do Turismo 2003-2007, a partir da própria estrutura organizativa de tal ministério, que perpassava o Ministro e órgãos diretamente a ele relacionados, a Secretaria de Políticas de Turismo, a Secretaria de Programas de Desenvolvimento do Turismo, o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR) e o Conselho Nacional do Turismo, considera-se que “o Ministério tem como desafio conceber um novo modelo de gestão pública, descentralizada e participativa, atingindo em última instância o município, onde efetivamente o turismo acontece” (BRASIL, 2003a, p.12).

No escopo da regionalização do turismo promovida pelo MTur foram mapeados roteiros turísticos que poderiam ser considerados em conjunto no âmbito dessa política. Assim, no Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil tinha-se como base conceitual uma noção de que o território superaria o setorial como visão de desenvolvimento. Como se pode ver no trecho a seguir, pelo menos no papel essa noção se reveste de um tom romantizado do que seriam “parcerias” entre “organizações sociais”, “agentes econômicos” e “representantes políticos”:

Compreender o Programa de Regionalização do Turismo é assimilar a noção de *território como espaço e lugar de interação do homem com o ambiente*, dando origem a diversas formas de se organizar e se

relacionar com a natureza, com a cultura e com os recursos de que dispõe. Essa noção de território supõe formas de coordenação entre organizações sociais, agentes econômicos e representantes políticos, *superando a visão estritamente setorial do desenvolvimento*. Incorpora, também, o ordenamento dos *arranjos produtivos locais* e regionais como estratégico, dado que os vínculos de parceria, integração e cooperação dos setores geram produtos e serviços capazes de inserir as unidades produtivas de base familiar, formais e informais, micro e pequenas empresas, que se reflete no estado de bem-estar das populações (BRASIL, 2004, p. 11, grifos nossos).

Efetivamente, os objetivos do referido programa são todos de ordem econômica¹⁵. Com base nesse programa, foram escolhidos 65 “destinos indutores”, os quais no âmbito do Plano Nacional do Turismo 2007-2010 tornaram-se parte de uma meta que se referia à “qualificação” dos referidos “destinos” para alcançarem um dado padrão internacional¹⁶.

O município de São Joaquim foi um dos escolhidos nesse processo. Desde que comecei o trabalho de campo em São Joaquim, praticamente a totalidade de pessoas envolvidas com políticas de turismo que conheci a partir de Nadia, estavam em alguma medida comprometidas com o Grupo Gestor. “Grupo Gestor de quê?”, perguntava eu no começo a Nadia, ao que recebia uma resposta que era mais ou menos assim: “gestor do destino indutor”. Mas, o que é destino indutor? Essa era uma pergunta que, assim como a outra, por mais que parecesse evidente no papel, não era evidente na prática.

A expressão “destino turístico”, da maneira como é usada correntemente, denota um lugar que recebe um afluxo de turistas significativo a ponto de propiciar a constituição de uma atividade econômica do turismo. Em outros termos, indica que o afluxo de turistas permite que uma parte da população possa viver de serviços prestados a esses visitantes. Não era esse o caso de São Joaquim, ao contrário do que

¹⁵ Como se verifica ao serem elencados no seguinte trecho: “dar qualidade ao produto turístico; diversificar a oferta turística; estruturar os destinos turísticos; ampliar e qualificar o mercado de trabalho; aumentar a inserção competitiva do produto turístico no mercado internacional; ampliar o consumo do produto turístico no mercado nacional; aumentar a taxa de permanência e gasto médio do turista” (BRASIL, 2004, p. 11).

¹⁶ Pode-se ler nesse plano o seguinte: “A meta relativa ao desenvolvimento de produtos turísticos de qualidade passa por uma adequação conceitual. Propõe para o período 2007/2010 focar destinos turísticos selecionados, de modo a se constituírem em indutores do desenvolvimento do turismo regional e da roteirização turística, gerando modelos e referências para os demais destinos turísticos no Brasil, conforme o mapeamento apresentado pelo Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil” (BRASIL, 2007, p. 47).

se subentende ser, também conforme a noção correntemente usada do termo “destino turístico”, para os outros dois “destinos indutores” de turismo escolhidos em Santa Catarina, Balneário Camboriú e Florianópolis.

Estes municípios faziam parte da “Área Prioritária” no Programa de Apoio ao Desenvolvimento Regional do Turismo Sul - PRODETUR-SUL, na qual foram escolhidos “destinos turísticos consolidados”¹⁷. São Joaquim, como “destino indutor”, foi colocado ao lado destes municípios tendo para si paralelamente uma política específica do governo estadual. O projeto ACORDE Região de São Joaquim foi o primeiro implantado dentro do programa Ações Conjuntas de Revitalização e Desenvolvimento – ACORDE. Tal programa tem como objetivo elevar os indicadores econômicos e sociais em regiões consideradas insuficientemente desenvolvidas. Assim, os municípios dentro da área de abrangência da SDR São Joaquim foram considerados nesse projeto, que além dessa SDR, também tem a participação da Secretaria de Planejamento e da Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte. Desse modo, o turismo em São Joaquim tem sido objeto de políticas de governos de diferentes níveis (“destino indutor” e ACORDE São Joaquim destacadamente) e por organizações empresariais distintas (PROTUR, Convention & Visitors Bureau, SEBRAE, etc.).

2. O TRABALHO DE CAMPO E A ESCRITA DA TESE

Bruner (2005b) sugere que devido à dificuldade de interagir com um grupo de turistas durante o tour, é melhor fazer a pesquisa de campo com turistas acompanhando o ciclo todo da viagem, buscando se inserir desde a preparação da mesma. Essa sugestão ajuda a explicar o fato de não ter investido nessa pesquisa na

¹⁷ Informações disponíveis no site da Secretaria de Estado de Turismo Cultura e Esporte (SOL) de Santa Catarina, arquivo Perfil da Área Turística – PAT. (Disponível em http://www.sol.sc.gov.br/index.php?option=com_docman&Itemid=194, último acesso em 03 de janeiro de 2013). O PAT em que está caracterizada a “Área Turística” selecionada, a qual inclui municípios do entorno de Balneário Camboriú e Florianópolis, foi um pré-requisito para a elaboração do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável (PDITS), o qual seria o orientador dos financiamentos do PRODETUR, disponibilizados pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Segundo Araujo (2012), tal Programa foi criado nos anos 1990, em um contexto de crise financeira, tendo sido o único desdobramento da Política Nacional de Turismo instituída em 1996, particularmente no Nordeste do país, por meio do PRODETUR NE. Com a criação do MTur e dos respectivos Planos Nacionais do Turismo, o PRODETUR foi integrado à “Regionalização do Turismo” do referido ministério.

busca por interlocuções com turistas. O fato de a pesquisa etnográfica exigir um contato mais duradouro acaba por impor a necessidade de procurar alternativas, como essa que sugere Bruner (2005b)¹⁸.

Do caminho percorrido no trabalho de campo guardo algumas observações da primeira vez que estive em São Joaquim para essa pesquisa, no feriadão da independência em 2010 (Apêndice A), que são úteis para uma possível reconstrução do quadro metodológico dessa tese. Naquela ocasião imaginava que se pensaria a relação entre identidade regional e turismo em termos de imagens turísticas das cidades e da região. O que seria turístico naqueles lugares, incluindo aí a arquitetura, os jardins, etc.?

No entanto, a partir de São Joaquim me colocava em dúvida, porque havia subentendido certa ideia de que a cidade era “feia” para o turismo, o que registrei em meu diário de campo pela arquitetura e a pintura de casas e bares frequentados por trabalhadores, que se podem ver às margens da rodovia que cruza a cidade logo após passar por um portal de boas vindas. No final das contas, cheguei a uma discussão um pouco diferente sobre isso, exposta no capítulo 6 em torno de um debate mais amplo que envolve diferentes questões específicas em torno a uma mais geral: o *potencial* do serrano, particularmente do trabalhador do campo (dos pomares de maçã, principalmente) para se “qualificar” e ingressar no turismo (na “indústria do turismo”).

Isso se tornou um capítulo da tese porque a priori não considerava, nem cheguei a considerar, como interlocutores da tese trabalhadores agrícolas, tampouco trabalhadores da própria “indústria do turismo”. São os próprios interlocutores do *trade*, que, cabe observar, não chega a abranger tais trabalhadores, quem são os entrevistados e a partir dos quais construo os argumentos aí desenvolvidos. Ademais, não se pode mesmo dizer que em São Joaquim haja uma “indústria do turismo”, como notei anteriormente ao falar da atividade econômica turística, que empregue trabalhadores dessa indústria. Estes são no geral, antes de tudo, parcialmente empregados aí, como, por exemplo, uma empregada doméstica ou uma diarista que trabalha na casa e na pousada da empregadora ao mesmo tempo. Abordo isso no

¹⁸ Graburn (2002) faz um excelente apanhado de questões sobre a etnografia com turistas a partir de suas próprias experiências e de seus alunos. Ele aponta como esse é um campo que carece de bastante aprofundamento.

capítulo 5, com entrevistas realizadas com “pousadeiras”, as quais considero o grupo mais expressivo do que seria uma atividade econômica turística em São Joaquim.

Com meus interlocutores do *trade* outras questões surgiram às quais dediquei atenção e que podem ser vistas também nos demais capítulos da tese. O primeiro, que começou a ser escrito como um capítulo introdutório, com ares de revisão bibliográfica, tem seu foco principal voltado para a questão da construção social da imagem regional. Primeiramente, apresenta algumas das principais referências teóricas para esse debate em específico e em seguida discuto algumas questões que daí se depreende. Então, discuto a construção social da imagem região serrana de Santa Catarina e sua relação com o turismo a partir do surgimento do Turismo Rural nos anos noventa. Finalmente, analiso um mesmo processo ocorrido no chamado “mundo dos vinhos” nessa região e numa região da França, com as particularidades de cada uma.

No segundo capítulo começam a aparecer mais efetivamente os meus interlocutores no que eles consideram os significados do *potencial* turístico de São Joaquim e da Serra Catarinense e como eles produzem isso. Ao mesmo tempo, traço uma relação entre o que se explorou desse *potencial* nos anos 1990 por meio do Turismo Rural com o histórico de ocupação territorial da região. Essas relações compõem um texto que expõe trajetórias e dispositivos de produção do *potencial* turístico.

O terceiro capítulo expõe outro conjunto de importantes questões específicas reunidas em torno de uma questão mais geral: o governo da “região turística”. A “região turística” tomada aqui como sendo definida pelas políticas de Estado no período recente, destacadamente a regionalização do MTur que coloca São Joaquim como um “destino indutor” de turismo, o qual se considera como mais um dentre os “agentes” que estão fazendo o governo dela. Dentre outros, especial atenção é dada ao *Convention*, considerada uma organização que leva consigo determinada moral sobre a profissionalização da gestão do turismo, que não necessariamente é produzida em um centro determinado.

O quarto capítulo expõe uma discussão sobre os modos de pertencimento à região, especificamente à “região turística” ou o “destino turístico”, pela vida de pessoas que fazem esse lugar se tornar, assim, um fazer que não se termina. Nesse capítulo

não é exatamente o *trade*, como vinha sendo nos anteriores e, de certa forma, continua sendo nos posteriores, o agregador dos interlocutores. Mas, como outras maneiras de se considerar as articulações na pesquisa podem ser interessantes. Particularmente, procuro trabalhar uma abordagem baseada em ideias de Ingold.

O quinto capítulo surgiu da discussão do que é praticamente uma palavra de ordem entre meus interlocutores, a superação da chamada “sazonalidade do turismo”. De quem contrata funcionários no inverno e os dispensam quando ele acaba até a RBS e a CVC que se unem para produzir eventos na primavera, a políticos de estirpes distintas, são muitos os que se implicam em estender o tempo possível de se aproveitar o *potencial* regional. O aprofundamento da discussão levou a consideração da temática hospitalidade a partir de uma abordagem antropológica.

Por último, o sexto capítulo aborda uma discussão sobre a *cultura* serrana. Entre meus interlocutores e a população em geral com quem tive contato, um dos principais problemas para o desenvolvimento do turismo que têm sido identificados diz respeito à sua incapacidade para aproveitar o *potencial* turístico. Para além do culturalismo presente nessas avaliações, nesse capítulo busca algumas outras respostas, partindo principalmente de uma discussão sobre os significados de *potencial* turístico.

Enfim, esta organização da escrita, que reflete a maneira como a pesquisa foi feita, pode ser vista como uma maneira de ver os distintos componentes do turismo, pois como afirmam Leite e Graburn (2009), “turismo” pode se referir a um mesmo fenômeno cultural a partir de diferentes pontos de partida (a “indústria”, uma oportunidade emprego, uma fonte de estranhos em uma localidade familiar de alguém, uma força para a mudança social, um emblema e um meio de globalização, uma forma de representação cultural e de *brokerage*, um espaço para a construção e performance de identidades, ou a combinação de qualquer desses e de outros pontos mais). Assim, o turismo é “most productively viewed not as an entity in its own right, but instead as a social field in which many actors engage in complex interactions across time and space, both physical and virtual (LEITE e GRABURN, 2009, p. 37)”.

De alguma maneira, foi um pouco nesse sentido que essa tese foi feita e tomou a forma atual. Reflete algumas escolhas que foram sendo tomadas no sentido de problematizar as relações entre a valorização do regional enquanto um trunfo para o

turismo e, por outro lado, a própria desvalorização do regional diante de iniciativas turísticas. Em meio a isso, foram tratadas algumas questões que constituem essa problemática, algumas delas mais frequentemente debatidas nas ciências sociais e outras menos.



Figura 2 Mapa de Santa Catarina, com destaque para os municípios da região de São Joaquim. Fonte: <http://www.spg.sc.gov.br/AcordeSaoJoaquim.php> - Acesso em 25/02/14.



FIGURA 03: Municípios que integram a Secretaria de Desenvolvimento Regional de Lages.

Fonte: <http://www.sc.gov.br/conteudo/governo/regionais/lages.htm>. Acesso em 10/02/2011



FIGURA 04: Municípios que integram a Secretaria de Desenvolvimento Regional de São Joaquim.

Fonte: <http://www.sc.gov.br/conteudo/governo/regionais/saojoaquim.htm> Acesso em 10/02/2011

1. “A REGIÃO MAIS FRIA DO BRASIL”: A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA IMAGEM REGIONAL

O inverno é objeto de desejos ambivalentes, manifestos cristalinamente nos poucos dias em que ocorre frio intenso e neve no país. Se uns querem viver o frio em um desejo de se sentir em outro país, outros não cessam de lembrar que o frio por si só não faz outro país. Aquele que corre para ver a neve em São Joaquim pode bem ser questionado e, frequentemente, se vê e se ouve questionamentos a essas pessoas, pois, normalmente se entende que se é para ver neve que se vá no mínimo para os Andes, especialmente para Bariloche. No entanto, a neve e os eventos a ela associados são vividos pelas pessoas envolvidas de modos bastante intensos. Ser ou parecer *fake* não vem necessariamente ao caso, porque isso é apenas um aspecto do que faz eventos dessa natureza serem mais ou menos importantes para as pessoas que os vivenciam. De fato, esses eventos se relacionam a uma contínua (re)atualização da identidade serrana em Santa Catarina. Tendo sido os referenciais dessa identidade bem estabelecidos, por parte de interlocutores relacionados ao turismo veem-se iniciativas para fazer com que eles sejam redirecionados para o consumo turístico. Nesse capítulo abordo a construção social desses referenciais, a criação do Turismo Rural enquanto um mercado para essa imagem regional e a recente emergência dos vinhos finos de altitude no quadro da expansão mundial da produção e consumo de vinhos. Para isso, apresento também a descrição da construção da imagem regional para os viticultores de uma região francesa.

1.1 IDENTIDADE E IMAGEM REGIONAL

1.1.1 Um debate sobre identidade regional

As classificações não estão dadas naturalmente, postulavam Durkheim e Mauss (1969) em um ensaio no início do século XX. “Toute classification implique un ordre

hiérarchique dont ni le monde sensible ni notre conscience ne nous offrent le modèle (DURKHEIM; MAUSS, 1969, p.18)”. Com essa ideia, os autores afirmavam aquilo que veio a se tornar característico na chamada “Escola Sociológica Francesa”, a existência do social ou da sociedade enquanto um fato passível de ser observado. Bourdieu (2007) ao analisar a efervescência de identidades regionais na França nos anos 80 colocou em primeiro plano algo que seria importante para muitos estudos sobre o tema. Segundo ele, as lutas a respeito das propriedades de origem ligadas ao lugar são um caso particular nas lutas das classificações do mundo social.

As lutas a respeito da identidade étnica ou regional, quer dizer, a respeito de propriedades (estigmas ou emblemas) ligadas à origem através do lugar de origem e dos sinais duradouros que lhes são correlativos, como o sotaque, são um caso particular das lutas das classificações, lutas pelo monopólio de fazer ver e fazer crer, de dar a conhecer e de fazer reconhecer, de impor a definição legítima das divisões do mundo social e, por este meio, de fazer e de desfazer os grupos (BOURDIEU, 2007, p. 113, grifos do original).

Para o autor, o que está em jogo é o poder de impor o que chama de princípios de di-visão do mundo social sobre a realidade e a identidade do grupo. Assim, dessas lutas simbólicas são fabricados coletivos sociais, sob um estado anterior do mundo social. Os stigmas e emblemas, mobilizados nas lutas de classificações regionais, geralmente representam tradições de passados antigos. Hobsbawm (2008), outro autor de relevo nesses estudos, no mesmo período afirmava que as tradições podem ser recentes ou mesmo inventadas. Tomando como exemplo inicial a pompa que cercam as cerimônias da realeza britânica, um aparato que data dos séculos XIX e XX, argumenta ele:

O termo tradição inventada é utilizado num sentido amplo, mas nunca indefinido. Inclui tanto as “tradições” realmente inventadas, construídas e institucionalizadas, quanto as que surgiram de maneira mais difícil de localizar num período limitado e determinando de tempo – às vezes coisa de poucos anos apenas – e se estabeleceram com enorme rapidez (HOBBSAWM, 2008, p. 9).

O autor define tradição como um conjunto de práticas, tácitas ou abertamente aceitas, de natureza ritual ou simbólica, que tem uma continuidade no tempo. Estas se diferenciam do costume, que abre espaço para mudanças, com a sanção do posterior pelo precedente, assim como se diferenciam de convenções e rotinas, que

normalmente não têm funções rituais. Hobsbawn estava voltado para análise da invenção das nações modernas.

Thiesse (2001) salienta que a construção de nações não se deu da maneira como é contada pelas histórias oficiais (nas eras obscuras e heróicas, na lenta conquista de territórios e de alianças, etc.). Mas, sim, a partir do momento em que um punhado de indivíduos declara que uma nação existe e se dedica a elencar as provas disto.

Tout le processus de formation identitaire a consisté à déterminer le patrimoine de chaque nation et à en diffuser le culte. La première étape de l'opération n'allait pas de soi : les ancêtres n'avaient pas rédigé de testament indiquant ce qu'ils souhaitaient transmettre à leurs descendants et il était en outre nécessaire de choisir parmi les ancêtres ceux qui étaient retenus comme donateurs, voire de trouver d'hypothétiques ascendants communs aux Auvergnats et aux Normands (aux Souabes et aux Saxons, aux Siciliens et aux Piémontais). Pour faire advenir le nouveau monde des nations, il ne suffisait pas d'inventorier leur héritage, il fallait bien plutôt l'inventer. (...) La tâche était d'ampleur, elle fut longue et collective. Un vaste atelier d'expérimentation, dépourvu de maître d'oeuvre et pourtant intensément animé, s'est ouvert en Europe au XVIII^e siècle et a connu sa plus haute productivité au siècle suivant. Sa caractéristique fut d'être transnational (THIESSE, 2001, p. 12-13).

Para as nações recentemente criadas e as que podem vir a ser, um *check-list* prescritivo está à disposição: construção de continuidade histórica, busca por ancestrais comuns, heróis modelos de virtudes nacionais, recolhimento de folclore, paisagem típica, representações oficiais e identificações pitorescas, uma língua, uma bandeira, um hino (THIESSE, 2001). Um *check-list*, sugere a autora, que envolve certas lutas por definições, muitas vezes dramáticas e conflituosas em torno de quem detém tal ou qual prerrogativa sobre essa ou aquela característica. Isso porque, no interior de um mesmo Estado pode haver a reivindicação da existência de mais de uma Nação ou grupos à parte ao Estado nacional, questões que se refletem na própria abrangência dos Estados e nas relações entre os mesmos¹⁹.

As características de uma nação dizem respeito aos ancestrais, os quais são tomados como os antepassados de todo um povo. De acordo com Thiesse (2001), na

¹⁹ Isso em determinados momentos pode eclodir na criação de outro Estado-Nação (veja-se o que se passou no Leste Europeu na década de 1990), ou a partir de um limite definido previamente para o Estado a Nação se desloca para incorporar novos grupos (veja-se a chamada marcha para o oeste nos Estados Unidos ou no Brasil).

primeira fase da construção da identidade nacional o povo tem um papel de fóssil vivo, função atenuada na medida em que se coloca acento sobre outra, a “fonction Montesquieu”. Tendo como modelo sobretudo as Nações europeias, argumenta a autora que “le peuple – il est désormais clairement spécifié qu'il s'agit de la paysannerie –, parce qu'il est tout près du sol, est l'expression la plus authentique du rapport intime entre une nation et sa terre, du long façonnage de l'être national par le climat et le milieu (THIESSE, 2001, p. 161)”. Segundo Thiesse (2001), para esta função a alma da terra natal e o gênio ancestral se encarnam no povo dos campos, na maneira não apenas de uma inscrição legítima na história, mas também pela determinação territorial.

No Brasil algo semelhante aconteceu há quase um século. Era o período conhecido como República Velha (1889-1930), no qual foram desencadeadas várias transformações sociais com a proclamação da República. Segundo Oliven (2006), no período da República Velha, intelectuais como Sílvio Romero, Euclides da Cunha, Nina Rodrigues, Oliveira Vianna e Arthur Ramos estavam entre aqueles que, por meio de uma explicação da interação entre raça e ambiente, consideravam os brasileiros apáticos e indolentes, tendo uma vida intelectual destituída de filosofia e ciência. Para Oliven (2006), contrariamente, a valorização do que seria mais autenticamente brasileiro – o índio, a vida rural, e assim por diante – teve seu apogeu com os romances de José de Alencar e continua a estar presente na vida intelectual do país.

Para Oliven (2006) uma linha de divisão nesse panorama foi a Semana de Arte Moderna de 1922, reposicionando o Brasil em relação aos movimentos culturais e artísticos modernos e na procura das raízes nacionais. O Modernismo que se viu a partir de 1924 colocou ênfase sobre a necessidade de elaboração de uma cultura nacional causando uma redescoberta do Brasil pelos brasileiros. E, apesar de certo chauvinismo e orgulho com respeito a São Paulo – cidade onde o movimento surgiu –, refutavam o conceito de identidade regional. Por outro lado, como mostra Oliven (2006), em Recife, cidade mais desenvolvida do Nordeste do país, em 1926 Gilberto Freyre lançava o Manifesto Regionalista, exaltando a preservação das tradições, especialmente das regiões menos desenvolvidas.

Segundo Oliven (2006) a posição de Gilberto Freyre era similar a dos Românticos na Europa no século XIX. Gilberto Freyre era herdeiro de uma aristocracia

rural e em certa medida estava em luta com representantes de uma nova ordem social emergente. Como arremata Oliven (2006), o debate em torno do tradicional e do moderno continua presente no Brasil, seja em movimentos como o de músicos do Tropicalismo que exploraram estas contradições, seja em reivindicações por descentralização administrativa, por um verdadeiro federalismo ou por uma reforma tributária que distribua maiores recursos para estados e municípios.

Thiesse (1997) argumenta de que o regional é parte do nacional e não seu oposto, como muitos afirmam por o considerarem inerentemente não moderno ou separatista. Thiesse (1997) demonstrou como na instituição escolar na Terceira República francesa, numerosos manuais eram destinados ao conhecimento das “*petites patries*” para que as crianças pudessem melhor apreender a “*grande Patrie*”, a síntese mais elaborada de uma grande obra identitária. Um grande trabalho foi colocado em marcha pelo Estado por meio da instituição escolar para que a França passasse a existir.

Segundo Thiesse (1997) tais manuais escolares precederam a terceira república, mas o essencial foi produzido entre os anos 1871 e 1944. O conhecimento do local precedendo o conhecimento do nacional na instituição escolar estava em relação com a nova definição de identidade francesa no início da terceira república. Como relata a autora após a derrota para as tropas alemãs, a França não é mais considerada pelos seus dirigentes como a nação mais potente e mais avançada. Uma nova definição do país é colocada em marcha, deixando para trás a ênfase em um domínio particular (militar, econômico, etc.) e acentuando o agrupamento de todos os elementos (mistura de formas, clima, recursos naturais) necessários ao bem estar humano. Thiesse (1997) ressalta que o interesse ideológico desta representação tem também a vocação para desarmar os conflitos interiores. O discurso que define a nação como “a unidade na diversidade” não seria possível se a unidade já não estivesse anteriormente consolidada. Para a autora, a força deste discurso está em um consenso político e social, sobretudo esquivando a questão social por um deslocamento geográfico.

Segundo Thiesse (1997), apesar deste discurso não dar conta de transformações induzidas pela modernidade (industrialização, urbanização, êxodo rural, etc.), o mundo operário ou os milhares de estrangeiros que se estabeleceram na

França durante a Terceira República se apropriaram desta representação mesmo não tendo lugar nela. Essa referência necessária às tradições locais também acontece no Brasil. No país, as lutas por reconhecimento de identidades regionais afloraram nos anos 1980 quando a redemocratização do país permitiu a expressão de grupos regionais, junto com outros grupos como as mulheres, os negros, os homossexuais, etc. (OLIVEN, 2006). Atualmente estes são temas recorrentes na produção científica das ciências sociais no país²⁰. Como demonstrou Oliven (2006), a ênfase nas peculiaridades regionais como um meio para chegar ao nacional é constantemente atualizada. Sendo assim, não se pode considerar aprioristicamente que a defesa do regional é contrária aos anseios nacionais, tampouco que esta mesma defesa ao mobilizar as tradições locais é desafeita ao moderno.

É provável que o que haja de peculiar à sociedade brasileira seja justamente sua capacidade de deglutir aqueles aspectos da modernidade que lhe interessam e transformá-la em algo adaptado a sua própria realidade, em que o moderno se articula ao tradicional, o racional ao afetivo, o individual ao pessoal (OLIVEN, 1999, p. 426).

1.1.2 Outro debate: imagem regional

Avanza e Laferté (2005) argumentam que no início dos anos 1980 Bourdieu reagiu aos essencialismos dos movimentos regionalistas, situando-os como mais um tipo de luta por poder, nesse caso pelo poder de classificar os mundos sociais. Segundo os autores, no mundo científico próximo a Bourdieu, o conceito de identidade tomou o lugar do conceito de cultura, percebido então como ahistórico e pouco sociológico. Para os mesmos, os trabalhos de Anne-Marie Thiesse representam o pleno florescimento dessa abordagem, somados aos de outros autores do mesmo período, carregam uma veia de trabalhos sobre a nação e a região que desnaturalizam o que era anteriormente percebido como realidades atemporais. No entanto, outros autores empregaram o termo de maneira essencialista e reificante, dentre os quais Fernand

²⁰ Segundo Oliven (2010) as referências desse debate nos anos 1980 eram a Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais (Anpocs) e a Associação Brasileira de Antropologia. Os fóruns eram grupos de trabalho criados na Anpocs, com o mote de “Cultura Brasileira” e “Cultura Popular e Ideologia Política”.

Braudel em *Identidade da França*. Sendo assim, para Avanza e Laferté (2005) os sentidos do termo identidade são muito ambíguos para atender as exigências da atividade científica.

Segundo os autores, muitas vezes uma maneira de se desvincular do senso comum é redinamizar a noção inscrevendo diretamente em um processo. Mas, ainda assim, outras dificuldades podem aparecer, as quais Avanza e Laferté (2005) classificam em três formas: uma postura denunciadora de consequências políticas adversas, um obstáculo epistemológico por colocar o olhar prioritariamente sobre a produção da “identidade” em detrimento de sua recepção e de sua apropriação e por fim um desencantamento relativista pouco preocupado com a institucionalização do social. Para os autores, a postura denunciadora corre o risco de abrir o caminho para que nada seja considerado essencial ou não revisável, sendo que em determinados contextos – como foi o caso nas lutas por independência de antigas colônias – isso pode ter consequências catastróficas²¹.

Além disso, argumentam Avanza e Laferté (2005) que estudar simplesmente a produção das identidades, pode na verdade escamotear aspectos importantes no que diz respeito à apropriação das mesmas – veja-se a importância do aparato de Estado em difundir as identidades nacionais, demonstrado por Anne-Marie Thiesse. Por último, mais do que denunciar a ilusão da continuidade entre o passado e o presente é preciso prestar atenção ao que as fazem serem legítimas, tendo em vista que a ideia de construção social não pode perder de vista as estruturas sociais ou as instituições sociais de que fala Durkheim. “Bref, maintenant que nous concevons que tout est construit, il s’agit plutôt de comprendre comment une nation, région ou ethnie, tout «inventée» soit-elle, a pu s’affirmer comme principe de définition de soi pour un groupe d’individus (AVANZA;LAFERTE, 2005, p. 135)”.

²¹ Vale lembrar a observação de Sahlins (2004, p. 6): “O que mais se pode dizer disso, senão que algumas pessoas sempre tiram a sorte grande da história? Quando são os europeus que inventam suas tradições – com os turcos às portas – trata-se de um renascimento cultural genuíno, o início de um futuro progresso. Quando outros povos o fazem, é um signo de decadência cultural, uma recuperação factícia, que não pode produzir senão simulacros de um passado morto”.

No entanto, também levo em conta um apontamento de Strathern (1992) sobre a “invenção da tradição” de Hobsbawm, pois é importante para a discussão do regional em outra direção, que permite um entendimento da ideia de *potencial*. Para Strathern (1992), a “invenção da tradição” de Hobsbawm é uma concepção que considera que noções como a de natureza ou de individualismo estavam estabelecidas séculos atrás. Segundo a autora, concepções como estas consideram que ideias antigas perduram tomando novas formas. Para ela, pelo contrário, “it is tradition that changes: it is all that can (STRATHERN, 1992, p. 11)”. Nisso Strathern (1992) argumenta estar presente um axioma antropológico, o de que “entities are the products of relations; nothing is not embedded in some context or world view that gives it its special shape (STRATHERN, 1992, p. 12)”. Em outros termos, Strathern (1992) argumenta contra a ideia de que existem fatos naturais “após” os quais sociedades são construídas.

Logo, para Strathern (1992) o gosto dos ingleses por *pets* em substituição a crianças ou a valorização de fragmentos de paisagens rurais (*patches of countryside*) devem ser vistos como os produtos e não as causas do individualismo e da noção de natureza moderna, respectivamente. Assim, o individualismo não tem uma natureza eletiva (questão de escolha) ou um senso de exclusividade (muitas vezes expressa como isolacionismo geográfico). O individualismo ou a individualidade das pessoas não podem ser compreendidos simplesmente em termos do que eles descrevem (a solidão, por exemplo).

If I suggest something has happened, it is only to point to something that has been 'happening' all the time, namely the way people put value on what they value. When this takes the form of making the implicit explicit, then what was once taken for granted becomes an object of promotion, and less the cultural certainty it was. A cultural certainty to which I refer here is the association between the twin concepts of individuality and diversity. It was once a fact of nature that these went together (STRATHERN, 1992, p. 35).

Como busco demonstrar adiante, a categoria de *potencial* regional, permite visualizar mais ou menos a maneira como as pessoas colocam valor em determinados aspectos desse todo (regional). Ao invés de realçar a tradição regional enquanto o meio pelo qual, inventando e reinventando-se seus conteúdos, o povo de origem regional se constitui, busca-se assim visualizar como sem fazer parte desse povo, não necessariamente em aliança ou em conflito com ele, também se pode fazer o regional

existir. No limite não está o fim do povo regional, pelo menos no horizonte em que se pode analisar agora, tampouco a obsolescência de sua constituição que se deu precedentemente, pois, como lembra Oliven:

O conceito de região – cuja origem etimológica latina vem de *regio*, isto é, *real* – só pode ser construído em relação ou em oposição ao conceito de nação. Sem nação não há região. Um dos usos que pode ser feito da reivindicação regionalista é o de procurar opor regiões entre si, pressupondo que cada uma delas é internamente homogênea e, portanto, portadora de interesses comuns, escamoteando assim suas clivagens de natureza social, econômica e cultural (OLIVEN, 2010, p. 409).

Portanto, o que afirmo é que o regional é importante para que o *potencial* se expanda, como uma força oculta e eventualmente se manifeste. Nesse caso, usando os termos de Oliven, as clivagens econômicas e políticas são determinantes para o que se faz, ou se pode fazer, como uma possibilidade aberta à escolha. São essas articulações que abordo no capítulo seguinte. Porém, antes disso, a seguir abordo a construção social da imagem regional na Serra Catarinense e a emergência dos vinhos finos de altitude.

1.2 A CONSTRUÇÃO SOCIAL DA IDENTIDADE SERRANA

A identidade serrana foi constituída ao longo das últimas três décadas. Durante os anos 1980, as criações de gado em extensas fazendas e as explorações da mata de araucária, que vinham sendo as bases econômicas da região, tornaram-se objeto de festas e rituais. A cidade de Lages continuou sendo o centro dos principais eventos regionais, dentre os quais se destaca a Festa Nacional do Pinhão, organizada pela prefeitura municipal. A festa é a expressão principal de vários eventos realizados desde o início dos anos 1970, que tinham como objeto o pinhão e determinadas tradições regionais. O pinhão principalmente na confecção de pratos típicos, tais como a paçoca de pinhão e o entrevero, e as tradições que rememoram o passado de tropeirismo, com

destaque para a incorporação das tradições gaúchas por meio dos Centros de Tradições Gaúchas (CTG's)²².

Desde então, a Festa Nacional do Pinhão, que ocorre todos os anos no feriado de Corpus Christi, é umas das principais referências para a formação de representações sobre Lages e toda a região. O pinhão está representado em construções e é servido em barracas, lanchonetes e restaurantes instalados no parque da festa. O parque foi criado no bairro Conta Dinheiro, onde se diz na cidade que era um ponto de parada dos tropeiros no século XVIII para efetuarem negócios. Na frente do parque foi construído um monumento em homenagem aos tropeiros. A festa ocorre geralmente em oito dias, com a apresentação de um artista de renome nacional sendo a principal atração de cada noite. Além disso, outros três palcos movimentam a festa, um com shows de música gaúcha e nativista (onde também ocorrem os festivais nativistas), outro com apresentações de artistas locais classificados no gênero cultural e outro chamado de alternativo (com bandas de rock e pagode).

Com exceção do chamado palco cultural, os demais tem seus shows ocorrendo durante a noite, com o palco dos shows nacionais tendo prioridade sobre os demais. Quando não há shows nacionais, o público se divide entre o alternativo e o gaúcho/nativista e a visitação a stands e bares e restaurantes. O palco gaúcho/nativista situa-se numa área de maior concentração de bares e restaurantes, em relação ao alternativo, o que lhe confere uma posição de maior prestígio no andamento da festa. Nesse palco, onde se apresentam sobretudo artistas gaúchos e catarinenses, é onde se dão as maiores contribuições à defesa das tradições (gaúchas, nativistas, regionalistas), seja através das vestimentas, das letras de músicas, ou das defesas que os artistas fazem ao microfone. Nesse palco há dois festivais, um deles (Sapecada da Serra Catarinense) onde somente participam artistas regionais e outro (Sapecada da Canção Nativa) onde participam todos. No primeiro as temáticas são alusivas à região e garantem vagas para os vencedores participarem no segundo, onde predominam os artistas gaúchos. Quando os artistas concorrentes nesses dois festivais não estão se

²² De acordo com Peixer (2002) quando imigrantes, ou descendentes de italianos e alemães chegaram à região na época do boom das serrarias existiram disputas entre esses e grupos locais sobre quem seriam os representantes das tradições gaúchas.

apresentando, o palco é dividido entre apresentações de artistas da música nativista e da música gaúcha²³.

A identidade gaúcha, de acordo com Oliven (2006), está baseada num passado pastoril que teria existido na Campanha, sudoeste do Rio Grande do Sul e na figura real ou idealizada do gaúcho. Sobre tal identidade é interessante a afirmação de Marcon (2009), que realizou uma etnografia sobre os festivais de Lages, sobre o que pensam os compositores da região.

Para estes compositores, a cultura gaúcha não estaria delimitada pelas fronteiras do estado brasileiro do Rio Grande do Sul. Estaria espalhada por onde quer que a “lida de campo” – entendendo-se aqui as atividades pecuárias, principalmente - fosse predominante. Além disso, parece estar presente neste discurso sobre a origem da cultura gaúcha, um elemento transcendente: um “estado de espírito”. Ser gaúcho também está aquém de indumentárias e atividades campeiras. É também um modo de ser cravado no peito, um ímpeto que transborda da pessoa em determinado momento da vida, seja na infância, seja na vida adulta, quando se olha para uma infinidade de campo verde e se deseja mais do que tudo um cavalo para poder cavalgar sem rumo e pelear quando for preciso. Dentro dessa perspectiva, também está a vontade de liberdade plena, o caráter bravo e poético. O apreço pela terra natal, pela querência, pelas coisas nativas (MARCON, 2009, p. 68).

Apesar de procurar se livrar dos limites político-administrativos que separam Santa Catarina e Rio Grande do Sul, tal concepção mantém ligadas as identidades em torno do rural. Um “estado de espírito”, de compositores urbanos na grande maioria, como verificou a autora, que recria a figura do serrano à *la* gaúcho. Com maiores ou menores apelos às semelhanças com o Rio Grande do Sul, a base de construção é muito semelhante, com a diferença de que em Santa Catarina esta figura não representa o estado. Em certo sentido, a identidade predominante em Santa Catarina está relacionada ao litoral, seja a dos ilhéus de Florianópolis, ou dos descendentes de europeus a sul e norte da capital, mas, não chega a ser preponderante sobre os demais, destacadamente os serranos e os colonos do oeste.

1.2.1 A imagem regional e as narrativas turísticas

²³ Para maiores detalhes sobre os dois gêneros musicais ver Oliven (2006). O autor argumenta que apesar das disputas que travam entre si, os representantes desses dois gêneros compartilham a mesma representação sobre a identidade gaúcha.

Essa cultura gaúcha que embala a identidade serrana é construída de diferentes maneiras. Dentre estas, uma parte se dá em narrativas presentes no âmbito do *trade* do turismo. A narrativa no turismo, para Bruner (2005c, s/n), “*mean not only stories told by one person to another, or to those in fictional texts, but also to the larger sometimes implicit pre-tour master narratives about destinations, sites, and peoples*”. Na narrativa mestra no turismo na Serra Catarinense o serrano, em geral, é visto com qualidades relacionadas com a vivência no campo, com a bravura no enfrentamento das adversidades impostas pela natureza, especialmente o frio e as serras, que moldaram um espírito destemido e livre. O tropeiro é a personagem que na história foi responsável por forjar essas qualidades as quais se entende correntemente como parte do âmago de quem nasce no território da Serra Catarinense. A fazenda é o palco para onde o tropeiro retorna e de onde sai, sendo assim um dos pilares de fundação das referidas qualidades.

Isso tudo é colocado na perspectiva do *trade* do turismo por determinadas pessoas. Para analisar como isso é feito, apresento a seguir discursos de algumas pessoas centrais na constituição dessa narrativa. De acordo com Bruner (1986), discurso é um dos elementos chaves em uma narrativa.

The key elements in narrative are story, discourse, and telling. The story is the abstract sequence of events, systematically related, the syntagmatic structure. Discourse is the text in which the story is manifested, the statement in a particular medium such as a novel, myth, lecture, film, conversation, or whatever. Telling is the action, the act of narrating, the communicative process that produces the story in discourse (BRUNER, p. 145).

A fazenda é até os dias de hoje, mesmo com a modernização agrícola dos últimos quarenta anos, o centro de uma economia e de uma sociedade regionais. Representantes da mesma no governo, na intelectualidade e na própria indústria do turismo compõem a narrativa mestra. A composição dessa narrativa se localiza ao longo do século XX, tendo como marco os desdobramentos da Guerra do Contestado, que abriu caminho para a colonização do planalto catarinense.

A Guerra do Contestado é um marco importante porque aí se definiu a narrativa que viria a constituir a fazenda como a base da economia e da sociedade regionais. Os

tropeiros são a face memorável dessa história, aqueles que fizeram o serviço de transporte de suma importância para a constituição dessa economia e dessa sociedade, baseadas na exploração do gado bovino nas fazendas de extensas propriedades de terra. A fazenda foi e, em muitos casos ainda é também, o próprio latifúndio. Com isso, o latifúndio fornece também uma herança positiva para o *trade* do turismo. Positiva no sentido de que tem um poder sobre.

As narrativas que transmitem o que se entende como o “autêntico” da Serra estão presentes no âmbito do turismo. O presidente do *Convention* durante os anos de 2009 e 2010, por exemplo, situa o “jeito serrano”, de gente bravia, conforme se vê no trecho a seguir:

Serra Catarinense, destino ideal para eventos

Santa Catarina é hoje considerado um dos estados mais ricos do país em beleza natural e diversidade cultural. Ocupa lugar estratégico na região Sul e carrega importantes passagens na sua colonização e na sua história.

Neste panorama destacamos com especial orgulho a Serra Catarinense, considerada um dos mais belos destinos do cenário nacional e internacional.

Seus municípios, com características típicas do “jeito serrano” nos remetem a uma simplicidade singular e ao mesmo tempo de gente bravia, que sempre lutou para preservar suas raízes e costumes.

Convention & Visitors Bureau (grifos do original)²⁴.

Os discursos que fazem parte de outras perspectivas, também reproduzem referências às atitudes de bravura do serrano. Por exemplo, para Machado (2004), escritora da cidade de São José do Cerrito, que afirma não ter escrito para fins universitários, “mas sim para as pessoas que amam esta terra, para que com estas informações se orgulhem cada vez mais de ser cerritense de nascimento ou de coração (idem, p. 17)”, foi a partir dos pousos das tropas que se originaram as cidades da região.

(...) era comum a existência de tropeiros que levavam produtos da região para outras paragens. Ficou característico o ‘Pouso das Tropas’, local de descanso e alimentação que deu origem a povoados e cidades, como Lages, Curitiba, Campos Novos e, mais tarde, também São José do Cerrito. Homens simples, porém, corajosos, enfrentavam as adversidades da mata e do clima para levar até o litoral produtos da

²⁴ Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau – Show Case – Santa Catarina – Brasil.

região e trazer farinha de mandioca, sal, açúcar, querosene, fazenda e outros (MACHADO, 2004, p 19).

Machado (2004) descreve a organização das tropas, elencando elementos invariáveis que hoje são considerados símbolos regionais em canções e festas, por exemplo.

À frente da tropa ia o ‘madrinheiro’ conduzindo a mula ou a égua madrinha que levava no pescoço um cinorro que servia como guia, depois, seguiam as mulas carregadas e protegidas por peões e, por último mais alguns capatazes com a função de buscar os animais desgarrados (MACHADO, 2004, p 20).

O escritor e jornalista Paulo Ramos Derengoski tem livros e textos publicados que se destacam nos discursos propalados pela perspectiva do *trade* do turismo. Assim, no que tange as narrativas relacionadas ao turismo, ele é uma figura destacada, que pode ser situado nesse contexto histórico e social mais amplo descrito anteriormente²⁵. O povo serrano, nos escritos de tal homem, é mobilizado de uma maneira que condiz perfeitamente com a “fonction Montesquieu” de que fala Thiesse (2001) ou o constante retorno do tradicional na modernidade brasileira de que fala Oliven (2006).

Derengoski enfatiza que a povoação chegou à região serrana vinda de São Paulo e do Rio Grande do Sul, sendo que famílias de fazendeiros gaúchos se estabeleceram primeiro nos campos da Coxilha Rica, segundo ele os mais valorizados, “onde milhares e milhares das cabeças de gado chimarrão ‘franqueiro’ e de cavalos selvagens ‘crespos’ pastavam nos ricos campos nativos de capim-mimoso (DERENGOSKI, 2000, p. 18)”. Com isso, segundo Derengoski, ali se estabeleceu uma povoação diferente daquela do litoral.

²⁵ Derengoski escreve principalmente sobre a Guerra do Contestado. Segundo Nascimento (2013), ele se interessou pelo tema após assistir uma palestra da socióloga Maria Isaura Pereira de Queiróz sobre o messianismo no Brasil e desde então se dedicou às pesquisas, tendo seus escritos produzidos a partir dos anos 1980 quando voltou a residir em Lages, após estadias na França onde conheceu a referida socióloga e no Rio de Janeiro e São Paulo para pesquisas em arquivos. A biografia do autor é resumida por Küster (2012) da seguinte forma: “O lageano Paulo Ramos Derengoski começou aos 17 anos a atuar na área jornalística na Última Hora de Porto Alegre. Atuou também no Diário de Notícias do Rio de Janeiro, como colunista na Folha de São Paulo e como redator na Revista Manchete até 1980, quando voltou a Lages. Entre seus feitos na área cultural, ele fundou a Associação Lageana de Escritores, foi membro do Conselho Estadual de Cultura e faz parte da União Brasileira dos Escritores. Entre suas publicações estão: “Guerra do Contestado” (1998), “A Saga dos Guarani” (2000), “Viagens de um Repórter” (2002) e “Grandes Pintores” (2005). Nesta entrevista, ele conta em sua visão, a importância da preservação da história lageana”.

No Litoral, o povoamento se intensificou com a vinda de colonos das ilhas dos Açores. No Planalto, tropeiros gaúchos e paulistas fincaram pé. Dois mundos diferentes. O do pescador e o do boiadeiro. O do litorâneo e o do sertanejo. Ambos se apoiando em escravos, índios e negros que contribuíam, com trabalho, para a miscigenação. Mas também para a criação de riqueza graças ao acúmulo, ainda que primitivo, da mais-valia (DERENGOSKI, 2000, p. 18)²⁶.

Na Coxilha Rica, onde na visão desse autor bastante prestigiado localmente se originou o “mundo” do “boiadeiro” e do “sertanejo”, se situa atualmente o “Caminho das Tropas”. Em processo de reconhecimento como patrimônio histórico pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, o “Caminho das Tropas” foi uma referência importante para o turismo rural em Lages, tendo sido as fazendas do entorno pensadas como espaços de visitação, acomodac o e entretenimento turístico. O “Caminho das Tropas” foi uma importante via de transporte de charque e outros produtos, que se estendia entre as províncias de Rio Grande do Sul e São Paulo, tendo papel destacado no abastecimento alimentar da popula o de Minas Gerais no período colonial. Derengoski, na apresenta o de um estudo patrocinado pelo SEBRAE nos anos 2000, com vistas a realçar a importância sociocultural do caminho, dizia:

Depois de anos de pesquisa sobre a integra o nacional, ousou dizer que a Estrada das Tropas foi o fator histórico mais importante na consolida o da unidade brasileira. Sem ela talvez todo o Grande Sul tivesse se estilhaçado em pequenas por oes que fatalmente seriam absorvidas por outras bandeiras (DERENGOSKI, 2006, p. 9).

Em grande medida o “Caminho das Tropas”, bem como as fazendas aí formadas no período colonial não apenas na Coxilha Rica, mas também em outras áreas em Lages e região, nutrem-se da cultura gaúcha para manter-se como referências à

²⁶ Essas origens também são traçadas de forma semelhante por outro autor, prestigiado no município de São Joaquim, Joaquim Anacleto. Segundo ele: “Mais ou menos por volta de 1628, no Planalto de Piratininga, formava-se uma raça muito forte e valente, resultante do cruzamento do português com os índios da região e que se chamaria bandeirante. Ela ignorou o meridiano e começou a empurrar nossas fronteiras para oeste. As terras onde se localizaria São Joaquim pertenceriam então   Espanha. Necessitando de mão de obra para o desenvolvimento da região e não tendo o comércio de escravos, ouvindo falar que no sul em terras do domínio espanhol viviam índios aculturados e mansos nas chamadas redu oes e que tinha ali também muito gado, partiram em busca dos índios para escraviza-los e do gado para alimentar a crescente popula o de Piratininga. Partiram eles de Sorocaba e, em terras do futuro Estado de Santa Catarina passariam por onde hoje se situa a cidade de Lages. Por mar, vindo de São Vicente, chegaram até Laguna e dali buscando o encontro com os que vinham por terra, subiram uma serra de incrível beleza, cruzando a região onde hoje se localiza a cidade de São Joaquim. Não há documenta o comprobatória. Veja o mapa na página 12 (RODRIGUES NETO, 2010, p. 11)”.

identidade serrana. Nisso destacam-se os investimentos de várias ordens (acadêmicos, empresariais, públicos, institucionais diversos) em quase três décadas no turismo rural.

1.2.2 Uma herança do latifúndio: as grandes fazendas e a imagem regional

Quem viaja pela rodovia SC 438, a principal via de transporte que corta o município de São Joaquim, encontra às suas margens extensas áreas de campo, alguns focos de mata araucária, outros tantos de florestas de pinus, mas também edifícios de agroindústrias de maçã e de vinícolas. A exploração das matas e principalmente dos campos em grandes fazendas, já foi mais prestigiada em comparação ao que tem sido nos últimos aproximadamente quarenta anos aquela dos pomares de maçã e nos cerca de quinze anos recentes os vinhedos. No entanto, o que as difere não é tão simplesmente o produto agrícola ou pecuário (boi, madeira, maçã, uva), os aparatos tecnológicos, o pessoal empregado ou o tipo de relação com o “sistema global”²⁷. Há significativas diferenças no tempo em que vigoraram e vigoram estas explorações, que podem ser notadas dos pontos de vista social, político, econômico e cultural. Certamente há um predomínio na atualidade da exploração macieira, enquanto força social, econômica e política, mas os legados das grandes fazendas de gado bovino, e o recente peso que as vinícolas têm colocado são também importantes²⁸.

²⁷ Vale assinalar que a integração dessas explorações com o “sistema global” não se resume ao período mais recente com os pomares de maçã e os vinhedos, mas pode ser situada pelo menos no século XVIII, com a interligação dessas fazendas a todo um circuito de abastecimento às minas do centro do país no fornecimento de charque e muares. Tomo emprestado a noção de “sistema global” de Friedman e Friedman (2008), para quem uma abordagem dos sistemas globais deve considerar que o local não é determinado pelo global. “The global is the properties of the systemic processes that connect the world’s localities, and this includes their formation as more or less bounded places. There is no global space floating above the local. The global is in empirical terms the arena of interaction among localities. The global systemic refers to the logic or logics of such interactions, that is, the processes that emerge from such interactions (Friedman e Friedman, 2008, p.04)”.

²⁸ Remeto o leitor a dois estudos que abordaram a questão da maçã em São Joaquim e região. Schmidt (1990) estudou como o cultivo de maçã se estabeleceu em São Joaquim e região pela articulação entre políticas de crédito, extensão rural e pesquisa agropecuária que proporcionaram a pequenos e médios proprietários de terra ser incorporados na “modernização da agricultura” dos anos 70, com destaque para uma parceria com o governo japonês que incluiu a criação de colônias japonesas no município, até hoje símbolos da pujança econômica da maçã naquelas terras. Em minha dissertação de mestrado pesquisei como pequenos proprietários de terra, os chamados “agricultores familiares”, por meio de sua organização social e política puderam acompanhar o processo de modernização nos anos 90, chegando

Tais legados podem ser vistos nas estatísticas socioeconômicas, destacadamente no Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDH-M)²⁹. O município de Cerro Negro possui o menor IDH-M do estado e, entre os dez menores IDH-Ms, dentre o conjunto dos duzentos e noventa e três municípios catarinenses, oito estão localizados na Macrorregião Serra Catarinense³⁰. Com certa frequência, em âmbitos diversos, a cultura da região tem sido apontada como a causa para esses índices³¹. Porém, há estudos históricos, sociológicos e antropológicos nos quais tais legados são atribuídos à concentração da estrutura fundiária, que segue concentrada apesar de partilhas e vendas e da “agroindustrialização” que ocorreram ao longo do século XX, e a configurações sociais e econômicas a isso relacionadas. A seguir faço uma breve revisão de alguns desses estudos e aponto determinados pontos importantes para a discussão que se segue.

Garcia e Palmeira (2001) analisam um processo que põe em evidência transformações ocorridas durante o século XX no país, que embora não sejam nem determinadas por e nem determinantes para, são marcadas pela urbanização e a industrialização do país. Segundo os autores, as grandes plantações, assim como as grandes fazendas, até meados do século XX eram unidades econômicas, sociais, culturais e políticas bastante específicas. Garcia e Palmeira (2001) consideram que a grande plantação era uma matriz de sociabilidade, que conjugava as “casas grandes” e as casas de morada. Lá se nascia, vivia, procriava e morria. Havia também um calendário de festas relacionado à plantação. Não menos destacada era a vida política marcada por essa sociabilidade e amplamente conhecida pela expressão “currais

a propor e experimentar alternativas de produção e de vida baseadas na agroecologia ou agricultura ecológica (cf. COMUNELLO, 2010).

²⁹ Dados obtidos no Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil 2013. Disponíveis em <http://atlasbrasil.org.br/2013/> - Acesso em 10/01/2014.

³⁰ Macro Região Serra Catarinense, de acordo com Sebrae (2013), se refere ao território que no quadro político-administrativo catarinense está compreendido na área de abrangência das SDRs de São Joaquim, Lages, Curitiba e Campos Novos. Segundo esse documento, “no que diz respeito à qualidade de vida da região, a Macrorregião Serra Catarinense apresenta uma maior incidência de índices de desenvolvimento humano considerados ruins sob a ótica do panorama estadual (SEBRAE, 2013, p. 11)”.

³¹ Assim, o “serrano” e a “serra” seriam “atrasados” devido à configuração de colonização, na qual historicamente não houve um estabelecimento prioritário aí de imigrantes de origem europeia, os quais seriam empreendedores do que o “pêlo duro”, de origens indígenas, negras e ibéricas que se tornou predominante. Discuto isso no capítulo 6.

eleitorais”. Eram uma série de compromissos firmados entre os envolvidos que vigoravam nessa situação.

Esses acordos interindividuais entre um grande proprietário de terras e um chefe de familiar, de moradores ou de colonos incidiam, assim, numa infinidade de domínios das relações pessoais, em que as prestações de parte a parte tomavam a forma de dons e de contradons. Não admira que não fossem objeto de codificações, com exceção das contraprestações em trabalho, pensadas por categorias verbais particulares, como *condiceiros*, *foreiros*, *eiteiros*, *parceiros*, *meeiros*, *terceiros*, *lavradores* etc. (GARCIA e PALMEIRA, 2001, p. 50).

Em grande medida, era essa a condição de uma significativa população conhecida como *cabocla* na região serrana catarinense. População que historicamente se constituiu a partir “principalmente, de antigos ocupantes do espaço das fazendas – peões, agregados, escravos e até estancieiros empobrecidos – que, excedentes nesse espaço, penetraram nas matas em busca de alternativas à sobrevivência (BLOEMER, 2000, p. 51-52)”. Essa ocupação das matas que se refere a autora foi marcada por um episódio ocorrido no início do século XX, conhecido popularmente como a Guerra do Contestado, ainda hoje presente na memória das pessoas que aí vivem³².

Parte dessa população, sem acesso a terra, passou a se estabelecer nas cidades, sob outras formas de relações de trabalho. Pois, além da expropriação, o cenário das fazendas mudou significativamente entre meados dos anos 1940 e fins dos anos 1970. O aumento do consumo de madeira fez com que se multipliquem as serrarias na região em busca da Araucária. Tal período ficou conhecido como o “ciclo da madeira”, que arrefeceu com a diminuição das florestas de Araucária. As serrarias e as indústrias de celulose que foram implantadas diminuíram a importância das elites pecuaristas. Representavam uma forma de ascensão social tornando os peões de estância mais próximos de trabalhadores urbanos (com renda, alguns direitos sociais e principalmente com o aumento do convívio social nas vilas em torno de serrarias e na

³² Segundo Pinheiro Machado (2001) Guerra do Contestado foi a denominação que se tornou oficial por meio da versão dos militares, que se referia a uma batalha pela definição dos limites de Santa Catarina, onde o exército combateu “fanáticos” guiados por monges. Pinheiro Machado (2001) prefere considerar tal conflito como “Guerra Sertaneja no Contestado”. Vale assinalar que “a ocupação territorial do Planalto Catarinense, desencadeada pelo governo central através da construção da estrada de ferro (1912), da concessão de terras devolutas do Estado aos grandes proprietários e às empresas colonizadoras, a partir do início do século, e a disputa por território entre as Províncias do Paraná e Santa Catarina (1853-1916), resultaram, de um modo ou de outro, na expropriação da população cabocla que, privada de seus espaços, veio a constituir a principal base social da Guerra do Contestado (idem, p. 58)”.

migração para as cidades). No entanto, para Fert Neto (1993), houve continuidades e descontinuidades nas relações clientelistas na passagem do camponês-caboclo para o operário-industrial³³.

(...) para a empresa tratava-se de uma adaptação, uma mediação, das estratégias gerenciais às condições subjetivas encontradas (as relações de clientela). Para os operários, com o imaginário ainda no mundo camponês, tratava-se da continuidade das relações de clientela sob uma nova situação objetiva. Ou seja, as relações fabris instalam-se dentro de um sistema de poderes que têm seus *habitus* incorporados, e esses *habitus* vão se reproduzir nas relações de poder na fábrica (FERT NETO, 1993, p. 99).

O “ciclo da madeira” também atraiu trabalhadores vindos do Rio Grande do Sul, principalmente trabalhadores de serraria, mas também ligados a outros serviços. Peixer (2002) afirma que as migrações de trabalhadores do campo e imigrantes vindos do Rio Grande do Sul se refletiram na ocupação do espaço da cidade de Lages, cidade caracterizada pela autora como polo regional. Os trabalhadores migrantes de vilas e comunidades da região se espalharam em bairros nas vias de acesso a cidade. Já os imigrantes, na maioria de descendentes de italianos, constituíram um bairro na principal via de acesso da cidade (Bairro Coral), que segundo a autora, devido às disputas políticas e sociais com a elite tradicional da cidade tornou-se um espaço social desvinculado do centro da cidade. Desvincular-se do centro significava desvincular-se das elites tradicionais, que eram vistas como não afeitas ao “progresso”, um ideal típico de imigrantes italianos e alemães no sul do Brasil.

Para além dessas mudanças ocorridas com o “ciclo da madeira” deve-se ter em conta que não apenas de “ciclos” se vive aí. Pois, no período anterior ao “ciclo da madeira” as matas também eram exploradas. Floriani (2007) demonstra isso em sua pesquisa. Para ele:

[...] a análise de escrituras de terra das primeiras décadas do século XX revelaram que havia uma diversidade de representações do solo, distanciando-se do consenso homogeneizador produzido em torno das grandes fazendas dedicadas à pecuária, pois nas menores parcelas de terra, a diversidade de uso da terra (a própria vocação de áreas florestais manejadas para uso agrícola através da coivara) e a

³³ O autor enfatiza que a noção de clientelismo político teve mais ênfase no Brasil para o estudo do coronelismo característico da primeira república, vide o clássico *Coronelismo, Enxada e Voto* de Vitor Nunes Leal, mas o clientelismo manteve-se como elemento em jogos de poder em diferentes níveis e hierarquias.

importância de variados recursos disponíveis (pedras, fontes de água e florestas) eram refletidos nas escrituras, pois eram fundamentais para uma estrutura voltada à subsistência em áreas de terra menores. Outra diferenciação clara nas escrituras revela a distinção de atributos do solo presentes na região, seja pela ocorrência de pedras de tipos diferentes (de areia, ou pedra ferro), do tipo de vegetação e da vocação deste solo frente a leitura da época (FLORIANI, 2007, p. 1999).

De fato, se o "ciclo da madeira" e a pecuária tornaram-se símbolos regionais não foi por acaso. Heredia (2001), em uma investigação similar no sul de Alagoas, na qual analisou como as terras onde pequenos produtores faziam seus roçados, localizadas nos chamados tabuleiros, foram consideradas "livres" pelos grandes proprietários quando esses expandiram suas plantações nos anos 1970 e 1980. "Livres" porque não havia aí um "produto" como a cana (ou como o gado e a araucária, no caso da região serrana de Santa Catarina). A autora aponta conclusões que são pertinentes também aqui.

[...] as denominações que aparentemente levam em conta critérios objetivos – como, por exemplo, a de região – expressam, em sua construção conceitual, determinados interesses econômicos e políticos. De certa maneira, as regionalizações acabam "naturalizando" a associação entre região e um produto dominante. Na prática, os de mais produtos são excluídos e, por derivação, as relações sociais que eles expressam; isto é, elimina-se a presença de seus produtores (HEREDIA, 2001, p. 180).

A pertinência dessa observação aqui não se faz tanto para "desnaturalizar" a região, mas muito mais pra situar a relevância das grandes fazendas de gado para a região serrana de Santa Catarina. Como símbolos regionais, estiveram elas na dianteira do turismo que veio a ser praticado no "mundo rural" desde os anos 1990. De acordo com Carneiro (2008), o "rural" entendido aqui como "categoria realizada", nos termos de Bourdieu (1993), uma "categoria de pensamento" que define identidades e sustenta reivindicações:

(...) estabelecendo um diálogo com Bourdieu, podemos sugerir que, tal como a família para este último, o rural pode ser também considerado uma "categoria social realizada", visto que funciona, no *habitus*, como esquema classificatório e princípio de construção do mundo social (categoria social subjetiva) e de ações, ao mesmo tempo em que é uma categoria social objetiva que fundamenta a categoria social subjetiva (CARNEIRO, 2008, p. 31).

O Turismo Rural foi bastante importante na região serrana de Santa Catarina nos anos 1990 e em alguma medida é referência para o turismo nessa região até os dias atuais. Uma discussão específica sobre isso é feita no capítulo seguinte. Para fechar esse capítulo, discuto outra importante questão para a imagem regional na atualidade, as mudanças relacionadas ao chamado “mundo dos vinhos”.

1.3 IMAGEM REGIONAL E OS VINHOS FINOS NA FRANÇA E NO BRASIL

No que se convencionou chamar de “Mundo dos Vinhos”, os aficionados pela bebida a que se refere essa expressão, estão sujeitos no âmbito a influências que dizem respeito à proeminência do conhecimento “técnico” (variedade de uva, avaliações de especialistas, etc.), tanto para produtores como consumidores, sobre o conhecimento “tradicional” (lugar de origem, prestígio do viticultor, etc.). Isso tem sido tratado desde os anos 1990 na literatura especializada como a ascensão do “Novo Mundo” sobre o “Velho Mundo” dos vinhos (GARCIA-PARPET, 2004; 2009). O mundo dos vinhos é uma expressão que se tornou emblemática muito por conta do filme *Mondovino* de Jonathan Nossiter. O filme narra a história da emergência do “novo mundo dos vinhos”, tendo na dianteira os padrões de qualidade que são referência nos Estados Unidos, os quais são representados pelo gosto amadeirado, mas sobretudo pelas diferentes características que as variedades de uvas viníferas expressam³⁴. Isto se tornou concreto com a ampliação de um mercado mundial para os vinhos desde o último quarto do século XX, no qual o *status* de um bom vinho depende em grande medida da avaliação de críticos de revistas especializadas, principalmente do norte-americano Robert Parker.

Neste contexto, vinícolas de tradicionais regiões produtoras, como as francesas de *Bordeaux* e *Bourgogne*, tiveram ameaçada a reserva de mercado garantida por sua tradição. Uma reserva de mercado, garantida na França pela pertença a uma

³⁴ As variedades de uvas viníferas mais conhecidas são Cabernet Sauvignon, Merlot, Pinot Noir, Chardonnay, Merlot, entre outras. Elas são também muitas vezes conhecidas como europeias, em oposição às variedades americanas (Isabel, Bordô, etc.), voltadas à produção de suco. No Brasil estas últimas são também utilizadas para a produção de vinho, por imigrantes italianos e seus descendentes, produção esta que atualmente corresponde à 80-90% do vinho nacional.

Appellation d'Origine Controlée (AOC), dispositivo institucional que repousa sobre uma base territorial, a qual garante direitos de plantação e fixou historicamente uma hierarquia entre regiões e o poder dos proprietários contra os comerciantes. As AOCs foram a instituição de uma reorganização do setor vitivinícola na França, ocorrida entre o fim do século XIX e o início do XX. Segundo Jacquet e Laferté (2006) um “controle republicano do mercado” se estabeleceu no período entre a Primeira e a Segunda Guerras Mundiais. Foi quando os proprietários rurais conseguiram reunir peso político suficiente para influenciar o estabelecimento de leis que regulamentaram o mercado, até então dominado por negociantes.

La création des syndicats viticoles, les changements politiques du début du XXe siècle et, finalement, l'apparition de nouveaux réseaux liés à la viticulture allaient modifier les rapports de force et substituer à la vision libérale de la production viticole négociante une régulation des marchés favorable aux viticulteurs. La loi du 6 mai 1919 sur les appellations d'origine donna un cadre légal aux ambitions d'indépendance des viticulteurs initiant le « contrôle républicain des marchés » (LAFERTÉ et JACQUET, 2006, p. 1149).

Por um lado, as AOCs fixaram normas para a produção (variedades permitidas, limite territorial, características enológicas, etc.) e por outro se tornaram a principal referência da qualidade de um vinho. Uma referência tácita, em grande medida, da qualidade dos vinhos, que ampara tanto as decisões de produtores como de consumidores. É a partir de uma hierarquia entre as AOCs que normalmente se escolhe um vinho em uma cave ou supermercado. Como uma ilustração, nos rótulos das garrafas não há informações a respeito da (s) variedade (s) de uva (*Cabernet Sauvignon*, *Pinot Noir*, etc.) a partir da (s) qual (is) um vinho foi feito, mas fundamentalmente a origem geográfica (leia-se a AOC) e o ano de colheita e, posteriormente, o produtor e as sugestões de pratos que podem ser acompanhados por aquele vinho. Neste contexto, vinhos equiparáveis em qualidade, mas provenientes de AOCs diferentes, uma mais prestigiada e outra menos, obtém preços diferentes nas caves e supermercados e, em meio a isso, vinhos não produzidos em AOCs tem um valor ainda menor (os *vins de pays*). “Indépendamment de la qualité réelle du vin, les experts, les professionnels du vin et les consommateurs tendent traditionnellement à attribuer une plus grande valeur aux AOC (GARCIA-PARPET, 2004, p. 75)”.

Segundo Garcia-Parpet (2004), a mundialização dos mercados possibilitou que vinhos produzidos em regiões, nesse caso francesas, condenadas a não receber a mesma valorização dos vinhos de AOC pudessem competir em condições de igualdade no mercado internacional. Com isso, a região do *Languedoc-Roussillon*, por exemplo, encontrou meios para a revalorização da sua produção fora da ortodoxia das AOC, devido ao sucesso de um produtor carismático. Segundo o relato de Garcia-Parpet (2004), Aimé Guibert resolveu investir em um vinhedo na região, após descobrir graças ao amigo Henri Enjalbert, titular de geografia em Bordeaux e especialista em *terroirs* vitícolas, que em suas terras era possível produzir um *grand crus*. Guibert havia sido industrial por muitos anos produzindo luvas, até ser atingido por uma crise nos anos sessenta. Diplomado em ciência política e protestante, descendente de uma família de industriais, conhecia os hábitos de consumo e de produção de luxo e de suas exigências. Estas disposições econômicas foram providenciais para que pudesse adotar as técnicas de produção mais valorizadas e gerir os investimentos necessários para isto. No entanto, quando seus vinhos estavam prontos para a venda, na França não conseguiu valorização semelhante aos prestigiosos vinhos de AOC, o que foi conseguir somente na Inglaterra, graças a seus contatos internacionais herdados de sua experiência anterior. Somente em 1993, oito anos depois, a qualidade de seu vinho foi reconhecida na França e estimulou mudanças nas classificações dos vinhos neste país. Importa-nos notar, que as características relacionadas a estes vinhos, que conquistaram espaço no mercado internacional, no novo mundo dos vinhos, são as características anglo-saxãs da produção vitivinícola.

(...) grand capacité de mise en marché provenant plus de partenariats que d'un fort investissement patrimonial, production de qualité adaptée à la demande d'un public dans l'incapacité de se repérer dans un éventail complexe de produits, intégration des fonctions de production e distribution, traçabilité de processus de production importé de l'activité industrielle (International Standard Organization – ISO – 9002), marketing affiché qui va à l'encontre de la position de l'INAO pour qui il faut attendre la reconnaissance, et enfin la fréquence des marques (GARCIA-PARPET, 2004, p. 94).

Com isso, uma região até então praticamente desconhecida no mundo dos vinhos como um *terroir* capaz de produzir bons vinhos veio a ser descoberta³⁵. Mas assim como a estandardização permitiu a uma nova região ser descoberta, a definição do que se trata o novo ou os novos *terroirs* dali advindos não é uma questão dada³⁶. Para Trubek (2008) *terroir*, assim como *goût du terroir*, se tornaram categorias transnacionais para o discernimento do gosto, devido principalmente a localização da comida e da bebida, como uma espécie de baluarte contra o incrível desconhecido do nosso interdependente sistema alimentar global. Demossier (2011) assinala a condição paradoxal disso no caso da *Bourgogne*, pois enquanto a globalização reforça a distinção de seus vinhos, seja pelo saber fazer do viticultor ou pelos vinhedos únicos, ao mesmo tempo exerce grande pressão pela estandardização da produção ao promover a adoção de uvas como *pinot noir* e *chardonnay*, que não lhes são tradicionais.

Dessa maneira, as maneiras como são feitas as relações entre o global e o local tem sido crucial para as definições tanto da maneira como os viticultores podem agir nos contextos em que se encontram, mas também para o destino das novas e velhas regiões produtoras e dos novos e velhos consumidores. A seguir apresento duas situações diferentes nesse “Mundo dos Vinhos”. A primeira é a de viticultores situados na AOC Quincy e Reuilly na França, os quais vivenciam uma situação de revalorização de seus vinhos assemelhada a descrita anteriormente dos viticultores do Languedoc-Roussillon. A segunda é a do contexto histórico em que surgem os vinhos finos de altitude em Santa Catarina, o qual se apresenta aqui como um contraste a situação de Quincy e Reuilly, e também contribui para apoiar a discussão feita no capítulo seguinte sobre o *potencial* turístico.

³⁵ Essa história não é apenas de alegrias pelas descobertas. É também de perdas. Com essa virada de posição no mercado de vinhos para a região do *Languedoc-Roussillon* muitos viticultores que produziam os *vins de tables* e os *vins de pays* perderam mercado e enfrentaram sucessivas crises.

³⁶ Segundo Trubek (2008) *terroir* é uma palavra que não pode ser completamente traduzida do Francês, pois está enraizada na cultura deste país. Para Trubek (2008), os franceses são originais na atenção que colocam sobre o papel do mundo natural no gosto da comida e da bebida, eles ingerem a natureza. Na comparação da autora, para os franceses o *terroir* é uma suposição cotidiana sobre a comida, tal como para os norte-americanos a primeira refeição deve incluir café e suco de laranja e não sopa de missô (*miso soup*). Trubek (2008) abre um debate sobre os aspectos culturais dos *terroirs* ou do *goût du terroir*, até então poucos incorporados as discussões especializadas, fortemente dominadas pelas influências da geologia.

1.3.1 Os vinhos de Quincy

Até o início da década de 1990 os vinhos de *Quincy* não eram considerados vinhos de boa qualidade. Em conversa com um morador de *Vierzon*, cidade próxima à *Brinay*, não ligado direta ou indiretamente à produção de vinhos, o mesmo me disse que o vinho de *Quincy* “dava dor de cabeça”. Quando ouvi isso instantaneamente me veio à cabeça a imagem corrente no Brasil do que seria um vinho que ocasiona dor de cabeça e, a incompatibilidade da mesma com a imagem de um vinho francês no país. No Brasil, pelo menos até os dias atuais, jamais um vinho que “dá dor de cabeça” seria um vinho francês. Nos dias de hoje, além de fazerem parte da transformação no universo dos vinhos franceses, os produtores de vinhos de *Quincy* começam a estabelecer conexões para exportar seus vinhos ao Brasil. Dito isto, pode-se indagar o que se passou com essa AOC nesse intervalo de tempo.

Apesar de ser uma nova região para o mundo dos vinhos, a AOC *Quincy* foi a primeira a ser instituída na região central da França em agosto de 1936, juntamente com aquelas que hoje compõem os vinhedos do Centro-Loire, onde às margens do rio *Cher* estão os vinhedos de *Quincy* e *Reuilly* e as margens do *Loire* os vinhedos de *Coteaux du Giennois*, *Pouilly*, *Menetou-Salon*, *Châteaumeillant* e *Sancerre*, este último o mais reconhecido (Figura 05). Àquela época os vinhedos vinham sendo reconstituídos após a devastação ocorrida por conta do ataque de filoxera, o inseto *Daktulosphaira vitifoliae*, no final do século XIX, e boa parte das condições técnicas de produção, como a definição de qual variedade seria a ideal, que caracterizam tais AOCs foram definidas.

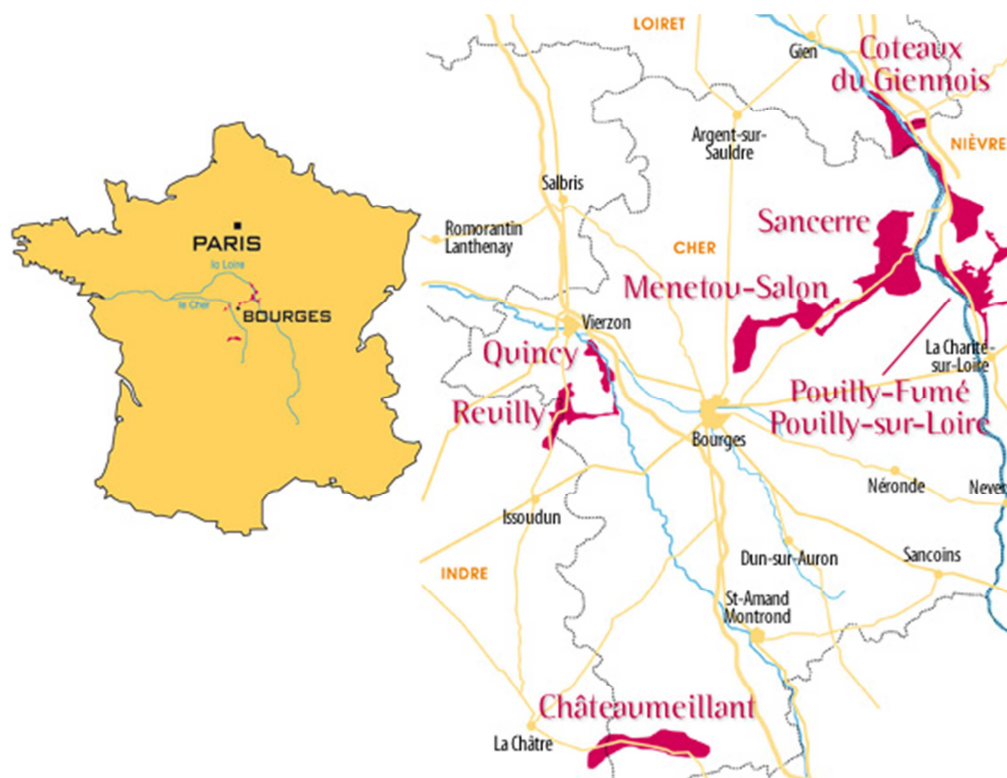


Figura 05: Os vinhedos do Centro-Loire.

Fonte: <http://www.vins-centre-loire.com/vignobles/carte.jpg> – acesso em 19/11/2012

O vinhedo de Quincy havia sido consideravelmente reduzido após o ataque de filoxera. Como o município de Vierzon havia se tornado um polo importante da indústria siderúrgica no início do século XX, abrigava a “*Société Française de Matériel Agricole et Industriel*”, muitos agricultores deixaram o campo para trabalhar na indústria, ao mesmo tempo em que os municípios do entorno, dentre os quais Brinay e Quincy, tornaram-se locais de produção de cereais, pois com a modernização tecnológica do século XX as propriedades rurais foram especializadas. Seria uma geração posterior, vivendo o meio especializado da agricultura local, que retomaria a produção de vinhos em Quincy.

Durante sete semanas entre os meses de setembro e outubro de 2012 vivi o dia a dia de uma *ferme* em Brinay, na qual a viticultura tem uma presença considerável. As traduções mais comuns para *ferme* em português são exploração agrícola, quinta agrícola, fazenda ou propriedade rural. Está última talvez seja a mais adequada no português brasileiro, mas ao invés de traduzir prefiro investir na descrição deste e de outros termos que são correntes no contexto em questão e que se fossem traduzidos

por outros termos correntes em português perder-se-ia em conteúdo explicativo. Por isso, pretendo descrever os significados deste e de outros termos para discutir algumas questões a partir do contexto de trabalho de campo.

Segundo o dicionário *le Petit Robert de la langue française*, *ferme* vem de *fermer* que significa “estabelecer de maneira firme, fixar”. É um termo do direito, relacionado à locação (*louage*). É desse significado que provém um dos sentidos do termo *ferme*, afeito ao contexto em questão, o direito de desfrutar um *domaine agricole* entregue pelo proprietário para alguém mediante um pagamento em dinheiro ou não³⁷. Enquanto em outro sentido, por extensão, uma *ferme* é toda exploração agrícola em si³⁸. Este último sentido não necessariamente se contrapõe ao primeiro, mas o deixa implícito, pois um *domaine agricole* é também uma exploração agrícola. No entanto, um *domaine agricole* não é apenas uma exploração agrícola. *Domaine* vem do latim *dominium* que significa propriedade. O *le Petit Robert de la langue française* coloca o sentido de propriedade sobre a terra em primeiro plano³⁹.

A *ferme* na qual vivi faz parte de uma *domaine* e, muito embora não fosse necessário saber todos os dias se eu estava em uma *ferme* ou em um *domaine*, nesse texto isso tem certa importância. Vivi este período no *Tremblay*, onde moram Chantal Wilk e Jean Tatin, que me receberam na condição de estagiário de sua exploração agrícola e vitícola. Logo descobri que *Le Tremblay* é o nome do *lieu-dit*, uma localidade rural do município de *Brinay* e, também, a sede do *Domaines Tatin* e o nome de um dos *millésimes* do referido *Domaine*⁴⁰. Fazem parte dos *Domaines Tatin* os *domaines Les*

³⁷ “Convention par laquelle un propriétaire abandonne à qqn pour un temps déterminé la jouissance d'un domaine agricole, moyennant une redevance en argent ou en nature (surtout dans à *ferme*). Donner ses terres à ferme. “affermer; affermage . Bail à ferme.”

³⁸ “Exploitation agricole donnée à ferme; cour. Toute exploitation agricole. □ domaine, métairie . Exploiter une ferme. Les grandes fermes de la Beauce. Les grandes fermes d'Amérique du Sud (□ estancia, fazenda, hacienda), des États-Unis (□ ranch). Les fermes d'un kolkhoze, d'un sovkhoe, d'un kibboutz. — Ferme agricole, ferme d'élevage, ferme viticole. Par ext. Ferme aquacole, marine (□ aquaculture). — Bâtiments d'une ferme : maison d'habitation, bâtiments réservés aux animaux, aux récoltes, etc. (□ écurie, étable; cellier, fenil, grange, hangar, remise). Cour de ferme. □ basse-cour. — Valet, fille de ferme : domestiques employés aux travaux de la ferme. — Lait, beurre de ferme. □ fermier”.

³⁹ “Terre possédée par un propriétaire. □ 2. bien, fonds, propriété, terre. Étendue d'un domaine. Domaine de cent hectares. Bois, forêts, chasses, prairies, pâturages, métairies, fermes composant un domaine. Domaine agricole. □ exploitation. Domaine vinicole. □ 1. château, 2. clos. Petit domaine. □ enclos. Domaine familial. □ héritage, patrimoine. Les latifundia, grands domaines de l'Italie antique. Domaine féodal. □ fief. Hist. Domaine de la couronne: domaine d'abord confondu avec les possessions familiales du roi de France (sous les Capétiens), puis proclamé inaliénable (édit de Moulins, 1566)”.

⁴⁰ Cada *millésime* se refere à colheita de determinado ano e de determinada parcela de produção.

Ballandors, Le Tremblay e Les Demoiselles Tatin. Todos dão nome a um *millésime* produzido pelos *Domaines Tatin*, os dois primeiros advindos do início da produção do casal Wilk-Tatin. Já o último, produzido na AOC *Reuilly*, se refere à inserção recente de uma de suas filhas, Maroussia Wilk Tatin, ao *Domaines Tatin*.

A *ferme* do *Tremblay* existe há bastante tempo, segundo Jean desde a época medieval, quando os *lieux-dits* eram áreas destinadas pelos senhores feudais para os camponeses que trabalhavam para si. Já o *Domaine du Tremblay* e os demais que compõem os *Domaines Tatin* foram criados recentemente. Há vinte anos, quando Jean e Chantal, os dois agrônomos, deixaram seus empregos em Paris para retomar uma das propriedades dos pais de Jean e se estabelecerem na agricultura. Desde então, produzem não apenas vinhos, mas também cereais (canola, milho e trigo), sendo que os vinhos tornaram-se uma parte importante do conjunto da produção recentemente.

Assim, muito embora a criação do *Domaines Tatin* se deva a questões de ordem jurídica e econômicas associadas à organização da produção e da comercialização, deve-se também a um esforço cultural de estabelecimento da família Wilk-Tatin como produtores de vinho. *Domaines Tatin* é ao mesmo tempo uma figura jurídica e um ente cultural que reagrupa os diferentes *domaines*. O ente cultural, que interessa a este trabalho, não é estritamente um entre o clássico modelo francês, tampouco é algo completamente novo. O clássico modelo de transmissão do nome de família aos herdeiros, o qual garante valor de mercado aos vinhos, como é o caso da *Maison Latour*⁴¹, por exemplo, não se adequa a esta realidade. Porém, a afirmação do nome de família é um recurso importante para a valorização dos vinhos, pois os adequa ao clássico modelo francês, ao mesmo tempo em que é indispensável para afirmação de que se é viticultor francês ou viticultora francesa. A presença do sobrenome indicando que o produto tem origem na produção de uma família, mesmo que essa não tenha mais do que duas décadas de história no ramo, é fundamental para o reconhecimento.

Em uma dada ocasião tive a oportunidade de acompanhar Maroussia em um encontro com compradores Norte-Americanos, sobretudo importadores, onde esse reconhecimento foi mais claramente evidente para mim. O encontro foi organizado pelo

⁴¹ Como relata Garcia-Parpet (2009) o fundador da *Maison Latour*, hoje tradicional casa de produção e comércio de vinhos na França, Louis Latour, fornece o nome a todos os herdeiros do sexo masculino dessa família, como uma das formas de garantir a continuidade da tradição.

Centre International (CI) da **Chambres de Commerce et d'Industrie de la région Centre** (CCI) em parceria com uma organização internacional de serviços em comércio. Os *Domaines Tatin* foram convidados para este evento, no qual participaram produtores que representavam todas as AOCs da região Centro-Loire. Os compradores Norte-Americanos já haviam também tido encontros semelhantes com produtores de outras regiões, em uma espécie de tour que estavam fazendo pelo país. O objetivo deste encontro era proporcionar um contato entre produtores e compradores, os primeiros com o intuito de conquistar novos compradores e os segundos de descobrir novos vinhos. Em suma, era um momento onde o mercado estava sendo colocado em ação.

O cenário principal para esta concretização do mercado foi organizado pelo CCI CI *région Centre*, que conectou os viticultores de sua região de abrangência aos compradores Norte-Americanos, por meio de uma empresa especializada. O CCI CI *région Centre* sediou o evento em duas salas do *Lycée Viticole de Bourges*. Em uma delas foram distribuídas ao longo do perímetro da sala mesas sobre as quais os produtores expunham seus vinhos e materiais de divulgação. A mesa era também o móvel que fixava frente a frente o viticultor (a) e o comprador (a). O primeiro permanecia em sua mesa, do lado externo do perímetro, com parte dos vinhos abertos (além de uma escarradeira, copos e um recipiente para manter as garrafas frescas), esperando os compradores que seguiam um fluxo mais ou menos definido, uns começando em um ponto e outros em outro, quebrado por encontros entre eles ou por duas mesas colocadas no centro da sala.

O momento do encontro entre viticultor (a) e comprador (a) era a ocasião planejada para que o segundo conhecesse o vinho do primeiro. Em boa parte do dia acompanhei Maroussia nesta atividade. Estávamos em uma das mesas do centro, o que nos fez esperar que os compradores passassem em outras mesas antes. Pouco a pouco os mesmos foram chegando. A paciência é algo fundamental nesta hora. Espera-se o momento em que o comprador chega, pois como é praticamente lógico, não há nesse tipo de encontro um horário definido para cada contato. Cada contato tem tempo variável, tendo ambos os participantes certa autonomia para o controle do diálogo. Era visível que nem todos usavam esta autonomia da mesma maneira, sendo

que ao longo do dia era possível identificar que havia tanto produtores como compradores com diferentes níveis de rigor no uso desta autonomia.

No começo no dia não havia outra coisa a fazer a não ser se resignar à espera ao redor da mesa, sempre com um bom sorriso e pronto para ser gentil. Maroussia assim estava ali, apesar de no cotidiano eu vê-la sempre apressada de um lado para outro. Um detalhe é que se espera sem saber se destes contatos resultarão operações comerciais. Não tem como prever se dali sairão futuros parceiros comerciais. Tampouco é afirmado algum contrato ali. Diante disso, ao mesmo tempo em que via que Maroussia não estava em sua atividade preferencial, a pergunta que inevitavelmente martelava em minha cabeça era o que fazia com que aquelas pessoas estivessem ali, a maioria delas dedicadas a cumprir com rigor os diferentes momentos que se seguiam naquele dia?

Havia um roteiro para o encontro, planejado pelo CCI CI *région Centre*, que se desenrolava com certa automaticidade. O contato é basicamente uma experiência de degustação de vinhos, coisa que pra quem é profissional deste meio é uma atividade cotidiana. O comprador prova todos – ou quase todos – os vinhos que o viticultor presume que pode interessar para os consumidores que o primeiro atinge, sobre os quais um perfil geral o comprador apresenta ao viticultor no primeiro momento do contato, ao que se segue uma apresentação das características do vinho pelo viticultor. Na sequência o comprador prova, colocando o vinho na boca e se utilizando de técnicas de degustação para decifrar as características do vinho. Em seguida, o vinho é escrachado em uma escrachadeira e passa-se para o próximo vinho, repetindo-se o processo.

Na metade da tarde praticamente todos os contatos possíveis e desejados já tinham acontecido. A maioria dos importadores apresentava certo cansaço. Mas, alguns contatos rendiam conversas mais demoradas. Via-se que alguns compradores voltavam a conversar com determinados viticultores. Era o momento de “*faire du social*” como disse Maroussia. O restante da programação incluía uma visita *in loco* a um viticultor. Nesse caso o próprio Jean Tatin assumiu o papel de viticultor francês. Estava programado um jantar no *Tremblay* e antes disso Jean apresentou o vinhedo de Quincy. Informações sobre a geologia do solo, a geografia do terreno e a recepção na

casa da família compunham um quadro da imagem do viticultor francês. Ao final do jantar, Bruno Rottreau, conselheiro do CCI CI *région Centre* disse para Chantal, “*merci pour l'accueil, vous avez bien réussi de présenter le cadre familial français qu'ils trouvent en Bourgogne, en Bordeaux*”.

Não sei se Chantal, a quem se endereçou Rottreau também pensou o mesmo, mas para mim esta afirmação de Rottreau caiu como uma luva para encerrar aquele dia. Pois, por mais que os compradores Norte-Americanos estivessem na França com viticultores franceses, era preciso satisfazê-los com experiências francesas que se supunha que esperavam. Entretanto, Jean Tatin não é Louis Latour, *Quincy* não é *Bourgogne* ou *Bordeaux*. No máximo poder-se-ia dizer que Jean, Chantal e Maroussia eram ambos Louis Latour. No mínimo posso dizer que os três eram franceses e viticultores, tecnicamente seus vinhos haviam sido testados e possivelmente galgariam mais espaço nos mercados norte-americanos a partir daqueles contatos.

1.3.2 Os vinhos finos de altitude

Se a definição familiar francesa, “*le cadre familial français*”, como apresento na seção anterior, pode ser com certa facilidade identificada no meio vitícola, uma identificação equivalente para o viticultor brasileiro ainda é uma incógnita, visto que a associação antiga do vinho aos imigrantes italianos ou aos descendentes destes é considerada apenas no Brasil. A ascensão dos produtores de vinhos finos de altitude em diferentes regiões de Santa Catarina, que se pretendem afirmar no contexto global enquanto tal, podem ser a primeira vista equiparados a imagem de viticultores californianos e, sobretudo, a chilenos ou argentinos. Definitivamente, o “colono” produtor de vinho dá lugar ao “investidor”, ao “empresário”, ao “amante do vinho”, enfim, a várias outras figuras que despontam nesse meio. Contudo, tem sido marcante nesse processo a ativa presença de pesquisadores das empresas públicas de pesquisa, principalmente agrônomos e enólogos das Estações Experimentais da Epagri de São Joaquim e Videira, mas também da Embrapa Uva e Vinho de Bento Gonçalves, no Rio Grande do Sul.

Segundo Cordeiro (2006) a descoberta das características dos vinhos produzidos “na altitude” em Santa Catarina, que ficaram conhecidos como os “vinhos de altitude”, tem uma história “mítica”. Nos anos 1990 mudas da variedade *Cabernet Sauvignon*, teriam sido deixadas por um pesquisador da Estação Experimental da Epagri de Videira, na Estação de São Joaquim, ao passar pela cidade rumo ao sul do estado. Estas mudas foram plantadas em um local junto com mudas de outras variedades por outro pesquisador, que as abandonou após um tempo. Após uma geada outro pesquisador, trabalhando com outro experimento proximamente, percebeu que as da variedade *Cabernet Sauvignon* tinham resistido, apresentando bom desenvolvimento e produzindo uvas de boa qualidade. Resolveu então mandar estas uvas para serem vinificadas em Videira e o resultado foi excelente. Em uma reportagem na revista *Agropecuária Catarinense*, da Epagri, a origem dessa descoberta é atribuída a ações de pesquisa realizadas pelo menos uma década antes:

O embrião dessa história [dos vinhos de altitude] surgiu na década de 80, quando pesquisadores da Epagri/Estação Experimental de Videira plantaram espécies viníferas em diversas regiões do Estado. Em 1997, com a microvinificação de uvas cultivadas em São Joaquim, a Empresa descobriu o **potencial** da região para produzir variedades que dariam origem a vinhos finos diferenciados (grifos meus)⁴².

De fato, até pode-se situar em quase duas décadas antes as primeiras iniciativas de pesquisas científicas institucionalizadas pelo Estado conjunta do antigo Instituto de Pesquisa e Experimentação Agrícola – IPEAS com o Programa de Fruticultura de Clima Temperado - PROFIT⁴³. A partir disso foi elaborado um projeto de pesquisas aplicadas entre a Secretaria de Agricultura de Santa Catarina e o IPEAS, que previa a maior concentração das atividades no eixo Videira-Fraiburgo e no município de São Joaquim (SCHMIDT, 1990).

No entanto, essa história também é marcada pela recente incorporação dos vinhos finos ao rol das bebidas pelas quais cada vez mais consumidores com alto poder aquisitivo se interessam. Nesse sentido, é pertinente expor algumas observações e uma entrevista, realizadas em um dos principais locais de venda e consumo dos vinhos

⁴² FREITAS, Cinthia Andruchak. Qualidade nas alturas. *Agropecuária Catarinense*, v.23, n.3, p. 19-24, nov. 2010.

⁴³ O Programa de Fruticultura de Clima Temperado – PROFIT foi criado através da Lei nº4.263, de 31 de dezembro de 1968 vinculado à Secretaria de Agricultura. Diário Oficial do Estado de Santa Catarina. Florianópolis, p. 3, 31 dez. 1968. (SCHMIDT, 1990).

de altitude em São Joaquim. Vilson é um experiente comerciante de bebidas em São Joaquim. O local onde estão concentradas sua distribuidora de bebidas e a loja de vinhos fica no centro da cidade. É um prédio de dois pisos, com extensão considerável para os fundos, com a pintura em diferentes cores de tom vinho. Nesse dia observei nos fundos o movimento de trabalhadores e máquinas a transportar engradados de cerveja de um depósito para outro. Era um indício de que o depósito de cerveja estava mantido aos fundos da loja, e as mesmas não chegam a passar à parte da frente, seja para comercialização direta ou apenas para exposição. Sabia de antemão que Vilson trabalhava tanto com cerveja como com vinhos, mas nas vezes que o visitei, no piso térreo da loja, onde estão os vinhos para comercialização direta e degustações, não havia qualquer vestígio de cerveja.

Na entrevista formal que realizei com Vilson, o mesmo me recebeu em seu escritório num clima de certa resistência. Sentado em sua frente, em cadeiras relativamente suntuosas, assim como era o caso da mesa que estava em frente e do armário que ladeava a mesa, minha situação era de uma posição abaixo de alguém mais poderoso. Não sei bem qual o poder que nos separava, mas certamente o econômico, porque aqueles vinhos todos que estavam naquela loja, a rede de contatos tanto entre compradores “comuns” de cerveja como entre compradores “finos” e os funcionários que nos primeiros momentos da entrevista entravam e saiam do escritório recebendo ordens, deixavam eu e minha caderneta de campo apequenados. Outro poder certamente é o controle que um comerciante experiente tem de situações de contato com estranhos. Do alto dos seus aparentemente setenta e poucos anos, Vilson se mantinha sério e tranquilo em minha frente.

Passado o primeiro papo sobre o tempo, resolvi logo me apresentar. Falei-lhe que minha pesquisa tratava dos aspectos culturais do vinho em São Joaquim, ou que lhe traduzi especificamente como a visão que se tem sobre os vinhos de altitude. Vilson se manteve numa posição bastante recuada enfatizando que os pesquisadores da Epagri eram as pessoas que bastariam ser consultadas por mim. Ele não teria nada a acrescentar. Por um momento fiquei sem saber direito como reagir a essa negativa. Sem muito pensar falei que ele, como comerciante de vinhos, teria uma visão sobre os

vinhos de altitude que seria interessante para a minha pesquisa. A partir de então Vilson começou a se soltar e a falar sobre sua experiência.

Inicialmente disse que há “16 anos atrás inventou a loja do vinho”. Seus filhos foram contrários e lhe disseram que estaria “louco da cabeça”. Segundo ele, nessa época vendia muito pouco vinho e iniciou a loja sem saber que o vinho em São Joaquim “teria um progresso tão violento”. Em seu modo de ver foi coincidência ter começado a trabalhar com vinhos e logo depois aconteceu o que aconteceu. O que o levou mesmo a começar com vinhos foi que “o que tinha que fazer com cerveja eu já fiz”. Foi então, quando Dilôr Freitas, que estava construindo a Villa Francioni, começou a frequentar sua loja e tornaram-se amigos. Viajava com Dilôr para Bom Retiro, onde o mesmo havia plantado os primeiros vinhedos, e o mesmo frequentava sua loja, indicando vinhos a ele para serem trazidos para a mesma. Mas, Dilôr o alertou, “não pensa que vai vender pelo mesmo preço dos outros vinhos”. Foi então que Vilson começou a se interessar por vinhos finos, sem deixar de trabalhar também com vinho comum e cerveja. Desde então ele e seu filho fizeram cursos de enologia e foram se especializando.

Hoje a loja de Vilson é uma referência quase obrigatória para quem procura vinhos finos, especialmente vinhos de altitude em São Joaquim. Uma das salas de degustação das quais dispõem em sua loja é na prática dedicada inteiramente aos vinhos de altitude. No centro da sala estão expostos vinhos das principais vinícolas, todos numa faixa de preços próxima aos quarenta reais. Segundo Vilson, pela qualidade destes vinhos, são baratos em comparação com equivalentes importados. Este é um aspecto central na ampliação do consumo de vinhos finos no Brasil, o alto preço dos vinhos nacionais em comparação aos importados. Vilson procura demonstrar que há vinhos mais baratos nacionais, ainda pouco conhecidos.

A afirmação dos vinhos de altitude em relação aos vinhos de outros lugares é um aspecto central para Vilson, assim como separação entre o mundo dos “finos” e dos “comuns”. Uma separação expressa não apenas nos espaços para cada tipo de bebida, como mencionado anteriormente, mas também o tratamento dado aos clientes que acessam um espaço ou outro da loja é de qualidades diferentes. Os clientes que acessam a parte da frente são atendidos pelo próprio Vilson e por seu filho, advogado de formação que prefere não exercer a profissão para se dedicar aos vinhos,

apresentados ao conhecimento enológico e ao restaurante fino da cidade. A figura do vendedor de bebida é de boa aparência, barba feita e cabelo arrumado, nada lembrando o despojamento que inspira o consumo de cerveja.

Tal criação de um mundo dos “vinhos finos” em São Joaquim aponta para um mundo cultural fabricado, para o qual Dilôr Freitas teve um papel crucial. Dilôr era empresário bem sucedido na indústria de cerâmicas, principal acionista e criador da Cecrisa, atual Eliane, empresa líder no mercado nacional de pisos e azulejos, quando resolveu criar a vinícola Villa Francioni. Nessa criação a priori se destacaram os gastos desproporcionais ao que seria cabível em um empreendimento visando à recuperação do investimento na forma de lucro. Pelo contrário, Dilôr Freitas, que faleceu logo após a conclusão do projeto, construiu uma vinícola algo “inestimável” em termos financeiros. Na coluna Adega, do Jornal do Comércio de Porto Alegre, em março de 2010, uma das filhas do empresário, Daniela Borges de Freitas, respondia o questionamento do colunista Carlos Pires de Miranda sobre a recuperação dos “pesados investimentos”:

É imperioso considerar o período natural de maturação de nossos vinhos, um diferencial de nosso *terroir* que pretendemos continuar respeitando. Os investimentos já ocorreram e nosso objetivo atualmente é a manutenção do complexo existente, sempre com foco na marca de qualidade⁴⁴(grifo meu).

O objetivo da vinícola, expresso por uma herdeira de Dilôr, parece se coadunar com o buscado pelo mesmo, a manutenção do *terroir* diferenciado, de vinhos que são colocados em um mercado onde se negocia com preços pagos justamente por esses diferenciais. Conforme a representante da vinícola, “nossos custos descolam dos de tradicionais produtores de alto volume, que assim conseguem diluir os seus. Somos uma vinícola-butique, em dimensões que extravasam este conceito (idem)”. À época da reportagem os vinhos custavam entre R\$36,00 e R\$ 198,00, sendo artigos de consumo não passíveis de serem consumidos por trabalhadores rurais e outras camadas sociais populares.

Ao contrário da Villa Francioni, a Sanvit, cooperativa vitivinícola da Sanjo, parece ser um caso de investimento em certa medida realizado para dar retornos financeiros. A Sanjo é uma cooperativa criada por imigrantes e descendentes de imigrantes

⁴⁴ Daniela Borges de Freitas. Entrevista a Carlos Pires de Miranda. Jornal do Comércio. Porto Alegre/RS, 03/03/2010 – disponível em jcrs.uol.com.br/site/noticia.php?codn=21535 acesso em 02/06/2011.

japoneses. É herdeira da cooperativa Cotia, fundada pelos mesmos imigrantes e descendentes de, ao chegarem a São Joaquim nos anos 1970, época dos projetos de cooperação entre Brasil e Japão. Aqueles projetos estavam relacionados a um plano maior de modernização agrícola do Brasil, no qual a região de São Joaquim, junto com as regiões de Fraiburgo também em Santa Catarina e Vacaria no Rio Grande do Sul, eram os focos principais do estímulo à fruticultura de clima temperado, com o passar do tempo principalmente à pomicultura. Do ponto de vista do aumento de produção e de produtividade esta história é de muito sucesso. O Brasil se tornou nos anos 1990 não apenas autossuficiente em oferta de maçã, mas também exportador desta fruta.

Com o impulso causado pelo surgimento dos vinhos de altitude, a Sanjo não ficou a parte, no entanto, imprime uma característica particular neste processo. Uma característica que a princípio é difícil enquadrar tranquilamente em um modelo conhecido. A inserção da Sanjo no mundo dos vinhos é carregada de uma mescla de conceitos tanto da exigência de qualidade afeita ao consumo de luxo dos vinhos finos, como da praticidade nipônica. Como me advertiu uma interlocutora que trabalha nessa cooperativa, “[os japoneses] não tão rasgando dinheiro”, sem deixar de lembrar que o vinho é uma bebida milenar, que exige cuidados especiais, “o carinho pela uva é diferenciado”. Essa ideia de carinho pela uva me parecia naquele momento fazer tirar um pouco o peso da organização industrial na qual a produção da Sanjo está inserida, mas, minha interlocutora arrematou dizendo “os japoneses procuram extrair o máximo”. Esta frase de Carla está ligada a algo que reafirmou várias vezes durante aquele encontro, a modernidade dos japoneses aplicada na Sanjo. Segundo a mesma, esta modernidade se reflete no fato de que a Sanvit não seria a “vinícola da Sanjo”, pela qual eu havia inicialmente lhe demandado informações, mas na verdade a “agroindústria da Sanjo”.

Por fim, se pode dizer que a concentração e a integração vertical da produção não são verificadas no emergente “setor vitivinícola” da mesma maneira que acontece no “setor macieiro”⁴⁵. Ademais, a própria composição de capitais e de atividades das

⁴⁵ No “setor macieiro” formaram-se blocos de empresas, nos quais o controle não é mais essencialmente familiar. Tal como outros blocos empresariais do chamado “agronegócio”, são controladas por grupos que estão em diferentes setores de capital (industrial, financeiro, agrário) e de atividades econômicas (COMUNELLO, 2010).

empresas controladoras de vinícolas pode ser considerada diferente. Como mencionado anteriormente, os viticultores são “investidores”, “sonhadores”, etc., mas não há ainda a formação de companhias que atuem por si só nos mercados, tanto que a Associação Catarinense dos Produtores de Vinhos Finos de Altitude (Acavitis) reúne praticamente todos os viticultores que se autodenominam fazedores de vinhos finos de altitude.

2. SERRAS, ALTITUDE E TUDO O MAIS: O *POTENCIAL* TURÍSTICO

A construção social da imagem regional tem sido uma das principais bases para colocar em evidência o *potencial* do turismo. Para determinadas pessoas esse *potencial* impõe-se através de certa obrigação de aproveitá-lo, que fica patente nas expectativas e prospecções feitas sobre ele. Pretendo neste capítulo situar e interrogar o que se entende como o *potencial* turístico da região, delineando diferentes concepções sobre o mesmo. Tais concepções colocam em questão a *vocação* turística da região, que ultrapassa os limites do rural que serve de mote fundador para a identidade regional, ao encontrar-se na natureza como um todo e particularmente na *altitude*. Com isso, o objetivo é analisar as diferentes maneiras de se fazer um tipo ou outro de *potencial* palpável e assim tornar útil o que até então não o era.

2.1 O FRIO QUE FAZ DIFERENÇA

Esta região de Santa Catarina é conhecida como *caminhos da neve*. Quem sonha em conhecer a *paisagem branquinha* deve seguir essa rota. São 227 km de Florianópolis até São Joaquim (grifos meus)⁴⁶.

Assim uma repórter narrava um roteiro para conhecer o sul do Brasil, anunciado pela âncora de um dos principais jornais da Rede Globo, na primeira semana de agosto de 2010, quando foi registrada a ocorrência de neve em várias cidades de Santa Catarina e Rio Grande do Sul⁴⁷. Os *caminhos da neve* e a *paisagem branquinha* eram ilustrados por imagens de automóveis, casas, campos, estradas, ruas, praças, etc., cobertos de neve. Também apareciam pessoas, destacadamente adultos, brincando e saudando o fenômeno. No geral, a aparência das pessoas era de felicidade com a experiência que viviam naquele momento. Sendo assim, a *paisagem branquinha* era

⁴⁶ MEURER, Kíria. Neve atrai milhares de turistas para a serra catarinense. Jornal Hoje, 05/08/10. Disponível em <http://g1.globo.com/videos/jornal-hoje/v/neve-atrai-milhares-de-turistas-para-a-serra-catarinense/1313340/#/Edições/20100805/page/1> Acesso em 11/10/10.

⁴⁷ Parte do texto etnográfico dessa seção foi objeto de análise em um artigo publicado em 2011 (Cf. COMUNELLO, 2011). Retomo-o nesse capítulo, pois faz parte da construção argumentativa da tese como um todo.

efetivamente algo que destacava a atenção, tanto de repórteres como das pessoas presentes na reportagem, como algo positivo.

A rota narrada pela repórter foi ilustrada por uma montagem que compreendia os municípios de Santa Cecília, Ponte Alta, Orleans, Urussanga, Anita Garibaldi, Bom Jardim da Serra, Urupema, Urubici e São Joaquim. É pertinente notar que o município de São Joaquim aparece em tal reportagem como o ponto de chegada para quem desejasse conhecer a neve no sul do Brasil, ao passo que a repórter mencionava outras cidades para serem conhecidas nas proximidades. Não menos importante é o indicativo de Florianópolis, capital do estado, como o ponto de partida. Efetivamente, são duas as rotas geralmente mais prováveis de serem realizadas de automóvel abrangendo a rota indicada pela reportagem, tendo Florianópolis como referência, mas também Curitiba (Figuras 06 e 07).

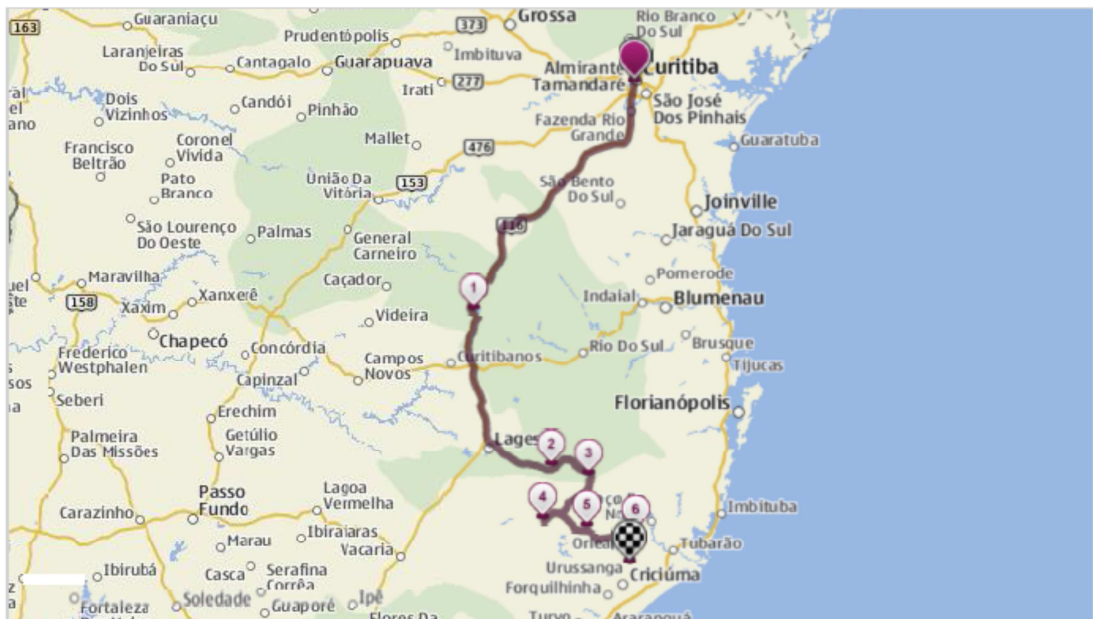


Figura 07: Rota para quem sai ou passa por Curitiba. Santa Cecília (1), Urupema (2), Urubici (3), São Joaquim (4), Bom Jardim da Serra (5), Orleans (6), Urussanga (chegada). No caminho, está Lages entre Santa Cecília e Urupema, local onde normalmente não neva, mas tem razoável oferta de hotéis e restaurantes para receber os viajantes. Fonte: <http://maps.nokia.com> – Acesso em 16/09/2011

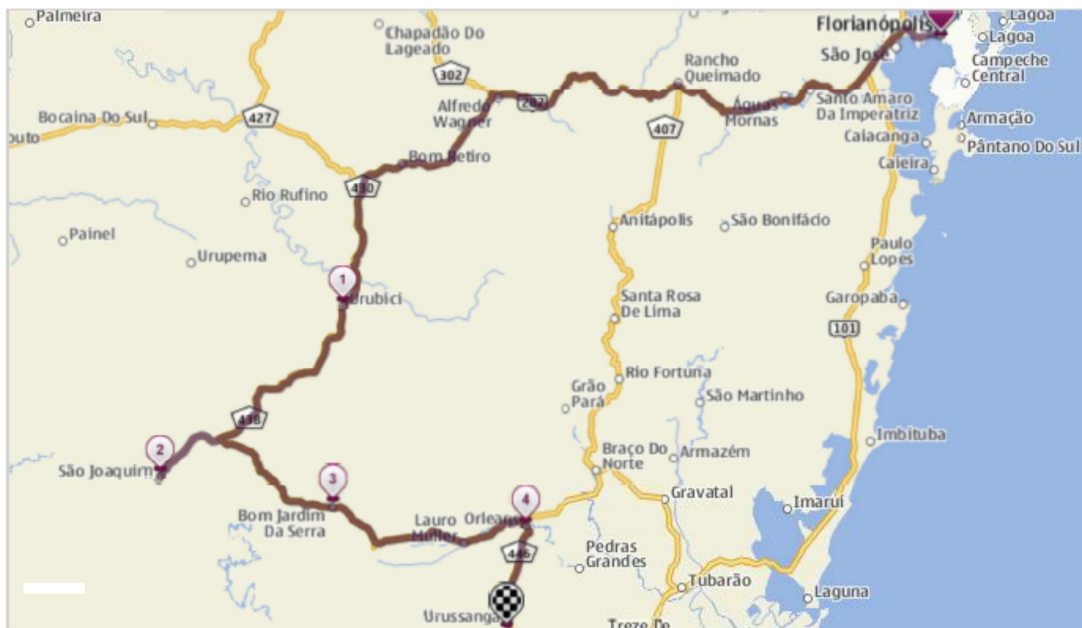


Figura 7: Rota para quem sai ou passa por Florianópolis. Urubici (1), São Joaquim (2), Bom Jardim da Serra (3), Orleans (4), Urussanga (chegada). Fonte: <http://maps.nokia.com> – Acesso em 16/09/2011

Figura 05: Distribuição dos empreendimentos turísticos no espaço rural de Santa Catarina, segundo as mesorregiões geográficas.

Mais do que a quantidade de telespectadores espalhados pelo país, atentos ao fenômeno ocorrendo em São Joaquim, cabe observar que a ocorrência de neve tornou-se um fenômeno que cada vez mais recebe atenção no país nas últimas décadas. Segundo Schmitz (2007) nos anos noventa foi incrementado o número de estudos de climatologia acerca do frio intenso e dos processos de ocorrência de neve. Ele destaca que:

do ponto de vista quantitativo ou como etapa do ciclo hidrológico, a neve possui, evidentemente, menos importância que a chuva no Brasil. Contudo, qualitativamente e, sobretudo com a crescente relevância do turismo, o conhecimento acerca da neve ganhou corpo e destaque ao longo dos últimos anos (SCHMITZ, 2007, p. 1).

Cabe observar como esse aumento de interesse pela ocorrência de frio intenso e neve se aproxima do conceito de comunidade imaginada (ANDERSON, 1993). Para Anderson (1993), o jornal e o romance são as duas formas de criação imaginária que floresceram na Europa durante o século XVIII, e proporcionaram meios técnicos para representar a nação. Tendo-se isso em conta, pode-se inferir que os meios de

comunicação colocam desconhecidos vivendo ou na expectativa de viver o fenômeno típico de inverno ao mesmo tempo. Como no romance em que:

el hecho de que estos actos se realicen a la misma hora y en el mismo día, pero con actores que podrían estar en gran medida inconscientes de la existencia de los demás, revela la novedad de este mundo imaginado, evocado por el autor en las mentes de sus lectores (ANDERSON, 1993, p. 48).

Anderson (1993) baseia-se em uma ideia de Walter Benjamin, de tempo homogêneo e vazio da nação moderna, onde a simultaneidade é marcada pela coincidência temporal, pelo relógio e pelo calendário. Seria esse tempo homogêneo e vazio que propicia a formação da comunidade imaginada da nação. Uma comunidade imaginada em que muitos se veem como um; representados pela mesma bandeira, tendo os mesmos direitos, etc. O jornal de alcance nacional, de uma das grandes redes de televisão do país, mostra o que acontece em um dia de inverno em uma parte do Brasil. Com isso, assim como o faz Vitor Ramil em sua “estética do frio”, (cf. a epígrafe dessa tese, RAMIL, 2004), esse jornal mostra a “comunidade imaginada” da nação em que se define um “território do frio” em seu interior.

No entanto, nesse “território do frio” uma ambivalência se instaura a partir do momento em que o inverno passa e se chega ao verão de sol e praia, que estão entre os principais símbolos da imagem nacional. Essa ambivalência é característica do que Bhabha (1998) se refere como um tempo duplo e cindido da representação nacional, onde às margens da modernidade emerge o arcaico. Um espaço liminar de significação, marcado por discursos de minorias, por histórias heterogêneas de povos em disputa, por autoridades antagônicas e locais tensos de diferenças culturais. Um entre-lugar, introduzido pelo performático.

Os fragmentos, retalhos e restos da vida cotidiana devem ser repetidamente transformados nos signos de uma cultura nacional coerente, enquanto o próprio ato da performance narrativa interpela um círculo crescente de sujeitos nacionais. Na produção da nação como narração ocorre uma cisão entre a estratégia continuísta, cumulativa, do pedagógico e a estratégia repetitiva, recorrente, do performático. É através deste processo de cisão que a ambivalência conceitual da sociedade moderna se torna o lugar de *escrever a nação* (BHABHA, 1998, p. 207).

A narrativa midiática é performatizada ao apresentar a *paisagem branquinha*, com caminhos sendo cobertos por neve, jornais que trazem a alegria das pessoas com

a neve. Porém, como considerar o entre-lugar, que para Bhabha é o local da cultura, diante destas manifestações que trazem consigo o frio, a neve e outros fenômenos naturais? Ao invés de seguir o caminho tomado por Bhabha, mais relacionado a uma discussão sobre tensões entre culturas, proponho considerar esse espaço liminar de significação não como o local da cultura, mas como um local de *transformações* da vida das pessoas em relação com a evocação do *potencial* (turístico, regional, etc.) o qual eventos como uma nevasca colocam em evidência.

Uma nevasca, como argumento no capítulo cinco, atrai um grande número de pessoas, as quais são objetificadas enquanto turistas no decorrer de suas chegadas e estadia em São Joaquim. A transformação dessas pessoas em turistas faz parte de um trabalho dos integrantes do *trade* turístico de fazer do turismo uma atividade econômica. Faz parte desse trabalho também diferenciar moradores locais que estão inseridos em outras atividades econômicas para se converterem para a atividade do turismo. Isso se assemelha à diferenciação de moradores locais, interessados nas atividades turísticas, de romeiros tratada por Steil (2003):

Ao se diferenciar dos romeiros, os moradores trabalham no sentido de diluir a mística fusional através da construção de uma visão desmistificadora do evento. Acionam, assim, um discurso da consciência e da ciência para estabelecer um outro programa de percepção, que visa desautorizar os sentidos construídos sob o modelo de relações “encantadas”.

O “desencantamento”, no caso que analiso aqui, pode se tornar possível pelo aproveitamento do *potencial* turístico. A evocação do *potencial* é acompanhada de determinados efeitos, os quais são objeto de uma discussão mais específica de pesquisa antropológica, recentemente reunida em uma coletânea de textos de pesquisas em biomedicina. Como sumarizam Taussig *et al* (2013), o *potencial* é um conceito orientador nas práticas médicas, objeto de políticas de nomeação e enquadramento (*naming and framing*). Segundo Taussig *et al* (2013), são três os significados de potencialidade que podem ser encontrados em textos variados (populares, científicos, antropológicos):

The first denotes a hidden force determined to manifest itself—something that with or without intervention has its future built into it. The second refers to genuine plasticity—the capacity to transmute into something completely different. The third suggests a latent possibility

imagined as open to choice, a quality perceived as available to human modification and direction through which people can work to propel an object or subject to become something other than it is (Taussig et al, 2013, p. S4).

Taussig *et al* (2013) notam que diferentes ordens morais e políticas refletem articulações específicas para os significados de potencialidade. Tendo isso em vista, o objetivo que propõem é “to understand the contemporary production and uses of this imaginative space of potentiality and their effects in relation to humanness (Taussig *et al*, 2013, p. S4)”. Os autores exploram diferentes abordagens que têm explorado tais objetivos no período recente e também suas conexões com outros debates tanto na história da própria antropologia como em diferentes campos de conhecimento. O convite que fazem é para uma abordagem sempre reflexiva sobre o tema. Assim pretendo abordar o *potencial* do turismo e da região, evocado por meus interlocutores.

2.2 O POTENCIAL DO TURISMO RURAL

Durante os anos 1990 se firmou no meio acadêmico do turismo a ideia de uma origem do turismo rural no Brasil, que teria acontecido nos hotéis fazendas de Lages. A ideia bastante disseminada é assim exposta em um recente manual do Ministério do Turismo:

No Brasil, o início do Turismo Rural como atividade econômica está relacionado ao município de Lages, em Santa Catarina, onde teriam surgido em 1986 as primeiras propriedades rurais abertas à visitação. A partir de então a atividade começou a ser caracterizada como Turismo Rural e encarada como oportunidade por seus realizadores, que buscavam alternativas às dificuldades que o setor agropecuário enfrentava (BRASIL, 2010, p. 13-14).

Em geral, o tom dessas narrativas é de realçar as oportunidades econômicas proporcionadas pelo *potencial*, visto que no quadro que apresentam, a vida nas “cidades” implica em necessidade de refúgios no “campo” de tempos em tempos, sendo que a questão, a saber, é como aproveitar esse afluxo (por exemplo, SOUZA e ELESBÃO, 2011; ALMEIDA e SOUZA, 2006). Desse modo se reatualiza a antiga dicotomia rural *versus* urbano ou campo *versus* cidade. Conforme argumenta Carneiro:

O resgate ou a invenção da tradição se mistura à revalorização da natureza como meio de lazer e de contemplação, mobilizando tanto os neo-rurais como os turistas de final de semana, processos que inauguram novos campos de disputa e de conflito com a população autóctone ao mesmo tempo em que lhe proporcionam alternativas de trabalho. Essas contradições geram sentimentos e atitudes ambíguas que delimitam novas fronteiras nos universos sociais, impedindo que a sua compreensão seja feita a partir da clivagem entre o rural e o urbano, entre o campo e a cidade. Estaríamos, portanto, presenciando uma crise do mito da dualidade entre campo e cidade, ao mesmo tempo em que um novo mito estaria sendo produzido: o mito da ruralidade idílica, fruto de um olhar urbano sobre o rural (CARNEIRO, 2008, p. 29).

O Turismo Rural é considerado no âmbito do Ministério do Turismo um segmento do Turismo. A segmentação é uma das estratégias adotadas para o desenvolvimento do Turismo no país. De acordo com os “Princípios orientadores para o Desenvolvimento do Turismo”, presentes no Plano Nacional do Turismo 2003-2007, “fatores estruturantes” devem ser “incorporados” para elevar a “atratividade” e “competitividade” dos “Produtos”:

A importância do Turismo no processo de desenvolvimento de um país não depende somente da existência dos recursos naturais e culturais transformados em Produtos Turísticos.

Devemos incorporar um conjunto de fatores estruturantes que elevem o nível de atratividade e competitividade dos nossos Produtos de maneira a garantir o crescimento dos fluxos turísticos (BRASIL, 2003, p. 20).

Sendo assim, todos os Projetos, Programa e Ações do mencionado Plano estavam orientados por quatro “vetores de governo”: “redução das desigualdades regionais e sociais”, “geração e distribuição de renda”, “geração de emprego e ocupação” e “equilíbrio do balanço de pagamentos”. No referido Plano, o programa de segmentação fazia parte de um dos macros programas, o de número quatro, “Estruturação e diversificação da oferta turística”. A descrição do referido programa é a seguinte:

O fortalecimento dos segmentos turísticos dar-se-á à partir da normatização e ordenamento destas práticas, objetivando torná-las competitivas no mercado internacional, principalmente no que tange aos aspectos de qualidade e segurança.

A organização destes segmentos vêm no sentido de atender as demandas específicas de mercado, maximizando o aproveitamento das potencialidades e as diferenças de cada região brasileira (BRASIL, 2003, p. 37-38).

O contexto em que isso acontece é a criação do Ministério do Turismo em 2003, durante o primeiro governo Lula, em que o Estado nacional vem a tornar-se parte diretamente interessada no turismo. Assim, o Turismo grafado com T maiúsculo parece não ser casual, mas fruto da consolidação de uma perspectiva de enquadramento pelo Estado dessas atividades. Em certo sentido, esse enquadramento passa pela incorporação pelo Estado de narrativas presentes anteriormente em outros âmbitos. O *potencial* está em todo o lugar. Como dizia o então Presidente da República em sua mensagem no plano em tela:

O Brasil indubitavelmente é um lugar único pela sua riqueza natural, cultural, econômica e histórica. Isto faz de nosso país um espaço maravilhoso com inúmeros atrativos turísticos, tendo na diversidade nosso instrumento principal de sua potencialização (BRASIL, 2003, p. 3).

O instrumento da diversidade para a *potencialização* da riqueza do país não é acidental. Pelo contrário, acentua a própria produção dessa diversidade como uma dimensão da força que constitui a Nação. Particularmente, o *potencial* que vem do rural também tem esse caráter, pois constitui a existência desse espaço ou território no interior da nação. Com efeito, não há turismo urbano ou citadino, os quais poderiam lhe ser equivalentes em termos de referências a espaço ou território⁴⁸. O rural, porém, nesse caso, praticamente equivalente ao regional em termos de referência ao espaço ou território, tem a sua existência construída enquanto uma parte simbolicamente inteligível. O rural em Lages e região tem uma relação simbólica estreitamente relacionada à cultura gaúcha, como se vê, por exemplo, no em um trecho da dissertação de Blos (2005):

Lajes [sic] com sua economia primária centrada em médias e grandes propriedades, que se dedicam a criação extensiva de gado de corte, extração vegetal e fruticultura, apresenta uma oferta turística rural muito centrada nos valores na cultura gaúcha, em propriedades que refletem muito de perto as atividades pecuárias (BLOS, 2005, p. 56).

⁴⁸ A própria segmentação do turismo promovida pelo Mtur coloca o Turismo Rural ao lado de outros segmentos, dentre os quais Turismo Social, Ecoturismo, Turismo Cultural, Turismo de Estudos e Intercâmbio, Turismo de Esportes, Turismo de Pesca, Turismo Náutico, Turismo de Aventura, Turismo de Sol e Praia, Turismo de Negócios e Eventos e Turismo de Saúde. O que significa cada um desses segmentos está definido nos Marcos Conceituais de Segmentação, disponíveis em http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf - Acesso em 06/11/13.

O autor toma bastante cuidado com as palavras, caracterizando como “oferta turística rural” em “propriedades” a hospedagem e os demais serviços oferecidos em fazendas transformadas em hotéis fazenda. Dessa maneira, a construção simbólica operada está a informar que se o turista quisesse ver a cultura gaúcha, não haveria lugar outro que não uma fazenda lageana ou serrana. Essa construção se dá em um nível muito específico de determinados contextos acadêmicos dedicados à formulação de conceitos para políticas de turismo de modo geral. De modo específico, no estado de Santa Catarina, onde predomina na estrutura fundiária propriedades de tamanhos menores que as fazendas serranas, o turismo rural tomou também outros rumos.

Assim, o Centro de Socioeconomia e Planejamento Agrícola – Epagri/Cepa, por meio de uma pesquisa realizada no início dos anos 2000, considera que o “turismo em áreas rurais” é um “segmento dos novos serviços e atividades desenvolvidos no e a partir do espaço rural” (tendo em vista a “multifuncionalidade do meio rural e da agricultura” e a “pluriatividade dos agricultores”) que “tem contribuído para a preservação ambiental e cultural, para a produção de alimentos diferenciados e, principalmente, para a valorização do agricultor e de seu trabalho (TORESAN et al, 2002, p. 9)”. Ao invés do Turismo Rural, esse segmento é caracterizado pelos autores desse trabalho, de acordo com as características do estado, como Agroturismo:

AGROTURISMO: segmento de turismo desenvolvido no espaço rural por agricultores familiares, dispostos a compartilhar seu modo de vida, patrimônio cultural e natural, mantendo suas atividades econômicas e oferecendo produtos e serviços de qualidade, valorizando e respeitando o ambiente e a cultura local e proporcionando bem estar aos envolvidos. Para efeito deste estudo, considerou-se como agroturismo o produto ou o serviço desenvolvido pelo agricultor familiar com pelo menos metade da mão-de-obra empregada no turismo pertencente ao núcleo familiar. Além disso, as atividades com a agropecuária deveriam manter uma importante contribuição na renda familiar total (contribuir com no mínimo 20%) (TORESAN et al, 2002, p. 16, grifos do original).

Os autores dessa pesquisa evidenciaram que do total de “atividades turísticas realizadas em espaço rural”, apenas 6% se encontra na região serrana (Figura 8). Segundo eles, isso “se deve à característica do turismo ali desenvolvido, baseado em hotéis-fazenda, em fazendas de grande extensão e concentrado nos municípios de Lages, São Joaquim, Urubici e Bom Jardim da Serra (TORESAN et al, 2002, p. 24)”. Em contrapartida, entre o total de 293 municípios de Santa Catarina, o município de

Lages é o que possui a segunda maior concentração de “unidades turísticas no espaço rural”, unidades essas cadastradas durante essa pesquisa.

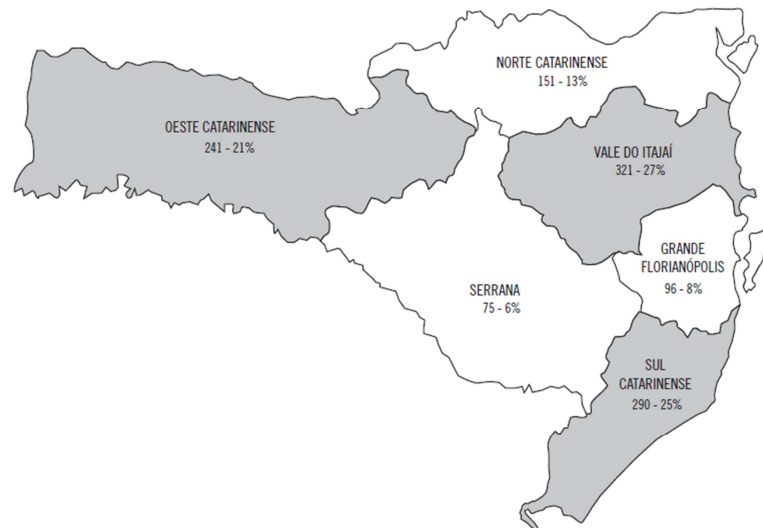


Figura 08: Distribuição dos empreendimentos turísticos no espaço rural de Santa Catarina, segundo as mesorregiões geográficas. Fonte: TORESAN et al, 2002, p. 25.

Com isso, ao mesmo tempo em que se pode relativizar a importância do turismo rural em Lages e região serrana, também se tem maior clareza de onde está fundada a sua devida importância. Conforme ao estudo de Toresan et al (2002), tal importância, comparada a do turismo no espaço rural em outras regiões e municípios, se deve ao oferecimento de serviços de hospedagem⁴⁹.

Na região Serrana, onde se localizam os campos de altitude com grandes fazendas de criação de gado, 44% dos 75 empreendimentos cadastrados caracterizam-se pela oferta de serviços de hospedagem como atividade principal. Esta é a região da neve e da geada de Santa Catarina e abriga a rota turística do frio, onde as pessoas buscam aproveitar o clima de inverno e desfrutar do ambiente típico da estação, hospedando-se nas pousadas e hotéis-fazenda da região. A Festa do Pinhão, que ocorre todos os anos no mês de junho em Lages, tem servido de estímulo à ampliação da infra-estrutura de hospedagem ligada ao turismo no espaço rural da serra catarinense (TORESAN et al, 2002, p. 29).

Porém, com os hotéis-fazenda não foram deixadas de lado as atividades agropecuárias. Segundo Lins (2009, p. 14) “continuar con las actividades agropecuarias

⁴⁹ De acordo com a categorização dos empreendimentos turísticos elaborada por Toresan et al (2002), os pesque-pagues tem presença significativa em todas as regiões e predominam no Oeste, no Norte e no Vale do Itajaí, enquanto a venda de produtos agrícolas no Sul e os serviços de hospedagem na região serrana.

tradicionales resulta esencial no sólo por el ingreso que ello significa sino por el rol estratégico que cumplen como soporte de la actividad turística (la provisión de alimentos en primer lugar)". O autor também acentua que os postos de trabalho gerados na atividade agropecuária se mantêm e se somam à atividade turística, sendo que conforme a pesquisa de Colombo (2002 *apud* LINS, 2009), os empreendimentos turísticos contribuem pouco para a geração de emprego no município.

Finalmente, deve-se notar que, segundo Brambatti (2005, p. 43), no âmbito da Secretaria de Agricultura Familiar (SAF) do Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA), é adotado "o conceito de turismo em espaço rural formulado por José Graziano da Silva", um conceito muito semelhante de agroturismo ao utilizado no estudo de Toresan *et al* (2002), segundo o qual:

[...] todas as atividades praticadas no meio não urbano, que consistem de atividades de lazer no meio rural em varias modalidades definidas com base na oferta: turismo rural, agroturismo, turismo ecológico ou ecoturismo, turismo de aventura, turismo de negócios, turismo de saúde, turismo cultural, turismo esportivo, atividades estas que se complementam ou não (GRAZIANO DA SILVA *et al*, 1998, p. 14 *apud* BRAMBATTI, 2005, p. 43).

Dessa forma, pode-se notar que as noções de "agroturismo" e "turismo em espaço rural" promovidas por esses estudos e definições incorporadas à políticas de Estado são opostas a de "Turismo Rural", que se associa aos hotéis-fazenda, colocando assim uma barreira a mais para a possibilidade de pensar a região sob outros prismas que não o da grande fazenda⁵⁰. Ao mesmo tempo em que o próprio MDA, através de outra secretaria, a Secretaria de Desenvolvimento Territorial (SDT), atua aí em certo sentido compensando os efeitos da grande fazenda. No começo dos anos 2000, sob a coordenação da Cooperativa Ecológica de Agricultores, Artesãos e

⁵⁰ Considero, assim, que um mercado para o "Turismo Rural" na região serrana de Santa Catarina tem sido construído também com a participação de profissionais técnicos e cientistas. Para isso, baseio-me no estudo de um mercado computadorizado para a venda de morangos, próximo a Paris, realizado por Garcia-Parpet (2003). A autora demonstra que o mercado foi construído por um grupo de produtores de morango descontentes com a situação anterior, em conjunto com um técnico em agronomia, que propôs premissas da teoria econômica para a organização do mercado. De acordo com essas premissas o mercado deveria levar à concorrência perfeita, onde qualquer pessoa poderia dispor seus morangos para a venda ou poderia fazer compras. O que a autora observou foi que as práticas mais imediatas correspondiam à teoria econômica por esta ser o próprio quadro de referência às mesmas. Mas, para ser possível esse mercado, foram mobilizadas relações de parentesco, de vizinhança ou de alianças políticas, e outras que subjaziam o aparente, que constituem parte do que chamou de construção social de um "mercado perfeito".

Consumidores da Região Serrana – Ecoserra, através do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf), na linha de Infraestrutura, foi financiado o projeto *Agricultura Tradicional e Agroecologia: da subsistência à inclusão Econômica e Social* (SANTOS, 2006).

Esse projeto havia sido aprovado no quadro da política de desenvolvimento territorial do MDA para a região. De acordo com Cazella e Búrigo (2008), em 2004, no território Planalto Catarinense, o único pleito que se enquadrou nos pré-requisitos do MDA foi o referido projeto, que os autores identificaram como *Arranjo Agroecológico*. Conforme notaram Cazella e Búrigo (2008), não foram incluídos nessa ação de desenvolvimento territorial atores que historicamente se encontram em campos políticos separados do qual está o Centro Vianeí, como por exemplo, a Associação Comercial e Industrial de Lages (ACIL). Para os autores, isso já havia vigorado na definição do Consórcio de Segurança Alimentar e Desenvolvimento Local (Consad) Campos de Lages, coordenado pelo Centro Vianeí em 2004. Em síntese, os autores argumentam que vigorou um viés agrário nessas ações territoriais.

Com isso, mantêm-se os hotéis-fazenda como o carro chefe do turismo rural em Lages e região, mas convém lembrar que o rural que eles propugnam faz parte da identidade regional, sendo por isso mobilizado sempre que se busque enfatizar os sinais diacríticos de um produto, de um evento, de uma manifestação cultural, etc., não importando se seja rural ou não o que os definam. Assim, no turismo rural ou não, o rural é uma referência importante para a região. Mesmo assim, tem-se intensificado iniciativas que visam se não ultrapassar, pelo menos colocar ao lado do rural outras fontes para o turismo. De todo modo, entre aqueles envolvidos com o *trade* turístico, considera-se o turismo a *vocação* regional.

2.3 A VOCAÇÃO E O *ETHOS* DO EMPREENDEDOR BRASILEIRO

Conforme Oliven (1999), entre a eleição de Júlio Prestes em 1930, o último presidente da República Velha (1889-1930), que apostava na “vocação agrária” do Brasil, e um discurso de Getúlio Vargas de 1943, em Volta Redonda, onde a primeira siderúrgica estatal brasileira foi construída, “pode-se constatar que ocorreu, pelo menos

a nível do discurso [entre os políticos], um deslocamento de uma ideologia agrária para uma mais industrial” (OLIVEN, 1999, p. 417). Tal deslocamento se deve a transformações situadas na própria República Velha:

Em poucas palavras, estas transformações foram a criação de uma indústria de substituição de bens não-duráveis, o crescimento das cidades que eram capitais de mercados regionais, a crise do café, a crise do sistema baseado em combinações políticas entre as oligarquias agrárias (a “política dos governadores”) e o surgimento de revoltas sociais e militares que começaram na década dos vinte e culminaram com a Revolução de 1930 (OLIVEN, 1999, p. 418).

À parte o Brasil ter se destacado na última década como um importante produtor de bens primários, principalmente de soja, o país em muito se diferencia daquele de fins do século XIX e início do XX. Como salienta Oliven (1999, p. 423), “a tese da ‘vocação rural’ do Brasil não se sustentou. O Brasil é atualmente um país urbano e industrializado, seus bens competindo no mercado mundial”. Porém, como o próprio autor enfatiza, o que caracteriza o país é uma contradição gritante entre os avanços de uma modernidade tecnológica e a não realização de mudanças sociais que propiciem o acesso da grande maioria da população aos benefícios dessa modernidade. Então, o que poderia caracterizar a contínua modernidade tecnológica?

Bronz (2011) sugere a existência de um *ethos* do empreendedor brasileiro, baseado em uma racionalidade empresarial e em uma moralidade desenvolvimentista: “Um discurso que prima pela conquista de territórios e pela expansão de suas fronteiras rumo a uma economia global, por meio da construção dos grandes empreendimentos industriais” (BRONZ, 2011, p. 165). A autora toma o engenheiro Eliezer Batista como exemplo desse *ethos*, que apresentava em seus discursos sobre seus feitos conhecimento sobre a geografia econômica do país⁵¹. Para a autora, através desse

⁵¹ Bronz (2011) utiliza como textos do discurso de Eliezer Batista o livro *Conversas com Eliezer* e o filme *Eliezer Batista. O engenheiro do Brasil*. Segundo Bronz (2011, p. 164) “o engenheiro, em sua extensa trajetória de trabalho, foi duas vezes presidente da Companhia Vale do Rio Doce (de 1961 a 1962 e depois de 1979 a 1986), Ministro de Minas e Energia no Governo de João Goulart (1961-1964), Diretor da Secretaria de Assuntos Estratégicos – SAE durante o Governo de Fernando Collor de Mello (1992) e um dos Fundadores do Conselho Empresarial Brasileiro de Desenvolvimento Sustentado – CEBDS no ano de 1997 (FGV, 2001). Eliezer ocupou cargos políticos e sua trajetória o levou a participar ativamente da formulação dos modelos de desenvolvimento econômico até hoje adotados no país. Um exemplo de sua duradoura proximidade com os políticos de mais alto cargo de poder foi o fato de ter sido chamado pelo então Presidente Fernando Henrique para debater a respeito dos processos de abertura econômica e privatizações. No filme *Eliezer Batista. Engenheiro do Brasil* declara que, na época, foi contrário à privatização da Companhia Vale do Rio Doce”.

conhecimento Eliezer evoca a *vocação econômica* do país e coloca em destaque concepções de geopolítica, constituindo-se em um discurso da “geopolítica empresarial”.

A definição mais ampla que encontrei para o termo geopolítica foi apresentada por Becker que a define como “um campo de conhecimento que analisa relações entre poder e espaço geográfico” (2005:1). Adoto esta definição para caracterizar o que chamo de ‘geopolítica empresarial’, na medida em que a partir dela é possível ampliar os limites deste tipo de conhecimento para além de sua aplicação pelos Estados Nacionais e admiti-la como parte das *estratégias* de gestão empresarial dos grandes empreendimentos voltadas para obtenção das licenças ambientais (BRONZ, 2011, p. 167).

“Geopolítica empresarial” é uma noção útil para se ter em conta ao se considerar o relevo que o turismo tem em São Joaquim e região em termos do *potencial* econômico que lhe é intrínseco nos discursos que se incluem em um determinado *ethos* empresarial. Cabe ter reservas com a ideia de *ethos* do empreendedor brasileiro, pois os grandes empreendimentos empresariais no âmbito turístico (grandes hotéis, *resorts*, parques temáticos, etc.) são apenas uma parcela do total dos empreendimentos, sendo que em São Joaquim e região contam-se nos dedos de uma mão. Além do que, “indústria do turismo” é uma expressão largamente utilizada para se referir ao conjunto de atividades econômicas encadeadas nos serviços de hotelaria, gastronomia, transporte, etc., voltados para o turismo, mas as controvérsias a seu respeito são grandes.

“Tourism industry”, therefore, refers broadly to collections of business firms, organisations and other resources which foster or support activities of tourists, in particular by providing services. While no consensus exists about the precise components (because the collections are diverse), a custom has developed for referring to industrial sectors, such as travel services as travel agents, **tour operators**, carriers providing **transportation, accommodation**, food services and **attractions** (including entertainment and recreational resources). Components of various sectors are located across three geographical realms in whole **tourism** systems. For example, travel agents do their main work pre-trip in traveler-generating regions, while carriers perform their main roles along transit routes and most accommodation is in **destination** regions (LEIPER, 2000, p. 306, grifos do original).

Tomados os devidos cuidados tanto com a extensão indiscriminada da noção de *ethos* do empreendedor brasileiro quanto com a utilização de “indústria do turismo”, pode-se refletir sobre uma “região de destino” como a Serra Catarinense em uma

“geopolítica empresarial”. Como aponta Bronz (2011, p. 168), desde os anos 90 estamos “diante de uma ‘geopolítica empresarial’ de gestão dos territórios, em que recai sobre empreendedores e consultores a função de ordenar a expansão das fronteiras do Estado (ou do aparato governamental)”⁵². No caso que analisa, Bronz constata que esse reordenamento ocorre nos procedimentos de licenciamento ambiental. Em São Joaquim, para o turismo, não há licenciamento, mas pode-se dizer que há um reordenamento protagonizado pelas consultorias e pela parceria RBS-CVC em torno do festival Viva Serra, que será apresentada logo a seguir⁵³.

Além disso, o que se passa com o turismo em São Joaquim e região assemelha-se em certa medida a uma “economia de aparências”, a qual depende simultaneamente de performance econômica e performance dramática (TSING, 2005).

In speculative enterprises, profit must be imagined before it can be extracted; the possibility of economic performance must be conjured like a spirit to draw an audience of potential investors. The more spectacular the conjuring, the more possible an investment frenzy. Drama itself can be worth summoning forth. Nor are companies alone in the conjuring business in these times. In order to attract companies, countries, regions, and towns must dramatize their potential as places for investment. Dramatic performance is the prerequisite of their economic performance (TSING, 2005, p. 57).

Os consultores tem presença constante, alguns deles com uma presença mais marcada em determinados projetos. No entanto, a parceria RBS-CVC tem tido um destaque especial na constituição do *destino* Serra Catarinense. Estive em um encontro de lideranças políticas, empresários e profissionais do turismo em fins de agosto de 2011 em São Joaquim, no qual foi apresentado o projeto “Viva Serra”. Naquela ocasião estava eu com meus interlocutores do *trade* turístico de São Joaquim, todos muito reticentes com o que seria apresentado, pois se aventava que era tal projeto um modo

⁵² “Vocação” também é uma categoria importante para a constituição de novos municípios. Como constata Pires (2012), no início dos anos 90 foram criados vários municípios no estado Rio de Janeiro e em certa medida em todo o país relacionando para isso a “vocação”. O autor, porém, pondera que “o contexto democrático e o regimento constitucional de 1988, a urgência emancipacionista, as facilidades de aprovação na Assembleia Legislativa do Estado do Rio de Janeiro, proporcionaram a formação de municípios que, no entanto, não parecem ter uma “vocação” que justifique sua existência (PIRES, 2012, p. 75-76)”.

⁵³ A agência de viagens CVC foi criada em 1972 em Santo André/SP. A sigla CVC deve-se as iniciais de Carlos Vicente Cerchiari, um dos sócios fundadores da agência, juntamente com Guilherme Paulus, que desde 2010 passou o controle da agência ao fundo de capital privado (*private equity*) Carlyle Group, que adquiriu 63,6% da empresa. Informações disponíveis em <http://www.cvc.com.br/institucional/nossa-historia.aspx> - Acesso em 16/10/2013.

de a CVC *entrar* na região. Isso os preocupava sobremaneira, como apresentarei no capítulo cinco.

Na apresentação do projeto “Viva Serra” o então prefeito José Nérito de Souza abriu o evento dizendo que aquela reunião trazia esperança para a região se *desenvolver*. Dizia ele: “não lembro de uma reunião tão importante aqui, nesses dois anos de mandato”. Na sequência, César Souza Júnior, secretário da Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte afirmou que a Serra Catarinense era prioridade do governo Raimundo Colombo como próximo “rincão do turismo catarinense”, pois o turismo no estado é concentrado no litoral⁵⁴. Para isto, afirmou que a RBS e a CVC eram parceiros fundamentais e que já havia sido tratado isto em um almoço com o governador na Agrônômica (residência oficial do governador). Os representantes da RBS e da CVC acompanharam o secretário afirmando que eles eram de fato parceiros para tornar a região um novo *destino* turístico, comparado ao que significa o litoral do estado. O secretário arrematou seu discurso dizendo “mas não queremos fazer nada de cima pra baixo”, como se soubesse daquilo que Marília, funcionária do *Convention*, havia falado em uma reunião dois dias antes⁵⁵.

Todos ali se postavam do lado da região e queriam o *desenvolvimento* da mesma. A maneira como isso poderia acontecer seria outra questão, pois pairavam dúvidas a respeito das verdadeiras intenções de todos que haviam entusiasticamente subido no palco do auditório da Casa da Cultura naquele dia, tanto que não puderam descer de lá antes de receberem reiteradas cobranças sobre suas responsabilidades em determinados projetos prometidos. Dessa forma, o Secretário de Estado e os representantes da RBS Eventos e da CVC não levaram dali apenas caixas de maçã e vinhos, presentes de empresários locais, mas também reivindicações e requisições. .

2.4 AS PESQUISAS SOBRE O *POTENCIAL* TURÍSTICO

⁵⁴ Atualmente José Nérito de Souza não ocupa mais a o cargo de prefeito de São Joaquim e César Souza Junior deixou a secretaria de Estado para candidatar-se à prefeitura de Florianópolis, tendo sido eleito prefeito.

⁵⁵ Essa reunião foi preparatória para os membros do Grupo Gestor e Marília, funcionária do *Convention*, alertava a todos de que a parceria CVC-RBS seria uma forma de desenvolvimento “de cima para baixo”. Descrevo essa reunião com maiores detalhes no capítulo cinco.

O próximo “rincão do turismo catarinense” não era nada desconhecido à época do encontro que anunciava a realização do primeiro festival Viva Serra. A própria RBS se dedica ano a ano em mostrar as “belezas” da região. Há também textos diversos que colocam em evidência os atrativos, equipamentos e eventos turísticos, dentre os quais pode ser destacada uma dissertação de mestrado. O trecho que segue, retirado dessa dissertação proveniente de um mestrado profissional na área de planejamento territorial, faz uma descrição de praticamente todos os atrativos, eventos e equipamentos possíveis para turistas. São eles que guardam o *potencial* turístico. A partir dele se tem uma noção de como as referências para as ações no turismo estão afirmadas e são transmitidas de forma comum entre os profissionais da área. Refiro-me, especificamente, às menções a Lombard Street na Califórnia e ao sucesso das vinícolas familiares no Rio Grande do Sul.

Os atrativos são o clima e a paisagem da região, com fortes expressões como as taipas de pedra, as reservas de xaxim e araucária. São atrações turísticas da cidade: a Igreja Matriz, construída em pedra ferro (basalto), com esculturas de profetas bíblicos na parte externa; a Casa de Pedra, construção centenária que serviu de moradia para a família Martorano por quase um século, hoje usada como restaurante; a Exponeve, feira de artesanato e produtos da região; o Belvedere, rua planejada para ser no estilo da Lombard Street, rua famosa de São Francisco, na Califórnia/Estados Unidos, de mão única para descida em estilo caracol por causa da declividade, totalmente ajardinada e com escadaria nas laterais para pedestres. Em virtude de uma ocupação no início da rua, foram construídas apenas escadarias para pedestres com canteiros de flores; o *Snow Valley*, parque ecológico com uma reserva de xaxins centenários e belas cascatas, situado na SC – 438, na saída para Bom Jardim da Serra, a 10km do centro da cidade; Museu Histórico Municipal espaço Assis Chateaubriand, que possui acervo histórico do município e um museu ao ar livre sobre o ciclo da madeira; o Museu de Artes de São Joaquim, considerado o terceiro do Estado em obras de arte. Acervo com obras de arte do ilustre joaquinense com projeção internacional Martinho de Haro, de Artistas Plásticos como Rodrigo de Haro, Semy Braga, Pléticos, Wilson Martins e Artistas Plásticos com projeção no âmbito nacional como Tereza Martorano Vieira, Yolanda Bathke Campos e Suzana Scóss Bianchini; o Parque Nacional da Maçã, possui 214 mil metros com áreas para camping, cancha de laço, pavilhões para exposições e palco para shows; a Estação Experimental de São Joaquim – EPAGRI, pomares experimentais de maçã, pêra, goiaba serrana e uva. Na primavera torna-se cartão postal com a florada das cerejeiras. O Monumento Manoel Joaquim Pinto, anexo à prefeitura. Escultura de Élon Outuki sobre o ciclo histórico, econômico e cultural do município; o *Packing House*, local para o processamento de maçãs, recebimento de frutas, armazenamento em câmaras frias, classificação

e embalagem; e a Vinícola Francione (sic), local de visitação e degustação de vinhos finos de altitude. A vitivinicultura pode abrir um novo espaço turístico. O charme das vinícolas familiares abertas aos visitantes, inclusive com opção de pousadas é sucesso no Rio Grande do Sul (BERTONCINI, 2011, p. 19-20, grifos do original).

Por outro lado, com o ACORDE Região de São Joaquim, durante o ano de 2009 foram feitos estudos que promoveram um verdadeiro censo da atividade turística na região, acompanhado de sugestões para melhorias. Tais estudos estiveram a cargo do Curso de Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI) de Balneário Camboriú (SC), sob a coordenação da Professora Doutora Doris van de Meene Ruschmann. Na apresentação das pesquisas realizadas, Ruschmann destacou o seguinte:

Este material desenvolvido pela Univali fornece um diagnóstico do setor turístico, avalia o potencial, propõem alternativas e aponta as necessidades dos equipamentos de hospedagem, gastronomia e entretenimento, além de demonstrar a viabilidade econômica para a implantação e melhoria de empreendimentos turísticos⁵⁶.

Os relatórios dessas pesquisas estão disponíveis *on line* no site da Secretaria do Planejamento do governo estadual⁵⁷. Em certa medida, o que está presente nestes relatórios corrobora o que já está estabelecido e faz parte das deliberações político-administrativas. Nesse sentido, o Plano de Desenvolvimento Regional da SDR São Joaquim, no trecho destinado ao turismo, relaciona a vocação da região de acordo com as conclusões obtidas com essas pesquisas⁵⁸:

Segundo o estudo, a principal vocação da região é o turismo nos espaços naturais e rurais, incrementado com o clima frio, os eventos e as tradições da cultura local. A Serra do Rio do Rastro é o atrativo expoente da região (SANTA CATARINA, 2013, p. 34).

Nada disso já não era considerado como fato pelas pessoas minimamente informadas sobre o turismo na região. De forma semelhante, nesse mesmo texto são elencadas vocações turísticas de acordo com o município componente da SDR São Joaquim:

⁵⁶ Afirmções de Doris van de Meene Ruschmann contidas em: VELHO, Nina. Univali apresenta diagnóstico e inventário turístico da Serra Catarinense através do Projeto ACORDE. **Portal São Joaquim On Line**. 8 de julho de 2009. Disponível em: <http://saojoaquimonline.com.br/2009/07/08/univali-apresenta-diagnostico-e-inventario-turistico-da-serra-catarinense-atraves-do-projeto-acorde/> - acesso em 21/02/2014.

⁵⁷ <http://www.spg.sc.gov.br/AcordeSaoJoaquim.php> - último acesso em 21/02/2014.

⁵⁸ Planos e projetos mencionados na introdução.

Quanto às vocações turísticas, o estudo da Univali [projeto ACORDE] também observou o que segue:

- Bom Retiro: Turismo religioso e cultural, destacando-se o Santuário, as grutas, museus e sítios arqueológicos.
- Bom Jardim da Serra: Ecoturismo; Turismo de contemplação, com destaque para as cachoeiras, serras, cânions e Turismo Gastronômico.
- Rio Rufino: Turismo cultural, através da valorização do artesanato em vime e a criação de emas.
- São Joaquim: Turismo enogastronômico, caracterizado pela culinária local harmonizada com a degustação de vinhos finos de altitude; Turismo Pedagógico, com imersão em inglês; Turismo cultural relacionado com a promoção de bens materiais e imateriais (cavalgadas, museus, sítios arqueológicos, monumentos históricos, saberes e fazeres, usos e costumes da cultura regional); e, o Turismo de eventos, que compreende encontros de interesse profissional, programados e organizados como: feiras, congressos, simpósios, exposições.
- Urubici: Turismo de aventura (arvorismo, escalada, trekking, cicloturismo, entre outros) de caráter recreativo e alguns competitivos, Ecoturismo (Morro da Igreja, rota das cachoeiras e Serra do Corvo Branco), Turismo Rural e Turismo Pedagógico.
- Urupema: Atividades ligadas às trutas, com potencial para o desenvolvimento de pesca esportiva sem intuito. O turismo cultural também merece destaque pelos bens materiais (visitação nas grutas, taipas e igreja) e imateriais (gastronomia a base de truta) (SANTA CATARINA, 2013, p. 34-35).

Junto a isso, o texto também menciona a organização dos “atores locais” (conselhos municipais de turismo, Grupo Gestor, SCCVB e associações), o recenseamento de empreendimentos hoteleiros realizado no estudo do projeto ACORDE e dados da Secretaria de Estado do Planejamento que atestariam o aumento do PIB no setor de serviços. O texto conclui da seguinte maneira:

O desafio lançado pelo governo do Estado através do programa ACORDE como também pelo Ministério do Turismo para manter e consolidar o destino Serra Catarinense como competitivo e sustentável, no cenário atual, depende de uma série de fatores como iniciativa de viabilização financeira pública aos projetos já existentes e a integração político - privada na execução das ações e projetos.

O clima diversificado que predomina na região tem sido o maior aliado para o desenvolvimento do turismo de inverno que agora, somados à produção de vinhos finos de altitude, à rica gastronomia típica, hospitalidade nata, às belezas naturais e à organização do setor na divulgação dos roteiros para os mais variados públicos, tem como perspectiva positiva alavancar o turismo nas quatro estações (SANTA CATARINA, 2013, p. 36).

Posto dessa maneira, tal texto se assemelha mais a uma prestação de contas da “comunidade local” do que se está fazendo do que de fato um plano governamental. Afirimo isso considerando, conforme anunciado na introdução do plano, que se trata de

um documento feito com a participação “ativa de membros da sociedade civil organizada (idem, p. 5)”. Além disso, realça o papel de empresários e consultores nas funções de administração da expansão do aparato governamental.

Apesar disso, tais pesquisas realizadas no âmbito do Projeto ACORDE Região de São Joaquim não foram as únicas realizadas nos últimos tempos, nem seu impacto na ação do governo foi muito evidente. Isso foi expressado por uma das bacharéis em turismo que participou da equipe de pesquisa da Univali em entrevista concedida a mim, como se vê no trecho a seguir. À época ela era tesoureira do Convention & Visitors Bureau.

Sabe como é que é esses projetos do governo. É um projeto lindo e maravilhoso, mas chega no final... não tem o final que se espera e que se era prometido desde o começo. Tanto que depois que a gente terminou o projeto, na prefeitura tiveram que desenvolver pesquisa de demanda, o Ministério do Turismo, tudo coisa que a gente tinha feito no trabalho, mas eles não puderam utilizar porque não tava disponível ainda. Então, essas coisas assim de “ah, tem que pedir pra fulano, tem que pedir na Secretaria em Florianópolis”⁵⁹.

Entretanto, os relatórios das pesquisas coordenadas pela professora Ruschmann também colocam em evidência outros elementos que não apenas aqueles já conhecidos. Nesses relatórios, são classificados por meio de um ranking os atrativos turísticos. Ao contrário da dissertação de mestrado anteriormente mencionada, nesse caso foram estabelecidos critérios pelos quais os atrativos foram classificados. A conclusão geral foi de que a região de São Joaquim é um “destino potencial”.

Como afirma Svendsen (2011), articulações de potencialidade são fortemente vinculadas a práticas de seleção e classificação. Sua pesquisa aborda especificamente tais práticas relacionadas a embriões em pesquisas de células tronco na Dinamarca, sobre como o embrião era apresentado para casais que faziam fertilização *in vitro* como tendo um potencial particular. Os embriões classificados como lixo (“restos”, “sobras”, etc.) podem ser mais facilmente reavaliados, pois eles são transformados em “feios” para assim poder ter outros usos. Ao serem considerados como “resíduos” ou “desperdício”, eles são separados e abandonados de sua fonte. Assim, “the bin facilitated a rearrangement of meaning. The embryo for donation appeared as both a

⁵⁹ Léa Dutra Correa. Entrevista concedida ao autor 08.04.11.

profane tool to be manipulated in the hESC lab and as a sacred potential holding inviolable worth for regenerative medicine (SVENDSEN, 2011, p. 422)".

De forma semelhante, não apenas nas pesquisas que menciono nessa seção, mas comumente aqueles que trabalham com o turismo sugerem o desperdício de elementos que poderiam ser aproveitados no turismo. Tendo como exemplo as pesquisas aqui citadas, de acordo com a classificação efetuada por elas, apenas 6% dos atrativos, eventos e equipamentos turísticos regionais são realmente aptos para a atividade turística. Tal aptidão se deve a conjunção de atratividade turística, necessidades de infraestrutura e organização do produto turístico. No geral, os 6% são aqueles eventos, atrativos e equipamentos elencados no Plano de Desenvolvimento Regional da SDR de São Joaquim mencionados anteriormente. Os demais 94%, nesse contexto de classificação, são inseridos em uma nova totalidade, podendo assim ser transformado em algo passível de ser conhecido, determinado e usufruído.

2.5 OS ATRATIVOS NATURAIS

Os chamados atrativos naturais são a maioria dentre equipamentos, eventos e atrativos ainda não inteiramente aptos ao turismo conforme as pesquisas citadas na seção anterior. Em outra pesquisa, Toresan *et al* (2002) indicam uma variedade de atividades realizadas no espaço rural que tem sido muitas vezes identificada sob outras rubricas. Um dos exemplos mais flagrantes, que interessa ser destacado aqui, são as atividades relacionadas ao contato com a natureza, particularmente as trilhas e caminhadas ecológicas. Com se vê na figura abaixo, elas são o terceiro serviço prestado nos empreendimentos de turismo no espaço rural em Santa Catarina.

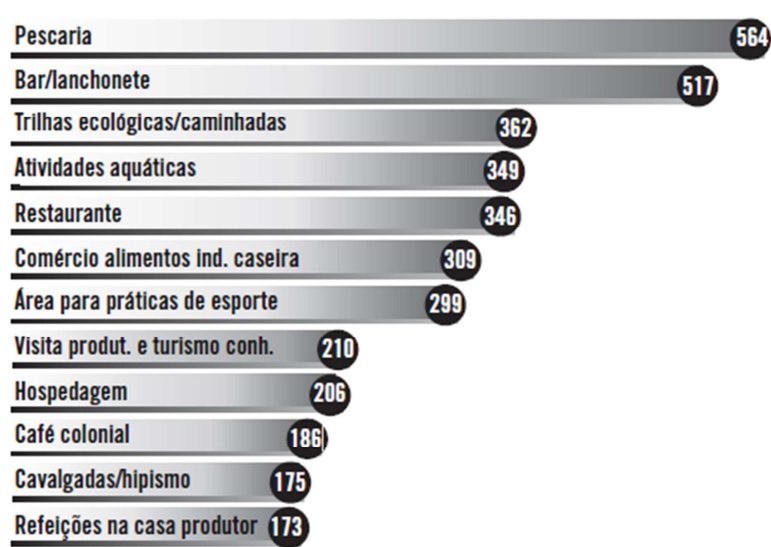


Figura 09: Principais serviços oferecidos aos turistas nos empreendimentos turísticos pesquisados. Fonte: TORESAN et al, 2002, p. 32.

Isso demonstra a procura por atividades relacionadas ao natural, que justifica a busca por ofertar serviços relacionados ao mesmo. Assim, faz todo o sentido o convite que faz o presidente de uma das principais associações relacionadas ao turismo em São Joaquim.

A topografia e a natureza serranas são exuberantes e ricas em nascentes, rios e cachoeiras límpidas, cânions gigantescos e serras com recortes inacreditáveis. Para completar, temos o privilégio de um verão extremamente agradável, com temperatura média de 22°C. E o inverno, mesmo com temperaturas abaixo de 0°C é convidativo e inesquecível, com geadas e frequentes precipitações de neve.

(Ivan Antonio Bertoncini Cascaes – Presidente do Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau;grifos do original)⁶⁰.

Porém, isso justifica também uma mudança na maneira como se concebe o regional. Por exemplo, o escritor Paulo Derengoski, que escreve sobre a história regional a partir de uma perspectiva que o coloca como um dos principais formuladores da identidade regional, considera que os “Campos de Lages”, antiga forma corrente de se referir a Serra Catarinense, são um dos Pontos Chakras da humanidade, sendo esses propícios ao messianismo (cf. DERENGOSKI, 2000).

Os pontos *chakras* do mundo – várzeas lamacentas do Ganges, montanhas escarpadas do Tibet, desertos ressequidos da Palestina, cordilheiras nevadas dos Andes, águas profundas do lago Baikal, Mar de

⁶⁰ Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau – Show Case – Santa Catarina – Brasil.

Sargaços, Campos de Lages, abismos de Macchu Picchu, estepes da Mongólia, cratera do Kilimandjaro – constituem terrenos férteis para as promessas messiânicas (DERENGOSKI, 2000, p. 110).

Desde que comecei o trabalho de campo em São Joaquim encontro com textos de Paulo Derengoski em materiais de divulgação turística. Tais textos variam em certos aspectos, mas fundamentalmente dizem que a Serra Catarinense é um dos Pontos Chakras da humanidade, sendo por isso um lugar de rara beleza, que pode agradar a quem quiser ali estar. Assim, para esse escritor ao mesmo tempo em que pode propiciar fenômenos messiânicos, os Campos de Lages ou a Serra Catarinense, mais especificamente, pode também propiciar momentos de deleite. O trecho abaixo, no qual ele apresenta o livro de fotografias de Anselmo Viana Nascimento *Serra Gente Catarinense*, ilustra bem isso:

Tal é a força tumultuária da Natureza que ele nos apresenta, que ali parece residir um dos Pontos Chakras, energéticos, espirituais, de nosso mundo.

(...) a Serra Catarinense é única, com montanhas escarpadas, coxilhas onduladas, rios de águas límpidas, imponentes Araucarias que se debruçam sobre os abismos como príncipes dos peraus.

Além de pousadas aconchegantes, fazendas centenárias, verões agradabilíssimos de noites enluaradas e inverno mais frio do país.

Em São Joaquim, Urupema, Lages e outros lugares formam-se dezenas de geadas todos os anos. A neve cobre com seu manto branco os telhados, as árvores, os campos dos sem fim, trocando o verde-esmeralda do verão pelo amarelo ouro do inverno.

Ali ainda existe a forma vegetal de vida mais antiga da terra: o Pinheiro Brasileiro, cuja semente colorada, o pinhão, alimenta homens e animais.

(...)

Tudo isso o livro de Anselmo registra com um toque de gênio e a precisão rara do fotógrafo que sabe ver. “Ver ou não ver”: eis a questão...

(...)

Se o homem da Serra é antes de tudo um forte, as maçãs que lá as produzem são as melhores do mundo, as mais doces. Entre lágrimas de prazer se degusta uma Gala ou uma suculenta Fuji. Numa terra selvagem onde antes pastavam o gado selvagem e a bagualada xucra, o índio guarani cravou paz, respeito ao meio ambiente, aventuras (DERENGOSKI, 2008, p. 7, grifos do original).

Mas como que essa ênfase no natural provoca uma mudança na forma de se conceber o regional? Para entender essas concepções que vêm acompanhando o interesse pelo natural, faz-se necessário ter em conta processos que vêm ocorrendo há

algum tempo e que têm relação com as maneiras como as pessoas se relacionam com o ambiente.

Thomas (1988) argumenta que por volta do século XVIII há evidências de uma mudança nas sensibilidades das pessoas para com o “mundo natural”. Segundo o autor, nesse período com o crescimento das cidades aumenta o gosto pelos campos, tendo sido valorizado passar um fim de semana no campo, passam a ser percebidas reações contra o avanço da fronteira agrícola, ervas que antes eram consideradas daninhas passam a ser usadas em jardins e surge o termo preservação e o vegetarianismo. O autor conclui que antes de terminar o século XVIII o gosto mudou de forma dramática.

Quanto mais selvagem a cena, maior o seu poder de inspirar emoção. As montanhas que em meados do século XVII eram odiadas como estéreis “deformidades”, “verrugas”, “furúnculos”, “monstruosas excrescências”, “refugio da terra”, “*pudenda* da natureza”, tinham-se transformado, cerca de um século depois, em objetos da mais elevada admiração estética (THOMAS, 1988, p. 307).

Essa observação de Thomas é uma importante referência para reconhecer que uma mudança de atitudes perante a natureza de cunho romântico tem base em processos verificados desde o século XVIII. Segundo Elias (2001), na primeira parte do processo de curialização, a formação da nobreza aristocrática de corte, é possível observar fenômenos muitas vezes associados apenas aos processos de industrialização e urbanização industrial. Para Elias, a transformação da *noblesse de d'épée* em nobreza de corte corresponde a um estágio do processo civilizador e representa um dos impulsos que distanciaram gradualmente os produtores de gêneros alimentícios de seus locais de produção, da agricultura e pecuária, processo visto romanticamente como “desenraizamento” ou “alienação”. Com isso:

A vida no campo se torna um símbolo da inocência perdida, da simplicidade e naturalidade espontâneas; torna-se o contraponto da vida urbana e de corte, com todos os seus vínculos, suas complicadas coerções hierárquicas e suas exigências de autocontrole de cada um (ELIAS, 2001, p. 220).

Segundo Elias (2001), na história das ideias não existe uma teoria geral dos variados movimentos românticos. Para ele, as correntes românticas de corte fazem parte das primeiras tendências da progressiva integração do Estado e da crescente

urbanização. São diferentes de correntes posteriores, mais burguesas, mas não lhes faltam propriedades em comum, que as apontam como manifestações de um redirecionamento da figuração dos indivíduos em seu conjunto. O que liga essas tendências entre si são as situações estruturalmente similares de certas camadas sociais. “A linha geral, a orientação comum das mudanças estruturais globais tendendo a uma crescente interdependência de associações humanas cada vez maiores e mais diferenciadas produz movimentos recorrentes e associações desse tipo” (ELIAS, 2001, p. 221-222). Para Elias o que importa nesse contexto é que todas as redes de interdependências que os homens constituem no estágio anterior do desenvolvimento, comparadas àquelas que eles constituem posteriormente, são mais curtas, menos numerosas e com frequência menos estáveis, menos estruturadas.

Pode-se, assim, considerar que a presença constante de *turistas* na região pelo menos nas últimas décadas com o advento do turismo nas fazendas, tem feito com que se ampliem e aumentem as redes de interdependência, para usar os termos de Elias. Um dos efeitos dessa ampliação talvez seja o fato de que o vinho não seja “o” produto relacionado à região, como o foram o gado e a araucária, por exemplo, mas sim seja o vinho relacionado à altitude, a qual inclui distintas regiões catarinenses. Outro efeito pode ser a não tão simples identificação da região como um todo com o “ecoturismo”, mas sim essa identificação correntemente mais relacionada com o município de Urubici. De todo modo, meus interlocutores de São Joaquim parecem lidar com isso de maneiras diversas que no geral são mais ou menos coerentes com as demandas por definições do que se trata o *potencial* turístico, que direta ou indiretamente recebem de *turistas*, de jornalistas, etc. Em outras palavras, o *potencial* turístico deve ser apresentado em termos palpáveis (informações, produtos, serviços, etc.), adquirindo materialidade ou apenas se tornando um referencial.

Dentre os materiais em que os textos de Derengoski circulam, verifiquei que muitos são produzidos por Anselmo, quem os vendia em uma loja no centro da cidade. Encontrei Anselmo algumas vezes fotografando praças e eventos e sempre o considerei o fotógrafo da cidade (um dos, na verdade).. Naquele feriado havia certa movimentação de *turistas* na cidade e era meu primeiro trabalho de campo para o doutorado. Essas pessoas chegavam, tiravam algumas fotos em uma das praças onde

há bonecos de neve e cerejeiras japonesas, que, naquele momento, estavam com flores abertas⁶¹.

Conversei com Anselmo pela primeira vez no dia seguinte ao domingo relatado anteriormente, quando, apesar de ainda ser feriadão, a cidade já voltara a seu ritmo normal. Em sua loja adquiri um guia com informações da região. Estavam lá vários pontos turísticos possíveis de serem visitados. Comprei o guia porque efetivamente me interessava saber quais eram e onde se encontravam, mas principalmente porque Anselmo foi bastante hábil como vendedor. Ele tinha uma grande quantidade de materiais à venda. Guias turísticos com diferentes fins, guias telefônicos e de endereços, mapas turísticos e, sobressaindo-se, um livro que havia lançado há não muito tempo, onde se encontra o texto de Derengoski mencionado anteriormente (NASCIMENTO, 2008). Não cheguei a falar com Anselmo sobre minha pesquisa, porque esse encontro foi bastante objetivo.

Encontrei novamente com Anselmo outras vezes, em ocasiões que estive em São Joaquim para trabalho de campo posterior a esse feriado. Em eventos a figura de Anselmo se confundia com a de um jornalista, um fotojornalista especialmente. Por outro lado, a importância de Anselmo pode ser medida pelo destaque que lhe dá Joaquim Anacleto, dentista aposentado e ex-prefeito de São Joaquim, ex-colunista do *Jornal Mural* e atual colunista do *Portal Serra SC*, ambos produzidos por Anselmo, em uma nota publicada na sua coluna no *Jornal Mural* da segunda quinzena de novembro de 2000. A nota se referia ao evento comemorativo aos dez anos do *Jornal Mural*.

E seguida foi chamado o fundador, que em palavras muito sinceras, desprovidas de pedantismo ou qualquer penduricalho, contou-nos sua vida em São Joaquim.

Iniciou pelo namoro com a Raquel. Um pouco sem jeito declarou que seu amor foi correspondido. Aqui se casou, mas fixou moradia em Florianópolis, onde se dedicou à sua profissão de fotógrafo, confessando que o íntimo, o que mais queria mesmo era ingressar na imprensa. Mudou-se para São Joaquim, e o homem de Canasvieiras, encantou-se com a rica paisagem do Alecrim, onde se fixou. Sua vocação de fotógrafo despertada traduziu em filmes, que revelaram para Santa Catarina as mais belas paisagens de São Joaquim, Urubici, B.

⁶¹ Permaneci, juntamente com Lorena, minha companheira, durante o domingo, observando por algum tempo, cerca de seis horas, sem saber se tentava algum contato com os turistas. Finalmente, não tentei nenhum contato e acabamos tendo a experiência de um casal de *turistas* naquele domingo. Experiência descrita no Apêndice A.

Jardim e Urupema. No seu estúdio de fotógrafo imprimiu quase que um folhetim. A população leu e gostou. Como era fixado em um mural, deu a mesma denominação ao jornal que criou e que comemorou agora seus 10 anos. Como bem diz o Pe. Blévio: “Parabéns”.

Já bateu o recorde joaquinense de longevidade da impressão contínua de um jornal. Desejo-lhe que continue resistindo aos que pensam que teu jornal, teu filho dileto, deve atrelar-se aos interesses políticos de quem está no poder, ou fechar as portas a quem é oposição. Dou meu depoimento: “Nunca sequer insinuaste que em minha coluna, deveria considerar tabu qualquer assunto ou que seria conveniente incensar ou detratar qualquer político. Como Prefeito, sempre tive as portas abertas da imprensa falada de minha terra fechadas. Assim não procedeste. Acompanhaste de perto, a epopeia da criação dos Caminhos da neve e a construção do Belvedere. As paginas de teu jornal trouxeram críticas que me magoaram e elogios que me alegraram e, em qualquer das duas situações, agiste como um verdadeiro jornalista, foste imparcial, estás no caminho seguro de Tito Carvalho. Entrarás na nossa história como um verdadeiro jornalista. Ficamos emocionados com o orgulho de tua mãe e alegria de tua irmã. Teus sogros, cunhados e cunhadas estavam felizes, teus filhos não escondiam o contentamento. Que bonito! Claro que o caminho até aqui não foi fácil e também não o será no futuro (RODRIGUES NETO, 2010, p. 188).

Anselmo, um ilhéu, muito bem incorporado à *sociedade joaquinense*, cumprindo seu trabalho como jornalista. Essa importância de Anselmo pode ser medida por diversos fatores de sua inserção na *sociedade joaquinense*, mas vejamos como ele próprio define sua entrada no meio jornalístico regional.

Eu acabei fazendo imprensa aqui em função disso. Porque eu vi um **potencial** muito grande. Embora eu não sou jornalista, nada. Mas acabei fazendo imprensa em função desse **potencial** que eu sempre enxerguei na comunidade. Eu tive um jornal, o jornal Mural, durante doze anos, de 90 até 2002. Eu acabei fazendo um projeto que foi o jornal Mural Turismo, que eu acabei fazendo cinco suplementos, todo com papel *couché*, assim, mostrando o **potencial**. E fiz só cinco edições. Isso deve ter durado dois anos, talvez. Mais ou menos dois anos. E depois, 2009, até um pouquinho antes eu tinha ideia de fazer um portal de turismo, mas fiz umas tentativas, mas 2009 que a ferramenta se consolidou melhor. Que é esse que eu tô fazendo agora. O Serra SC. Pelo mesmo prisma. Eu enxergo o **potencial** e aí eu fico pensando, eu como cidadão o quê que eu posso somar, o quê que eu posso fazer. Então, pra não ficar parado ou ficar reclamando, eu ó... fazer um canal de comunicação e aí somar outros elementos que possa contribuir pra transformar isso. Esse é um sonho que eu tenho. Juntar elementos, pessoas, e criar um mecanismo de transformação. Não sei

se isso pode ser real ou não, mas é uma vontade que eu tenho. (grifos meus)⁶².

De fato, o *potencial* pode estar em todos os lugares. A ideia de potencial é onipresente nos discursos no interior do *trade* turístico. Talvez se possa mesmo dizer que a ideia de potencial move esse *trade*. Portanto, é uma ideia que ultrapassa em muito o regional, sem por isso deixar de ser importante para a constituição do mesmo.

2.6 O POTENCIAL DA ALTITUDE

Em Santa Catarina, até os anos 1980, em Videira e região, no chamado meio oeste catarinense, o vinho era um dos principais produtos da economia local. Desde então, paulatinamente, tornou-se diminuta a economia do vinho que não se adequou a determinadas mudanças. Dentre as mudanças que culminaram com a decadência dessa economia local do vinho, uma imagem corrente me fornecida por um morador local é de que não havia até então preocupação com a qualidade do vinho.

Antigamente o pessoal saía com um barril de vinho daqui e ia pro Paraná com o caminhão cheio de vinho em barril. Ele chegava lá no Paraná, tirava um pouco de cada barril, que era fácil e adicionava água. Um funcionário do falecido pai fazia isso aí. E daí vendia esse vinho extra pra por no bolso. Então, ninguém se preocupava com a qualidade do vinho⁶³.

O aumento da fiscalização é bastante emblemático. Segundo esse morador houve um acontecimento que marcou a todos aí nos anos 70, quando se começou a apertar a fiscalização.

Teve o caso das bebidas Leoni, por volta de 74, 75, 73, 76, não tenho data exata, que aconteceu, o Mario Pelegrini [Mário de Pellegrin] fiscalizou e saiu um comentário na cidade que ele soltou no riozinho que desce no Rio do Peixe um milhão de litros. Chegou lá e abriu as pipas com a fiscalização. Não sei se teve influência da Polícia Federal. Sei que deu um bafafá na cidade. Tingiu a água durante uns três dias com a vazão daquilo lá. Com isso aí foi o susto. O grande susto, 'se acontecer comigo eu quebro', não sei o que. Aí o pessoal começou a valorizar melhor a qualidade. O fato é que vendiam vinho em barril com 100 litros. O vinho em garrafão. Não existia o vinho em garrafa, era piada o vinho em garrafa.

⁶² Anselmo Viana Nascimento. Entrevista concedida ao autor 27/06/13.

⁶³ Messias Savian. Entrevista direta concedida ao autor. 22/01/13.

Junto com o aumento da fiscalização mudou também o modo de conceber o vinho, se não completamente, pelo menos de lá pra cá o vinho em garrafa deixou de ser piada. Há que se colocar essas mudanças em um contexto mais geral de mudanças socioeconômicas. Segundo esse morador, a economia local era baseada em algumas cantinas que controlavam o mercado localmente.

Eu tô aqui em Videira desde 1958, que eu vim pra cidade, porque eu era do interior. Então, todas as cantinas que eu te mostrei hoje de manhã, a indústria de vinhos Ferlin, o Leoni, o Conceição, os vinhos Tupi, foram as quatro cantinas daqui que desapareceram⁶⁴.

Ainda hoje essas cantinas podem ser reconhecidas na arquitetura da cidade, se encontram aí os antigos prédios hoje transformados para usos outros que não a fabricação e o comércio de vinho. Eram cantinas que podem ser lembradas pelas famílias que eram suas proprietárias. Ao lado do aumento da preocupação com a qualidade para a diminuição da importância do vinho na economia local, isso também pode ser considerado. Segundo o morador que me apresentou essas cantinas (os prédios antigos e as histórias):

[...] os herdeiros não deram continuidade. Quando você não tem no sangue aquela capacidade administrativa, aquele pensamento de empresário, de melhorar a qualidade, de melhorar o padrão. (...) isso aqui era tradicional. Pra você ter ideia, essas cantinas que eu te citei, surgiram aqui em Videira em 1920 a 1930. Hoje elas seriam cantina de um século, praticamente. Só que isso não aconteceu. Começaram. Então, a primeira geração levou, a segunda continuou e a terceira acabou. Entendeu? Parou.

Tomando a imagem passada por esse morador, a economia dos vinhos de qualidade contrasta fortemente com essa dos vinhos que se encontravam nessas cantinas.

[...] tem uma plantação muito grande aqui que vai pra Palmas. Não sei quem que é o dono. Os caras tão fazendo vinho, mas vinho de qualidade. Uma garrafa de vinho é sessenta reais. O que é, que tipo. Quem conhece talvez aprecie e compre. Tem aqueles, como é que diz, é os vinho dos altos ali, que é a mesma altura de São Joaquim.

Os “vinhos dos altos” estão de fato fora da cidade, de Videira ou de outra cidade, no que diz respeito tanto ao local de cultivo e fabricação da uva, este último também associado ao consumo (a degustação, para falar em termos mais específicos). Se antes

⁶⁴ Idem.

os prédios das cantinas eram identificados dentre outros prédios comuns à arquitetura local, agora nessa nova economia não mais.

Curiosamente, Mário de Pellegrin dá nome ao Museu do Vinho da cidade de Videira. Um Museu situado em uma casa que remete a um passado “colonial”, que em termos arquiteturais está em alguma medida próximo às casas de madeira dos primeiros imigrantes descendentes de italianos que aí chegaram.

A ideia surgiu na realidade dessa vontade de fazer com que as pessoas se reconhecessem na história do vinho que na década de 80 sofreu uma decadência muito forte. Então o museu surge nessa década, em 85. Essa casa, que já tem 81 anos, ela já era da paróquia, da congregação salvatoriana e ela iria ser demolida⁶⁵.

Quando criado, o Museu ocupava apenas o porão dessa casa. Atualmente ocupa também a parte superior, que já foi destinada ao Coral Municipal, ao Corpo de Bombeiros, a Banda Municipal e ao Arquivo Municipal. Recentemente, passando a ocupar toda a casa, as peças que haviam sido recolhidas em uma gincana foram expostas de acordo com uma organização específica.

Na época foi colocado tudo em exposição. Falando de uma forma bem grosseira era um amontoado de peças até 2009. Então tudo era colocado em exposição. Em 2009 com uma mudança de olhar da gestão pública foi contratada uma equipe técnica e daí foi feita uma seleção de peças. Primeiro critério era ver a missão. Qual é a missão do museu? Então é o vinho colonial, então vamos falar do vinho colonial⁶⁶.

A seleção então feita seguia a missão do Museu estabelecida já em sua criação que foi interpretada como “uma seleção seguindo a missão que era ‘narrar o fabrico do vinho colonial através das etapas’”⁶⁷. As diferentes etapas estão definidas no Museu de acordo com as peças a que se referem, como por exemplo, as “esmagadeiras” que se reportam a um dos primeiros momentos da fabricação do vinho, o esmagamento dos grãos de uva, a matéria-prima que nessa sequência segue para a fermentação. Segundo minha entrevistada, o Museu recebe visitação considerável aos domingos após a missa realizada na Igreja Matriz situada em frente. As pessoas que visitam frequentemente procuram por peças que elas mesmas ou familiares aí deixaram. O Museu também faz trabalhos específicos com as escolas da cidade e recebe visitação

⁶⁵ Caroline Martello. Entrevista direta concedida ao autor. 22/01/13.

⁶⁶ Idem.

⁶⁷ Idem.

de excursões turísticas, principalmente de grupos de idosos de outros estados do país. A passagem a seguir, retirada do livro de uma historiadora local, ilustra em grande medida a imagem do mundo do “vinho colonial”:

A tradição do cultivo da parreira em nosso município está ligada à vinda dos primeiros colonos que desbravaram este chão, trabalhadores incansáveis que ao chegar à terra que haviam escolhido para nela viver e deixa-la como herança aos filhos, traziam muitas vezes entre seus escassos pertences, alguns ramos de vinha, que ao serem deitados em solo propício, em pouco tempo vicejavam sob os cuidados do agricultor até se transformarem em vistosos parreirais que cobriam vales, morros e encostas (SCAPIN, 1997, p. 112).

Já no que tange os vinhos de altitude, qualquer imagem que possa ser mobilizada para caracterizá-los é significativamente diferente. O surgimento dos vinhos finos de altitude quando a mim explicado pelos interlocutores em campo raramente não é reputado as pesquisas realizadas na Estação Experimental da Epagri de São Joaquim. Os profissionais da Epagri com os quais tive contato, pesquisadores e um deles também produtor de vinho, fizeram questão de reafirmar ao final da primeira conversa, como uma espécie de recomendação do tipo “não se esqueça”, que tudo começou com as pesquisas realizadas naquela Estação⁶⁸. Interlocutores não profissionais da Epagri, mas vinculados a vinícolas, associação, vendedores, costumam lembrar também da parcela de responsabilidade da Epagri e indicar os profissionais desta instituição como autorizados a explicar cientificamente o que seriam os “vinhos de altitude”. De acordo com Emilio Brighenti, pesquisador da Epagri:

Normalmente as variedades aqui brotam um pouquinho mais tarde e maturam mais tarde. Esse é um ponto fundamental já no diferencial. Outro ponto que é importante aqui pra nós... Como nós temos uma maturação mais atrasada, historicamente os meses de março e abril são meses que tem o menor índice de precipitação. Isso historicamente. (...) E o quê que nós temos então? O quê que caracteriza essa produção? Esse período de março e abril... Normalmente se tem período mais seco, tem dias mais claros, tem uma melhor luminosidade. (...) esse gradiente, essa diminuição de temperatura, essa oscilação durante o dia, isso aí interfere muito na parte de polifenóis, na parte de taninos. Daí vai interferir, isso aí vai interferir, principalmente no corpo de vinho,

⁶⁸ A Estação Experimental da Epagri de São Joaquim é responsável pelas pesquisas com fruticultura de clima temperado, tendo como carro chefe a maçã, mas também pêssego, ameixa, kiwi, pêra, etc. As pesquisas foram continuadas na Estação do município de Videira, localizado no meio-oeste do estado de Santa Catarina, conhecida região de produção de vinho comum e colonial, a qual é responsável historicamente por pesquisas em vitivinicultura.

cor de vinho e aroma. (...) Então isso a gente está aprendendo agora com o resultado dos vinhos que tão saindo⁶⁹.

Assim, a princípio uma região foi criada, como produto da produção de vinhos específicos, vinhos finos de variedades europeias, *Vitis vinifera*. Apesar de ser uma região oposta, pelos agentes envolvidos com a mesma, à região de Videira, tradicional em vinhos coloniais e comuns, há hoje vinícolas localizadas naquela região, consideradas produtoras de “vinhos de altitude”, desde que em altitudes acima de 850m do nível do mar⁷⁰. A participação de especialistas nas definições do que são os vinhos de altitude, principalmente enólogos e agrônomos, é uma característica também oposta às regiões de produção de vinho colonial, onde os agricultores dispunham de “conhecimento tradicional”. É uma presença material que se expressa em definições muito concretas de conceitos de produção, delineadas pela pesquisa, a partir do limite arbitrário de 850m, como se vê na entrevista de Emilio Brighenti.

Como agora nós já temos vinhedos em altitudes intermediárias, nós temos vinhedos a 950m aqui em Bom Retiro, nós temos vinhedo a 1100 em Urubici e aqui no município de São Joaquim tem de 1100 a 1400, então tem uma diferença significativa já entre os vinhos. Você vê diferença no período de brotação, no período de floração, período de maturação, em função de localização bem específica. Isso aí interfere nos índices de maturação, interfere na qualidade da uva, interfere na qualidade do vinho⁷¹.

Não há vinícola que não tenha o apoio de profissionais específicos, agrônomos ou enólogos. Há casos em que os próprios empresários são profissionais. Dentre estes profissionais, possivelmente o conhecimento dos enólogos é o que mais circula, pois é fundamental para a categorização dos vinhos de acordo com características específicas. São detalhes como: quanto tempo o vinho ficou em barril de carvalho?; De que ano é a safra?; Com qual comida o vinho pode ser “harmonizado”? E, talvez, os detalhes mais importantes: de qual vinícola é o vinho?; Onde é comercializado e consumido? São detalhes que antes de 2005, quando os primeiros vinhos foram comercializados, ainda eram muito mais especulação.

⁶⁹ Emilio Brighenti. Entrevista concedida ao autor em 08 de abril de 2011.

⁷⁰ No Brasil não há um sistema único de reconhecimento de diferentes regiões produtoras ou de diferentes terroirs como o francês das AOCs. Segundo Niederle e Vitrolles (2010) as Indicações Geográficas, que enfatizam o enraizamento sociocultural de determinado produto a um território, tem sido adotadas no setor vitivinícola brasileiro, sendo que a primeira a ser reconhecida foi a do Vale dos Vinhedos na Serra Gaúcha em 2002.

⁷¹ Emilio Brighenti. Entrevista concedida ao autor em 08 de abril de 2011.

3. O “DESTINO INDUTOR” E O GOVERNO DA “REGIÃO TURÍSTICA”

Como visto no capítulo anterior, o inverno realimenta ano após ano o turismo em São Joaquim e região. Discuti como o *potencial* turístico que o inverno enseja, tem sido objeto de diversas intervenções que visam tornar aproveitável o que ainda não é. Nesse capítulo descrevo e analiso uma dimensão mais propriamente política no âmbito dessas intervenções. Tal dimensão teve certa inflexão nos últimos anos, com a escolha de São Joaquim como “destino indutor” de turismo no Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo. Dentre as implicações disso, destaca-se a criação de novas figuras de gestão do turismo na região, a principal delas o Grupo Gestor desse Programa. O objetivo da descrição é tornar clara a maneira como, por meio disso, se forma certo governo da “região turística”, entrelaçando pessoas e entidades com vinculações distintas em uma trama que a princípio se passa na aplicação das diretrizes desse Programa, mas que se faz de muitas mais facetas.

3.1 O BAR DO MOCA E A POLÍTICA DO TURISMO EM SÃO JOAQUIM

Eu estava com Nadia e seu Luís na casa dele, para um café de fim de tarde⁷². Quando me preparava para voltar para casa de dona Gertrudes⁷³, onde eu estava hospedado naquela ocasião, Nadia me falou que no dia seguinte haveria uma reunião na Prefeitura, na qual Pedro Paulo iria pelo *Convention*⁷⁴. Dizendo que não poderia ir, aparentando estar sem ânimo para a reunião, afirmou que Pedro Paulo iria também pela *Protur* e que eu poderia ir e depois contar para ela como tinha sido. A reunião, disse-me Nadia, era para tratar de assuntos relacionados ao Festival de Inverno. Fiquei um pouco atônito, porque a abertura do Festival de Inverno seria a dois dias. Não estaria àquela altura tudo certo, era a dúvida que a menção de Nadia a essa reunião

⁷² Seu Luís casou com Nadia, minha principal interlocutora, durante o período de pesquisa. Nas últimas vezes que estive em campo também convivi com ele.

⁷³ Nome fictício.

⁷⁴ Essa descrição remonta a última ida para São Joaquim por ocasião de trabalho de campo, ocorrida em junho de 2013.

me trazia. Nadia telefonou para Pedro Paulo e combinou que ele me buscaria no dia seguinte para irmos juntos para a reunião.

No dia seguinte à tarde fui com Pedro Paulo para essa reunião. Logo fiquei sabendo que a reunião não era apenas ou tão somente sobre o Festival de Inverno, mas também sobre todas as ações da Secretaria de Turismo, que há não mais do que seis meses estava sob a direção de Eduardo, quem era apoiado pelo *trade* em tal posição. No caminho entre a casa de dona Gertrudes e a prefeitura, no carro de Pedro Paulo, este me falava que desde que Eduardo assumiu a Secretaria não havia ocorrido nenhuma reunião do Grupo Gestor. Então, ninguém (do *trade*) estava sabendo de nada a respeito do trabalho da Secretaria de Turismo. Pedro Paulo enfatizava que ninguém queria ser “peça decorativa”. O descontentamento de Pedro Paulo com Eduardo era declarado. Uma das reclamações dele era de que a Prefeitura não havia feito o repasse de recursos para o *Convention*, um recurso que seria uma “obrigação de todos os prefeitos da região” repassarem⁷⁵.

Chegamos à reunião e fomos entrando. Estavam presentes além de Eduardo e uma moça que eu não conhecia, mas parecia ser sua secretária, Anselmo e seu Zanetti e um homem, também desconhecido para mim, que vim a conhecer como consultor de uma empresa de consultoria turística. Antes de qualquer coisa, a palavra foi dada a esse homem que se apresentou como antigo funcionário do SEBRAE. Disse que estava lá para divulgar um seminário de crédito, que seria realizado na segunda-feira seguinte na cidade com a presença de “gente” do BNDES. O homem enfatizou que no seminário seriam apresentadas “não aquelas linhas de crédito que estão por aí”, mas umas que eram “cartinhas na manga”. Eduardo interrompeu para enfatizar que isso era justamente uma demanda do *trade* turístico. O homem continuou falando que “tem muito dinheiro” e “eles [BNDES] estão dando a cara pra bater. Se eles [BNDES] estão vindo...”. Dizia isso enfatizando que o dinheiro para o financiamento existe e mais do que isso, existe a intenção de financiar. O homem resumia a ideia de que “eles” estariam “dando a cara pra bater” assim: “não quer dizer que vai sair [o dinheiro do financiamento], mas a gente vai saber em que porta bater”. O homem adicionou que o

⁷⁵ No início de 2013, quase ao mesmo tempo em que Eduardo assumiu a Secretaria de Turismo de São Joaquim, Pedro Paulo assumiu a presidência do *Convention*.

evento era “pro micro, pro pequeno e pro médio [empreendedores]”. Eduardo reforçou novamente: “isso é uma coisa que é uma demanda do *trade*. O pessoal fala 'ah, se eu tivesse mais recurso...”. O homem então saiu, deixando a reunião para nós⁷⁶.

Passado esse preâmbulo, Eduardo então retomou a palavra falando sobre qual seria a pauta da reunião, deixando a cargo de Pedro Paulo defini-la. Aquilo me impressionou, pois me pareceu que quem tinha mesmo chamado a reunião era este último. Então, Pedro Paulo disse que tinha uma “pauta curta e grossa, como diz o caboclo: o quê que tá acontecendo?”. Ele então enumerou os tópicos para os quais ele queria uma resposta. O primeiro era em que pé estava o conselho municipal de turismo, o segundo dizia respeito ao fundo municipal de turismo (o qual, segundo ele, já teria 12000 reais prometidos pelo Prefeito e um recurso do *alinhamento* do ICMS⁷⁷), o terceiro era sobre o funcionamento do Grupo Gestor, o quarto sobre o Festival de Inverno, o quinto sobre o *Convention* e o sexto sobre a lei da pesca⁷⁸.

Eduardo começou imediatamente a responder, primeiro dizendo que já havia 15 pessoas indicadas para o conselho municipal de turismo, faltando apenas mais uma a ser indicada pelo sindicato (Sindicato dos Trabalhadores Rurais – STR). Como uma resposta para todas as questões, disse que estava buscando fazer uma revisão de todas as leis, para saber qual era o marco legal sob o qual poderia atuar. Disse então que muitas coisas precisavam ser revistas e mencionou “sinto falta aqui das etnias, da etnia japonesa, da etnia italiana, da etnia portuguesa”. Esse “sinto falta aqui das etnias” parecia aludir a não organização enquanto tal de ‘comunidades étnicas’, algo que, pude

⁷⁶ De fato, o que foi apresentado pelos representantes do BNDES naquela reunião foi o cartão BNDES, que permite o saque de até um milhão de reais para proprietários de negócios enquadrados em determinadas condições. Considero importante que naquela reunião estava o *trade* presente, assim nomeado tanto pelo prefeito como pela secretária Solange.

⁷⁷ Um *recurso* para ser usado no turismo destinado para a prefeitura pelo governo estadual que deveria ser depositado diretamente no fundo municipal de turismo.

⁷⁸ O conselho municipal de turismo, o fundo municipal de turismo e o funcionamento do Grupo Gestor e do *Convention* fazem parte da discussão que será feita ao longo desse capítulo, enquanto componentes do que chamo de modo geral de política do turismo em São Joaquim. Adiante será mais bem definido como abordo isso em termos conceituais. Não chego a analisar mais detidamente o Festival de Inverno nesse capítulo (sobre isso ver nota 7). A lei da pesca diz respeito a uma regulamentação demandada pela *Protur* tanto à prefeitura de São Joaquim como às demais prefeituras de municípios da região que têm sido localizados na área de abrangência de um projeto de pesca esportiva de trutas, a chamada “Rota da Truta”, que reúne diversos parceiros do *trade*, dentre os quais a *Protur* por meio de Nadia tem sido bastante atuante.

constatar posteriormente, foi destaque no Festival de Inverno⁷⁹. De todo modo, a reunião começou a se mostrar como um toma lá da cá entre Eduardo e Pedro Paulo.

Dentre as leis, era considerada a mais importante a do fundo municipal de turismo, sobre a qual Eduardo disse ter solicitado a Elisa e a Valdir Walendovski da SOL informações sobre o cálculo de quanto deveria ser colocado nesse fundo do dinheiro que vai para o município pelo *alinhamento* do ICMS, mas até aquele momento não havia obtido resposta. Pedro Paulo falou então que Valéria (assessora da SDR e membro do Grupo Gestor) sabia onde ver quanto dinheiro do estado deve ir para esse fundo. Segundo ele, ela via isso pela internet, o que descomplicava bastante a questão.

Eduardo disse que previu em lei que os *recursos* gerados na Casa da Cultura, no Parque da Maçã, no Centro de Eventos devem ser direcionados para o fundo municipal de turismo. Eduardo ressaltou, porém, que para o plano municipal de turismo existir e funcionar o conselho e o fundo precisavam estar operantes. Além disso, assinalou que existem diretrizes nacionais para o sistema de cultura, mas não para o esporte e o turismo (Eduardo é Secretário Municipal de Turismo, Esporte e Cultura). O sistema municipal de turismo estava-se então sendo criado aí. Pedro Paulo, não satisfeito, disse com ênfase: "nós temos as 14 metas da FGV, nós estamos angustiados. Nós estamos juntos, mas queremos respostas". Eduardo respondeu: "na tua época [quando ele foi secretário de Turismo, Indústria e Comércio] não tinha a lei da responsabilidade fiscal". Pedro Paulo retrucou: "começou no meu tempo, a 866". Eduardo respondeu novamente "essa é a lei da licitação, a responsabilidade fiscal veio depois".

Eduardo afirmava e reafirmava que tudo deveria estar organizado pra funcionar e Pedro Paulo relativizava, também afirmando e reafirmando o que já vinha sendo organizado há algum tempo. Eduardo e Pedro Paulo estavam um cobrando e o outro tentando mostrar o que tinha feito. Eduardo, como exemplo do que tinha feito, disse

⁷⁹ Eduardo falou nisso naquele momento de forma um pouco aleatória. Pareceu-me que esse assunto caiu de paraquedas. Mas, caiu e isso talvez queira dizer algo. De fato, uma das principais inovações do Festival de Inverno que começaria em alguns dias seria a organização de eventos específicos por todas as "etnias" que pudessem ser identificadas no município. Exceto a "etnia" afro, que segundo representantes da Associação Afro Joaquinense, pela primeira vez foi chamada para eventos do turismo (habitualmente participam dois eventos que estão no calendário de eventos públicos do município, notadamente o desfile da independência do dia sete de setembro, e confraternizações e atos públicos em alusão ao dia da consciência negra em vinte de novembro), as demais "etnias" teriam participado de eventos relacionados ao turismo na década de 90. Uma discussão sobre o étnico e as etnias no turismo é feita no último capítulo.

então que criou o circuito de leitura no município. Para isso, foi em busca do projeto arca das letras do MDA, que acontece nas “comunidades rurais” e seria iniciada uma parceria, o primeiro caso desse tipo no Brasil. Além disso, também citou outros oito projetos cadastrados no MTur. Foi então que Pedro Paulo começou a mudar o tom da cobrança. De uma cobrança mais incisiva sobre o que estaria Eduardo fazendo na Secretaria, passou a cobrar a divulgação disso. Começou dizendo "tem que socializar com o Grupo Gestor pra defender você e o Humberto [prefeito] no bar do Moca". Seu Zanetti então comentou que: "oposição tem sempre, tem é que saber que precisa de um ano no mínimo pra pôr a casa em dia". Pedro Paulo respondeu dizendo: "em São Joaquim não tem oposição, tem desinformado que fica falando besteira".

Pedro Paulo então propôs como forma de encerrar a reunião que se reduzisse a meta de dezembro (Eduardo tinha proposto o prazo de dezembro para conseguir implantar o fundo municipal de turismo, o conselho municipal de turismo e o plano municipal de turismo). Ele propunha até trocar essa meta por duas coisas, firmar o convênio com o *Convention* e fazer o passaporte do turismo. Com isso, o foco das discussões dava um giro de alguns graus, algo inexplicável. A sustentação do *Convention* e uma outra proposta que até então não tinha sido discutida, o passaporte do turismo, aliás, desde que comecei a pesquisa de campo nunca tinha ouvido falar sobre uma proposta semelhante, tornavam-se fundamentais diante de tudo que Eduardo, à frente da Secretaria de Turismo vinha encaminhando. Era esse o peso do “bar do Moca” sobre uma das Secretarias da Prefeitura de São Joaquim?

Como no preâmbulo dessa reunião, em que Eduardo enfatizava a demanda do *trade*, Pedro Paulo enfatizava outras demandas, estas advindas de círculos de convivência nos quais os julgamentos que são feitos tem certo peso na dinâmica do próprio *trade*. A proposta do passaporte do turismo, que foi colocada de repente ao final daquela reunião, parece ser um tipo de materialização do *trade* turístico (pelo menos em termos de criação de uma moeda de troca ou algo do gênero), a mais imediata possível diante de todos os trâmites e elucubrações burocráticos de leis, fundos e conselhos, pois caso levado a cabo, o turista ao comprar um passaporte no CIT ou em outro lugar e usá-lo em pousadas, restaurantes, vinícolas, etc., estaria tornando visível o vínculo entre aqueles que fazem acontecer o mercado turístico e aqueles que lhes

dão o suporte político. Assim, na visão de Pedro Paulo no “bar do Moca” poderiam ser vistos positivamente aqueles que expressam em público as demandas do *trade*, especialmente o Grupo Gestor.

Aqui importa considerar o julgamento em si promovido pelos “desinformados” que ficam no “Bar do Moca”. A reputação, tal como argumenta Bailey (1971), é um problema universal. Não depende somente da vizinhança, mas de fato de algum tipo de associação, formal ou informal (círculos de convivência, onde se falam uns aos outros, compartilham identidades). A reputação tem importância para as pessoas que interagem entre si, sendo necessário, portanto, tê-la independente de seu julgamento. Mas, os que estão submetidos aos mesmos padrões de julgamentos fazem parte de uma comunidade moral. Com isso, sugiro que os portadores das demandas do *trade*, em especial os membros do Grupo Gestor, estão sujeitos a uma comunidade moral, da qual a importância do Bar do Moca é um exemplo, que se conforma em torno à política local. A referência dessa comunidade moral é o próprio município, uma entidade reconhecida comumente como o órgão administrativo municipal, que pretensamente seria também nos termos de uma “comunidade imaginada” algo como uma comunidade política a incluir todos os eleitores municipais, que frequentemente são referidos como parte da “sociedade joaquinese”, mas que se sabe serem como que filtrados por círculos de convivência, dentre os quais o Bar do Moca, onde apenas aqueles positivamente julgados tomam parte.

Por esse tipo de provação passam os membros do Grupo Gestor, do *Convention*, da *Protur*, e no limite de todo o *trade* turístico, no nível local, sendo que devido à própria constituição desses coletivos enquanto tais, outros vínculos os fazem tomar características específicas. Tais vínculos e tais características estão relacionados à política em maneiras que ultrapassam o nível local. Basta lembrar que o Grupo Gestor foi organizado a partir de uma política de um Ministério do Governo Federal e que o *Convention* está ligado formalmente a um tipo de organização que está espalhada pelo mundo inteiro. Nada disso, porém, permite que se tome como unívoca alguma escala de origem do poder (municipal, federal ou mundial).

No entanto, há que se considerar as maneiras como os distintos personagens desse enredo se relacionam. Sem necessariamente privilegiar o Estado nesse quadro,

começo por ele reconhecendo-o como um dos personagens importantes. Ferguson e Gupta (2002) falando sobre um tema em discussão nos últimos anos nos estudos sobre Estado argumentam que estes não são apenas aparatos burocráticos funcionais, mas sítios poderosos de produção cultural e simbólica, eles mesmos representados em maneiras particulares.

Para eles, nesses estudos, as maneiras como Estados são “especializados” (características, propriedades, imagens, metáforas, etc.) não tem sido adequadamente abordadas. De modo específico, sua preocupação é como, através de quais conjuntos de metáforas e práticas, o Estado se representa de maneira reificada por meio de propriedades de “englobamento vertical”. Para os autores, são duas as imagens que refletem isso. Em primeiro lugar, “*vertically refers to the central and pervasive idea of the state as an institution somehow “above” civil society, community, and Family (idem, p. 982, grifos do original)*”. E, em segundo, “*encompassment: Here the state (conceptually fused with the nation) is located within an ever widening series of circles that begins with family and local community and ends with the system of nation-states (idem, p. 982, grifo do original)*”. Assim, o Estado está sempre “acima” de uma entidade chamada “sociedade” que se encontra “no chão”⁸⁰.

The point is not that this picture of the “up there” state is false (still less that there is no such thing as political hierarchy, generality of interest, etc.), but that it is constructed; the task is not to denounce a false ideology, but to draw attention to the social and imaginative processes through which state verticality is made effective and authoritative (idem, p 983).

No âmbito da política de “Regionalização do Turismo” em que o Grupo Gestor foi formado, uma estrutura piramidal é representada e praticada⁸¹. No entanto, os membros do Grupo Gestor vivem um paradoxo: representam o Estado, mas não tem muitas “funções concretas”, além de coletar dados para os estudos de competitividade da FGV. Além disso, suas “funções concretas”, talvez mais importantes, estão relacionadas ao “poder municipal”, como muitas vezes se chama à Prefeitura Municipal, que se reporta frequentemente a uma pluralidade de Ministérios e de Secretarias de Estado. Com isso, argumento que o Grupo Gestor torna-se uma incorporação da

⁸⁰ No inglês: “on the ground”.

⁸¹ Ver a seção 3.3.

representação do “englobamento vertical” do Estado. Tal fato também se dá nas estatísticas da FGV sobre a “competitividade” do “destino indutor”. Mas, aí entro no tema mais geral do capítulo que o governo da “região turística”, abordado desde uma perspectiva das “artes de governar” ou “governamentalidade” (FOUCAULT, 2009).

3.2 65 DESTINOS INDUTORES DE TURISMO

“Os destinos indutores do desenvolvimento turístico regional são aqueles que possuem infraestrutura básica e turística e atrativos qualificados, que se caracterizam como núcleo receptor e/ou distribuidor de fluxos turísticos⁸²”.

Um “destino turístico”, particularmente um “destino indutor”, tem um sentido muito específico, relacionado às políticas de Estado que estabeleceram a criação do Grupo Gestor. O sistema SG65⁸³ foi criado pelo MTur para a gestão dos 65 “destinos indutores” de turismo, escolhidos a partir do Plano Nacional de Turismo 2007/2010 (PNT 2007/2010), em sua Meta 3 “estruturar 65 destinos turísticos com padrão de qualidade internacional (BRASIL, 2007)”. O PNT 2007/2010 é um plano que desde seu subtítulo “Uma viagem de inclusão” faz transparecer o estímulo ao aumento do consumo da população brasileira verificado nos últimos anos. O espírito do plano é o de ampliar os estratos da população que tenham em seu rol de artigos de consumo as viagens internas pelo país. A começar pelos mais velhos, os turistas aposentados, com políticas de crédito consignado. Isto na esteira da própria criação do MTur em 2003, no primeiro mandato de Luís Inácio Lula da Silva, dos investimentos em infraestrutura de aeroportos previstos no Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) lançado em 2006 no segundo mandato de Lula, em um contexto mais geral de transformações do Estado brasileiro. Segundo o então Presidente da República, em sua mensagem na apresentação do plano.

O sentido profundo deste Plano Nacional do Turismo 2007/2010 é a inclusão social. Trata-se de erguer pontes entre o povo brasileiro e as

⁸²

Fonte:

http://www.turismo.gov.br/turismo/o_ministerio/publicacoes/cadernos_publicacoes/00destinos_indutores.html - Acesso em 17/10/13.

⁸³ Cf. <http://www.sg65.turismo.gov.br> – Acesso em 13/09/2011

esferas de governo federal, estadual e municipal, bem como da iniciativa privada e do terceiro setor, para construir um lazer que seja também uma visão compartilhada da nossa terra, da nossa gente, da nossa imensa vitalidade econômica, cultural e ambiental (BRASIL, 2007, p. 5).

Fazendo uma analogia com as palavras do hoje ex-presidente Lula, “erguer pontes” pode ser entendido como “erguer números”. No PNT 2007/2010, já na mensagem do presidente os números (PIB, geração de divisas, de empregos, etc.) são o ponto de partida. Algo que vai tomando conta do plano cada vez que se aprofunda mais. Números que são transformados em conceitos e anunciados como as bases para as decisões das políticas a serem implementadas. Os “destinos indutores” foram escolhidos a partir da definição de 87 roteiros e 116 regiões turísticas, com base em diversos estudos realizados no primeiro mandato de Lula. Os principais, mencionados no PNT 2007/2010, foram o Plano de Marketing Turístico Internacional – Plano Aquarela e o Plano de Marketing Turístico Nacional – Plano Cores do Brasil. A partir de tais estudos é que foi definida a Meta 3 do PNT 2007/2010, onde se lê o seguinte.

Os conceitos de Destino Turístico Estruturado no Padrão de Qualidade Internacional e de Região Turística Organizada Institucionalmente, que definem a meta acima e o indicador indireto a seguir mencionado, são estabelecidos pelo MTur, de modo a orientar as ações para a sua concretização (BRASIL, 2007, p. 52).

Conforme os “indicadores indiretos” elaborados na Meta 3 do PNT 2007/2010, estava previsto para o ano de 2007 o cadastramento no MTur de 31.830 empresas, para o ano de 2008 o cadastramento de 36.604 empresas e a organização institucional de 65 regiões turísticas, para o ano de 2009 o cadastramento de 42.095 empresas e a organização institucional de 85 regiões turísticas, para o ano de 2010 o cadastramento de 48.410 empresas e a organização institucional de 116 regiões turísticas. As 116 regiões turísticas organizadas institucionalmente em 2010 seriam o objetivo alcançado a partir dos 65 destinos indutores. Para chegar a tais metas, foram realizados estudos de competitividade dos “destinos indutores” e planos de gestão, por meio de uma parceria entre o MTur, o SEBRAE e a FGV.

Destaca-se aí a FGV, criada em 1944 como “um capítulo deste movimento de problematização da inflação e de numerificação daqueles problemas reconhecidos pelos economistas como sendo de natureza econômica (SILVEIRA, 2009, p. 3)”. Como destaca Silveira (2009), são os “profissionais da economia”, termo cunhado por Neiburg

(2007), que designa aqueles que vivem *de e para* a economia, não necessariamente apenas economistas, que passam a delimitar certos problemas e objetos, tais como a “economia nacional”, a “renda nacional” e a própria “inflação”.

A definição de “regiões turísticas” e dos respectivos “destinos indutores” pode ser visto como problemas e objetos específicos definidos pela numerificação conduzida por “profissionais da economia”. Pedro Paulo certamente é um destes profissionais. Segundo o mesmo, São Joaquim esteve perto de deixar de ser “destino indutor” por não haver sido contratado um profissional pra fazer o cadastramento dos dados do município e da região no SG65, algo que foi regularizado por ele quando assumiu a referida tarefa no início de 2011. Até agora, aparentemente o simples fato de manter o sistema atualizado com dados é o suficiente para um “destino indutor”.

De fato, após a formação do Grupo Gestor no ano de 2008, as únicas relações estabelecidas com o MTur e a FGV foram a realização de estudos de competitividade no mesmo anos e no ano seguinte. Depois disso, foi feito outro estudo 2011 e outro em 2013. A existência do Grupo Gestor deu-se nesses anos sem praticamente alguma outra iniciativa por parte do MTur ou da FGV, como abordarei nas próximas seções. Já os estudos de competitividade parecem ter tido quase vida própria. Em um artigo publicado em 2010, membros da equipe da FGV que realizou os três primeiros estudos de competitividade (o coordenador geral, a coordenadora executiva e um pesquisador que fez uma dissertação sobre o tema), logo na abertura afirmam que “the importance that tourism has acquired for national economies is evidenced by the intensification of competition between tourist destinations (BARBOSA *et al* 2010, p. 1068)”. No entanto, como eles próprios afirmam no referido artigo, uma espécie de síntese dos relatórios de 2008 e 2009 (Cf. Barbosa 2008; 2009), tal estudo tem um caráter normativo, ao fazer com que o “planejamento” e as “políticas públicas” que incidem na “economia nacional” sejam por eles municidados:

Taking competitiveness as a benchmark, and based on the principles of sustainability, the study aims to provide a diagnosis of the level of competitiveness, in tourism terms, of these destinations in order to provide some guidelines for planning and public policies to be implemented, while also monitoring the efficiency and effectiveness of the actions taken (BARBOSA *et al* 2010, p. 1069).

Com isso, “there would be a benchmark set, with the commencement of an historic series whose objective would be to serve as a basis of data comparison for the monitoring of these destinations over time (BARBOSA *et al* 2010, p. 1076-1077)”. Segundo os autores, o estudo buscou medir a “eficiência” dos “destinos turísticos”, “sistêmica” e “estruturalmente”, levando em conta treze dimensões relacionadas a quatro macro dimensões: infraestrutura (infraestrutura geral e acesso), turismo (serviços e equipamentos turísticos, atrativos turísticos e marketing), políticas públicas (política pública, cooperação regional e monitoramento), economia (economia local e capacidade empresarial) e sustentabilidade (aspecto sociais, aspectos ambientais e aspectos culturais).

Para os efeitos da discussão que faço aqui, o que tais dimensões e suas respectivas avaliações significam não tem tanta importância pelos resultados⁸⁴. Mas, sim, pelo fato de tratar-se de “tecnologias de governo” que “seek to translate thought into the domain of reality, and to establish ‘in the world of persons and things’ spaces and devices for acting upon those entities of which they dream and scheme (MILLER e ROSE, 2008, p. 32)”. Um dos dispositivos mais importantes é a “indução” e o *Convention* o espaço.

3.3 A FORMAÇÃO DO GRUPO GESTOR

Ministério do Turismo realiza oficina com o Comitê Gestor de São Joaquim

São Joaquim - Nos dias 14 e 15 de outubro, uma equipe do Ministério do Turismo e do Instituto Marca Brasil, realizará uma oficina de trabalho com o Comitê Gestor de São Joaquim para fazer um novo alinhamento das 52 metas traças para o município enquanto destino indutor. A oficina

⁸⁴ Mesmo assim, vale notar, que para além das notas dadas para as dimensões, calculadas através de uma fórmula matemática incompreensível para um leigo, em todas as dimensões os autores apontam pontos positivos e negativos, sendo que a única dimensão que na prática não apresentou nenhum aspecto negativo foi a economia local. Digo na prática, pois nessa dimensão, composta por quatro variáveis (a participação relativa do setor privado na economia local, a infraestrutura de comunicação, a infraestrutura de negócios e empresas e eventos que influenciam) não exatamente pontos negativos, mas influência devido a ausência de benefícios fiscais para o turismo, o que de acordo a essa definição de economia local, que privilegia o “setor privado”, seria um fator externo a ela. Além disso, cabe notar também que o resultado positivo de modo geral é creditado a ação dos Conventions & Vistors Bureaus.

acontecerá na Casa do Turista das 8h30 às 18h do dia 14 e das 8h30 às 12h do dia 15 de outubro.

As 52 metas de São Joaquim vão desde qualificação profissional até a melhoria e adequação da infraestrutura urbana. “Das 52 metas traçadas, 38 já estão em andamento e esta oficina acontecerá justamente para alinharmos o que já foi realizado, o que falta desenvolver e o que não é mais prioridade para São Joaquim”, afirma Gorete Oderdenge Luenemberg, secretária de turismo da Prefeitura Municipal de São Joaquim.

O Comitê Gestor dos 65 destinos indutores do Ministério do Turismo tem como principal função capacitar a sociedade civil e o poder público municipal para o desenvolvimento, planejamento e suporte de projetos que busquem o desenvolvimento do município indutor, para que ele se torne um destino com padrão internacional de qualidade. O grupo é formado pelo poder público - no caso de São Joaquim pela Prefeitura Municipal, Câmara de Vereadores e Secretaria de Desenvolvimento Regional - e membros da sociedade civil⁸⁵.

Assim era noticiado em São Joaquim a presença na cidade de técnicos do MTur e do Instituto Marca Brasil (IMB), uma Organização da Sociedade Civil de Interesse Público (OSCIP) com a qual o referido ministério firmou convênio para o “projeto de gestão” dos 65 “destinos indutores” de turismo⁸⁶. Naquela ocasião foram revistas as metas do “destino indutor” São Joaquim, metas essas que haviam sido traçadas em estudo de competitividade conduzido pela FGV com as pessoas da “sociedade civil” relacionadas ao turismo (nesse caso o *trade* turístico) e o “poder público” local e, em substituição ao Comitê Gestor, foi estabelecido o Grupo Gestor.

⁸⁵ SOBÂNIA, Roseane Ribeiro. **Ministério do Turismo realiza oficina com o Comitê Gestor de São Joaquim.** *Portal Serra SC.* Qui, 7 de outubro de 2010. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1032:ministerio-do-turismo-realiza-oficina-com-o-comite-gestor-de-sao-joaquim&catid=388:noticias – Acesso em 17/10/13.

⁸⁶ Informações em <http://www.marcabrasil.org.br/site-novo/Projetos/65-destinos/> - Acesso em 17/10/2013.



Figura 10: O Grupo Gestor apresentado pelo Instituto Marca Brasil. Fonte: <http://www.slideshare.net/65DESTINOS/o-papel-do-grupo-gestor> - Acesso em 17/10/2013.

Na imagem acima transparece determinado ideal que se pretende alcançar com o Grupo Gestor: a diversidade representada na gestão. Gestão essa que se dá na instância de governança local, entendida como uma “organização do poder público, privado e da sociedade civil organizada”⁸⁷. Na imagem abaixo se vê uma representação disso:

⁸⁷ Informação disponível em <http://www.slideshare.net/65DESTINOS/o-papel-do-grupo-gestor> - Acesso em 17/10/2013.

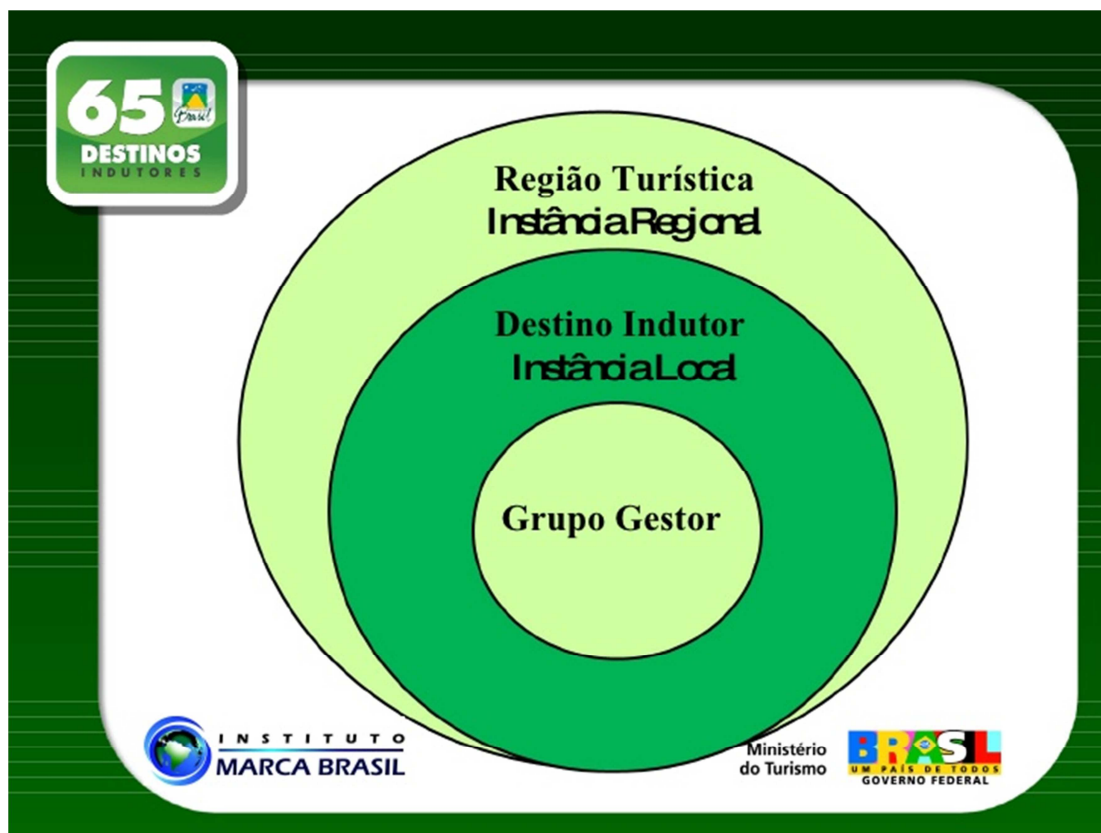


Figura 11: O esquema da governança onde se insere o Grupo Gestor. Fonte: <http://www.slideshare.net/65DESTINOS/o-papel-do-grupo-gestor> - Acesso em 17/10/2013.

A imagem procura passar uma correspondência entre “região turística”, “destino indutor” e “grupo gestor”. Correspondência essa que também faz parte das colocações relativas a Serra Catarinense enquanto “destino turístico”. Essa parceria entre o MTur e o IMB aconteceu entre 2008 e 2010, mesmo período em que a FGV conduziu seus dois estudos de competitividade nos “destinos indutores” e, segundo um informe do IMB em 2011, tinha os seguintes objetivos:

Ampliar o capital social e intelectual de 65 comunidades turísticas designadas como “destinos indutores” – que envolvem 65 municípios em todo o território nacional – através de um processo de capacitação e de educação continuada.

O projeto envolve a gestão e o acompanhamento dos 65 destinos indutores do turismo, auxiliando-os no desenvolvimento e na execução dos seus Planos de Ações – que levam ao desenvolvimento do plano

estratégico para o setor turístico no Brasil, priorizando políticas que foquem a competitividade no mercado⁸⁸.

Portanto, os 65 “destinos indutores” correspondem a 65 municípios, distribuídos por todo o território nacional⁸⁹. Saber do que se tratava explicitamente buscar nesses municípios a ampliação de “capital social e intelectual” através da educação e da capacitação e, a gestão e o acompanhamento dos Planos de Ações, é uma questão de grandes proporções. O referido informe do IMB apresenta números que se referem a um resultado bastante positivo, o qual pode ser entendido muito mais como uma medição da motivação dos participantes quanto ao “projeto de gestão”⁹⁰. Já um dos pesquisadores participantes dos estudos de competitividade, também autor do estudo citado na seção anterior (Cf. BARBOSA *et al*, 2010), avaliou que:

Confrontando os resultados com a teoria apresentada, observamos que o processo de descentralização da gestão do turismo apresenta deficiências. As instâncias de governança regionais, os órgãos e governanças municipais de turismo não desempenham as tarefas que lhes foram designadas. Uma das razões evidente, apontada na literatura aqui revista, é a fragilidade que os municípios apresentam quanto aos seus recursos técnico-financeiros disponíveis.

Outra razão poderia ser a pouca representatividade das governanças municipais e regionais devido à baixa participação da sociedade organizada nesses espaços públicos, o que abriria sem duvida mais um vasto campo de pesquisa.

As redes, ao que tudo indica pelo fraco desempenho das governanças regionais, parecem não terem se formado como deveriam (OLIVEIRA, 2008, p. 114).

Diferentemente dessas avaliações, o que pretendo fazer aqui é apontar algumas questões a partir da etnografia, colocando em perspectiva aquilo que se esperava do

⁸⁸ Instituto Marca Brasil. Informações dos Projetos Executados pelo IMB. Disponível em <http://www.marcabrasil.org.br/site-novo/wp-content/uploads/2011/08/Projetos-IMB.pdf> – Acesso em 17/10/2013.

⁸⁹ Tais municípios foram escolhidos a partir de um estudo que identificou 276 regiões turísticas no país inteiro, compreendendo ao todo 3635 municípios. Dentre os 65 escolhidos estão Bento Gonçalves, Balneário Camboriú, Fortaleza, Barcelos, Manaus, Brasília, Porto Alegre, Gramado, Macapá, Pirenópolis, Aracaju, Porto Velho, Palmas, Mateiros, Natal, Tibau do Sul, Goiânia, Caldas Novas, Maceió, Maragogi, João Pessoa, Alto Paraíso, Campo Grande, Paranaguá, Curitiba, Diamantina, Cuiabá, Cáceres, Marauá, Salvador, Lençóis, Mata de São João, Foz do Iguaçu, Vitória, Bonito, Corumbá, Recife, Ipojuca, Florianópolis, Parintins, Ouro Preto, São Joaquim, Parnaíba, Teresina, Búzios, Petrópolis, Belo Horizonte, São Luis, Barreirinhas, Fernando Noronha, Boa Vista, Rio Branco, Jijoca Jericoacoara, Aracati, Nova Olinda, Angra dos Reis, Paraty, Tiradentes, Porto Seguro, São Paulo, Rio de Janeiro, Belém, S. Raimundo Nonato, Santarém e Ilhabela.

⁹⁰ Em 260 capacitações realizadas, com a participação de 1551 pessoas, houve 95% de satisfação, sendo que 98% entenderam que os objetivos foram alcançados (bom, muito bom ou ótimo) e 98,5% aprovaram os conteúdos abordados (também bom, muito bom ou ótimo). Fonte: idem nota 7.

“projeto de gestão” por parte da parceria Mtur-IMB (e FGV através dos estudos) e a maneira como o Grupo Gestor em São Joaquim lida com isso. Particularmente, sigo a sugestão de Souza Lima e Castro (2008), de que estudar *políticas públicas* de um ângulo antropológico implica de saída suspender a ideia de *público* como qualificativo para os fins das ações de Estado, que melhor poderiam ser descritas como *políticas governamentais*.

Políticas governamentais devem ser entendidas como planos, ações e tecnologias de governo formuladas não só desde organizações administrativas de Estados Nacionais, mas também a partir de diferentes modalidades de organizações não redutíveis àquelas que estão definidas em termos jurídico e administrativos enquanto partícipes de administrações públicas nacionais. Pensamos aqui não apenas em ONGs e movimentos sociais, mas também em organismos multilaterais de fomento e de cooperação técnica internacional para o desenvolvimento. Isto implica em dizer que a *identificação de problemas sociais*, a formulação de *planos de ação governamental*, sua *implementação* e a *avaliação* de seus resultados se dão em múltiplas escalas espaciais, com temporalidades variáveis, no entrecruzamento de amplos espaços de disputa, muitas vezes desconectados entre si em aparência. Tal desconexão é efeito dos modelos analíticos que visam entender os dispositivos de governo adotados como portadores da racionalidade tão perseguida na ciência política, e que calcam tal racionalidade numa lógica fortemente marcada pela ideia de Estado Nacional (SOUZA LIMA e CASTRO, 2008, p. 369, grifos do original).

Tomo a referência à São Joaquim não tanto como o município de São Joaquim, mas muito mais como a comunidade moral que aí toma lugar, que como indiquei anteriormente, tem certo peso na dinâmica do Grupo Gestor. Tendo em vista o que acompanhei, descrevo a seguir algo como um perfil de três participantes do Grupo Gestor, Nadia, Pedro Paulo e Eduardo, por lhes considerar pessoas representativas dentre as que assumem posições de destaque no Grupo Gestor. Todos os três assumiram compromissos diferentes desde que comecei o trabalho de campo. Pedro Paulo participava no Grupo Gestor como profissional de turismo, professor em um curso técnico em Hospedagem de nível médio, atualmente é presidente do *Convention*. Eduardo era presidente do Conselho Municipal de Turismo, hoje é Secretário Municipal de Turismo. Nadia era presidente da *Protur*, tendo deixado o posto não assumiu outra função pública.

O Grupo Gestor foi-me apresentado por Nadia na primeira vez que conversamos. Em princípio não consegui entender exatamente do que se tratava. Gestor de que, perguntava-me. Entendi apenas que se tratava de um “nós”, que haviam feito um planejamento para o turismo regional, que estavam recolhendo dados para o acompanhamento dos desdobramentos desse planejamento e fazendo reuniões onde procuravam desempenhar um papel de gestão baseado em questões relacionadas ao turismo regional. Conforme Nadia me explicava, o planejamento havia começado com a definição de prioridades por meio da matriz guti. Na verdade matriz GUT, como descobri posteriormente⁹¹. Isto que pra mim soava muito estranho e me deixava preocupado com a perspectiva de não entender do que se tratava, também era estranho para Nadia. Dizia Nadia, “eu me formei em pedagogia. Atuei orientando o curso de Medicina da Universidade Federal de Santa Catarina. (...) Então tu veja, da pedagogia pro planejamento, lá se vai uma boa distância”⁹².

Nadia aposentou-se de suas funções na Universidade há pouco mais de dez anos e mudou-se de Florianópolis para São Joaquim. Em nossas conversas, diversas vezes manifestou que voltar à São Joaquim, de onde saiu ainda criança para estudar em Lages e de lá para trabalhar em Florianópolis, era algo como voltar para viver uma vida que não pôde viver antes. Não pôde viver antes, pois a formação para a profissão e o trabalho no serviço público encontrou inicialmente em Lages e posteriormente em Florianópolis. Aposentada e separada pôde voltar à São Joaquim, no fim da década de 1990. Desde meados da primeira década deste século conseguiu montar sua pousada e iniciou uma nova vida com todo o vigor.

Tanto eu como Nadia, éramos neófitos no assunto. Como eu sabia, Nadia havia participado de um projeto com o SEBRAE, de Arranjo Produtivo Local, o qual poderia estar sendo o motivador desse aprendizado dela. Mas, não era relacionado ao SEBRAE que estava o Grupo Gestor. Quando lhe perguntei certa vez se o Grupo Gestor era ligado ao governo estadual ou a prefeitura, Nadia respondeu que “esse é o

⁹¹ Com a ajuda da Wikipédia, onde se encontra que “**GUT**, sigla para **G**ravidade, **U**rgência e **T**endência, é uma ferramenta utilizada na priorização das estratégias, tomadas de decisão e solução de problemas de organizações/projetos. Está normalmente vinculada à análise SWOT, da análise de ambiente de marketing da área de gestão. (grifos do original)”. Fonte: <http://pt.wikipedia.org/wiki/GUT> - Acesso em 13/09/2011. A análise SWOT foi também mencionada por Nadia.

⁹² Nadia Teresinha de Souza. Entrevista concedida ao autor em 08/04/2011.

projeto do Ministério do Turismo. O Ministério do Turismo instalou em cada município indutor uma instância de governança. Dentro dessa instância está o grupo gestor⁹³. Até então não passava pela minha cabeça me deparar com o Ministério do Turismo em São Joaquim.

Pedro Paulo, professor de educação física em um colégio estadual na cidade era naquele momento o coordenador do Grupo Gestor. Ao contrário de mim e de Nadia, Pedro Paulo tem longa história com o planejamento turístico. Segundo ele, começou quase por acaso e apaixonou-se pelo tema. Pedro Paulo foi candidato a vereador em São Joaquim no início dos anos 1990. Não se elegeu, mas foi convidado para assumir a Secretaria de Turismo pelo prefeito eleito, Joaquim Anacleto. Aceitou o desafio, segundo ele, pois um casal de ex-cunhados, à época trabalhavam na Santur, empresa de turismo do estado de Santa Catarina e poderiam o apoiar. A partir disso, fez outra faculdade, administração, e se pós-graduou em planejamento, chegando a trabalhar no SEBRAE, em um projeto equivalente aos Arranjos Produtivos Locais.

Pedro Paulo destacou que projetos começados há vinte anos estavam tornando-se realidade. Contudo, mais do que isso, a entrevista com Pedro Paulo me chamou a atenção para mudanças no status de São Joaquim com relação ao planejamento do turismo. Segundo ele, há uma luta para consolidar o município de São Joaquim como um “destino turístico”. Segundo Pedro Paulo, em vinte anos, apesar de São Joaquim sofrer com diversos problemas de estrutura que mudaram pouco, São Joaquim não é mais um “destino potencial”. Nas palavras do próprio Pedro Paulo.

Hoje eu considero assim... e não sou eu que considero, é a Fundação Getúlio Vargas e o Ministério do Turismo. E o pessoal me questiona, fica bravo comigo quando eu digo que São Joaquim é um destino turístico. O pessoal discute ‘não, é um destino potencial’. Eu digo ‘não, é destino turístico’. Não sou eu quem diz isso. Quem diz isso são os técnicos da Fundação Getúlio Vargas quando vem aqui fazer trabalho com o pessoal do Grupo Gestor, e o próprio pessoal do Ministério. Ora, se nós somos 5200 municípios no país e nós somos escolhidos entre os 65 destinos indutores, alguma coisa tem que ter nisso aí. Em Santa Catarina são 293 municípios⁹⁴.

Para Pedro Paulo, se São Joaquim é um “destino turístico”, há que se adotar comportamentos correspondentes, a começar pelos moradores da cidade. Mudanças

⁹³ Nadia Teresinha de Souza. Entrevista concedida ao autor em 08/04/2011.

⁹⁴ Pedro Paulo Goulart da Silva. Entrevista concedida ao autor em 24/08/2011.

que envolvem desde o cuidado com a limpeza e o embelezamento da cidade até obras de infraestrutura e melhorias nos serviços⁹⁵.

São Joaquim ser “destino indutor” tem implicações diversas, a começar pela identificação de um futuro comum entre aqueles que se aliam em prol da atividade econômica turística, como se vê na decisão do casal Eduardo e Roseane em se estabelecer profissionalmente na cidade.

A gente chegou aqui, a gente veio pra São Joaquim, porque a nossa primeira opção de abrir uma empresa, era abrir uma empresa em Florianópolis. Então, a gente morava em Florianópolis, tinha a opção de abrir lá, a gente começou a mexer com o contador pra abrir empresa lá, só que a gente fez uma análise e verificou que dentro da política do governo federal eles escolheram três *destinos indutores*; são 65 no Brasil, dentre esses 65 *destinos indutores* eles escolheram três em Santa Catarina. Então, dos mais de 5 mil municípios no Brasil, três em Santa Catarina: São Joaquim, Camboriú e Florianópolis. E qual que é o objetivo do *destino indutor*, **transformar aquele destino num destino de padrão internacional**. Esse é o objetivo do projeto. E a gente começou a ver, fez uma análise, verificou que havia espaço pra nossa empresa no mercado, que ia ser algo mais lento, mas que ia ser algo mais sólido, e decidiu vir pra São Joaquim. Então o primeiro impulso foi justamente pela oportunidade que a gente detectou aqui. A gente sabia que teria que abrir novos mercados, ia ter que... la fazer coisas novas que a região ainda não estava acostumada e que ia, a gente ia pagar um preço por isso. Mas, que a gente ia ter uma chance maior de se consolidar e chegar na frente⁹⁶.

Assim, vê-se que em troca de um futuro “sólido” e “consolidado” arrisca-se o presente. Dessa maneira, o “destino indutor” se reveste de importância por traduzir em conceitos, compreendidos entre quem se associa aos âmbitos do turismo, aquilo que se tem como suposição corrente em outros âmbitos. Isso é feito em grande medida através do realce do *potencial* regional. Vejamos a sequência do diálogo que Eduardo e eu mantivemos.

Baseados em quais critérios, mais ou menos assim, vocês chegaram a essa conclusão?

De vir pra cá?

De que teria a possibilidade de um crescimento mais lento, mas duradouro.

Pela demanda, pelas *potencialidades* da região. Aí a gente verificou que existiam poucas agências trabalhando, poucas empresas trabalhando no segmento que a gente ia operar e que existia um mercado aberto aí pra

⁹⁵ No capítulo cinco será abordado isso.

⁹⁶ Eduardo Sobânia. Entrevista concedida ao autor em 28/01/13.

se fazer um trabalho profissional. E como é uma cidade do interior, uma cidade menor, que isso ia ser um trabalho mais lento. Mas que a gente tinha chances de ir ganhando espaço no mercado e se consolidar. Então a gente detectou isso, veio pra cá. A gente começou a fazer parte desse grupo gestor dos 65 *destinos indutores*. Enquanto pessoa, não empresa. Então, por exemplo, eu fiz parte do grupo gestor durante um tempo, fui presidente do conselho municipal do turismo. Então a gente foi se envolvendo, então a gente começou a ver. Os estudos começaram a ser feitos. Os estudos do Ministério do Turismo, elencando as *potencialidades*, as fraquezas, os pontos fortes e com isso a gente começou a ganhar espaço. Só que é um trabalho lento, tem muita coisa a ser feita. Não é um *destino* que tá pronto. Tem que ser trabalhado de uma forma responsável. Porque o quê acontece. Se a gente for trabalhar turismo de massa aqui na Serra, a gente mata nossa galinha de ovos de ouro, que é o quê, que são os atrativos naturais. Então, esse estudo do Ministério do Turismo detectou que o maior potencial da Serra Catarinense e de São Joaquim em si, porque o estudo é direcionado a São Joaquim, que é o *destino indutor*, tem os *destinos induzidos* que tão no entorno, Urubici, Urupema, que o ponto forte são os atrativos naturais⁹⁷.

Eduardo e Roseane são formados em turismologia e ela também em jornalismo. Ela é joaquinese de nascimento, tem família em São Joaquim, o que contribuiu para a decisão deles de se estabelecerem por lá. A cidade, ou o município, é um ponto de referência fundamental para a elaboração do conceito de “destino”. São essas unidades que são entendidas nesse conceito, como se verá adiante, sobretudo de um ponto de vista econômico (hotéis, restaurantes, atrativos turísticos, etc.) e administrativo (secretárias de turismo, prefeituras, câmaras de vereadores, etc.) que são transmutadas nesse conceito. Turismo não é a única atividade econômica deles, como se vê no seguinte trecho da mesma entrevista de Eduardo.

Mas assim, do ponto de vista da empresa de vocês, vocês avaliam que, falando de outra forma, vocês pensaram algum momento voltar pra Florianópolis, por exemplo, trocar de...

Não, não, em momento algum.

Tem tido a continuidade do processo

A gente tem, nunca passou pela cabeça ir embora. Claro, primeiro ano, segundo ano, como qualquer empresa, a gente passa por dificuldades. E ali você tem que se adequar, mudar o foco, pra tentar melhorar, mas a gente, não passou pela nossa cabeça ir embora daqui.

Uma mudança de foco foi essa, de buscar os segmentos...

É, na verdade a gente veio pra cá com turismo e comunicação. Então a parte de comunicação seria a parte de jornalismo, que a Roseane é jornalista, então é assessoria de imprensa, até essa parte de jornalismo

⁹⁷ Eduardo Sobânia. Entrevista concedida ao autor em 28/01/13.

e comunicação ela pode te responder melhor. Então a gente entrou com esse foco e dentro do turismo um foco mais pra consultoria. A agência veio depois, por exemplo, mais pra frente. A possibilidade montar uma agência de viagem, um outro segmento, então é uma coisa que foi crescendo, a gente vai achando o rumo no caminhar⁹⁸.

Como Pedro Paulo, professor da rede estadual, e Nadia, aposentada do serviço público federal, Eduardo e Roseane também tem outra ocupação além do turismo. A metáfora de que se acha “o caminho no caminhar” cabe bem para se pensar que o *potencial* regional está para ser encontrado. A “indução” vem a calhar, pois tende a colocar os limites para o possível a se fazer com esse *potencial*.

3.4 O IMPEACHMENT DO PREFEITO

A “indução” não é feita por qualquer pessoa ou organização indiscriminadamente, mas pelo Grupo Gestor, com destaque para aquilo que cabe às referências administrativas das unidades do “destino”: a prefeitura municipal de São Joaquim, a SDR de São Joaquim e o governo estadual.

Durante o ano de 2011, algum tempo após o município de São Joaquim ter sido eleito pelo Mtur um “destino indutor” e a FGV ter feito um estudo de competitividade, o Grupo Gestor vêm a público manifestar o que deveria ser feito para atender as metas estabelecidas. No ofício nº 002/GG/2011 é enfatizado que após estarem cumpridas as metas que seriam da parte do Grupo Gestor fazer, as metas iniciais que caberiam à prefeitura são:

1º) Alterar o nome da Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio para Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte. Pois deverá ser repassado ao Fundo Municipal de Turismo o valor de 7% referente a devolução do ICMS à Prefeitura Municipal. Prazo para esta meta: Até 30 de Junho de 2011.

2º) Solicitar através de Projeto de Lei para a Câmara de Vereadores, o valor de 25% do IPTU, ou de 70% do ISS gerado pelo Município para que seja destinado ao Fundo Municipal de Turismo. Prazo para esta meta: Até 31 de Julho de 2011⁹⁹.

⁹⁸ Eduardo Sobânia. Entrevista concedida ao autor em 28/01/13.

⁹⁹ Grupo Gestor de Turismo e sua Atuação! Coluna do Pepê. **Portal Serra SC**. Qua, 01 de Junho de 2011. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1898:grupo-gestor-de-turismo-e-sua-atuacao&catid=50:colunistas. – Acesso em 06-10-13

Também foi encaminhado esse ofício para Solange Pagani, secretária regional de São Joaquim, e, para Raimundo Colombo, governador do estado. Solange é uma interlocutora privilegiada entre o Grupo Gestor e o governo do estado. Aparece como uma porta voz da região, sendo constantemente quem encaminha as demandas do grupo, que conta inclusive com a participação de Valéria Bleyer Zanette, analista dessa SDR. O ofício solicitava uma reunião formal da secretária com o Grupo Gestor. Já no ofício encaminhado ao governador era solicitado à atenção para a aprovação de um pedido de recursos para o festival de inverno daquele ano, que acabou não acontecendo. Vale assinalar o realce que o Grupo Gestor dá no ofício encaminhado ao governador quanto ao turismo na região: “temos convicção de que o turismo é a mola alavancadora (sic) do desenvolvimento da Serra Catarinense, por esta razão é que solicitamos este pleito”¹⁰⁰. Ademais, além de explicar do que se trata a gestão dos “destinos indutores”, o ofício atenta para a responsabilidade que pesa sobre o Grupo Gestor:

É salutar dizer que a Serra Catarinense está contemplada neste importante projeto, pois em Santa Catarina foram escolhidos pelo Mtur (Ministério do Turismo) apenas 3 Municípios Indutores, e, para nossa alegria e responsabilidade São Joaquim é um destes juntamente com Florianópolis e Balneário Camboriú! Isto para nós é um orgulho muito grande mas, ao mesmo tempo nos traz uma enorme responsabilidade de gerir com eficácia todas as normatizações exigidas pelo Mtur e cumprir todas as metas estabelecidas!¹⁰¹

Dentre o que chamei de referências administrativas das unidades do “destino”, sem dúvida a prefeitura municipal é aquela com a qual o Grupo Gestor mais diretamente se envolve. Durante o ano de 2011, o então prefeito Nérito não gozava de prestígio entre o Grupo Gestor. Eles o procuravam e lhe falavam por ser o prefeito indispensável em qualquer demanda que se faça no município diante das demais esferas de poder. Mas, pairava no ar uma rejeição a serem eles parceiros. Marcadamente, Gorete, a então secretária de Turismo, era considerada por muitos a amante do prefeito, apesar dela ter um relacionamento amoroso com ele publicamente

¹⁰⁰ Idem.

¹⁰¹ DA SILVA, Pedro Paulo Goulart. Destino Indutor. *Portal Serra SC*. Coluna do Pepê. Qui, 27 de março de 2010. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=235:o-que-e-ser-qdestino-indutorq-do-turismo&catid=50:colunistas – Acesso em 24/10/13

assumido¹⁰². Assim, eu observava que o relacionamento entre Gorete, que oficialmente fazia parte do Grupo Gestor, e os demais membros deste Grupo era bastante restrito a situações e atitudes protocolares. Supostamente isso seria suficiente para o funcionamento da estrutura de gestão do turismo a qual o Grupo Gestor é vinculado, que como visto anteriormente trata de forma genérica os arranjos políticos e sociais e tem por meio da lista de dimensões, com as respectivas avaliações, da competitividade do “destino”, a transformação dessa estrutura em números determinados. No entanto, nada disso era palpável e, ademais, como descreve Losso (2010), a relação de Gorete com a SDR São Joaquim, que tem o Programa ACORDE como principal ação não era muito boa. Segundo Losso:

De acordo com Maria Gorete Oderdenge, Secretária de Turismo de São Joaquim, a prefeitura de São Joaquim não participou do Programa ACORDE. Apesar da sua evidente importância como iniciativa, na prática, as ações aconteceram com pouca participação da comunidade. Declarou que foram convidados (Secretária de Turismo, Secretária de Planejamento, Arquiteta e Engenheiro da Prefeitura) às três últimas reuniões para estarem cientes das análises antes da apresentação oficial para os prefeitos que compõem a SDR São Joaquim (Painel, Urupema, Bom Jardim da Serra, Rio Rufino e São Joaquim). Apesar de vários aspectos do Programa, em relação ao urbanismo, serem inadequados à realidade dos municípios, nada foi alterado e até o presente, foram repassados para prefeitura apenas os slides da apresentação, sem nenhuma planilha detalhada de orçamento ou cronograma de execução ou indicações sobre como e onde buscar fundos para estes investimentos de infra-estrutura turística (LOSSO, 2010, p. 146).

No mesmo dia em que eu participava da reunião do Grupo Gestor relatada no capítulo anterior, na Câmara de Vereadores era votada uma Comissão Parlamentar Processante (CPP) com vistas a analisar um pedido de cassação do mandato do prefeito Nérito. Porém, antes disso e, o que fez resultar nisso, o prefeito Nérito sofreu um duro golpe. Com a organização da Festa da Maçã de 2011 bem encaminhada, cerca de dois meses antes de sua realização, a força do “setor produtivo” se fez sentir sobre sua administração. Do Sindicato de Trabalhadores Rurais, às cooperativas, à associação de produtores (AMAP), passando pela Protur até organizações como a Loja Maçônica Fraternidade Serrana, entre outras, todos se recusaram a participar e

¹⁰² Maria Gorete Oderdenge Lueneberg foi a Secretária Municipal de Turismo, Indústria e Comércio de São Joaquim durante a administração de José Nérito de Souza.

colaborar com essa Festa. Uma nota articulada pelo Conselho Municipal do Desenvolvimento Rural (CMDR) após uma reunião com o prefeito em 15 de fevereiro de 2011, justificava, por um lado, a impossibilidade do “setor produtivo” devido uma crise de preços da maçã, agravada por problemas no escoamento da produção e, por outro, reivindicava a participação das entidades subscritoras na organização da Festa, a qual deveria ocorrer de dois em dois anos e ser acompanhada por outro evento que retomasse a tradição do povo, pouco presente na Festa¹⁰³.

O que isso significava fica bastante claro pelo que afirmou Marilene Castelo, então presidenta da Cooperativa Frutas de Ouro: “não somos contra a festa, queremos apenas que a forma como ela vem acontecendo a (sic) diversos anos seja alterada. O comércio, o trade turístico e o setor produtivo afirmam que é preciso repensar os moldes do evento”¹⁰⁴. Era mais ou menos isso que era dito na própria carta entregue ao prefeito, conforme o noticiário daquele momento. Como se vê no trecho abaixo, a “comunidade” e os “setores da economia” que lhe correspondem gostariam de definir os rumos da Festa ou de outro evento que viesse a ser organizado com a prefeitura.

O setor mantém a posição de apoiar todo e qualquer evento que traga benefícios para toda a comunidade e setores da economia do município, desde que haja tempo hábil para organização do mesmo e que sejam ouvidas e respeitadas as decisões da comunidade, inclusive o evento alternativo proposto no documento entregue ao prefeito¹⁰⁵.

O prefeito, enquanto via seu respaldo ser corroído, foi colocado diante de uma CPI, aprovada na Câmara de Vereadores no dia 14 de fevereiro daquele ano, que se propunha a investigar as prestações de contas das Festas de 2009 e 2010. A referida CPI encerra seus trabalhos e tem seu relatório aprovado na Câmara de Vereadores apontando cerca de 25 irregularidades. É com base nesse relatório que a eleitora Ana

¹⁰³ Essas informações constam em: SOBÂNIA, Roseane Ribeiro. Prefeito chamará grupo para discutir a Festa da Maçã de 2012. *Portal Serra SC*. Seg, 7 de novembro de 2011. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&catid=388:noticias&id=2527:prefeito-chamara-grupo-para-discutir-a-festa-da-maca-de-2012. – Acesso em 06/10/13.

¹⁰⁴ Depoimento constante em: Entidades e setor produtivo se reúnem com prefeito Nérito. **Portal Serra SC**. São Joaquim, 16/02/2011. Disponível em <http://www.clmais.com.br/informacao/16287/entidades-e-setor-produtivo-nao-querem-apoiar-a-festa-nacional-da-maca>. – Acesso em 06/10/13.

¹⁰⁵ Fruticultores e entidades não querem Festa da Maçã em 2011. **Correio Lageano**. São Joaquim, 17 de fevereiro de 2011. Seção CL+. <http://www.clmais.com.br/informacao/16316/fruticultores-e-entidades-nao-querem-festa-da-maca-em-2011>. – Acesso em 06/10/13.

Mariza Nunes, alegando improbidade administrativa, pede em 16 de agosto de 2011 a cassação do prefeito Nérito¹⁰⁶. O relatório da CPI havia sido também enviado ao Ministério Público (MP). Como a própria Ana Mariza Nunes observa em sua carta, as acusações relativas a “crimes de responsabilidade”, sujeitos ao Decreto-Lei 201/67, caberiam ao MP, enquanto o legislativo municipal deveria se preocupar com acusações feitas por ela, no geral relativas à má vontade do prefeito em fornecer as explicações e os documentos que lhe eram demandados pela CPI. Assim, Ana Mariza Nunes propõe a instalação da CPP e os procedimentos para tanto.

Em São Joaquim, um dos destaques da operação Bola de Neve foi a prisão do ex-prefeito José Nérito de Souza, que nos últimos quatro anos viveu o céu e o inferno no meio político.

Vereador por dois mandatos consecutivos (eleito em 2000 e 2004 pelo PTB, sendo o mais votado da história do município em 2004, com 1.311 votos, 429 a mais que o segundo colocado), chegou à prefeitura em 2008 pelo PPS, obtendo 8.209 votos de um total de 15.642 válidos, o equivalente a 52,5%.

Mas os problemas não tardaram a surgir. Em 2011, ele precisou cancelar a tradicional Festa Nacional da Maçã por não encontrar apoio junto a entidades de classe e empresas ligadas ao setor rural do município¹⁰⁷.

As avaliações que meus interlocutores compartilharam comigo sobre o mandato dele na prefeitura tem relação com o que segundo me explicou Pedro Paulo era uma herança que ele recebeu do prefeito anterior, proveniente da “cultura local”. Segundo ele, a “cultura local” se reflete na política do município, de uma forma que as pessoas elegem políticos sem estarem conscientes de seus direitos e obrigações, o que acaba interferindo no fato de a cidade não ser cuidada (limpa, organizada, arrumada, etc.) para poder ter melhor desempenho turístico:

Mas você acha que essa questão de cuidar da casa, da cidade tem a ver com essa questão da política.

Eu vejo assim ó, eu vejo que são reflexos, porque na verdade nós somos interdependentes. Entende. Um precisa do outro numa comunidade. Agora, a partir do momento que eu sou um pouco mais esperto e um pouco mais inteligente, eu uso essa minha inteligência pra carrear votos de maneira inapropriada é complicado. E não é todo o cidadão que tem essa consciência. Então isso tem atrasado muito São Joaquim. Muito, muito, muito. Se a nossa consciência hoje, se a nossa

¹⁰⁶ A carta está disponível em: <http://saojoaquimonline.com.br/25/08/2011/eleitora-pede-o-impeachment-do-prefeito-na-camara-de-veredores/> - Acesso em 06/10/13. Ver apêndice II.

¹⁰⁷ **GOMES, Pablo.** Ex-prefeito vai do céu ao inferno na vida política. **Blog Diário da Serra.** 16 de maio de 2012. Disponível em <http://wp.clicrbs.com.br/diariodaserra/2012/05/16/ex-prefeito-vai-do-ceu-ao-inferno-na-vida-politica/?topo=67,2,18,,,77#respond>. – Acesso em 06/10/13.

educação tivesse feito um trabalho de conscientizar as pessoas dos seus direitos e das suas obrigações, ah São Joaquim já estaria de uma forma bem diferente. Com certeza já estaríamos de uma forma bem diferente. Mas o processo é cansativo e é uma questão histórica, histórica e cultural¹⁰⁸.

Retomo a relação entre “cultura local” e o cuidado da cidade no último capítulo. Por enquanto, vale ressaltar que o município se constitui como o foco da política de regionalização do turismo do Mtur de maneiras específicas, como será visto a seguir.

3.5 A “CRISE DAS INSTITUIÇÕES”

A queda do prefeito, além de centralizar a atenção dos profissionais e empresários do *trade* do turismo, foi também constantemente utilizada como exemplo do problema que são os políticos na gestão pública. Em alguma medida, tal problema pode ser considerado uma barreira à prevalência do que Weber caracterizou como a administração do Estado moderno pelo funcionalismo burocrático. É claro que Segundo Weber:

A democracia, do mesmo modo que o Estado absoluto, elimina a administração mediante notáveis feudais, patrimoniais, patrícios ou outros que a exercem como cargo honorífico ou hereditário, em favor de funcionários contratados. Estes decidem sobre todas as necessidades e reclamações da vida cotidiana. Neste aspecto, aqui decisivo, o portador do domínio militar, o oficial, não se distingue do funcionário administrativo civil. Também o moderno exército de massas é um exército burocrático, e o oficial representa uma categoria oficial de funcionários, em oposição ao cavaleiro, *condottiere*, cacique ou herói homérico. A força combativa fundamenta-se na disciplina do serviço. De modo semelhante, realiza-se o avanço da burocracia na administração municipal. E esta avança tanto mais rapidamente quanto maior é o município e quanto mais este é inevitavelmente despojado, pela constituição de associações com fins específicos e técnica ou economicamente condicionadas, de seu orgânico caráter local autóctone (WEBER, 1999, p. 529).

No contexto por Weber analisado, dizia ele, “inevitavelmente, ‘socialização’ crescente significa hoje também burocratização crescente (WEBER, 1999, p. 530)”. Com as mudanças na burocracia dos últimos tempos, parece também que a

¹⁰⁸ Pedro Paulo Goulart. Entrevista concedida ao autor em 27/01/13.

socialização pode estar mudando. Com efeito, não se pode perder de vista aqui as relações entre a queda do prefeito Nérito e os legados do mundo social proveniente da grande fazenda, o que também remete a um debate presente no pensamento social brasileiro. Vale destacar a crítica de Garcia e Palmeira (2001) a não observação da sociabilidade que as casas grandes mantinham com as casas de morada por Gilberto Freyre, que destacava em *Casa Grande & Senzala* a recriação das relações entre senhores de engenho e escravos na sede dos domínios rurais, onde se produzia a mestiçagem em uma matriz social e cultural baseada na poligamia dos senhores de engenho.

Garcia e Palmeira (2001) consideram que a relevância das observações de Freyre sobre a mestiçagem fica a meio caminho, pois não realça o fato de que a descendência de um mesmo patriarca não atribui aos filhos de diversas mães o mesmo estatuto jurídico e social. Isso fica bastante patente no que diz respeito ao estatuto superior que se arrogavam os descendentes de senhores de engenho que sofreram processos de moradores que pretendiam ter seus direitos de acesso a terra reconhecidos em Pernambuco nos anos 1950. Segundo Garcia e Palmeira (2001), o defensor desses moradores, o advogado e deputado estadual Francisco Julião, conhecido pela criação das Ligas Camponesas, lembra que eles eram vítimas de violência depois da primeira audiência. Para os autores, isso acontecia por que:

[...] os *senhores de engenho*, “homens cordiais” por excelência, sentiam-se humilhados ao ver que seus depoimentos tinham valor igual ao de seus adversários nos tribunais. Uma mesma lei para todos era inadmissível para quem se julgava único senhor em seus domínios (GARCIA e PALMEIRA, 2001, p. 63, grifos no original).

De modo semelhante, há vários indícios de que Nérito caiu porque não era admissível que continuasse na prefeitura a fazer o que seus antecessores faziam. Não simplesmente por que não foi aceito nesse meio. Mas, por que já não era mais possível esse tipo de conduta, em parte porque a administração do município mudou muito com as reformas administrativas dos últimos tempos, porém, também por outros motivos. De modo geral, parece haver aí um sentimento de “crise das instituições” que talvez possa encerrar algo diferente.

As colunas de Pedro Paulo no *Portal Serra SC* são particularmente interessantes para se ter uma ideia disso. Em um texto sobre a renúncia do Papa Bento XVI de seu

posto em sua coluna no Portal Serra SC, Pedro Paulo menciona o que é para si uma repetição da história ficam claro os “conluíus espúrios entre a política laica e religiosa”. Ele conclui dizendo que aí estaria mais uma boa situação para “Barbozão e cia. aplicarem o bisturi de ‘domínio dos fatos’”.

Mas... é a bendita verdade: a História se repete. Nem se renova. Nem se corrige. Os piedoso\$ poderes dos Papas, antes e pós Vaticano, estão em colapso. Desgraçadamente, como diria Camões, um poder novo se alevante: as tentativas e iniciais feitos de implantar-se mundialmente os poderes dessas também retrógradas e togadas almas medievais, os membros do poder judiciário, como divindades iluminadas, sapientes, unguídos e destinados a julgar, condenar. Às vezes absolver. Mas, pairar nos arcanos etéreos de deuses, acima do Bem e do Mal.

O Sr. Ratzinger era, foi, é e será uma alma penada, a encarnar-se nas ambições, vaidades e tendências de todos quantos preferem ser em si mesmos, em nome da fé e da moral, mais um déspota entre tantos outros, desde que não sejam ateus. Mesmo que se mantenham "cristãmente" a funcionar, como coração de seus poderes e centro muito procurado de lavagem de dinheiro, o Instituto das Obras Pias/BANCO CENTRAL DO VATICANO. Tá aí um campo áureo pro Barbozão e cia. aplicarem o bisturi de "domínio dos fatos"¹⁰⁹.

O “bisturi do domínio dos fatos” de “Barbozão”, alusão ao julgamento do chamado mensalão, julgamento esse amplamente tratado como uma moralização da política no país precisaria assim ser expandido até o Vaticano. No entanto, voltando-se para questões mais próximas, logo depois dessa sobre a eleição do Papa, Pedro Paulo escreve outra coluna, sobre o município de São Joaquim e identifica uma “crise de credibilidade”. Ele identifica a prefeitura em crise, o estado em crise, as instituições em crise, a cidade em crise e se pergunta “de quem é a culpa?”.

Aí mais uma vez vem a pergunta que não quer calar, afinal de quem é a culpa? Pois o ser “humano” tem a desgraçada tendência de culpar, julgar e o que é pior condenar sumariamente sem se inteirar dos fatos... Que as coisas são difíceis, todos sabemos, mas cair sempre no mesmo pessimismo achando que nada está tão ruim que não possa piorar, esse é o tom que a maioria dos joaquineses acaba caindo, porém é perigoso cairmos no pecado da generalização, posso até estar errado, pois não sou e nem pretendo ser o dono da verdade mas, se como dizem que o homem é aquilo que pensa a própria comunidade acaba gerando uma consciência coletiva achando que nada vai dar certo e o que é pior, acaba transmitindo e afetando de maneira negativa outras pessoas que

¹⁰⁹ Coluna de março. Coluna do Pepê. **Serra SC**. Seg, 11 de março de 2013. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4209:coluna-de-marco&catid=50:colunistas – Acesso em 11/11/2013.

infelizmente também passam a desacreditar nos processos de desenvolvimento do município¹¹⁰.

Vale destacar o seguinte trecho: “se como dizem que o homem é aquilo que pensa a própria comunidade acaba gerando uma consciência coletiva achando que nada vai dar certo e o que é pior, acaba transmitindo e afetando de maneira negativa”. É interessante aqui fazer um paralelo com uma discussão sobre honra na política, que Teixeira (1999) chama de “honra moderna”. Para ela,

A conceituação e o julgamento por quebra de decoro parlamentar não se limitam a tipificar atos impróprios ao exercício do mandato, mas prescrevem uma avaliação do comportamento do parlamentar segundo critérios de “dignidade” e “honra” definidos por seus pares; não normatizam o desempenho de um papel social específico (o de representante político), mas pretendem abarcar a totalidade da conduta do sujeito em questão, esteja ele ou não no exercício de suas funções políticas (TEIXEIRA, 1999, p. 110).

Para a autora, deve-se prestar atenção ao contexto no qual a política se dá:

O político (profissional ou ocasional) é um indivíduo que vive e se move em configurações socioculturais específicas, em um duplo sentido: por um lado, o que ele está disposto e inclinado a reconhecer como um princípio de validade geral depende de suas próprias convicções íntimas e, estas, ele adquiriu como participante em um determinado mundo; por outro, sua condição de pertencimento leva-o a ter de responder por suas ações em face e a partir do grupo social e cultural em que se insere. A política constitui-se, assim, sobre valores particularistas, mas, ao mesmo tempo, não pode abdicar de preceitos éticos, na medida em que engendra deveres e virtudes que, se específicos a essa esfera, nela se pretendem valores universalizáveis (TEIXEIRA, 1999, p. 112-113).

Porém, assinala ela, política e ética são esferas que não se sobrepõe. A política impõe exigências que são “indicações de conteúdo” que fazem parte do reino dos “valores culturais”, em alusão a uma ideia de Max Weber. Apresento a seguir mais uma situação etnográfica que pode contribuir para a construção do argumento.

3.6 O *CONVENTION* E O GOVERNO DA “REGIÃO TURÍSTICA”

¹¹⁰ **A Crise de Credibilidade...Até quando!** Coluna do Pepê. **Portal Serra SC**. Sex, 12 de Abril de 2013. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4330:a-crise-da-credibilidade-ate-quando&catid=50:colunistas – Acesso 11/11/2013

Tomando a Festa da Maçã como exemplo, que a final de contas foi o motivo do impeachment do prefeito Nérito, podem-se encontrar motivos para isso relacionados a um contexto burocrático que se tornou mais intrincado com sucessivas legislações implantadas a partir dos anos 90 para o controle da corrupção, ao mesmo tempo em que foram criadas mais instâncias de governo, que se não renovaram o que aí vigorava, pelo menos complexificaram os arranjos necessários. De fato, isso tudo, torna a situação bastante complicada não apenas para o prefeito, mas também para as organizações da “sociedade civil” que fazem parcerias com a prefeitura. Sobre isso, vejamos o que diz Pedro Paulo, na continuação da mesma coluna anteriormente citada:

Preciso também confessar que as vezes me sinto também impotente diante de tanto descredito, diante de tanta gente puxando as coisas para trás, depois que assumi a presidência do Serra Catarinense Convention & Visitor's Bureau tenho também compreendido que realmente as dificuldades não são poucas, a instituição encontra-se inadimplente junto ao Estado, o que a impede de receber recursos de ordem estadual e federal, com isso os projetos de desenvolvimento e captação de recursos não são possíveis de se realizarem, os convênios com as prefeituras para garantir um repasse mensal de recursos para o Convention ou não são aprovados pelas Câmaras Municipais ou não foram previstos no orçamento de 2013 pelos prefeitos que saíram do poder.

(...)

Outro dia em reunião com o nosso Prefeito ele nos repassava a situação da Prefeitura Municipal e de todos os problemas recorrentes que também o deixam preocupado, somente em uma ação trabalhista a prefeitura teria que desembolsar seis milhões de reais e acreditem isso não é o pior, há também a necessidade de incorporar a folha de pagamento dos funcionários esses valores o que praticamente ultrapassaria os limites legais de gastos com pessoal e o que é pior? Não foi ele o administrador responsável por isso, e agora? A cidade feia... Suja... Ainda esburacada... O hospital pedindo água por aceno... As instituições do terceiro setor quebradas... A vontade que nos dá é de fazer igual ao Bento XVI, simplesmente renunciar a um reflexo apenas de tempo e de pessoas talvez sem responsabilidade que antecederam a tudo isso e mesmo sem querer nos jogaram ao léu da sorte e segure-se quem puder¹¹¹.

A coluna de Pedro Paulo termina com um apelo para que todos que estão em posição de liderança não se deixem cair no descrédito e acreditem no que fazem. Tal apelo pode ser contrastado com o que se pretende no Plano de Regionalização do

¹¹¹ **A Crise de Credibilidade...Até quando!** Coluna do Pepê. Portal Serra SC. Sex, 12 de Abril de 2013. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4330:a-crise-da-credibilidade-ate-quando&catid=50:colunistas – Acesso 11/11/2013

Turismo do MTur quanto a participação daqueles envolvidos com o turismo no “destino indutor”, um “estilo de gestão baseado no compartilhamento e participação, nas parcerias e articulações (BRASIL, 2004, p.14)”. Mais especificamente, nesse plano está proposta uma estrutura de gestão:

Sendo o Programa um modelo de gestão de política pública descentralizada, coordenada e integrada, sua estrutura abarca todas as esferas institucionais e políticas até o alcance social almejado, ou seja, a comunidade (BRASIL, 2004, p.14).

Destaca-se que nessa estrutura de gestão a “comunidade” local tem uma importância singular. Pode-se mesmo dizer que se coloca para essa “comunidade” a responsabilidade pelos resultados dessas políticas, pois está nas suas mãos o protagonismo na administração.

Os efeitos positivos do desenvolvimento regional dependem da incorporação do território socialmente organizado, da capacidade das populações locais agirem com criatividade a partir da produção do conhecimento e das inovações geradas pelo seu tecido produtivo.

A construção de ambientes inovadores e criativos está diretamente relacionada ao movimento dos grupos locais quando percebem as diversas maneiras de se produzir e reproduzir o desenvolvimento a partir do relevante papel de cada grupo no conjunto dos territórios e da sociedade.

Em outras palavras, é transformar o “modelo mental” de pensar o território a partir do município e aceitar que as características históricas, culturais, ambientais, humanas, sociais, econômicas e políticas se constituem em um conjunto de relações de interdependência além das fronteiras geográficas. A experiência acumulada a partir do processo de municipalização do turismo permite tal avanço (BRASIL, 2004, p. 15-16).

Cabe observar que esse modelo de gestão proposto pelo MTur não é o único que visa organizar estruturas administrativas no território. Na Serra Catarinense pode se encontrar certa variedade, que refletem ações tanto do Estado, como de distintas junções de organizações políticas e sociais. Floriani (2007, p. 36) montou um quadro com os principais modelos aí encontrados desde o século XVIII, quando esse território compreendia somente município de Lages (Quadro 1).

Território de Lages no Século XVIII	Microrregião Campos de Lages ¹	Planalto Catarinense Divisão da FATMA	AMURES Associação dos Municípios da Região Serrana	Secretaria de Estado do Desenvolvimento Regional SDR – Lages ²	AMPLASC Associação dos Municípios do Planalto Sul Catarinense	Área Superficial em Km ² (2006)
					Abdon Batista	
Anita Garibaldi	Anita Garibaldi	Anita Garibaldi	Anita Garibaldi	Anita Garibaldi		605,1
Bocaina do Sul	Bocaina do Sul		Bocaina do Sul	Bocaina do Sul		495,6
Bom Jardim da Bom Retiro	Bom Jardim da Bom Retiro	Bom Jardim da Bom Retiro	Bom Jardim da Bom Retiro			
					Brunópolis	
Campo Belo do	Campo Belo do	Campo Belo do	Campo Belo do	Campo Belo do		1.021,8
Campos Novos					Campos	
Capão Alto	Capão Alto		Capão Alto	Capão Alto		1.349,5
Celso Ramos	Celso Ramos	Celso Ramos			Celso Ramos	
Cerro Negro	Cerro Negro		Cerro Negro	Cerro Negro		417,4
Correia Pinto	Correia Pinto	Correia Pinto	Correia Pinto	Correia Pinto		622,7
Curitibanos						
Frei Rogério						
Lages	Lages	Lages	Lages	Lages		2.647,4
					Monte Carlo	
Otacílio Costa	Otacílio Costa	Otacílio Costa	Otacílio Costa	Otacílio Costa		922,7
Painel	Painel		Painel	Painel		763,7
Palmeira	Palmeira		Palmeira	Palmeira		291,8
			Ponte Alta			
Rio Rufino	Rio Rufino		Rio Rufino			
São Joaquim	São Joaquim	São Joaquim	São Joaquim			
São José do	São José do	São José do	São José do	São José do		967,2
Urubici	Urubici	Urubici	Urubici			
Urupema	Urupema	Urupema	Urupema			
Vargem					Vargem	
					Zortéa	

Quadro 1: Modelos de “representação do território” da Serra Catarinense. Fonte: Floriani (2007).

De fato, o que se espera nesse Programa parece ser o estabelecimento de vínculos com diferentes maneiras de fazer a “gestão do território”, que poderia ser visto como um entrecruzamento entre as “representações do território” em termos de uma “cultura de relacionamentos”, de “formação de redes”:

A cultura de relacionamentos expressa a vontade para a transformação, constitui a base para a cooperação e para o surgimento de lideranças, provocando a inovação. A formação de redes gera mudanças na gestão econômica, ao criar novas formas de produção a partir da articulação da oferta local e regional. Daí decorre a ampliação e a simbiose dos serviços turísticos, influenciando na esfera política, pelo processo participativo que se estabelece, e, também, na esfera cultural pela

socialização, produção e difusão do conhecimento, estabelecendo uma nova ética de relacionamentos (BRASIL, 2004, p. 19).

Isso se faz em certo sentido seguindo alguns princípios. O que diz Leonardo Boff no texto do módulo operacional da instância de governança regional, no trecho citado a seguir, pode ser visto como uma espécie de princípio geral que, se não serve como uma cartilha para os profissionais do *trade*, pelo menos parece ser um tipo de posicionamento constante entre eles:

Para impor limites ao demônio que habita o poder (ele quer sempre mais poder), se fazem imprescindíveis algumas medidas sanadoras. Destaco as principais.

Todo poder deve ser submetido a um controle, normalmente pela ordenação jurídica em vista do bem comum. Deve vir por delegação, quer dizer, deve passar por processos de escolha dos dirigentes que representam a sociedade. Deve haver divisão de poderes, para um limitar o outro. Deve haver rotatividade nos postos de poder, pois assim se evitam o nepotismo e o mandarinato. O poder tem seus símbolos, mas devem-se evitar títulos que ocultam seu caráter de delegação e de serviço. O poder deve ser magnânimo, por isso não há de tripudiar sobre quem for derrotado, antes, deve valorizar cada sinal positivo do poder emergente. O poder verdadeiro é aquele que reforça o poder da sociedade e assim propicia a participação de todos. Os portadores de poder nunca devem esquecer o caráter simbólico de seu cargo. Neles os cidadãos depositam seus ideais de justiça, equidade e inteireza ética. Por isso devem viver, privada e publicamente, os valores que representam para todos. Quando não há coerência, a sociedade se sente traída e enganada. Quem ambiciona excessivamente o poder é o menos indicado para exercê-lo. Bem disse São Gregório Magno, papa e prefeito de Roma: "Usa sabiamente o poder quem sabe geri-lo e, ao mesmo tempo, sabe resistir a ele" (BRASIL, 2007, p. 12).

Seguir esses princípios vai desde se colocar em primeiro plano as atividades que são visualizadas como ausentes da esfera política, como são aquelas conduzidas em pareceria com consultores. Pode se ver isso na seguinte afirmação de Nadia:

De repente a gente tem pensado em fazer uma porção de coisa que como eu te falei, por motivos alheios a nossa vontade, até pela conjuntura política que a gente se encontra, a gente se sente enquanto associação um pouco tolhido. Então, o que nós temos feito em termos de associação anda meio parado no momento. Nós estamos tocando agora de assim bem concreto é a rota da truta através da Protur, o projeto os guardiões do turismo, que é um projeto bastante interessante, que é um projeto bastante interessante, em parceria com a prefeitura que já está em pleno andamento¹¹².

¹¹² Nadia Teresinha de Souza. Entrevista concedida ao autor em 26/01/13.

Até colocar, não necessariamente em segundo plano, mas no plano do possível, a participação da comunidade na política como imprescindível para que a administração tenha sucesso. Pedro Paulo expõe isso da seguinte maneira:

[...] quando é de cima pra baixo tu se fecha lá na prefeitura 'ah, vamo organizar um planejamento pra São Joaquim' e aquelas seis pessoas e a cidade inteira tem que executar. Normalmente não dá certo. Não por culpa dessas pessoas, mas porque a comunidade e o empresariado as vezes não toma consciência do processo. E são as duas formas de você fazer planejamento. É fechado ou é participativo. Só que o participativo ele demora muito, porque tem muitas coalisões, muitos focos, muita ideia fluindo, cada um querendo ser pai da criança e tal. (...) Agora é um tipo de planejamento que se der certo a comunidade já vai estar preparada na hora que você for implementar o processo. Mas, a gente vai batalhando. Eu tenho, eu confio muito no atual prefeito esse que se elegeu agora¹¹³.

O próprio Grupo Gestor tem certo destaque em aglutinar a “comunidade”. Em si, ele seria cancelado pelo Estado (MTur, FGV, etc.), como pela participação dos profissionais que enquanto tal acabam por entrar na política, como expressa Pedro Paulo:

E nós enquanto grupo gestor continuamos trabalhando na prefeitura, conseguimos implementar esse projeto com a Marlene. Ah, outra coisa importante, nós conseguimos uma grande vitória, que foi alinhar a secretaria de turismo do município com a do estado. Dois anos nós tentamos com o antigo prefeito e com a Gorete, lembra da Gorete, mulher dele, pra alinhar e nunca conseguimos. O quê que era, transformar a secretaria de turismo, indústria e comercio em secretaria de turismo esporte e cultura pra alinhar com a do estado, pra nós recebermos do fundo estadual de turismo uma verba em média de catorze mil reais por mês. Se isso tivesse acontecido há dois anos atrás, hoje o fundo municipal de turismo de São Joaquim estaria com cerca de quatrocentos mil na conta. Com quatrocentos mil reais meu amigo, tu já pode falar mais grosso um pouquinho né. Entende. Só que o quê que ocorreu, agora nós conseguimos alinhar com a prefeita, esse ultimo ano da prefeita, um pedido do grupo gestor. Então hoje o fundo municipal de turismo de São Joaquim tá criado, tem quinhentos e quarenta reais na conta. Nós pegamos o borderô do ultimo ano dessa contribuição, só no mês de dezembro que passou agora seriam nove mil depositados no fundo de turismo. Como o fundo nosso não tava organizado e a secretaria não tava alinhada, esse dinheiro caia na conta única da prefeitura e de lá evaporava.

(...)

Agora tá organizado, o fundo municipal vai começar ter dinheiro. O prefeito atual já manifestou o desejo dele de colocar um percentual do iptu no fundo municipal de turismo. Pra nós começar, porque como é

¹¹³ Pedro Paulo Goulart. Entrevista concedida ao autor em 27/01/13.

que o poder público vai chegar na iniciativa privada e pedir o recurso profundo de turismo se ele não tá colocando nada.

(...)

Eu vejo assim ó. Inclusive agora eu fui convidado pra assumir a presidência do Conventions e Visitors Bureau. Eu assumo dia 18 de fevereiro o convention. O nosso desejo é profissionalizar o turismo de São Joaquim. De que forma... transformar São Joaquim em um centro de excelência para pequenos e médios eventos¹¹⁴

Com efeito, mesmo quando se coloca como fundamental as atividades vistas como ausentes da esfera política, não deixa de ser importante para isso o contato com essa esfera. Por exemplo, um acontecimento importante para a Rota da Truta ser efetividade era a aprovação de uma lei:

E o da rota da truta que estamos esperando a assinatura da lei municipal de autorização da pesca esportiva. Mas isso daí depende da gente levar o anteprojeto pra câmara de vereadores. Deve acontecer na próxima semana uma reunião com o prefeito, onde nós já estamos com o modelo ali impresso e vamos levar. Em alguns municípios aqui da região já a lei está aprovada. Pra que a gente possa então colocar essa rota em funcionamento verdadeiro¹¹⁵.

A “esfera da política” se nutre de fato do que esses profissionais elaboram em tanto que ideal para ser feito no âmbito da administração do turismo. Antes de ser nomeado Secretário Municipal de Turismo, Eduardo falava o seguinte sobre as possíveis mudanças que poderiam ser feitas nesse Secretaria, como, por exemplo a questão da cultura na secretaria de turismo.

[...] está tudo muito ligado. Elas acabam se complementando. No meu ponto de vista a cultura e o esporte dentro da educação ela fica estritamente ligada a questão apenas da educação. Quando ela fica envolvida na questão do turismo, você pode trabalhar ela não só em parceria com a educação, onde vai ter a cultura e o esporte na escola, mas você pode também trazer isso pra um outro âmbito. Por exemplo, você pode trabalhar eventos focados na questão cultural no próprio turismo, que uma das grandes áreas do turismo é eventos. Então você trabalhar eventos ligados ao turismo e educação. Então você pode trazer toda essa questão do inverno, do esporte, evento ligados ao esporte. Você consegue trabalhar ele de uma forma. E é claro, em conjunto com a educação. Porque o que acontece, a educação por si só, já é uma pasta que requer muita atenção e preocupação. Tem muita coisa a ser feita na educação no Brasil. Então, o quê que acontece, a cultura e o esporte dentro da educação, ela acaba ficando um pouco apagada. Porque a educação hoje no Brasil tem muitas deficiências. Então você precisa trabalhar e resolver muitos problemas na educação

¹¹⁴ Pedro Paulo Goulart. Entrevista concedida ao autor em 27/01/13.

¹¹⁵ Nadia Teresinha de Souza. Entrevista concedida ao autor em 26/01/13.

pra trazer uma educação de maior qualidade. Você trazendo ela pra uma outra pasta você vai poder entrar em contato com a secretaria. Porque turismo só se trabalha em parceria. Não se faz nada sozinho no turismo. Então você vai poder entrar em contato com a pasta de educação e fazer um trabalho em conjunto. Mas daí sim¹¹⁶.

Com efeito, Eduardo veio a tornar-se Secretário Municipal de Turismo e está enfrentando o “mundo da política” para estabelecer ideais como essas.

¹¹⁶ Eduardo Sobânia. Entrevista concedida ao autor em 28/01/13.

4. O “DESTINO TURÍSTICO” NOS DESLOCAMENTOS

A “região turística” ou o “destino turístico”, ao mesmo tempo em que são produzidos enquanto tais são também vivenciados pelas pessoas que fazem isso. Assim, modos de pertencimento à esses lugares são construídos. Esse capítulo tem como objetivo discutir como o “destino turístico” é tornado um local por diferentes formas de conhecimento. Destaca-se, a partir da obra do antropólogo britânico Tim Ingold, como o “destino turístico” é relacionado a forma de conhecimento do mundo enquanto pontos fixos no espaço, os quais são ligados pelo *transporte*.

4.1 OS DESLOCAMENTOS E O TURISMO

Para Marc Augé com o turismo tornou-se impossível viajar como antes, pois toda a viagem contemporaneamente é voltada para o espetáculo:

Entendons-nous bien: voyager, oui, il faut voyager, il faudrait voyager. Mais surtout ne pas faire de tourisme. Ces agences qui quadrillent la terre, qui l'ont divisée en parcours, en séjours, en clubs soigneusement préservés de toute proximité sociale abusive, qui ont fait de la nature un « produit », comme d'autres voudraient faire de la littérature et de l'art, sont les premières responsables de la mise en fiction du monde, de sa déréalisation d'apparence – en réalité, de la conversion des uns en spectateurs et des autres en spectacle (AUGÉ, 1997, p. 14).

De modo muito semelhante, Bendix (2002) expõe sua opinião a respeito de monumentos turísticos¹¹⁷. Para a autora, no *Central Park* em Nova Iorque o banco “*Strawberry Fields*” e o memorial “*Imagine*” podem ter suplantado as primeiras, não muito amplamente compartilhadas associações com os espaços que ocupam. A autora

¹¹⁷ Bendix (2002) relata seu encontro, em um dia de primavera de 2000, em uma das entradas do *Central Park* em Nova Iorque, com *turistas* fotografando no local onde John Lennon foi assassinado, onde há o memorial “*Imagine*” e o banco “*Strawberry Fields*”, o que a autora caracteriza como a peregrinação turística ao memorial de um ídolo popular da música do século XX. Bendix (2002) chama atenção para o fato de que os aproximadamente 1600 pobres residentes naquele terreno, de lá deslocados para a construção do parque, só aparecem em documentos históricos, dentre os quais o próprio site do *Central Park*, mas não fazem parte do repertório extensivo de narrações turísticas. Diz ela que, assim como estes deslocados, outras memórias inscritas na paisagem (a autora menciona a existência de 32 “Esculturas, Memoriais e Fontes”, 45 “Áreas/Características” e 22 “Construções” no *Central Park*) não ressoam por muito tempo e os grupos étnicos que uma vez sentiram necessidade de erguer estes símbolos entraram em outra fase de assimilação, especula a autora.

sugere que existe um profundo inter-relacionamento da narração com o empenho para o turismo. Ela estabelece uma disjunção, ou os padrões de narração e memorialização são finitos ou nosso potencial narrativo é capaz de nos ajudar a sonhar ou pensar nosso caminho fora dos padrões que parecem invariavelmente conduzir para a comoditização¹¹⁸. De certa forma ela considera que quando a narração ou a memorialização são apropriadas pela comoditização paramos de sonhar, o que acontece porque o corpo, o objeto do consumo, não conta para a memorialização e comunicação.

Yet while tourism needs to supply a great deal of material satisfaction, what ultimately carries the business is the intangible experience of the customer. (...) While it is the body that is physically set in motion and that needs to be taken care of as it travels away from the familiar safety of home, it is the mind that craves the experience and that will process the peregrination into strips to be remembered and communicated (BENDIX, 2002, p.471).

Não pretendo aqui discutir as viagens de hoje e de ontem, ou mesmo os espetáculos e monumentos turísticos em termos do que foram e do que são, caso efetivamente coubesse uma discussão produtiva nesses termos¹¹⁹. Mas, colocar algumas ideias em relação aos lugares marcados pelos espetáculos, monumentos e viagens turísticos. Destaco como esses lugares são vividos pelas pessoas que aí vivem, os quais são correntemente conhecidos como “destinos”, tomando assim essa categoria êmica como a base para uma discussão a ser feita.

Na Encyclopedia of tourism da Routledge se pode ler o seguinte.

Destination, as distinct from origin or **market**, refers to the place where **tourists** intend to spend their time away from home. This geographical unit visited by tourists may be a self-contained centre, a village or a town or a city, a region or an island or a country. Furthermore, a destination may be a single **location**, a set of multi-destinations as part of a tour, or even a moving destination such as a cruise (CHO, 2000, p. 144).

Essa definição enciclopédica situa uma variedade de locais que podem ser considerados centro autônomos, como povoados (aldeias ou comunidades), vilas,

¹¹⁸ Sua questão principal é: “are the patterns of narration and memorialization we can observe finite, or is our narrative potential capable of helping us dream or think our way out of the patterns which invariably seem to lead to commoditization (BENDIX, 2002, p. 471)”?

¹¹⁹ Sobre viagens pode-se consultar a tese de Nery (1998) e sobre a questão dos espetáculos, dos monumentos, do turismo de um modo geral Graburn *et al* (2009), Banducci Jr. e Barretto (2001), Barretto (2007) e o número especial da revista Horizontes Antropológicos sobre o tema (cf. STEIL, 2003).

idades, regiões, ilhas, países ou um conjunto dos mesmos e até um cruzeiro. Mas, com as limitações próprias de manuais, difere o “destino” da “origem” e do “mercado” e o define como o lugar onde o “turista” gasta seu tempo. Em contrapartida, sugiro que se possa considerar o “destino turístico” de modo diferente. Para isso, a priori considero que “unidos pelos itinerários de seus habitantes, os lugares existem não no espaço, mas, como nós, em uma matriz de movimento (INGOLD, 2005, p. 77)”.

Desde as primeiras vezes que estive em São Joaquim fazendo campo recebi muitos materiais sobre as rotas turísticas regionais. Eram folders produzidos no âmbito do projeto de APL do SEBRAE, indicando lugares e suas características a serem visitados. Tais materiais eram facilmente encontrados em restaurantes, hotéis, pousadas, etc., sendo que, na posse dos mesmos se poderia recorrê-los. No entanto, com o passar do tempo me pareceu que aqueles materiais acabavam esquecidos entre outros tantos. Efetivamente, não cheguei a presenciar alguém os utilizando para um passeio, tampouco tais materiais foram úteis para minha locomoção. Apesar de tais materiais indicarem referências da cidade e da região, sempre precisei perguntar às pessoas como chegar a tal ou qual lugar.

Ao longo da pesquisa, as perguntas que me motivaram eram baseadas em uma intuição de que não por isso os roteiros deixariam de serem orientações importantes de localização, mas talvez fossem mais importantes em outros sentidos. A quem e como eles servem, era uma das perguntas. A priori, são produzidos para visitantes, turistas em geral, mas seriam estes seus utilizadores de fato? Estas e outras orientações, como são utilizadas pelas pessoas? Acompanhando as proposições de Ingold (2005), vim a construir um raciocínio de que estes roteiros existem juntamente com outras orientações, expressas em inscrições materiais ou somente orais, servindo a moradores locais e a visitantes diferentemente. Eles participam da construção da região por meio do contexto histórico de jornadas efetuadas por caminhos que são constituídos como roteiros turísticos, estradas de tropeiros, ruas da cidade, etc., nos quais os “descobridores-de-caminho” se orientam¹²⁰. No entanto, a região, o município e seus

¹²⁰ Em Ingold (2005) a tradutora Amanda Lyons sugeriu a palavra composta “descobridor-de-caminho” como tradução para o termo *wayfinder*. Segundo a mesma “como o autor está explorando as várias nuances do significado do termo original, ‘wayfinding’, optou-se, na tradução, pela criação de uma palavra composta que guarda o sentido de movimento do termo original, com ‘descobrir-caminho’. Com

atrativos enquanto parte das intervenções que visam governar o “destino turístico”, notadamente aquelas promovidas pelo *Convention*, e de modo amplo pelo *trade* turístico, estão em outro modelo de conhecimento, *verticalmente* integrado (INGOLD, 2011).

4.2 EVENTOS, ESTRADAS E OBRAS

4.2.1 O *Convention* e o “Marketing de Destino”

Por que se define um “destino turístico”? Um destino é um ponto de chegada. Quando se viaja, se vai, se desloca, se busca, enfim, se movimenta em direção determinada. Porém, talvez por considerar que vagar sem destino não quer dizer que não se tenha um destino, há tanta preocupação e cuidado com as “cidades” e “regiões” “destinos turísticos”. Entre quem trabalha com turismo, porque em algum ponto deve-se parar, o “destino” é a cidade ou a região tal ou qual. Por isso, dificilmente os “destinos turísticos” não são adjetivados, das formas mais modestas as mais exuberantes. Por exemplo, o presidente do *Convention* durante os anos de 2009 e 2010, por exemplo, situa o “jeito serrano”, de gente bravia, em Santa Catarina, na Serra Catarinense, conforme se vê no trecho a seguir:

Serra Catarinense, destino ideal para eventos

Santa Catarina é hoje considerado um dos estados mais ricos do país em beleza natural e diversidade cultural. Ocupa lugar estratégico na região Sul e carrega importantes passagens na sua colonização e na sua história.

Neste panorama destacamos com especial orgulho a Serra Catarinense, considerada um dos mais belos destinos do cenário nacional e internacional.

Seus municípios, com características típicas do “jeito serrano” nos remetem a uma simplicidade singular e ao mesmo tempo de gente bravia, que sempre lutou para preservar suas raízes e costumes.

isto também se possibilita a tradução de ‘wayfinder’ como ‘descobridor-de-caminho’, revelando o aspecto processual da ação (INGOLD, 2005, p. 109)”. Já orientação Amanda Lyons traduziu da expressão “making his way”. Ambas as sugestões de tradução serão seguidas aqui por mim.

Ivan Antonio Bertoncini Cascaes – Presidente do Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau (grifos do original)¹²¹.

O *Convention* tem endereço em um dado município na Serra Catarinense, assim como outras entidades semelhantes, que estão aí expressando os qualificativos desses lugares. No entanto, o *Convention* também tem qualificativos que fazem dele um porta-voz especial. A palavra do governador do Estado baliza o que se pode entender ao que tange tal entidade. Na “era do lazer”, esta entidade tem uma importância específica em posicionar a região perante o estado:

O que este show case revela é a capacidade do Estado de bem recepcionar turistas de todas as paragens e dos mais elevados graus de exigências. O que este show case mostra é a excelente infra-estrutura que o Estado coloca à disposição do turismo de eventos, de negócios ou de lazer.

Luiz Henrique da Silveira

Governador de Santa Catarina¹²²

Não apenas o governador, que já não ocupa mais esse posto, também o então titular da Secretaria de Estado de Organização do Lazer (SOL) deixava sua mensagem no mesmo show case. Todos a confirmar o que o material produzido pelo *Convention* comunica. A capacidade para turistas serem bem recebidas no “destino turístico”, seja esse Santa Catarina, a Serra Catarinense ou um município em particular. Isso feito em imagens ou textos com certo surrealismo, como na apresentação do município de São Joaquim no mesmo show case:

Esta origem [descendentes de portugueses e espanhóis] não evitou a miscigenação em São Joaquim, cuja população é formada por descendentes de japoneses, africanos, índios, bugres, italianos, alemães entre outros, cada qual preservando sua cultura através das entidades étnico-culturais existentes na cidade.

(...)

Situado a 1360m de altitude, São Joaquim é considerada a cidade mais fria do Brasil, por isso denominada de “Cidade da Neve”. A temperatura local chega aos 14°C negativos, com nevadas frequentes, verdadeira festa para os turistas.

Grande produtor de maçã cidade promove a cada dois anos a Festa Nacional da Maçã, no Parque Nacional de São Joaquim, atraindo

¹²¹ Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau – Show Case – Santa Catarina – Brasil.

¹²² Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau – Show Case – Santa Catarina – Brasil.

milhares de visitantes, que se encantam também com a beleza dos campos e das araucárias, entre vales, rios e cachoeiras¹²³.

Não se trata aqui de realçar o fato de que mesmo os moradores de São Joaquim e da Serra Catarinense fazem festa com a neve e são os principais atraídos pela Festa Nacional da Maçã. Apenas descrever como se faz a construção de um “destino turístico”. Nesse sentido, como fica entrevisto nas palavras do ex-governador Silveira, o *Convention* é uma entidade voltada para eventos. Em outro material, o então Secretário de Estado de Cultura, Turismo e Esporte de Santa Catarina Cesar Souza Júnior enfatiza que:

O turista que frequenta os eventos gasta em média (dia) mais que o turista de lazer e o governo está com planos de melhorar a infraestrutura turística deste segmento. A construção de um centro de convenções em Camboriú, no Norte de Florianópolis e no interior do estado são alguns dos planos da Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte¹²⁴.

Os eventos são destaque nas atividades a que se propõem um *Convention & Visitors Bureau*. Destaca-se nisso o “Marketing de Destino”:

A finalidade um CV&B é promover o que se conhece por “Marketing de Destino”, ou seja, divulgar a cidade e região em que está instalado, por meio de ações de captação ou apoio ao maior número possível de congressos, convenções e eventos em geral, nacionais e internacionais, gerando divisas para o município, estado e país¹²⁵.

Os dois materiais mencionados, que servem como amostras da Serra Catarinense para turistas e principalmente para interessados em eventos, compreendem duas gestões do *Convention*. Portanto, à pergunta colocada no início, por que se define um “destino turístico”, cabe responder que se não se trata de uma explicação definitiva, pelos menos se tem um fundamento importante para tanto se observando a maneira como os eventos são considerados na economia e na política do turismo de administrações públicas e privadas. Para e por eles são pensadas essas administrações, fazendo com que o “destino” torne-se objeto de um conjunto de demandas relacionadas ao turismo, como são aquelas relacionadas com a infraestrutura e a uma dada cultura serrana. Discuto algumas questões pertinentes a

¹²³ Serra Catarinense *Convention & Visitors Bureau* – Show Case – Santa Catarina – Brasil.

¹²⁴ Serra Catarinense *Convention & Visitors Bureau*.

¹²⁵ Serra Catarinense *Convention & Visitors Bureau*.

isso nos próximos capítulos. Por ora, o que cabe assinalar é que se constitui o “destino” nessa dinâmica.

4.2.2 Distâncias

Como se define um “destino turístico” é outra questão útil para se pensar essa dinâmica. Uma informação básica relacionada aos “municípios-destino” é a distancia em relação a cidades de referência pelo menos no sul e sudeste do país. Em alguns casos chega-se a encontrar cidades de referências mais distantes, mas em suma um exemplo conciso vê-se a seguir:

DISTÂNCIAS Km		São Joaquim	Bom Jardim da Serra	Lages BR116	Urubici	Tubarão BR101	Chapecó	Florianópolis BR101	Curitiba	Porto Alegre	São Paulo
São Joaquim	00	42	76	60	145	447	218	450	432	848	
Bocaina do Sul	100	112	37	81	198	408	181	395	417	809	
Bom Jardim da Serra	42	00	118	72	100	489	230	500	381	851	
Bom Retiro	98	102	103	35	152	474	115	461	483	875	
Lages	76	118	00	110	221	371	218	358	380	772	
Painel	52	92	26	109	195	397	244	384	406	798	
Rio Rufino	95	105	96	35	152	467	158	454	476	868	
Urubici	60	72	110	00	117	481	161	450	467	882	
Urupema	70	103	52	51	168	423	176	410	432	824	

Figura 12: Distâncias Serra Catarinense. Fonte: Portal Serra SC¹²⁶.

O que se pode destacar a partir dessas distâncias não é necessariamente o que poderia ser encarado como representação de uma ligação de um ponto a outro no espaço, mas mantendo-se fiel a perspectiva dos deslocamentos, ver nisso a

¹²⁶ Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4532:mapa-serra-catarinense-e-gaucha&catid=388:noticias – Acesso em 11/11/2013.

constituição do próprio “destino”. Uma constituição que se dá para além da ênfase nos municípios como pontos específicos, reconhecidos por atrativos como mencionado no capítulo anterior. A seguir vê-se um mapa de orientação que apresenta mais ou menos os principais atrativos. É claro que a orientação de turistas não se dá efetivamente, ou apenas, por mapas como esses. De fato, não foi objetivo de minha pesquisa alcançar isso¹²⁷. Porém, na seção seguinte apresento exemplos de orientações de distintos moradores locais.

¹²⁷ Uma discussão nesse sentido foi feita por Toniol (2012).



Figura 13: Mapa turístico da Serra Catarinense. Fonte: Portal Serra SC¹²⁸.

¹²⁸ Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4532:mapa-serra-catarinense-e-gaucha&catid=388:noticias – Acesso em 11/11/2013.



Figura 14: Mapa turístico de São Joaquim. Fonte: Portal Serra SC¹²⁹

¹²⁹ Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4839:mapa-turistico-de-sao-joaquim&catid=388:noticias – Acesso em 11/11/2013.

Pode-se dizer que esse mapa turístico reforça a existência do “destino” enquanto tal, nesse caso o município de São Joaquim, tornando algo palpável o que no aí pode ser visitado por um *turista*. Tornando o *potencial* turístico passível de ser realizado, pois além das orientações de como chegar, se pode saber aonde ir (Mirante dos Pinheiros, Belvedere, Villa Francioni, etc.), inclusive com uma sugestão “Passeio Atrativos Turísticos”, que toma a Igreja Matriz como o ponto de referência para os deslocamentos aos demais *atrativos* do município com destaque para o “Enoturismo” e para *atrativos* nos municípios vizinhos. Nada disso é banal, pois, por exemplo, a Serra do Rio do Rastro e o Morro da Igreja, aí situados nos municípios de Bom Jardim da Serra e Lauro Muller e Urubici, respectivamente, podem ser facilmente desvinculados desses municípios em outras orientações.

4.2.3 Caminhos: Caminhos de tropas, Caminhos da neve...

Eu havia acompanhado Nadia em uma coleta de ramos de *plantas antigas*, com as quais em uma parceria com a Epagri ela pretendia fazer uma espécie de banco de mudas para ser disponibilizadas a quem quisesse cultivá-las, especialmente *pousadeiras* que poderiam mantê-las em seus jardins para mostra-las aos turistas. Naquela ocasião sugeri a Nadia que seria interessante entendermos como as pessoas também *antigas* conheciam essas plantas.

A mãe de Nadia nos recebeu pacientemente, e mais do que falar sobre plantas antigas, discorreu sobre uma história de vida familiar, que abrangia principalmente os desafios para criar os filhos. Nadia e mais quatro irmãos foram levados a estudar em Florianópolis pelos pais, que os acompanharam mudando também de cidade, e posteriormente voltando a São Joaquim. Foram idas e vindas também na trajetória profissional, mas sem vender as terras da família em São Joaquim. Hoje um dos irmãos continua a criação de gado na fazenda que já foi divida, alugando o terreno dos demais. Contudo, me chamou muita atenção que tais deslocamentos (Florianópolis – São Joaquim ou São Joaquim – Florianópolis) não eram novidade na trajetória da família.

Pois, os mesmos, eram descendentes de açorianos e mantiveram ligações com aquele que desembarcaram na ilha¹³⁰.

A genealogista Ismênia Ribeiro Schneider (cf. SCHNEIDER, 2007) aponta que membros da família Souza se estabeleceram na região no século XIX vindos do Rio de Janeiro e do Rio Grande do Sul. No entanto, já no fim do século XIX e no século XX, as ligações com o litoral catarinense foram melhoradas, sendo que, como transparecia nas lembranças da mãe de Nadia, os trajetos que tinham Florianópolis muitas vezes como o destino final eram vividos como o deslocamento serra abaixo – serra acima. Da região deslocava-se serra abaixo em busca de mantimentos, de roupas, de estudo, etc. O gado era o principal produto a ser trocado serra abaixo, por outros mantimentos (farinhas, arroz, sal, etc.), por tecidos, etc. É forte a lembrança entre a mãe de Nadia e outras pessoas entrevistadas sobre as tropas que desciam serra abaixo para trocar os produtos, ou mesmo eventualmente para levar aqueles que iriam estudar ou a outro compromisso.

Os caminhos, feitos muitas vezes a cavalo, hoje são não apenas lembrados por pessoas que viveram parte da época na qual isso ainda era feito, mas são também revividos em cavalgadas. Foi com uma cavalgada que se deu início ao projeto da rodovia Caminhos da Neve, há mais de vinte anos, cujo asfaltamento foi iniciado e reiniciado algumas vezes ao longo deste tempo, sem ainda ser concluído. Tal projeto de rodovia foi realizado pelas administrações municipais de municípios catarinenses (São Joaquim, Bom Jardim da Serra, Urubici, Urupema, entre outros) e rio-grandenses (São Francisco de Paula, Bom Jesus, Jaquirana, entre outros), visando constituí-la como um caminho para ligar Gramado a Florianópolis.

¹³⁰ Como indica Ismênia Ribeiro Schneider (2007), “Para a Região Serrana de Santa Catarina não houve imigração açoriana em grupos, mas apenas de pessoas e/ou famílias isoladas, caso da Família SOUZA, que ali se radicou na época da fundação de Lages, entre 1766 e 1771”. Disponível em <http://genealogiaserranasc.blogspot.com/2010/10/familias-acorianas-na-regiao-serrana-de.html> - Acesso em 16/11/2011.

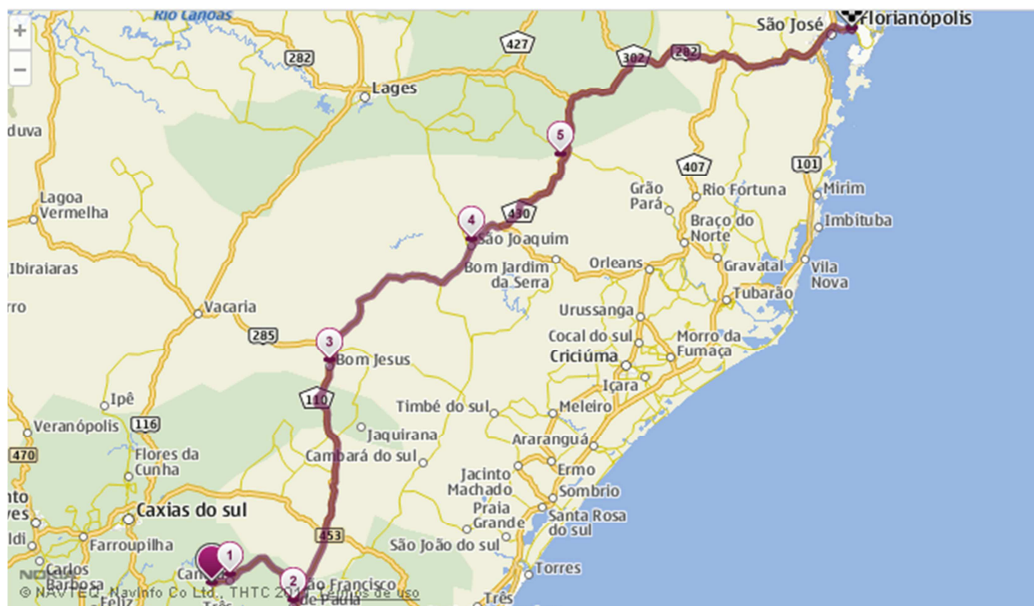


Figura 15: Provável trecho da proposta de rodovia Caminhos da Neve, a partir de Gramado (1), Canela (2), Bom Jesus (3), São Joaquim (4), Urubici (5), Florianópolis (chegada).

Fonte: <http://maps.nokia.com> – Acesso em 19/10/2011

Com isto, a alegada intenção era situar os municípios em uma rota mais favorável para quem viaja de carro, entre os dois principais “destinos turísticos” do sul do país. Tal rota reduziria em torno de 200km a distância entre Gramado e Florianópolis, em relação a outros caminhos existentes (via BR – 101 ou 116) proporcionando o aumento do fluxo de visitantes nos municípios no entorno da rodovia. A ideia foi bem resumida por Humberto Brighenti, então Secretário de Desenvolvimento Regional de São Joaquim, no lançamento de um convênio para pavimentação asfáltica do caminho em 2006.

Depois de concluído, o Caminhos da Neve transformará a região no maior pólo turístico do Brasil, já que ligará os dois principais pólos de turismo do Sul, Florianópolis (SC) e Gramado (RS). Além de diminuir em 180 quilômetros a distância entre as duas cidades, a Rodovia garantirá verdadeiro desenvolvimento econômico para os municípios catarinenses e gaúchos, inseridos no belíssimo roteiro¹³¹.

¹³¹ Humberto Brighenti. Entrevista. In: Convênio para a pavimentação asfáltica da estrada Caminhos da Neve será assinado dia 01º/04. 31/03/2006. Disponível em [http://www.deinfra.sc.gov.br/noticiasExibir.do?t=Convênio para a pavimentacao asfaltica da estrada Caminhos da Neve sera assinado dia_01o-04_&p=271](http://www.deinfra.sc.gov.br/noticiasExibir.do?t=Convênio+para+a+pavimentacao+asfaltica+da+estrada+Caminhos+da+Neve+sera+assinado+dia_01o-04_&p=271) – Acessado em 19/10/2011.

O trecho a ser asfaltado corresponde à ligação entre os municípios de Bom Jesus e São Joaquim, sob responsabilidade dos governos estaduais. Em ambos os estados frequentemente há mobilizações de políticos regionais com vistas à efetivação da obra. No período recente, a realização da Copa do Mundo no país tem sido um mais um dos argumentos mobilizados¹³².



Figura 16: Mapa de divulgação destacando o trecho a ser asfaltado, correspondente a 13% da rota, os objetivos da mesma e o caráter prioritário para a Copa do Mundo 2014. Fonte: *Rádio Fátima AM*¹³³

Recentemente o então governador de Santa Catarina Raimundo Colombo liberou recursos para a conclusão de 14km de asfaltamento dessa rodovia que deverá ocorrer até 2015. O total do trecho catarinense da rodovia é de 29,5km. Contudo, de tempos

¹³² Recentemente o então governador de Santa Catarina Raimundo Colombo liberou recursos para a conclusão de 14km de asfaltamento dessa rodovia que deverá ocorrer até 2015. O total do trecho catarinense da rodovia é de 29,5km. Fonte: SOBÂNIA, Roseane Ribeiro. Governo do Estado garante repasse para continuação das obras da Rodovia Caminhos da Neve. Seg, 11 de novembro de 2013. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5026:governo-do-estado-garante-repasse-para-continuacao-das-obras-da-rodovia-caminhos-da-neve&catid=388:noticias – Acesso em 12/11/13.

¹³³ SANTOS, Aldoir. Lideranças voltam a propor a pavimentação da rota Caminhos da Neve. 25/05/2011. Disponível em <http://redesul.am.br/Noticias/Geral/25/05/2011/Liderancas-voltam-a-propor-a-pavimentacao-da-rota-Caminhos-da-Neve/78609/> - Acessado em 19/10/2011.

em tempos os governadores de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul juntos, muitas vezes também com prefeitos e outras lideranças locais, enfatizam a importância e estabelecem medidas para o avanço das obras desta da rodovia. Abaixo uma amostra dessa conjunção de esforços em frases desses personagens em um folder atual da Santur.



Figura 17: Trecho do Folder "Caminhos da Neve" da Santur. Fonte: <http://www.santur.sc.gov.br/images/stories/passaporte/folder-caminhos-da-neve.pdf>

Caminhos como este são projetos que buscam definir uma rota para visitantes em um trecho específico para visitação. A própria estrada da Serra do Rio do Rastro é um desses caminhos. No entanto, os caminhos que ligam serra acima a serra abaixo e vice-versa, são muito mais variados. Os caminhos como "Caminhos da Neve" e a estrada da "Serra do Rio do Rastro" parecem ser definidos de acordo com os objetivos da cartografia moderna, qual seja, converte a visão regional em uma visão global, "(...) como se tivesse sua origem em um ponto de vista acima e além do mundo (INGOLD, 2005, p. 85)". Por outro lado, o descobridor-de-caminho, que a meu ver pode ser tanto o

visitante/turista como o morador local, vê o mundo ao longo de diversas experiências de deslocamento.

Não é uma vista “lá de cima” em vez de uma vista “cá embaixo”, mas uma vista tomada ao longo das muitas trilhas que compõem um território, ao longo das quais as pessoas vão e vêm na vida prática. Resumindo, nossa percepção do ambiente com um todo não provém de uma ascensão de uma perspectiva local e míope para uma perspectiva panóptica e global, mas surge na passagem de um lugar para outro, e em histórias de movimento e de horizontes variáveis ao longo do caminho (Ingold, 2005, p. 87).

A região em si é feita também no deslocamento por outros caminhos, os quais recriam histórias vividas ali. Mas, alguns caminhos, como a estrada da Serra do Rio do Rastro, e a própria rodovia Caminhos da Neve que se pretende tornar uma via equivalente àquela que corta a referida Serra no que diz respeito ao deslocamento de turistas, tem sua importância destacada justamente por esses deslocamentos, por serem trajetos que constroem o “destino turístico”.

4.3 ANDAR NA SERRA

Sobre a busca pela “modernidade” e “civilização” no país durante o século XX, destaca o seguinte Brandt (2012, p. 198):

Era necessário atuar tanto sobre o homem rural quanto ao meio em que ele vivia. E em Santa Catarina, o planalto e seus Campos, surgiam para uma camada de intelectuais e políticos do Estado, como uma região cujas condições seriam propícias para a produção de alimentos de origem animal ou vegetal, cujo destino seria os grandes centros urbanos. A agricultura e a pecuária permaneciam, entretanto, objeto de severas críticas por suas técnicas, vistas como atrasadas e pouco eficazes, combinadas a falta de infraestrutura, sobretudo estradas, para onde a produção pudesse ser escoada. A região deveria receber o progresso e modernizar a agricultura e a pecuária. Campos experimentais, novas espécies de forrageiras e raças de gado importadas passaram a ser testados e introduzidos, visando à melhoria da produtividade animal e vegetal na região.

Pode-se dizer que, esses objetivos foram atingidos ao final do século XX, através do “espetáculo técnico”, para usar os termos de Klanovicz (2007). Contudo, no interior da própria Epagri, a empresa pública responsável maior por isso, vê-se recentemente abrir-se um espaço para o chamado material “crioulo”, que pode ser considerado o

“atraso” no passado, mas tem sido tratado diferentemente. Em certo sentido, essa reconsideração coloca em xeque as relações atrasado/avançado e tradicional/moderno, sendo necessário apreendê-las na complexidade em que se apresentam. Procuo fazer isso seguindo com a ideia de deslocamentos, dessa vez com os meus próprios deslocamentos.

4.3.1 Frutas *antigas* e quintais

Nadia propunha diversos projetos à frente da Protur. Na sua gestão, ela havia organizado um concurso do maior pinheiro da região, estava trabalhando na organização de uma rota de pesca da truta e pretendia organizar outra rota, a qual deveria envolver diferentes produtos regionais, a começar por frutas *antigas*. Segundo ela, o projeto seria uma ação de resgate de frutas de *antigamente*, que produziam sem venenos, para serem colocadas em um dos roteiros turísticos que estavam sob seu encargo organizar, onde poderiam ser consumidas em pousadas e vendidas para visitantes na forma de compotas.

Tendo isto em vista, no começo de agosto de 2011 participei com Nadia de uma coleta de ramos de variedades de plantas *antigas*, de espécies encontradas na região, com vistas a promover um resgate das mesmas e repassá-las para quem quisesse usá-las. Nadia e eu saímos em um táxi e fomos até casas de pessoas que mantinham em seus quintais as referidas plantas. As frutas *antigas* eram para Nadia, por exemplo, o *pêro figo*, o marido da pêra como me disse, ou a *maçã-da-casca-grossa*. Além destas há também a *maçã mantega*, o *pêro de maio*, a *ameixa preta*, a *ameixa araçá*, a *ameixa vermelha*, o *pêssego-que-solta-caroço-branco*, o *pêssego-que-solta-caroço-amarelo*, o *pêssego branco*, entre outras. Procurávamos ramos com gemas verdes, as quais poderiam se multiplicar e dar origem aos tecidos formadores de uma nova planta. Recolhemos algumas dezenas nos quintais de conhecidos de Nadia e os deixamos para serem multiplicados por Humberto, técnico da Epagri, participante do projeto.

Chegamos à primeira casa, de seu Renato Antunes Costa (família Antunes). Quem nos atendeu foi sua esposa. Ela nos levou aos fundos do lote para encontrarmos

as plantas. Havia dois ou três pessegueiros que estavam florescendo, os quais Nadia descartou por achar que já não serviriam mais para a multiplicação, pelo menos naquele momento, por estarem florescendo. Aliás, este era um dos únicos conhecimentos técnicos que Nadia aparentava dispor: se a planta está florescendo não serve mais para ser multiplicada. Havia também uma figueira, que ainda não estava florescendo, na qual poderíamos coletar ramos. A figueira foi caracterizada pela dona da casa¹³⁴ como “essa carrega bastante”, numa alusão a quantidade de frutos que produz. Como ajudante de Nadia fiquei encarregado de manejar a tesoura de poda para retirar os ramos. Realizei a operação várias vezes e tentei resgatar meus conhecimentos da época da faculdade de agronomia, que eu supunha serem melhores que os de Nadia. A princípio eles não vinham com muita fluidez. Lembrava que mudas de plantas de clima temperado se fazem com ramos que apresentam no mínimo quatro gemas por ramo, mas não ia muito além¹³⁵. Ao final da tarde, com a opinião de outros moradores, eu já considerava estar reconhecendo melhor ramos com gemas de boa qualidade¹³⁶.

Após recolhermos as mudas desta figueira, partimos para a casa de seu Adílio Nunes, pai de Renato. Ao entrarmos no táxi, após ter amarrado os ramos da figueira, coloquei uma etiqueta para identificá-los. Foi quando Nadia virou e disse: “Felipe, tu vai ser meu secretário”. Senti, então, que minha relação com Nadia estava ficando mais próxima e que minha participação na coleta das mudas poderia nos tornar mais cúmplices. Acabei de fato assumindo a posição de coletor das mudas. Chegando à casa de seu Adílio, encontramos Renato junto com ele. Nadia ficou conversando com seu Adílio e eu fui junto com Renato em busca das mudas no fundo do terreno. Lá encontramos a *maçã mantega*, a *ameixa preta* e a *ameixa araçá*.

¹³⁴ Lapso: não lembro o nome.

¹³⁵ “Em botânica, chama-se **gomo** ou **gema**, à formação inicial de um ramo das plantas vasculares, formado por células meristemáticas. Na linguagem vulgar, usam-se de preferências as palavras **rebento**, **broto** ou **botão** (grifos no original)”. Disponível em [http://pt.wikipedia.org/wiki/Gomo_\(bot%C3%A2nica\)](http://pt.wikipedia.org/wiki/Gomo_(bot%C3%A2nica)) – Acesso em 04/10/2011.

¹³⁶ Não sei dizer se haveria efetivamente uma diferença entre o que eu sabia e o que Nadia e os outros moradores sabiam, nem se se tratava entre nós de haver uma diferença entre conhecimento técnico-científico e conhecimento tradicional. A questão se colocou apenas uma vez durante aquela tarde quando um morador mencionou que se seu filho agrônomo estivesse presente saberia dizer com exatidão quais eram os melhores ramos que deveríamos retirar. Eu pensei algo como “mas, eu sou agrônomo, será que ele não vê”, mas não cheguei a comentar, pois ali efetivamente não era esse o meu papel.

Deixamos a casa de seu Adilio e fomos para a casa de outra pessoa, quase vizinha. Fomos em busca do homem, marido de uma prima de Nadia. Chegamos lá e o encontramos com um pulverizador nas costas, no terreno ao lado da casa. Distribuía sobre o solo algum herbicida, com a função de exterminar pequenas ervas que se achegavam para perto da casa. Esta atitude que desagradaria qualquer ecologista não desagradava Nadia. Logo que apareceu sua prima, Nadia foi anunciando que estava em busca de seu marido, um gracejo comum entre parentes. O homem falou onde estariam as plantas, nos fundos do lote e que lá poderíamos encontrar algumas. Enquanto Nadia colocava assuntos em dia com sua prima, coletamos alguns ramos nos fundos da casa. Na coleta encontramos a *ameixa vermelha*, o *pêssego-que-solta-carço-branco*, o *pêssego-que-solta-carço-amarelo* e o *pêssego branco*. Este homem se mostrava um pouco mais conhecedor de quais seriam os melhores ramos e indicava as plantas a serem coletadas de acordo com a quantidade de frutas que produziam: a carga.

Levamos os ramos até a Epagri onde Humberto os recebeu. Com Humberto, fui a um local onde os ramos são preparados para o plantio ou enxertia. Lá Humberto virou e me disse que, não falava para Nadia, pois a mesma estava muito empolgada, mas aquelas plantas não eram assim “tão únicas”. Como por exemplo, a respeito do *pêssego-que-solta-carço*, disse-me “qualquer pêsego solta carço”. Assim, o que estávamos coletando, poderia não representar necessariamente algo diferente. Nesse momento entendi que Humberto em sua argumentação estava querendo dizer que do ponto de vista técnico, plantas como aquelas poderiam ser encontradas com maior vantagem em outros lugares, como a própria estação da Epagri. Maior vantagem no sentido de reproduzi-las e ter as mesmas plantas que podem ser encontradas por aí, nas casas das pessoas na cidade. No entanto, argumentei com ele que aquelas plantas que estávamos coletando traziam uma característica peculiar, qual seja a história das pessoas associada a elas. Humberto me falou que para eles o que importava eram as etiquetas que estávamos colocando com o nome das variedades.

As frutas *antigas* são para técnicos como Humberto variedades de maçã, pêsego e ameixa que já não são mais utilizadas nos pomares comerciais, pois foram substituídas por outras mais produtivas, desenvolvidas pela própria Estação

Experimental da Epagri. Estas hoje em dia são cultivadas em grande escala, com técnicas da moderna agricultura e comercializadas nos mercados nacionais e até internacionais. Nadia, porém, frisava com frequência querer resgatar as variedades de plantas *antigas*, pois as mesmas produziam sem o tanto de veneno que se usa hoje, nos pomares comerciais. Para ela, se essas variedades produziam antigamente sem veneno, porque hoje não poderiam mais produzir? O foco de Nadia é sempre a fruta, relacionada à variedade de planta do tempo antigo, sem se importar muito com as maneiras como essa era produzida, comercializada e consumida. Intrigava-me o fato de como Nadia e Humberto poderiam estar trabalhando em um mesmo projeto.

Efetivamente onde estas variedades permanecem, que foi onde as encontramos, é nos quintais de pessoas residentes na cidade de São Joaquim. Pessoas que as mantêm para consumo da família e de vizinhos, as quais podem valorizar características as mais diversas, sem necessariamente se importar com as exigências do mercado global. Apesar de que, muitas destas pessoas têm também pomares voltados aos mercados globais, ou tem parentes que o fazem, ou mantêm outros tipos de vínculos com estes pomares, como obter mudas da Epagri para plantio no quintal. Suponho que, muito provavelmente a maioria das plantas existentes nos quintais pelos quais percorremos sejam provenientes da Epagri. No entanto, isto não é tão importante quanto à maneira como, estando atualmente nos quintais, tais mudas fazem parte de itinerários como este no qual Nadia se baseia.

O ânimo com que Nadia falava das qualidades dessas frutas não me remetia a qualquer ideia ecologista/ambientalista por mim conhecida. No entanto, eu mesmo reconhecia no ânimo de Nadia muito do que me motiva a valorizar produtos livres de venenos e assim por diante. Com Nadia, porém, percebi que de algum modo estávamos a participar não de um grupo político ecologista ou algo do gênero, mas do espírito do capitalismo atual que incorporou a crítica ecológico-ambientalista (BOLTANSKI; CHIAPELO, 2009).

4.4.2 Frutas *crioulas* e *taperas*

O projeto de Nadia, de fato, não chegou a ir adiante. Enquanto isso, estava em andamento na Epagri, com a participação de Karine Santos, pesquisadora que à época pertencia a Estação Experimental de São Joaquim, um projeto de resgate de plantas *crioulas*, que reunia diversos pesquisadores dessa instituição, coordenado por um dentre eles lotado na Estação Experimental de Lages. Houve uma aproximação das duas iniciativas, pouco tempo após a coleta de ramos de plantas *antigas* que fizemos juntos eu e Nadia.

Em sequência a isso, realizei uma entrevista com Karine sobre o referido projeto do qual ela fazia parte e em outra ocasião participei de outra saída a campo com Karine e o coordenador do projeto¹³⁷. Ao contrário da definição que Nadia usara na coleta que fizemos, a definição que Karine e seus colegas usam é diferente. No lugar de frutas *antigas*, nesse caso trata-se de frutas *crioulas*. Isso não quer dizer que o antigo não tenha um lugar nesse projeto, mas que é diferente o seu uso, estando colocado a par de outros termos. Perguntei a Karine qual seria o termo usado para se referirem às mudas de frutíferas coletadas no seu projeto, se era tradicional ou local, ao que me respondeu o seguinte:

Crioulo. Mas, geralmente o crioulo está mais associado a grãos, milho e feijão e tal. Mas acabou que foi incorporado também a questão das frutíferas. As frutíferas não é tão comum você chamar crioula, se fala mais material tradicional ou materiais de tapera, mas a conceituação, a ideia, é a mesma. É de materiais que tenham um longo histórico com os agricultores ou com as comunidades da região e que ao longo do tempo receberam uma influência dessas comunidades no seu fenótipo... enfim e, na adaptação desses materiais as condições de cultivo que eles têm e as condições climáticas¹³⁸.

Destaca-se aí a ideia de material de *tapera*. Primeiro, o termo material não se refere exatamente à planta, mas principalmente ao conteúdo genético dela (genótipo), que poderá ser identificado em laboratório e posteriormente, caso se reconheça algum benefício, ser empregado em variedades de plantas específicas de uma mesma espécie (chamadas de variedades ou cultivares). Segundo, o termo *tapera* se remete à planta, cujo material é coletado para tratamento em laboratório, referindo-se ao local

¹³⁷ Karine, então, já não participava mais como pesquisadora da Estação Experimental da Epagri de São Joaquim, mas como professora e pesquisadora da UFSC campus de Curitiba. Isso ocorreu já no final desse projeto, que estava sendo renovado, logo antes de relatórios finais serem produzidos.

¹³⁸ Karine dos Santos. Entrevista direta concedida ao autor em 19/08/11.

onde foi coletada, mais especificamente a uma dada “comunidade” pela sua influência no “fenótipo” da planta. No entanto, como se vê pela identificação das plantas crioulas que é feita por eles no projeto, essa divisão acaba sendo questionada. Assim, ao pergunta para Karine como eles identificavam a influência de uma “comunidade” no fenótipo de uma planta, ela me respondeu o seguinte:

A primeira estratégia é chegar nas comunidades e perguntar sobre os materiais crioulos, sobre os materiais que são antigos na comunidade. Muitas vezes os agricultores identificam os materiais modernos, “ah, a semente que vende na agropecuária” e tal. Os materiais antigos que os pais e os avós usavam eles conservam como materiais crioulos. O primeiro indício é o material histórico nessas comunidades. Outro é que assim, esses materiais geralmente apresentam uma adaptação diferenciada. Geralmente é aquele material que cultivado no fundo do quintal, mas que não tem tratos culturais intensos, que não recebem uma adubação intensa, defensivos. Apresenta uma rusticidade maior. E não assim tão comum no mercado formal, porque não é muito comum ver esses materiais fora de comunidades tradicionais ou que tenham feiras específicas pra esses materiais. Então, são outros indicativos também.... [ênfase] É um pouco complicado separar as coisas, porque muitas vezes você vem com um pacotezinho pronto, “ah, isso aqui é tradicional, crioulo, isso aqui é moderno”. É difícil isso. Porque as coisas elas permeiam umas entre as outras. Porque é... alguns trabalhos de melhoramento fazem uso as vezes desses materiais crioulos pra incorporar algum gene de resistência, enfim, podem entrar nos cruzamentos. E o contrario também acontece. [ênfase] Os produtores há muito tempo atrás pegaram variedades desenvolvidas em programas de melhoramento, incorporaram nas suas propriedades e foram fazendo seleções desses materiais nas suas propriedades até chegar ao material que se diz crioulo hoje. Então, assim, é muito complicado essa separação, tão um divisor de águas muito claro¹³⁹.

Estive com Karine, com a bolsista de iniciação científica Andressa e com o coordenador Tássio Rech em viagem no âmbito do referido projeto a “comunidades” no município de Urupema. Foi nessa ocasião que conheci Tássio, para o qual apresentei a justificativa de minha presença na atividade do projeto deles, como sendo devido ao fato de que eu estudava como a região é feita no âmbito do turismo e tinha conhecido Karine por meio do contato com Nadia. Tássio comentou que as plantas (*antigas, crioulas*) eram um atrativo nas pousadas, sendo que isso era um objetivo da reprodução das plantas *crioulas* na sequência do projeto. Nessa mesma ocasião, Karine me explicou melhor isso: o projeto de resgate de plantas crioulas tinha sido

¹³⁹ Karine dos Santos. Entrevista concedida ao autor em 19/08/11.

renovado e nessa renovação está previsto a reprodução dessas plantas em pousadas, uma modalidade de reprodução que ainda não tem uma categoria, não é nem “on farm” e nem outro tipo de “conservação”.

Seguimos para Urupema e lá fomos encontrar Adelmo em sua loja de materiais de construção. Eu não sabia quem era Adelmo e nem que o encontraríamos. Depois fiquei sabendo que um professor do Instituto Federal do município, por meio de seus alunos tinha conseguido muitos contatos que levaram até as pessoas que tinham plantas *antigas*. Adelmo era um desses contatos. Com ele saímos para encontrar alguém que ele conhecia. Andamos um bocado por uma estrada de chão batido que margeada por pomares e campos. Posteriormente descobri que seguindo adiante poder-se-ia chegar em Urubici e em São Joaquim. Era uma dessas estradas que dá sentido ao fato de se estar em lugar (es) de grandes extensões fundiárias.

Chegamos à casa de Elisandro, território já pertencente ao município de Urubici. Encontramos ele no trabalho em um pomar e ele se dispôs a nos levar no local onde Adelmo sabia existir uma planta de maçã que interessava: a “maçã de natal”. Adelmo me disse que conheceu aquele local quando trabalhava na Celesc, a empresa de distribuição de energia elétrica de Santa Catarina, e por isso tinha feito uma instalação elétrica aí. A pessoa que então aí morava já não era mais a proprietária do terreno (fazenda) e o atual proprietário não mora no local, sendo que Elisandro, seu vizinho, cuida do gado para ele. Já não existe mais casa nessa fazenda, só a “tapera”, pedras, sobretudo.

Para chegar até o local andamos, dessa vez a pé, pelos campos, passando por cercas e pequenos e médios capões, um deles a beira de um córrego. Vimos nesse capão um pé de maçã praticamente incorporado à mata. Em uma comparação que seria constante ao longo do dia por parte de Tássio e Karine, ele não lembrava em nada um pé de “maçã comercial”, pois era maior, colonizado por ervas diversas, não era conduzido, e não apresentava coloração verde pronunciada. Deixamos para trás aquele pé, pois tanto Adelmo como Tássio avaliaram que não era o quê procurávamos, após uma breve investigação das características da planta.

Ao chegar na *tapera*, local onde era a sede da fazenda, encontramos somente as taipas de pedra que serviam de cercado para a própria casa dos antigos moradores e

para a criação de animais. Seguimos então para um dos lados onde estaria a planta que procurávamos, sob a orientação de Elisandro e Adelmo. Chegamos até uma das plantas e se instalou a dúvida a respeito de qual seria aquela. Adelmo, após morder um fruto, comentou que era muito ácida pra ser “pêro de maio”, mas como fazia tempo que não comia “pêro de maio”, até poderia ser. Elisandro comentou que a arvore estava bem carregada (de frutos), sinal de que escapou do gelo (geadas). E, Tássio comentou que se não fosse “pêro de maio” era do grupo dele. Todos provamos dos frutos daquela planta. Por um tempo ficamos ali, enquanto os três trocavam opiniões, até que em dado momento chegaram a conclusão de que era mesmo “pêro de maio”.

Então, partimos para a próxima, explorando o terreno recoberto por diversos arbustos, galhos caídos, etc. Esquivando-nos de um e outro galho chegamos até a outra árvore frutífera, um pé de maçã. Alguém comentou que era bem “do tarde”, parecido com a Gala, uma das variedades mais plantadas na região, e Tássio concluiu que não era a “de natal”, aquela que procurávamos.

Após novo deslocamento chegamos à outra planta, ao que Tássio perguntou a Adelmo: essa tem mais jeito de ser? – Tem, disse Adelmo. – Bota o nome de Adelmo dela, depois a gente sabe qual é, disse Tássio em tom de brincadeira para Andressa, que se encarregava pelas anotações. Adelmo, eu diria, assim tinha para eles a cara do “detentor de conhecimento”, que era o foco do projeto. Finalmente, encontramos a planta que procurávamos, a “maçã de natal”, que brincando poderia ser chamada de Adelmo, pessoa que sabia de sua existência naquele lugar. Mas, também poderia ser chamada de Elisandro ou mais alguns nomes de pessoas que conheciam aquele lugar e a existência dessas plantas aí. Porém, a decisão a respeito do nome da planta não chegou a ser levada adiante e a entrevista com o proprietário do terreno ficou para ser feita em outra ocasião, quem também poderia assinar um “termo de compromisso”.

Almoçamos na casa de Elisandro e família, quem gentilmente nos convidaram. Durante o almoço, uma justificativa do projeto foi dada por Tássio para mim e Elisandro conjuntamente. Segundo ele, após identificadas e localizadas, aquelas plantas poderiam fazer parte de um roteiro turístico. Os turistas poderiam ser levados até elas e eles poderiam ganhar por isso. Para Tássio, certamente os turistas adorariam aquilo. Depois do almoço Tássio reafirmou para mim essa ideia, falando como aquelas plantas

antigas poderiam ser úteis para pousadas, onde as pessoas poderiam vê-las e se lembrar da infância, por exemplo.

Durante a tarde visitamos mais duas fazendas. As plantas que procurávamos naquele dia eram “antigas” como as “maçãs da avó”, subentendido nisso aquelas nas quais a avó do morador, ou do ex-morador no caso de “taperas”, encontrava frutas para os quitutes que fazia para a família. Plantas essas que encontramos nos arredores de moradias e de taperas. Para mim a “planta da avó” passava uma impressão de que seria uma planta *antiga*, aí no mesmo sentido em que Nadia falava de antigo, e estava implícito nisso a relação com um momento feliz da vida que é a infância, quando se tem os chamegos da avó. No entanto, de modo geral, quando as avós daqueles que estávamos visitando supostamente faziam quitutes com as plantas que procurávamos, era aproximadamente o momento em que ocorreu a chamada “modernização da agricultura” nessa região. Por volta da década de 1970 e de 1980 ainda não eram tão presentes os pomares de maçã “modernos”, quanto se tornaram a partir da década de 1990. Em uma das entrevistas numa das fazendas visitadas, enquanto se estava em dúvida sobre quem deveria ser entrevistado, pois naquela fazenda o proprietário atual era genro do patriarca da família, quem havia plantado pomar comercial aí nos anos 1970, Karine dizia que a escolha se dava pela pessoa mais antiga porque ela teria mais informações sobre o gosto das plantas, o modo de usar e etc. Enquanto isso, Tássio justificava dizendo: “o que a gente escuta de muitos produtores que tem a comercial [maçã] é que tinham que cortar [as antigas] por causa das doenças, mas na verdade a doença começou depois que entrou a comercial”. Karine em outra situação comentou o mesmo.

Fomos entrevistar seu Jarbas, que morava na cidade. Seu Jarbas, já bem velhinho, nos recebeu na sala, convidando para um café na cozinha. Antes da entrevista começar comentou: “fiquei antigo junto com essas árvores”. Ele então falou de seu pomar, que foi um dos primeiros. Logo em seguida Karine começou uma entrevista mais formalizada, perguntando como apareceu a Sarna, uma doença da macieira. Seu Jarbas respondeu que demorou pra começar a “banhar” essas maçãs e a senhora sua esposa complementou: “no tempo antigo, quando a gente era criança, essas maçãs eram sadias”. A entrevista continuou com a história de Seu Jarbas sobre

as primeiras maçãs que vendeu com sua caminhonete Rural e de sua esposa sobre os doces que fazia. Contudo, a ideia de “tempo antigo” parecia ter ficado como uma importante afirmação para ser considerada em termos de um índice a respeito de plantas que haviam sido visitadas.

4.4 A CRIAÇÃO DO LOCAL

Ingold (2002) chama atenção para o significado da imagem do globo no debate contemporâneo sobre o ambiente. Para ele, apesar dessa imagem de longa data ser empregada na geopolítica e há ainda mais tempo na navegação e na astronomia, seu uso como uma caracterização do ambiente é bastante recente. Desde cedo, ressalta ele, no Ocidente se é familiarizado na escola com a imagem do globo onde são desenhados os continentes e oceanos e as linhas de grade de latitude e longitude. O argumento dele é que “with the world imaged as a globe, far from coming into being in and through a life process, it figures as an entity that is, as it were, presented to or confronted by life. The global environment is not a lifeworld, it is a world apart from life (INGOLD, 2002, p. 210)”. Em contraste, Ingold aponta a existência da imagem de esfera, pelo menos no pensamento Europeu, que vigorou até a idade média. Comparativamente, “something of the difference in connotation between ‘globe’ and ‘sphere’ is suggested in their very acoustic resonance: ‘globe’ is hard and consonantal; ‘sphere’ soft and vocalic. A globe is solid and opaque, a sphere hollow and transparent (INGOLD, 2002, p. 210)”.

De modo geral, assinala Ingold, a partir da imagem de globo, o conhecimento “is acquired not by engaging directly, in a practical way, with the objects in one’s surroundings, but rather by learning to represent them, in the mind, in the form of a *map* (INGOLD, 2002, p. 213, grifos do original)”. Além disso, por meio dessa imagem se constitui uma maneira específica de ocupação ou colonização do mundo.

The image of the world as a globe is, I contend, a colonial one. It presents us with the idea of a preformed surface *waiting to be occupied*, to be colonised first by living things and later by human (usually meaning Western) civilisation. Through travel and exploration, it is said, mankind has conquered the globe. Having now filled it up, and still multiplying in

numbers at an alarming pace, we are urgently searching around, not just in fantasy but also in fact, for new worlds to colonise. Not only, then, does it appear that the world existed prior to life; it also appears that life can hop from world to world and even – like a parasitic vector flying between successive hosts – exist temporarily in worldless suspension (INGOLD, 2002, p. 214).

Ingold argumenta que também essa imagem permite as imagens de propriedade, inclusive no sentido de deixar essa terra herdada para os sucessores, muito embora estejamos como o filho pródigo, inclinados a desperdiçar tudo pela gratificação imediata. Além disso, no que toca a preocupação pelo ambiente global, muito se dá em torno da administração desse nosso mundo, embora o que é para ser gerido permanece inquestionado. No entanto, essa imagem não está sozinha, mas em relação com outras.

my sense of the contemporary discourse on the environment in the West is that it continues to be dominated by global imagery associated with the triumph of modern science and technology, but that it is under increasing threat from those – including many anthropologists – who would turn to local or indigenous cosmologies of engagement for sources of insight into our current predicament (INGOLD, 2002, p. 217).

Com efeito, o que tanto a iniciativa de Nadia de buscar o resgate de frutas *antigas* quanto o projeto do qual participam Tassio e Karine fazem, tem relação com essa virada em prol de cosmologias locais ou indígenas. No entanto, no projeto de Tassio e Karine, a ciência se faz presente de particulares maneiras de conhecimento do local que cabe serem assinaladas, pois vem ao encontro das concepções sobre “destino turístico” que abundam no marketing de destino e congêneres promovidos pelo *Convention* e pelo *trade* turístico de modo amplo.

Uma discussão semelhante àquela sobre a imagem de globo é retomada por Ingold (2011) em torno da noção de espaço. Para ele, o mundo descrito por um conceito vazio como o de espaço se deve a uma lógica da inversão, segundo a qual a vida “is reduced to an internal property of things that *occupy* the world but do not, strictly speaking, *inhabit* it (INGOLD, 2011, p. 146, grifos do original)”. Ingold (2011) sugere que há algo de errado com a noção de que lugar existe no espaço. Para ele, o conceito anglo-americano de *space* atualmente equivalente ao alemão *raum* e ao nórdico *rum* estão longe de ser idênticas. Segundo ele, uma palavra como *room*, que no inglês equivale espaço e lugar, não é aplicada a dois aspectos diferentes ainda que

complementares da realidade (*space* e *place*), mas é centralmente implicado em distingui-los. Ao contrário disso, destaca Ingold, nossa experiência “is drawn from lives that are never exclusively here or there, lived *in* this place or that, but always on the way from one place to another (INGOLD, 2011, p. 146, grifo do original)”.

De modo semelhante, podem ser considerados tanto a definição de municípios como “destinos turísticos” e seus locais para a realização de eventos ou para visitação, quanto a demarcação de *taperas* onde são coletados plantas *crioulas* conformando a criação de lugares no espaço. Tais formas de conceber os lugares estão vinculadas não apenas as decisões de cientistas ou profissionais como os mencionados anteriormente e as organizações públicas ou privadas as quais estão vinculados. Mas, são também parte de outro tipo de movimento, que se diferencia de “descobrir caminho” (*wayfinding*), o qual Ingold denomina de transporte, onde a diferença é entre “lineal movement *along* paths of travel [*wayfaring*] and lateral movement *across* a surface [*transport*], in our comparison of the respective ‘everywheres’ of habitation and occupation (INGOLD, 2011, p. 149)”.

Com efeito, o transporte nos coloca diante de uma orientação para um destino. Fiz algumas notas sobre minha última viagem para pesquisa de campo em São Joaquim, na qual sa  em um ônibus de Porto Alegre com destino a Criciúma, Santa Catarina, e l  peguei outro ônibus para São Joaquim. Notadamente, nessas notas escrevi sobre um mal estar que senti em boa parte da viagem por não conseguir tirar da cabeça o que havia se passado na noite anterior em Porto Alegre, quando estive junto com uma multidão em uma manifestação, dentre outras, as quais são lembradas como os protestos de junho de 2013. Presenciei e participei de pol micas que agitariam os dias que seguiram por todo o país. Já o mal estar que eu sentia se manifestava como uma forte dor de cabeça. Talvez porque, como diz Ingold, os sistemas de transporte criados pelas sociedades metropolitanas “have converted travel from an experience of movement in which action and perception are intimately coupled into one of enforced immobility and sensory deprivation (INGOLD, 2011, p. 152)”.

5. TURISTAS DE MENOS, TURISTAS DE MAIS: HOSPEDAR



Figura 18: Criança é fotografada diante de uma árvore congelada. Fonte: foto do autor

A calma do negócio turístico, salvo em feriados, antes e depois do inverno, da qual se ouve falar correntemente como a “sazonalidade do turismo”, não agrada quem tem o turismo como negócio ou quem tem como negócio o “desenvolvimento” do turismo. De quem contrata funcionários no inverno e os dispensam quando ele acaba até a RBS e a CVC que se unem para produzir eventos na primavera, a políticos de estirpes distintas, são muitos os que se implicam em estender o tempo possível de se aproveitar o *potencial* regional. Assim, se estabelecem uma série de articulações que visam superar o inverno, ao mesmo tempo em que se veem na obrigação de reafirmá-lo. Em geral, tais articulações têm como um horizonte comum a expectativa de tornar São Joaquim um *destino* turístico. Um *destino* turístico seria algo semelhante a Gramado ou Florianópolis, para onde *turistas* vão praticamente sem considerar o tempo. Apesar de que o inverno e o verão sejam a *temporada* em um e outro caso, a *sazonalidade* teria sido superada, pois houve aí a afirmação desses lugares no mercado turístico. Superar a sazonalidade é praticamente uma palavra de ordem entre meus interlocutores, mas isso impõe alguns dilemas, ao mesmo tempo em que se faz

necessário observar a própria vida aí como ela é, digamos assim, alheia as articulações em prol do *destino*. Tais dilemas e observações serão discutidos nesse capítulo.

5.1 UMA ANTROPOLOGIA DA HOSPITALIDADE

A hospitalidade para Candea e Da Col (2012, p, S1) “is an even more likely candidate than gift-giving for a foundational anthropological theory”. Segundo os autores, Mauss no *Ensaio sobre o dom* nota a questão da hospitalidade, mas deixa-a subsumida na logica geral do dom. Segundo eles, Mauss também notou as raízes etimológicas da inversão de papel operada pela hospitalidade, “*hostis*, the enemy, is the opposite of *hospes*, the host’ (MAUSS, 2007 [1926], p. 116 *apud* CANDEA e DA COL, 2012, p, S2)”. Além disso, Candea e Da Col (2012) afirmam que Mauss aponta no *Ensaio* um aspecto importante presente na monografia de Malinowski entre os trobriandeses, os quais durante as viagens Kula antes de qualquer negociação deixavam as lanças de lado, o que seria para os autores, um lampejo de que a hospitalidade pode ser vista como uma pré-condição para a troca de presentes. Ademais, essa questão da hospitalidade é identificada por eles em outras etnografias, como na de Bourdieu entre os Berberes, de Geertz entre os Balineses ou na de Evans-Pritchard entre os Nuers, para citar algumas apenas, como uma espécie de estrutura *elementar* da empresa antropológica:

Anthropologists have thus long known that *hospitality is magic*. The fact that it happens despite the dangers embedded in any encounter fascinated anthropologists who felt hospitality’s powers protecting their pursuits or backfiring owing to their ineptitude from the first moment they stepped on foreign ground as strangers, exceptional beings, or potential enemies (CANDEA e DA COL, 2012, p, S3, grifos no original).

Como indicam os autores, foi apenas nos anos 60 que Pitt-Rivers veio a escrever um ensaio sobre hospitalidade, questão que ele já havia trabalhado em sua monografia¹⁴⁰. Pitt-Rivers (2012) retoma um ensaio em que o professor Harry L. Levy

¹⁴⁰ O ensaio *The law of hospitality* foi publicado em 1968 e republicado pela revista *HAU: Journal of Ethnographic Theory* (Cf. PITT-RIVERS, 2012). Segundo Candea e Da Col (2012), recentemente um grande interesse nas ciências humanas há um grande interesse no tema da hospitalidade, com várias publicações que incluem antropólogos, interesse esse despertado pela fascinação pelo tema entre filósofos como Jacques Derrida. Em meio a essa literatura, Candea e Da Col (2012) procuram encontrar

discorda dos autores que não veem na cena final da obra *Odisséia* de Homero, onde a personagem Ulisses promove o massacre dos pretendentes, uma diferença em relação ao espírito da obra como um todo¹⁴¹. Segundo Pitt-Rivers (2012), Levy argumenta que em todo o poema está evidente uma tradição camponesa, cujos costumes de hospitalidade contêm uma disposição que proíbe o convidado de ultrapassar as boas-vindas do anfitrião e depauperá-lo. Pitt-Rivers (2012) propõe descobrir o que, a partir dessa história, pode estar relacionado com a lei da hospitalidade de um modo geral, dito de outra forma, o problema de como lidar com estranhos.

Da etnografia de Boas, Pitt-Rivers (2012) realça a descrição que ele faz sobre o combate ao qual os estranhos são desafiados quando recebidos por tribos Esquimós Centrais¹⁴². Entre as tribos do sudeste, Boas descreve que quando os habitantes de um povoado chegam para a celebração de uma grande festa eles são bem vindos. Os nativos se colocam em uma fila e o estranho se aproxima lentamente com os braços cruzados e a cabeça inclinada para o lado direito, ao que recebe um golpe do nativo que em seguida abaixa sua cabeça para o mesmo lado a fim de esperar um golpe do estranho. Isso se repete até que um dos dois se dê por vencido, em um desafio que segundo Boas geralmente termina pacificamente. Desse desejo de se medir a si próprio contra um estranho pode-se supor “that it springs from something fundamental in the nature of relations with strangers, such as a necessity to evaluate them in some way or other against the standards of the community (PITT-RIVERS, 2012, p. 502)”.

Pitt-Rivers (2012) considera isso uma instituição diferente de um rito de passagem. Trata-se da “assimilação” de um estranho à comunidade. Eu sugiro que em uma “comunidade” que se pretende *destino turístico* tal “assimilação” também se apresenta como algo a ser resolvido. Deixando a etnografia de Boas de lado e buscando outras referências, Pitt-Rivers (2012) cita Fustel de Coulanges, que demonstra como na cidade da antiguidade o status de um estranho não era identificável em referência a lei nem a religião, mas para ter a proteção das leis e dos Deuses locais

um caminho para a antropologia, disciplina a qual deve ela mesma a anfitriã desse debate, pois suas fontes etnográficas tem uma relevância conceitual que pode se perder no edifício conceitual de Derrida.

¹⁴¹ The Odyssean suitors and the host-guest relationship. Transactions and Proceedings of the American Philological Society, 1963

¹⁴² F. Boas, The Central Eskimo (Washington, 1887), p. 609.

era preciso ter um patrão¹⁴³. Pitt-Rivers (2012) assinala que a esse respeito a hospitalidade Árabe não é diferente e que em muitos países costumes semelhantes são encontrados.

In contrast to a member of the community whose status is identifiable by reference to its norms and is recognised by everyone, the stranger is incorporated only through a personal bond with an established member; [97] he has, as it were, no direct jural relationship with anyone else, no place within the system, no status save that of stranger (which is a kind of self-contradiction: the status of being statusless). On the other hand, in relation to his patron he possesses, however little may be known about him, a clearly defined status, that of guest or client, which makes any further evaluation of him unnecessary. The status of guest therefore stands midway between that of hostile stranger and that of community member. He is incorporated practically rather than morally (PITT-RIVERS, 2012, p. 503-504).

Moralmente inferior porque o anfitrião e o convidado não podem ser iguais, porque isso implica em rivalidade. Por isso, se recebe que está em dificuldades, como o mendigo, por exemplo, que no *pueblo* na Espanha onde Pitt-Rivers fez sua etnografia, que ao receber comida, por exemplo, normalmente responde com um “*dios se lo pague*”, o que retira a troca do plano moral. Se assim não fosse, teria um problema de honra para quem demanda hospitalidade. Portanto, o proletário rural em dificuldades só pede comida após pedir trabalho. Uma condição de dificuldades semelhante se coloca para muitos *turistas* em São Joaquim em determinados dias de friagens e nevascas, quando a lotação de hotéis e pousadas elimina as possibilidades de abrigo. Como discutirei adiante, muitas “pousadeiras” me relataram que começaram assim sua pousada, abrigando *turistas* em dificuldades em suas casas. Finalmente, uma importante conclusão de Pitt-Rivers sobre a hospitalidade é que:

The law of hospitality is founded upon ambivalence. It imposes order through an appeal to the sacred, makes the unknown knowable, and replaces conflict by reciprocal honour. It does not eliminate the conflict altogether but places it in abeyance and prohibits its expression (PITT-RIVERS, 2012, p. 513).

De modo geral, honra e vergonha geraram todo um debate entre “mediterrânicos” e além. Muito já foi dito e o que vale considerar para os efeitos desse texto são algumas das opiniões de Herzfeld (1987) a respeito da hospitalidade. Ele

¹⁴³ Fustel de Coulanges, *La Cité antique* (Paris, 15e éd., 1895), p. 232.

propõe substituir o “antigo rótulo” honra por um tratamento descritivamente mais simples e menos ambíguo como a hospitalidade por que: ela provê uma base de comparação mais convincente e pode ser estendida para além da área do mediterrâneo; embora “honra” e “hospitalidade” são facilmente ligados ao estereótipo mediterrâneo, hospitalidade permite escapar facilmente das já gastas generalizações sobre o caráter; os valores mediterrâneos e a hospitalidade pode ser estudada não apenas no nível da aldeia (*village*), mas também em regiões ou países e como o próprio etnógrafo é um hóspede, essa expansão nos força a considerar nossa parte na construção de generalizações etnográficas.

[...] the hospitality that one meets in any Mediterranean country may be altruistic, and given with genuine pleasure. At the level of collective representations, however, where personal sentiments are replaced by structural symbols, it acquires a significantly different import. It signifies the moral and conceptual *subordination* of the guest to the host (HERZFELD, 1987, p. 77, grifos do original).

Uma ideia não muito diferente da apresentada por Pitt-Rivers. Ademais, Herzfeld (1987) nota diferentes atitudes na Grécia, aonde conduziu sua etnografia, com respeito a diferentes tipos de “turistas pobres” que recebiam certa hospitalidade. Herzfeld (1987) argumenta que a hospitalidade para com eles pode ser vista no quadro da nação grega, que espera ser retribuída no futuro por este acolhimento no presente.

5.2 CVC OR NOT CVC?

Notei em um evento no qual estive presente, na Casa da Cultura em São Joaquim, que meus interlocutores eram tratados praticamente como a encarnação da região por líderes políticos e empresariais de envergadura estadual, que para lá haviam se deslocado desde Florianópolis, capital do estado. Meus interlocutores e demais joaquinenses ou serranos que se faziam presentes naquele evento, pelas suas vozes nos microfones ou ao pé de ouvido dos visitantes, pelas mãos que haviam escrito e entregue documentos e bens regionais aos visitantes (projetos diversos, caixas de maçãs e de vinhos), enfim, pelas suas presenças corporais como símbolos da vida naquelas terras, em certo sentido pareciam carregar consigo a própria região.

Um dos principais reclames que portavam nesse evento dizia respeito a diversas melhorias de infraestrutura, a mais estridente delas era relativa aos buracos das estradas e foi feita por um senhor, conhecido proprietário de uma churrascaria. Para além do reclame, o evento tinha um objetivo em particular, que era apresentar à população local um projeto voltado ao turismo regional. Fiquei sabendo desse evento quando estive presente em uma reunião do *Grupo Gestor*. A reunião teve a presença de quase todos os membros oficiais do grupo, além de convidados que se interessavam pelas discussões daquele dia, inclusive eu, convidado por Nadia. A reunião foi realizada na sede do *Convention* e tinha como pauta a preparação para o evento de apresentação do “Projeto Viva Serra”, que aconteceria dois dias depois¹⁴⁴.

Naquele momento, ninguém presente à reunião sabia exatamente do que se tratava o referido projeto, sendo que nem o nome do projeto estava claro. Contudo, as funcionárias do *Convention* tinham praticamente certeza de que o mesmo seria uma espécie de porta de entrada para a CVC na região¹⁴⁵. Sobretudo Marília, então funcionária, dizia na reunião, que a CVC tinha planos de entrar na região, a partir de parcerias com pousadas, guias e agentes de viagens e caso os planos fossem bem sucedidos, estabelecer seus próprios hotéis e agentes preferenciais. E, naquele evento, o representante da CVC estaria acompanhado por representantes da RBS e pelo Secretário de Estado do Turismo, personagens de peso no espectro político e negocial catarinense. Em suma, a conclusão era que caso houvesse mesmo o interesse da referida operadora de turismo de se estabelecer na região, aquele evento seria uma ocasião propícia para o andamento à consecução desse objetivo.

Marília havia trabalhado na CVC e se posicionava contrária a qualquer acordo com a operadora. Foi ela quem definiu o evento com a presença da CVC como sendo algo feito “de cima pra baixo”. Com isto, o que Marília procurava enfatizar era que enquanto todos ali estavam trabalhando pelo desenvolvimento da região, e poderiam “de baixo pra cima” influenciar os rumos do mesmo, “de cima pra baixo” a CVC iria ditar de acordo com seus interesses. Desta forma, segundo Marília, qualquer acordo com a

¹⁴⁴ A reunião do Grupo Gestor aconteceu no dia 29/08/2011 e a de apresentação do projeto “Viva Serra” no dia 31/08/2011.

¹⁴⁵ Parecia que pairava no ar o que depois encontrei no próprio site da CVC, a ideia de que essa agência de viagens é “a maior operadora de turismo do Brasil”.

Cf. http://www.cvc.com.br/site/_empresa/home.jsf?action=RedeAtendimento.init – Acesso em 22/09/2011.

CVC seria positivo apenas no curto prazo, enquanto a mesma ainda estivesse instalando-se na região e tendo experiências de vendas de pacotes turísticos para ali. Depois de instalada e tendo certeza da rentabilidade da venda de pacotes para a região, a CVC construiria seus próprios hotéis e definiria uma agência preferencial, deixando de lado seus parceiros iniciais.

Estas ideias predominaram no início da reunião, sem que os demais membros do Grupo Gestor e convidados tivéssemos muito a dizer. Estávamos um pouco atônitos com a avaliação de Marília, corroborada pelos irmãos Tomasini¹⁴⁶. Segundo os irmãos, que não são membros oficiais do Grupo Gestor, isto teria acontecido em Gramado, sua cidade de origem. Ambos acrescentavam que os proprietários de hotéis e pousadas iriam sentir mais negativamente a presença da CVC, dando uma ideia mais clara daquilo que poderia acontecer ali com o exemplo de Gramado. Segundo eles, em Gramado os hotéis e pousadas que fazem parceria com a CVC devem reservar uma parcela dos leitos (cerca de 30%) para a mesma, com um preço fixo abaixo do tabelado, o qual é cobrado normalmente aos clientes que vão por conta própria ao hotel.

Nisto começou a estabelecer-se a ideia de dois tipos de clientes, um que paga mais e que efetivamente gera o faturamento de hotéis/pousadas/restaurantes/agências, outro que paga menos e gera o faturamento em escala da CVC. Segundo eles, a questão seria que o cliente que paga mais só vai à região na alta estação, enquanto o possível cliente a ser trazido pela CVC iria o ano todo. A priori, a ideia de ter movimento de clientes durante o ano todo agradou a todos, mas a hipótese de ter que reservar leitos para a CVC na alta temporada os deixava muito contrariados.

Em suma, a possibilidade aventada de ter a CVC na região, como concorrente ou parceira, de todo modo como fazendo o turismo desenvolver-se “de cima pra baixo”, gerava muita inquietação. Havia muitas dúvidas entre os presentes. As possíveis perdas no faturamento da alta temporada após parceria com a CVC seriam compensadas com ganhos na baixa temporada? Alguém já estaria fazendo parceria com a CVC? Haveria outras vantagens com a presença da CVC na região, como por

¹⁴⁶ Os irmãos Tomasini abriram dois restaurantes em São Joaquim em 2009 e 2010, apostando no crescimento do turismo na região. Ambos tinham experiência no ramo na cidade de Gramado, de onde são oriundos.

exemplo, um estímulo para a conclusão e efetivação de obras importantes (aeroporto, mudanças no traçado da rodovia que corta São Joaquim, etc.)? Tendo em vista os acompanhantes do representante da CVC no evento de apresentação do projeto “Viva Serra” (RBS, Secretário de Estado, entre outros líderes empresariais e políticos regionais) supunha-se que caso se concretizasse a presença da mesma na região, tais obras poderiam ser efetivadas.

Naquela reunião permaneci calado durante o tempo todo, mas pensava comigo mesmo que caso a parceria com a CVC fosse efetivada, naquele momento parecia a mim que esta seria positiva para que fossem colocados em prática diversos projetos formulados para repaginação de São Joaquim e região. Não se detendo apenas àqueles definidos pelo *Grupo Gestor* como prioridades, mas a diversos projetos elaborados e não concretizados. Minha sensação era de que, apesar da CVC ser uma intrusa, talvez a sua “entrada na região” nos deixava ali prestes ao desabrochar de uma sequência de projetos que estavam parados. Dentre estes, desde que comecei a elaborar o projeto de pesquisa em 2009 já conhecia o projeto da Secretaria do Desenvolvimento Regional chamado Acorde (Ação Conjunta de Revitalização e Desenvolvimento), o qual previa obras viárias, entre outras, que provocariam uma significativa “repaginação” da cidade de São Joaquim e da região.

Contudo, um cálculo dessa ordem não era possível, não apenas porque os ânimos estavam exaltados, mas também porque não se sabia como era possível discutir e saber o que fazer. Como argumentado no capítulo anterior, a CVC pode ser compreendida no contexto do que Bronz (2011) chamou de “geopolítica empresarial”, sendo assim parte integrante do ordenamento da expansão do aparato governamental. Bronz (2001) entende essa “geopolítica empresarial” como portadora de um *ethos* empresarial. De fato, isso tem implicações no que diz respeito à administração do turismo no município, o foco último dessa geopolítica, tema dos dois capítulos seguintes.

Mas, de modo geral, também tem efeitos em como um estranho é recebido por essa “sociedade” (município). Pois, a expansão do aparato governamental traz consigo uma ordem moral diferente. Para se pensar isso, Candea e Da Col (2012) sugerem considerar a figura do “Rei-Estranho” de que fala Sahlins. “For Sahlins, the figure of

'Stranger-King' is a cosmic template which framed the arrival of a stranger from beyond as a source of magical power and fertility (CANDEA e DA COL, 2012, p. S7)". Assim, a CVC parece aí ser análoga ao "Rei-Estranho", pois como elabora Sahlins, "o conceito de reis divinos que encontramos no Havaí, e também em Fiji, por acaso governam a história subterrânea das nossas democracias (SAHLINS, 2003, p. 109)". Em tal conceito Sahlins considera que:

[...] o governante é visto como estando não somente acima da sociedade, mas também além dela. Enquanto ele está além dela em termos morais, ele também vem do além e o seu advento é uma espécie de terrível epifania. É um fato notavelmente comum que os grandes chefes e reis da sociedade política não fazem parte da população que governam. De acordo com as teorias locais de origem, trata-se de estranhos, do mesmo modo como os feitos draconianos pelos quais chegam ao poder são estranhos à conduta de "pessoas reais" ou verdadeiros "filhos da terra" (SAHLINS, 2003, p. 110-111, grifo do original).

O estabelecimento da CVC na região poderia modificar todo o "estado das coisas", digamos assim. Mal ou bem, há um "funcionamento" estabelecido. Na sequência continuo discutindo isso.

5.3 TEM FUTURO O TURISMO EM SÃO JOAQUIM?

O inverno já acabou e o verão ainda está um tanto distante, mas a temporada continua em alta na Serra catarinense. Começa neste sábado e vai até 10 de novembro o Viva Serra Festival, uma das principais iniciativas para alavancar o turismo na região mais fria do Brasil¹⁴⁷.

O Viva Serra aconteceu e está na terceira edição. Com ele, a mensagem que passa o jornal Diário Catarinense, propriedade do grupo RBS, é que a "temporada" está "em alta" na "região mais fria do Brasil". A programação para o ano de 2013 aconteceu nos municípios de Urubici, Bom Retiro, Urupema, Rio Rufino, São Joaquim e Bom Jardim da Serra (Figura x)¹⁴⁸.

¹⁴⁷ GOMES, Pablo. Festival Viva Serra incrementa o turismo em seis municípios de Santa Catarina. Florianópolis, 11/10/2013. *Diário Catarinense*. Disponível em <http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/geral/noticia/2013/10/festival-viva-serra-incrementa-o-turismo-em-seis-municipios-de-santa-catarina-4298608.html> - Acesso em 16/10/2013.

¹⁴⁸ Nesse mapa o município de Rio Rufino não aparece, mas se localiza entre Urupema e Urubici.

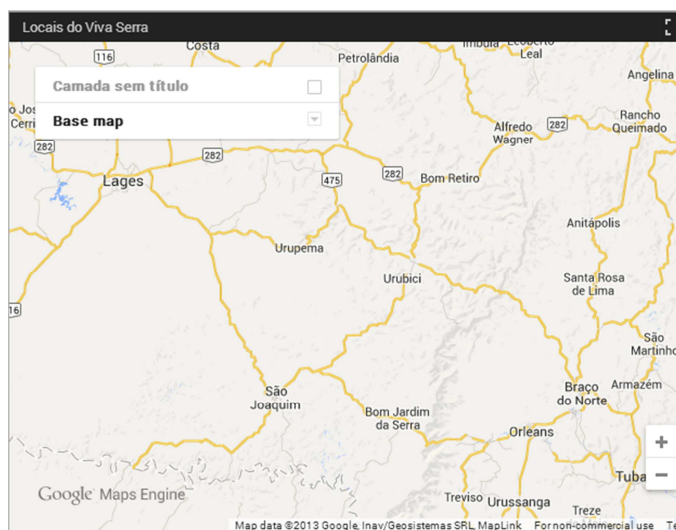


Figura 19: Municípios nos quais acontece a programação do Viva Serra Festival 2013. Fonte: <http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/geral/noticia/2013/10/festival-viva-serra-incrementa-o-turismo-em-seis-municipios-de-santa-catarina-4298608.html>

Em 2011, preteridos pela RBS Eventos na organização do Viva Serra, meus interlocutores não tiveram muito envolvimento. O evento acontece, eles participam. Desde então pouco mudou. Continuam a organizar outros eventos e participar quando este acontece. Aparentemente, o Viva Serra Festival tem sido realizado pela RBS Eventos com outros parceiros na região, sobretudo no município de Urubici. De todo modo, a “temporada em alta” entre o inverno e o verão não parece, pelo menos até o momento, ter sido verificada pelos meus interlocutores. Talvez esteja sendo sentida por pessoas no município de Urubici, mas em São Joaquim por enquanto não. Efetivamente, tanto no que diz respeito à “temporada”, quanto no que diz respeito a onde essa “temporada” se concretiza (a “região mais fria do Brasil”, por exemplo), são questões em aberto.

Cabe assinalar, Graburn (1983) lembra que o turismo é uma dessas necessárias pausas estruturadas da vida ordinária que caracterizam todas as sociedades humanas. Assim como jogar, brincar, estados alterados de consciência, meditação, culto, peregrinação, entre outros estados, o turismo envolve para os participantes uma separação da vida normal ‘instrumental’ e “offers entry into another kind of moral state in which mental, expressive, and cultural needs come to the fore (GRABURN, 1983, p. 11)”. Assim, afirma Graburn (1983), com o fato de ter o turismo uma duração limitada e

um contraste com longos períodos de vida ordinária, a estrutura do turismo é basicamente idêntica a de todo comportamento ritual.

Por isso, quando há frio não há grandes problemas em se entender porque o turismo em São Joaquim acontece. Durante o inverno é tempo de responder sem rodeios uma pergunta que pode ser formulada cotidianamente como “Tem futuro o turismo em São Joaquim?”. Como, por exemplo, fez no jornal on-line *Portal Serra SC*, na terça-feira 23 de julho de 2013 a jornalista Roseane Ribeiro Sobânia, também sócia da agência de turismo *Na Trilha Certa*.¹⁴⁹ O texto foi publicado um dia depois de uma nevasca e eu o considero crucial para o entendimento dos significados do *trade* do turismo.

Sugiro que se pode comparar o *trade* do turismo com uma facção política. Para isso baseio-me nas pesquisas de Palmeira e Heredia (1993; 2010). Primeiro porque com o turismo, o inverno se transforma em *alta temporada* ou simplesmente *temporada* de forma muito semelhante ao que acontece com o *tempo da política*. “Pendant cette période, les factions, qui se pulvérisent en de multiples réseaux de relations personnelles, se montrent ouvertement et révèlent leur existence aux membres de la société (PALMEIRA e HEREDIA, 1993, p. 74)”. Segundo Palmeira e Heredia (1993), o início do *tempo da política* se dá com os primeiros comícios e eles são também onde se dão os principais embates entre facções políticas, sua forma se opõe a relação pessoal entre políticos e eleitores e o palanque é em si o lugar de manifestação da identidade da facção.

A semelhança que encontro é que a *temporada* começa em dias de nevasca ou de frio intenso. Então, quando os grandes afluxos de *turistas* acontecem, o *trade* apresenta sua existência de forma nítida e passa a se afirmar ao que seriam seus equivalentes em termos de opções para o *desenvolvimento* de São Joaquim e região (os fruticultores, os vitivinicultores, os pecuaristas, etc.). O roteiro disso pode ser visto nitidamente no texto de Roseane:

Se ainda existia alguma dúvida de que o turismo é uma das melhores alternativas para o desenvolvimento de São Joaquim essa dúvida

¹⁴⁹ SOBÂNIA, Roseane Ribeiro. Turismo em São Joaquim ?! **Portal Serra SC**. Ter. 23 de julho de 2013. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4682:turismo-em-sao-joaquim&catid=388:noticias – Acesso em 20/11/13.

terminou ontem, dia 22 de julho. A cidade estava repleta de pessoas ávidas pelo frio e pela neve, pessoas com recursos, que compraram na cidade, que usufruíram dos restaurantes e que ficaram maravilhadas com o frio¹⁵⁰.

Esse momento pode ser entendido como a apoteose de quase um ano passado, desde o fim da *temporada* anterior, em que Roseane e seus colegas que se agrupam no *trade* trabalharam pelo turismo em São Joaquim e região. Praticamente mês a mês pode se encontrar textos de Roseane no *Portal Serra SC* sobre atividades relacionadas a promoção do turismo em São Joaquim e região¹⁵¹. Não apenas Roseane, outras pessoas também estão envolvidos com isso. Porém, o texto de Roseane apresenta em certo sentido uma voz desse grupo. Assim, se não seria uma cidade turística, porque estaria o Brasil aí?

Belém, Maceió, Recife, São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba, Florianópolis, o Brasil estava representado nas ruas de São Joaquim. A Casa do Turista há dois dias funciona 24h e a Informação Turística está aberta até a madrugada.

Quem passava pelas ruas de São Joaquim ontem viu que o comércio estava repleto de turistas, alguns queriam cobertores, outros luvas, gorros, cachecóis, mantas, blusas e qualquer roupa que os esquentasse. Muitas lojas ficaram abertas até às 22h e se tivessem ficado mais tempo teriam atendido ainda mais turistas.

Os restaurantes estavam com filas de espera e alguns tiveram que fechar, pois a demanda foi maior do que o esperado. Chocolate quente, vinho, sopas, cremes, massas, feijão e arroz, comidas e bebidas que aquecessem o corpo para enfrentar o frio eram as mais pedidas pelos visitantes¹⁵².

Estavam aí a comprar, claro, mas era também o momento de se relacionar, *turistas* e “sociedade joaquinense” em festa na praça da cidade, na Casa do Turista especialmente e de levar pra suas casas que estavam sem hospedagem, como os políticos que no *tempo da política* são autorizados a entrar nas casas, mexerem nas panelas (PALMEIRA e HEREDIA, 2010)¹⁵³. No entanto, para que isso aconteça, faz-se necessário que os *turistas* sejam identificados enquanto tais, indivíduos estranhos, que não possuem parentes, amigos ou conhecidos por aí. Isso acontece claramente nos dias de grande afluxo de visitantes por ocasião de nevascas, ou da simples previsão de neve, como aconteceu em julho desse ano:

¹⁵⁰ Idem.

¹⁵¹ No capítulo final retomo os textos de Roseane para discutir algumas dessas atividades.

¹⁵² Idem.

¹⁵³ Na subseção seguinte retomo esse ponto.

Hotéis e pousadas com 100% de ocupação. Pousadas alternativas lotadas e a solidariedade da população joaquinese falou alto e as pessoas pegavam os turistas na rua e diziam “venham para minha casa que lá pelo menos está mais quente”.

Bonito de ver os gaiteiros tocando na Casa do Turista e embalando muitos casais que resolveram dançar para se divertir e para espantar o frio. Chá de maçã servido quentinho para quem chegava à Informação Turística e à Casa do Turista e mais de 15 pessoas trabalhando sem folga¹⁵⁴.

Nesses dias, com a lotação de hotéis, pousadas e hospedagens “alternativas” muitas pessoas são motivadas a receberem em suas casas os visitantes. Nessas ocasiões, como nos comícios eleitorais, ocorre uma objetificação do visitante como *turista*. Vale a pena ver como se pode pensar a objetificação que acontece nos comícios eleitorais:

Que cet auditoire se perçoive em catégories hiérarchisées n’est pas spécifique aux meetings ou au temps de la politique. Dans les zones étudiées, les clivages entre pauvres et riches, gros et petits, existent et représentent même une sorte de condition préalable à la mise en place de rapports individualisés de clientélisme. Ce qui est propre au meeting, c’est l’objectification en catégories sociales qui se substituent aux rapports individualisés. Si les liens personnels sont confirmés lors des visites à domicile qui précèdent les meetings, ils s’effacent dès le moment où se met en place le mouvement collectif – une marche ou un défilé de voitures – et que se forme le public (PALMEIRA e HEREDIA, 1993, p. 84).

Bem entendido, o que ocorre nesses dias se diferencia dos comícios porque não se podem escolher os dias em que acontecerão, tampouco porque se conhece de antemão quem será o público presente. Apesar disso, assim como para os comícios, há um tempo mais ou menos delimitado em que isso pode ocorrer e quando ocorre há um afluxo que lembra as carreatas e os desfiles que preparam o acontecimento de comícios. A imagem abaixo se refere ao ocorrido em um dia de previsão de frio no inverno de 2012:

¹⁵⁴ Idem.



Figura 20: Como em um desfile em dia de campanha eleitoral, os turistas sobem a Serra do Rio do Rastro. Fonte: Blog São Joaquim de Fato¹⁵⁵.

Apesar de não existir a possibilidade de se ter com esse público que se dirige para São Joaquim e região nesses dias laços de clientelismo ou algum outro tipo de relacionamento individualizado como os que podem existir previamente aos comícios, no decorrer dos afluxos eles podem ser objetificados de modo geral como os turistas. Assim, eles tornam-se objetos de cálculos e estimativas, mas também os estranhos a serem recebidos não apenas por aqueles que normalmente fazem disso sua atividade profissional, mas também por todos que podem se sentir inclinados a ‘não deixarem as pessoas passarem frio na rua’.

Antes de passar a discutir essa questão, faz-se necessário mais algumas palavras sobre aqueles que tem como a atividade profissional receber os estranhos, o “*trade* do turismo” de modo geral. Essa facção não está a disputar uma eleição, pelo menos não nesse momento, na *temporada*, mas quanto mais pessoas forem arregimentadas para apoiarem o turismo, particularmente o *potencial turístico*, mais o “*trade*” se fortalece em futuros pleitos, seja nas próximas eleições ou em outras

¹⁵⁵ Turistas param a Serra Catarinense. Blog São Joaquim de Fato. **Portal São Joaquim On Line**. Sábado 9 de junho de 2012. <http://saojoaquimonline.com.br/saojoaquimdefato/?p=4700> – Acesso em 26/11/13. Segundo esse texto, que fala sobre o acontecido naquele dia, registrado nessa foto, “são centenas de carros enfileirados subindo a Serra. No mirante e nos restaurantes até São Joaquim tudo lotado! Só para se deparar com o frio anunciado na Serra Catarinense. E eles se encontram. Hotéis e pousadas lotados, hospedagem alternativa completamente lotada e restaurantes com fila na sala de espera. O movimento quase superou os dias de neve anunciado. Até no sábado à noite, mais de três mil pessoas haviam passado pelo centro de informações turísticas no centro de São Joaquim buscando hospedagem ou informações”.

ocasiões, como aquelas em que serão importantes argumentos em favor de “políticas públicas” para o turismo. É nesse sentido que Roseane termina seu texto conclamando a mais investimentos na atividade turística:

Ainda temos dúvida do potencial do turismo em nosso município? Não apenas pela neve, mas é possível viver o turismo nas quatro estações do ano em São Joaquim. Os turistas estão cada vez mais descobrindo as belezas de nossa região, a gastronomia, a hospitalidade.

O dia 22 de julho foi a prova de que mais investimentos podem ser realizados aqui, principalmente, em hospedagem. A iniciativa privada pode investir sem medo, pois o ano de 2013 foi uma prova de que cada vez mais vamos ter no turismo uma fonte de renda, uma fonte de desenvolvimento, um futuro mais promissor (Portal Serra SC, 23 de julho de 2013)¹⁵⁶.

Porém, em grande medida, o chamado por mais investimentos é também uma resposta a críticas quanto ao fato de muitos “turistas” não encontrarem vagas em hotéis e pousadas e serem recebidos nas casas moradores e até mesmo dormirem na Casa do Turista ou no Centro de Informações Turísticas. Segundo Anselmo, entre os dias 20, 21 22 de julho de 2013, a Casa do Turista abrigou cerca de 180 pessoas que não encontraram vagas em hotéis e pousadas nem em casas de moradores. Anselmo defende a atitude:

Atitude louvável e criticada, pois muitos acharam absurdo deixar que os turistas dormissem na Casa do Turista. Melhor seria ficar na rua?! Às vezes questiono algumas ações, mas é preciso também reconhecer o que está sendo feito de bom. Nosso município é pequeno e cabem mais investimentos, principalmente, na rede hoteleira.

Investidores venham para o nosso município, pois a demanda é crescente. Mas, enquanto isso não acontece, é preciso reconhecer que o joaquinense é um povo solidário, que abre as portas da sua casa para quem não conhece com o objetivo de livrar a pessoa do frio e oferecer um pouco mais de conforto. O poder público, dentro de certas limitações, ofereceu um lugar quente para que o turista fosse abrigado.

O dia 22 de julho deixou muitas lições. Lições de que a demanda está crescente e que cada vez mais vamos receber turistas ávidos pela neve e por nossas belezas. Lições de que a parceria público é o caminho para o desenvolvimento. Lições de que com um pouco de vontade é possível fazer muitas coisas. Lições de que os joaquinenses tem ainda um longo caminho a percorrer no turismo, mas que este caminho já começou a ser trilhado (grifos meus)¹⁵⁷.

¹⁵⁶ Idem.

¹⁵⁷ NASCIMENTO, Anselmo Viana. Por falar em neve... **Portal Serra SC**. Qua. 14 de agosto de 2013. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4748%3Apor-falar-em-neve&catid=388%3Anoticias&Itemid=1 – Acesso em 26/11/13.

“Demanda”, “investimentos”, “investidores”, número de “turistas”, “setor hoteleiro” são expressões que são depuradas. Como, por exemplo, o faz uma colunista de economia do principal jornal do grupo RBS.

A neve mais intensa dos últimos 29 anos em Santa Catarina, que caiu ontem, mostrou que o Estado, que é o mais frio do Brasil, tem um potencial para o turismo de inverno bem maior do que o explorado atualmente. A rede hoteleira e de pousadas da região Serrana está lotada. Isto sinaliza que é possível crescer mais nesse segmento de lazer com novos investimentos em equipamentos de hospedagem. Na avaliação de Valdir Walendowsky, presidente da Santur, a empresa de promoção turística do Estado, além de mais hotéis, as regiões frias podem avançar com maior oferta de serviços de comércio, gastronomia e lazer. Os hotéis e pousadas da Serra estão todos lotados. É alta a ocupação no litoral também. Isto é sensacional e mostra nossa vocação para turismo o ano todo afirma Walendowsky. A maior campanha nacional de divulgação do turismo do Estado, que está na mídia, deve aumentar em 15% o fluxo de turistas, estima ele. A lotação máxima da rede hoteleira indica que há espaço para mais investimentos em meios de hospedagem. Há projetos de pousadas em Urubici, e São Joaquim busca investidores para novos hotéis. A rodovia Caminhos da Neve, quando concluída, deve aumentar em 40% o fluxo de turistas na região entre São Joaquim e Gramado, prevê o presidente da Câmara de Turismo da Fecomércio-SC, João Eduardo do Amaral Moritz¹⁵⁸.

Mas, as críticas pululam na imprensa. Em 2012 aconteceu um caso que impactou bastante o “*trade*” em São Joaquim. Um Secretário de Estado não conseguiu ser recebido no principal hotel da cidade. Segundo o comentarista de política Paulo Alceu, ele havia feito reserva, mas ninguém estava lá para recebê-lo a meia-noite, fato que teria acontecido na segunda semana de julho de 2012. O que interessa aqui é que o colunista afirma a partir desse acontecimento que “o município deveria aproveitar e se desenvolver usufruindo desse mote [frio e neve] que atrai, até hoje, turistas de vários pontos do país. Mas, pelo visto, parou no tempo e não soube com competência crescer nessa atividade que gera muitas divisas”¹⁵⁹.

“Parar no tempo” não é nada lisonjeiro para as pessoas relacionadas ao “*trade*”. E também não é um tipo de acusação que se prende a um caso específico como o desse secretário. Coincidentemente, pouco antes desse caso, o turismólogo Eduardo

¹⁵⁸ Blog da Estela Benetti. Mais investimentos para o turismo de inverno. 24 de julho de 2013. Disponível em <http://wp.clicrbs.com.br/estelabenetti/2013/07/24/mais-investimentos-para-o-turismo-de-inverno/> - Acessado em 19/11/2013.

¹⁵⁹ “Secretário de São Joaquim ficou na rua no frio de São Joaquim”. Coluna Paulo Alceu. **Notícias do Dia**. 11/07/12. Disponível em <http://ndonline.com.br/florianopolis/colunas/paulo-alceu/31024-secretaria-da-agricultura-ficou-sem-hotel-no-frio-de-sao-joaquim.html> - Acesso em 26/11/2013.

Sobânia, marido de Roseane e também sócio da agência *Na Trilha Certa*, atualmente Secretário Municipal de Turismo, na segunda-feira 18 de junho de 2012, sua opinião a respeito.

A Serra Gaúcha é um lugar fantástico, mas o que é feito lá, não serve como solução para a realidade da Serra Catarinense. Eu digo isso com base nos estudos feitos pelo Ministério do Turismo em São Joaquim, pois foi identificado que o maior potencial do nosso município são os atrativos naturais, ou seja, buscar o desenvolvimento por meio do turismo de massa seria matar a nossa galinha dos ovos de ouro. Temos que buscar o desenvolvimento mais próximo do sustentado, que busque fortalecer as potencialidades através de nichos específicos, entre áreas como o ecoturismo, enoturismo, turismo ecológico, turismo de aventura, turismo de observação, entre outros.

Podemos desenvolver vários projetos de pequeno porte que movimentem o turismo ao longo do ano, diminuindo a sazonalidade e consolidando São Joaquim e a Serra Catarinense como um dos destinos turísticos mais fantásticos do Brasil.

Mas para isso precisamos de apoio e investimento público em infraestrutura, em projetos que ofereçam condições para que a iniciativa privada invista. Se o poder público em todas as suas esferas não assumir suas responsabilidades a Serra Catarinense vai continuar sendo apenas um sonho e infelizmente vamos continuar lendo e tomando por verdade essas matérias que tem como objetivo apenas criticar por criticar¹⁶⁰.

As opiniões de Roseane, Anselmo e Eduardo, ilustram o que ocorre na cidade de São Joaquim durante o inverno. Particularmente, não é a toa que Roseane e Eduardo sejam profissionais da área do turismo. Como sugere Nery (1998), agentes de viagem são especialistas que agem como mediadores da individualização que requer o turismo enquanto “viagem por prazer”. Eles “atuam como “brokers” culturais, na medida em que manipulam códigos de padrões de gosto diferenciados de modo a garantir a realização de sua atividade enquanto agentes do mercado econômico (NERY, 1998, p. 206)”. Segundo o autor, como profissionais do “prazer de viajar”, juntamente com guias turísticos e outros especialistas, estes profissionais mediam padrões culturais diferenciados através de papéis sociais expressos em duas auto representações, a do *vendedor de sonhos* e a do *educador do sensível*. Cabe citar aqui o que está compreendido na primeira dessas duas auto representações:

¹⁶⁰ SOBÂNIA, Eduardo. O inverno e a imprensa. **Portal Serra SC**. Seg., 18 de junho de 2012. Disponível em: http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=3352:o-inverno-e-a-imprensa&catid=50:colunistas&Itemid=69 – Acessado em 06/05/13.

A auto-representação de *vendedor de sonhos* está explícita na consciência revelada pelo agente quanto à qualidade pressentida como básica de identificar expectativas de viagem. Essa capacidade é desenvolvida na concepção do agente através de várias condições iniciais como: conhecimento *in loco* dos lugares indicados como "atração turística"; atualização permanente desse conhecimento, o que revela consciência crítica da natureza mutante de seu objeto de venda, tanto em termos da mudança pela qual passa a "atração turística" em suas características de local receptor de turistas (sistema organizado de recepção ao turista, infra-estrutura hoteleira, de comércio, etc.), quanto em termos do reconhecimento das mudanças de imagem produzidas no imaginário dos turistas potenciais sobre essas "atrações turísticas". Em seus próprios termos, a auto-representação do papel do agente de turismo é transformar uma necessidade "potencial" e "ideal" em "realidade" (NERY, 1998, p. 206-207).

Finalmente, à pergunta que intitula esta seção, posso apresentar também uma opinião de Nadia. Como se vê, a mediação de que ela também participa se relaciona de modo mais geral com a promoção de eventos, ou o "marketing de destino", como mencionado anteriormente. Contudo, a existência concreta do "trade" se dá de maneira bem específica. Nadia chama de "sistema de mutirão" os vínculos que eles entretencem nesse trabalho:

Agora nós vamos entrar com uma comissão que criamos de captação de eventos, entre as pousadas e hotéis. Então a gente vai captar os eventos, vamos contratar através do convention bureau uma pessoa especializada em captar eventos, um consultor. Ele vai trabalhar a nível de consultoria e vai captar eventos. A nossa meta inicial é termos um evento por mês. (...)Pra suprir a baixa temporada. Essa é a nossa saída. Então a gente tá criando os eventos e temos a contratação desse rapaz, que já tá bem próxima. Ele deve vir daqui a alguns poucos dias pra que a gente trace um mapa pra ele do que que é os pontos a visitar. Um mini compêndio assim de equipamentos turísticos e pontos. (...) E a nossa solução mesmo é ter... (...) É uma nova iniciativa que dentro de um curto espaço de tempo. Nós tivemos reunião com o prefeito eleito na semana passada e ele nos prometeu que vai nos dar apoio pra captação desses eventos. Ele também vai entrar através da prefeitura com uma verba, não sei quanto porque nós também nem contatamos de forma mais objetiva essa pessoa. (...) Não temos verba. Então, uma dá uma diária na pousada, outra dá um almoço, o restaurante dá um almoço, o outro dá uma janta, enfim, todo mundo que tá interessado. A gente tá acostumando fazer em sistema de mutirão. Essa é a primeira viagem dele. Uma força tarefa nós fazemos. E a prefeitura em contrapartida vai entrar também com a sua parte que é na hora da contratação desse consultor. Isso é o que tá surgindo assim com uma boa perspectiva de melhora. E até o prefeito 'olha, se vocês me conseguirem daqui pra frente doze eventos', um por mês, 'eu já vou me considerar um prefeito realizado'. Com doze. 'daí no ano que vem já nós estaremos estruturados' ele falou. 'nós estaremos estruturados, nós podemos

programar um a cada quinzena e pra que a gente saia, dentro de dois anos a gente já esteja com um evento por semana, nem que seja pra reunir cem pessoas, mas a gente tendo esse evento já vai tá movimentando'. Cem pessoas representa alguma coisa¹⁶¹.

A opinião de Nadia coloca de fato como se dá essa mediação cultural. Somando esforços entre os interessados, criando eventos e fazendo com que os *atrativos* sejam visitados.

5.4 AS POUSADAS E A HOSPITALIDADE SERRANA

Muitos turistas que não acham hospedagem estão a procura de casas próprias para que funcionem como pousadas, chamadas de hospedagem alternativa, apenas uma cama e aquecimento, que é bem melhor que viajar até as cidades vizinhas como Lages enfrentando a noite gelada e perigosa.

A Polícia rodoviária estadual pede para todos terem cuidados ao pegar as estradas da região, pois com essas temperaturas negativas é possível o congelamento da pista, a atenção tem que ser redobrada¹⁶².

Rufino (2006) acentua as diferenças que grandes empreendimentos como redes de hotéis promovem onde se instalam. “Esses grandes empreendimentos podem ser caracterizados como “não-lugar” (AUGÉ, 1994) devido à sua padronização, ao modo de administração que garante a mesma qualidade de serviços em qualquer parte do mundo (RUFINO, 2006, p. 208)”. Hotéis desse tipo não existem em São Joaquim e região. Talvez se a CVC chegar a se instalar venha a ser algo parecido a esse “não-lugar”. No entanto, não há o que discutir a esse respeito, apenas assinalar que se esses “não-lugares” existirem de fato, eles poderiam ser concebidos como algo completamente oposto as pousadas, as quais predominam como meio de hospedagem em São Joaquim e região.

Por outro lado, de acordo com Lim (2007), o significado de um hotel não tem sido adequadamente abordado na literatura. Para o autor, a literatura sobre turismo tende a tratar o hotel como sociológica e culturalmente não problemático. Assim, há pouca literatura tratando de controle social em nível micro entre anfitriões e visitantes. Para

¹⁶¹ Nadia Teresinha de Souza. Entrevista concedida ao autor em 26/01/13.

¹⁶² Charlston Spolti. Rede hoteleira lotada em São Joaquim e Urubici. **Portal ZuUmZuUm**. Sex. 13 de agosto de 2010. Disponível em <http://wagnerurbano.blogspot.com.br/2010/08/rede-hoteleira-lotada-em-sao-joaquim-e.html> - Acesso em 19/11/2013.

ele, como no Nepal, aonde conduz seu trabalho, em geral as pesquisas abordam o hotel do de vista econômico. Lim (2007) mostra como as instituições turísticas, dentre as quais o hotel tem um papel chave, tomaram o lugar das instituições religiões nas comunidades do Himalaia.

Segundo Lim (2007), o governo nepalês identificou o turismo como uma das mais importantes indústrias para os objetivos de desenvolvimento de longo prazo do país. Como consequência dos projetos de desenvolvimento (*bikās*, na língua local), a comunidade Langtangpa perdeu o controle tradicional sobre as florestas de seu entorno. A floresta tornou-se propriedade do Estado, por meio de um ato em 1968 (*The Forest Protection Special Act*) que deu poderes de polícia e justiça para oficiais do departamento de florestas do governo. Com isso, se engajar no turismo e operar hotéis tornou-se o principal meio de mobilidade social.

the hotel have become status symbols, with their owners being regarded as a step closer to *bikās* than the rest of the village. The hotel-owner's economic power rests largely upon his ability to command a labour force and to be a source of loans. This power is translated into status in two main ways: the hotel's physicality as an icon for *bikās*, and the social interactions within it (LIM, 2007, p. 728).

Ao contrário, em São Joaquim e região a operações de hotéis não é o meio principal de mobilidade social, nem os hotéis são símbolos de desenvolvimento. Aliás, a maioria dos meios de hospedagem voltados para o turismo é composta de pousadas e eventualmente pela chamada hospedagem alternativas (famílias que cadastram-se na Prefeitura para receber turistas). No entanto, o primeiro hotel de São Joaquim tem uma história muito parecida com as das Pousadas e da hospedagem alternativa, o envolvimento do trabalho familiar. Segundo um dos filhos dos fundadores do primeiro hotel de São Joaquim, o Hotel Maristela, tal feito se deveu a orientação de seus pais de se mudarem da fazenda para a cidade a fim de facilitar os estudos dos filhos.

Meus pais moravam numa fazenda e resolveram fazer os filhos estudar. Aí compraram aqui, que antigamente era uma pensão, chamada pensão Goulart. Daí eles compraram esse terreno, desmancharam essa pensão. Foram pra um outro aqui na saída pra Bom Jardim, fizeram um hotel de madeira e começaram a construir esse de alvenaria. Aí que surgiu¹⁶³.

¹⁶³ Pablo Coral. Entrevista concedida ao autor em 25.06.2013.

Isso aconteceu no fim dos anos 50 e a construção terminou em 65. Naquela época, a maioria dos hóspedes do hotel eram o que ele chama de “moradores temporários”.

Aqui ficava muito o pessoal que vinha pra trabalhar: juiz, promotor, médicos. O pessoal que veio trabalhar nos centros de pesquisa. Eles vinham pra cá, ficavam uma temporada e depois mudavam. Gerente de banco. Até eles arrumar um lugar pra morar. E viajantes, na época, também tinham muito. A gente não tinha tanto turista. Tinha mas não era como hoje. Hoje tem bastante. Final de semana é só isso¹⁶⁴.

Levou ainda algum tempo para surgir o primeiro hotel construído em São Joaquim nos moldes do que poderia ser um projeto de desenvolvimento do turismo. O São Joaquim Park Hotel, destaca-se como um caso isolado em meio ao restante dos meios de hospedagem na cidade. Sobre isso, vale a pena considerar o que diz o administrador desse hotel, que foi construído por meio da associação de empresários locais. Ele começa falando sobre os hotéis que existiam antes do São Joaquim Park Hotel, que eram hotéis de propriedade de famílias, que até hoje atendem principalmente a viajantes que estão na cidade para negócios.

Esse hotel é de uma família [Hotel Maristela]. Quando São Joaquim surgiu na mídia, lá pelos idos de 57, que foi quando deu a grande nevasca. A maior nevasca que deu em São Joaquim, em 57. Iniciaram a construção de um outro hotel, chamado hotel Nevada. E ficaram esses hotéis sempre. De lá pra cá ficaram sempre esses hotéis. E com o lançamento do nosso hotel, levou alguns anos pra ser construído, uma obra de grande porte, o empresário que nós convidamos pra ser parceiro, não quis ser parceiro e construiu um outro hotel, chamado hotel Incomol. E, nesse meio tempo, como a procura começou a ficar maior, os meios de comunicação aumentaram, as vias de acesso a cidade aqui melhoraram, houve não digo uma corrida, mas houve uma espécie de busca de alternativas de pessoas criarem Pousadas. São, de modo geral, Pousadas improvisadas. Que não tem a condição, de modo geral, de privacidade, de conforto. Partiu-se aí pra uma espécie de hospedagem alternativa, meio que improvisada. “ah, tenho uma casa boa, vou fazer uma pousada”. E nessa casa, tinha três ou quatro quartos, investiu nesses quartos. Outros fizeram com um apartamentozinho pequeno e tal¹⁶⁵.

¹⁶⁴ Pablo Coral. Entrevista concedida ao autor em 25.06.2013.

¹⁶⁵ Ivanildo Tadeu Castelo de Barros. Entrevista direta concedida ao autor em 24.06.2013.

Para Ivanildo, as alternativas de hospedagem, sejam as Pousadas ou a hospedagem alternativa são improvisações. Ao contrário, o hotel que ele administra segue determinados padrões de “categoria”:

A partir do momento que nós resolvemos fazer o hotel, evidentemente que nós resolvemos fazer um planejamento. Nós contratamos um arquiteto pra fazer um hotel de categoria. E realmente, se tu olhar nosso hotel aqui, apenas agora com a criação do Ibis em Lages que está no mesmo patamar do nosso [na região]. Entende. Nós temos uma qualidade muito boa. É um hotel dotado de calefação, dotado de wi-fi, som, televisor de LED, som ambiente, música. Enfim, tudo que um hotel de categoria hoje exige. Inclusive chaves de cartão magnético. E eu procurei dar uma conotação de qualidade. A partir do momento que resolvemos construir o hotel, eu comecei observar os hotéis por onde eu andava, principalmente no exterior. Eu fui pra Europa várias vezes. América do Sul eu conheço quase toda ela. E cada vez eu trago uma ideia nova pra implantar no hotel que é pra dar padrão de qualidade¹⁶⁶.

De fato, as Pousadas são em sua maioria casas grandes e boas que foram adaptadas para a hospedagem. E elas não são exceção ou mau exemplo fazendo isso. Como demonstra Battilani (2007), nos Estados Unidos e na Europa, a transição para o turismo de massa não foi obra de grandes grupos hoteleiros ou de operadores turísticos. Segundo ela, pelo contrário, a democratização do turismo coincide com a proliferação de pequenas empresas familiares, que por sua simplicidade e ambição reduzida se adaptam bem viajantes de origem modesta, muitas vezes em primeira viagem. Assim, por exemplo :

Dans les années 1920, le symbole des vacances de masse américaines et de la difficile conciliation entre éthique du travail et désir de vacances fut représenté par le plein air et fut accompagné de l'émergence de structures d'accueil plus économiques : les campings et les motels (BATTILANI, 2007, p. 31).

A autora também cita outro exemplo, Blackpool no litoral britânico, onde na década de 60 do século XIX foram criadas alternativas aos hotéis de luxo para a classe trabalhadora poder ter opções de vilegiatura.

Blackpool fit de l'invention d'un nouveau type de structure d'accueil et d'une nouvelle figure sociale, la *landlady* [maîtresse de maison], le noeud de son succès : les routes bordées de *boarding houses* [pensions] et les quartiers où se concentraient les *company houses* furent déterminants pour faire de Blackpool un lieu de villégiature pour la classe

¹⁶⁶ Ivanildo Tadeu Castelo de Barros. Entrevista direta concedida ao autor em 24.06.2013.

ouvrière, plutôt qu'un simple lieu pour des visiteurs de parc d'attractions (BATTILANI, 2007, p. 33).

Guardadas as devidas proporções, as pousadas e a hospedagem alternativa em São Joaquim também fazem parte de um tipo de ampliação do mercado turístico. Mais gente passou a viajar nas férias de julho, bem como a buscar os dias frios durante o inverno, e isso invariavelmente requer ajustes tanto de um lado como de outro. Do lado da oferta de hospedagem, se não há “categoria” nas pousadas e na hospedagem alternativa, há determinados valores de hospitalidade que estão intrinsicamente relacionados a estas iniciativas.

Em primeiro lugar, deve-se considerar que, na sua maioria as pessoas envolvidas com tal oferta de hospedagem estão reconstituindo social e economicamente suas trajetórias de vida. Com frequência são mulheres, em condições em que por conta de separação, aposentadoria ou após os filhos ganharem alguma independência, conciliam o trabalho doméstico com o trabalho de hospedagem em suas casas transformadas em pousadas. Abaixo segue um trecho de entrevista que separei, o qual retrata o início da trajetória de uma proprietária de pousada.

A Pousada não foi eu que comecei. Eu fui morar fora. Aqui eu tinha comércio, de loja de calçados e confecções. E um plano de governo que veio aí não ficou muito fácil as coisas. Era casada com um libanês e tive loja de calçados e confecções. Aí como a gente se separou, ficou mais difícil as coisas, porque daí tem que dividir um pouco pra lá, um pouco pra cá. Aí fui morar fora, em outra cidade. Fui morar em Curitiba. Aí como lá muito caro a sobrevivência, não deu e voltei embora pra cá. Daí nessa minha ida pra morar fora, a gente se separou e a casa ficou grande. E a minha mãe colocou aqui um rapaz que trabalhava na Informações Turísticas [Centro de Informações Turísticas]. Isso foi em 96. Daí o rapaz cuidando daqui, chegava turista e não tinha hotel suficiente, nem pousadas. Essa aqui foi quase uma das primeiras¹⁶⁷.

Em segundo lugar, na maioria dessas trajetórias está presente a solidariedade perante a *turistas* que se encontram na cidade desabrigados em dias de frio intenso. O aquecimento como um valor de hospitalidade é um determinante para que se coloque um quarto ou a cozinha a disposição de quem só tem o seu carro como o abrigo para passar uma noite gelada após brincar na com a neve que caiu. Por exemplo, uma atual proprietária de pousada, em uma manhã de frio intenso quando se dirigia para seu trabalho encontrou um casal com um filho pequeno que havia passado a noite em seu

¹⁶⁷ Marita Nunes Cardoso. Entrevista concedida ao autor em 25.06.2013.

carro. Desde então, após um revés no negócio da família, juntamente com o marido decidiu começar a hospedar *turistas* em sua casa. Isso começou em 2005:

Eu comecei como casa alternativa. Fiquei dois anos como casa alternativa, sem placa, sem cartãozinho, nada. Eu ligava para os hotéis, para as pousadas, e aí o pessoal mandava pra cá quando já tava tudo lotado. E aí foi assim que começamos. (...) A decisão [de abrir a pousada] foi meio complicado, porque a gente teve que investir muito. Porque a gente tinha uma só, daí tivemos que fazer mais, foi complicado, porque pra tu investir assim, sem ter da onde tirar. A gente tinha uma loja de calçados, mas aí deu problema com o contador, fechamos. Tinha uma suíte, daí fizemos mais uma, depois mais outra... (...) Tenho duas filhas, mas estão morando fora, uma mora em Lages e a outra em Rio do Sul. (...) Foi uma opção de ganhar um dinheirinho e ficar dentro de casa, cuidar da casa¹⁶⁸.

O aquecimento como valor de hospitalidade também é mobilizado no próprio estabelecimento da casa enquanto pousada. Para que os quartos que se tem a disposição sejam minimamente confortáveis, não deixando ninguém passar frio.

Tu quer ver se anuncia aí que vai nevar em São Joaquim. Tem noite que chega assim cinco, seis horas da manha, ainda tem gente batendo na porta pra ver se tem vaga. Que até ou dormiram no carro, ou saíram, viajaram a noite toda, saíram de São Paulo tipo dez horas noite e não param a noite inteira, só vem trocando de motorista, pra chegar aqui no amanhecer. Mas esquecem que aqui é cidade pequena, ou maior parte nem sabe. Daí não fazem reserva e a gente não tem como acomodar. *E eu não vou botar ninguém dormindo no chão, porque é a pior coisa que se faz. Nem que cobre mais barato. Porque bota o turista dormir no chão, ele não dorme bem e na hora que ele tá precisando, mas ele vai ser o primeiro a sair dando noticia ruim daqui. Dizer que dormiu mal, que passou frio, que daí já inventa mais uma porção de coisa. É a propaganda negativa atinge dez vezes mais que a positiva. Então eu aqui não tenho esse costume. Até tem colchão, mas não boto (grifos meus)*¹⁶⁹.

Por último, a relação entre trabalho doméstico e trabalho na pousada, contribui também para que se equilibre momentos de alta e baixa procura. Uma visão bastante completa disso se pode ter com o trecho de uma entrevista com Nadia que segue abaixo, a respeito da sustentação das mesmas ao longo da *alta* e da *baixa temporadas*.

Ah, sobra, sai pelo ladrão como a gente diz. Porque daí não tem acomodação pra todo mundo, mas a gente não tem como investir pra aumentar, por exemplo, porque nessa hora, aí chega a baixa temporada também a gente não tem condições de sustentabilidade. É de manter

¹⁶⁸ Eunice Vargas Nunes. Entrevista concedida ao autor em 27.06.2013.

¹⁶⁹ Nadia Teresinha de Souza. Entrevista concedida ao autor em 26/01/13.

funcionário, é de manter jardim limpo, é de não sei mais o que, sabe. Não tem. E daí a pousada não se paga. (...) Mas não tem condição de fechar, porque se tu fechar tu vai perder a baixa clientela que tu já tens. Outros aí tão fechando a pousada. A Água Santa, por exemplo, que é talvez a pousada maior que tem aqui em São Joaquim. Eu falei com o Tata no banco, 'ah não, fechei, não tem condições de manter'. Porque daí o caseiro, que é quem vai tirar o leite... Porque a pousada dele é pousada rural. Não tem condições de estar pagando esse pessoal todo e tem que ter duas moças, tem que ter a camareira mais a cozinheira, se não tão fazendo nada¹⁷⁰.

A atitude de Tata ao fechar sua pousada durante a “baixa temporada” é bastante significativo porque demarca uma diferença em relação ao que tem feito a própria Nadia e outras pessoas, notadamente mulheres “pousadeiras”. Ao contrário de Tata, as “pousadeiras” não tem fechado suas pousadas durante a baixa temporada. Em grande parte, isso se deve a combinação entre o trabalho e o mundo doméstico com as atividades das pousadas.

¹⁷⁰ Nadia Teresinha de Souza. Entrevista concedida ao autor em 26/01/13.

6. QUALIFICAR, ORGANIZAR, LIMPAR: A *POTENCIALIDADE* A DESENVOLVER

Como abordado anteriormente, a Serra catarinense, e, particularmente, o serrano é apresentado para os turistas, e para o turismo de modo geral, através de narrativas sobre a vida no campo, a par das serras e por entre as estações climáticas, sobretudo o inverno. Contudo, embora essas narrativas tenham sido eficazes para criar um todo coerente, entre aqueles que buscam viver do turismo em São Joaquim é comum ouvir que a atividade se trata de um *potencial*, i.e., algo que pode se tornar econômica e socialmente importante, mas que não o é ainda. Porém, o turismo evoca algo de que não se pode abrir mão, que é um título ganho através do reconhecimento nacional de cidade mais fria do país. Diante da persistência de profissionais e empresários ligados ao turismo em fazer de São Joaquim e região um “destino turístico”, um dos principais problemas que têm sido identificados diz respeito à *cultura* serrana e sua falta de capacidade para aproveitar o *potencial* turístico. O objetivo desse capítulo é analisar como o trade do turismo se forma entorno dessa questão, fundamental para o entendimento de como se faz o turismo.

6.1 AS ETNIAS E O ÉTNICO NO TURISMO

Bruner (2005a) relata sua tentativa frustrada de ser antropólogo em uma agência de turismo. Contratado por uma agência norte-americana para acompanhar turistas de classes altas, em um tour educacional pela Indonésia, país em que ele havia feito etnografia seguidas vezes, Bruner teve muitas divergências com a operadora do tour, responsável pela agência, que também estava presente. Enquanto ele tentava apresentar aos turistas as pessoas fora das encenações de rituais de que participavam, em um esforço para criar um entendimento de que aquilo estava inscrito em relações dessas pessoas no presente, pelas quais se estabelece uma dinâmica de sua cultura, a operadora esperava que ele apresentasse os rituais apenas como eram encenados, com o que ele não concordava por considerar que se trataria de fazer uma antropologia funcionalista.

A partir disso, Bruner (2005a) propõe que as encenações de rituais para turistas não sejam tomadas como o *front stage* enquanto as pessoas em suas culturas sejam consideradas como no *back stage*, uma maneira de pensar tornada clássica nos estudos do turismo nos anos 1970 por MacCannell (1999). Bruner (2005a) sugere que esse é um argumento estruturalista, que pensa as sociedades, povos ou comunidades ao redor do mundo que recebem a visita de turistas ou viajantes como se duplicando para isso, enquanto devem-se ver as encenações apenas como performances.

Porem, de fato, essas duplicações são efetuadas pelas pessoas envolvidas com o turismo. Isso pode ser visto nas oposições identitárias que ao longo desses anos se formaram (pelo duro *versus* italiano ou alemão, acomodado *versus* empreendedor, atrasado *versus* moderno, entre outras) na região serrana. Tais oposições não são exclusivas da Serra Catarinense. São encontradas também em outros locais onde existe colonização italiana e alemã no sul do país e é fonte de preocupação mesmo em locais badalados em termos turísticos, como, por exemplo, Gramado. Dorneles (2001) relata que os moradores mais antigos ou que nasceram em Gramado demonstram inquietação diante da possibilidade de “contato cultural” com outras etnias, que pode afetar o turismo desenvolvido nessa cidade, principalmente devido ao “perigo” de mistura étnica com a população da cidade vizinha de Canela, considerada como pelo duro.

Recorro à filosofia para buscar alguns *insights* para discutir esse problema. Para discutir a noção de potencialidade, Agamben parte do tema de seu trabalho, a tentativa de entender o verbo “poder” [*potere*], em outras palavras, o que significa dizer “eu posso, eu não posso”. A importância disso pode ser vista na seguinte relação que faz o autor:

For everyone a moment comes in which she or he must utter this “I can,” which does not refer to any certainty or specific capacity but is, nevertheless, absolutely demanding. Beyond all faculties, this “I can” does not mean anything - yet it marks what is, for each of us, perhaps the hardest and bitterest experience possible: the experience of potentiality (AGAMBEN, 1999, p. 178).

Agamben recorre a Aristóteles para tornar claro o significado da palavra potencialidade. Particularmente, busca a aporia que Aristóteles discute no livro segundo de *De anima*, a qual se trata da ausência de sensação nos próprios sentidos. Não há,

assim, sensibilidade atual, apenas potencial, que depende de objetos externos. Agamben lembra que no Ocidente acostumou-se a considerar sensibilidade uma faculdade do espírito. Porém, o problema, como resume Agamben: "-which is the originary problem of potentiality-is: what does it mean "to have a faculty"? In what way can something like a "faculty" exist (AGAMBEN, 1999, p. 178)"?

Percorrendo o caminho da busca pelas raízes das palavras, ele nos leva até a Grécia arcaica, onde sensibilidade e inteligência não eram consideradas faculdades do espírito. A questão é saber, diz Agamben, como pode haver sensação, o que leva direto ao problema da potencialidade, que é enunciado quando se diz, por exemplo, que alguém tem a faculdade da visão.

What does this passage from *De anima* teach us about potentiality? What is essential is that potentiality is nor simply non-Being, simple privation, but rather the existence of non-Being, the presence of an absence; this is what we call "faculty" or "power." "To have a faculty" means to have a privation. And potentiality is nor a logical hypostasis but the mode of existence of this privation (AGAMBEN, 1999, p. 179).

O ser humano tem potenciais genéticos, e tem potenciais que são desenvolvidos, como o arquiteto que tem *potencial* para construir uma casa ou o poeta que tem *potencial* para escrever poemas. Nesse caso, "he is instead potential, Aristotle says, thanks to a *hexis*, a 'having,' on the basis of which he can also not bring his knowledge into actuality (*me energein*) by not making a work, for example" (AGAMBEN, 1999, p. 179). Assim, a potência do arquiteto está em não construir, sendo apto, no entanto, para tal. Para Agamben (1999), portanto, a potência se encerra na passagem ao ato.

Estendendo essa reflexão para o contexto da Serra catarinense, entende-se que afirmar que o turismo é um potencial é justamente considerá-lo na medida em que não foi passado ao ato, isto é, considerá-lo como possibilidade de existência não realizada. Da mesma forma que um arquiteto, parece que se considera que o serrano pêlo duro não esteja "construindo" o turismo, ainda que ele tenha potencial para tanto. Entre meus interlocutores, não tem lugar a ideia de que essas pessoas podem não se interessar pelo turismo.

6.2 OUTRA HERANÇA DO LATIFÚNDIO

A infância foi linda, bonita,
 Charmosa para todos nós.
 E todos agradecemos
 Aos nossos pais e avós.
 As famílias dos empregados,
 Muito grandes todas elas,
 Cresceram naqueles campos,
 Sem maldades e sem mazelas.
 Nos versos que estou gravando
 Só há veracidade.
 O que eu digo é muito certo.
 Falo com lealdade.
 A fazenda do Negreiro
 Fica na Coxilha Rica.
 Muitas famílias nasceram
 Nessa fazenda bendita.
 A riqueza de um povo
 Não é só questão material,
 É a vida no cotidiano,
 Sua herança cultural¹⁷¹.

As fazendas da Coxilha Rica talvez sejam o modelo de herança cultural, que embora ainda existam, atribui-se correntemente a seu passado. Um modelo acionado como moeda comum nas explicações de funcionários públicos, líderes políticos ou empresariais, entre outros que se colocam em posições de busca por soluções para os baixos índices de desenvolvimento regional. Para ilustrar isso, descrevo a seguir um evento em que esse problema foi largamente discutido.

A convite de Nadia fui a uma reunião onde deveria ser apresentado o Plano Setorial de Qualificação – PLANSEQ do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE), para pessoas vinculadas ao turismo na região. Tal plano previa cursos de qualificação profissional para o setor turístico na Região Serrana. A reunião foi realizada no auditório do Sindicato dos Trabalhadores Rurais (STR) de São Joaquim e estavam presentes representantes de entidades comerciais, de instituições públicas, dirigentes políticos municipais, representantes de órgãos como o Grupo Gestor, empresários locais, entre outros interessados no tema.

¹⁷¹ Trecho do poema “Os empregados” de Clóvis da Silva Vieira, um poeta local (VIEIRA, 2006, p. 63).

Lá estavam pessoas que eu havia conhecido durante minhas estadias em São Joaquim, dentre os quais a própria Nadia e Pedro Paulo, ambos da Associação Pró Turismo de São Joaquim, mas também pessoas que eu ainda não havia tido contato. Dentre estas, conheci a então vice-prefeita, Marlene Kayser, a quem me apresentei e foi simpática em me deixar à vontade no local. Era ela quem coordenava o evento, o qual acabou por não ter o objetivo inicial alcançado, pois a representante do MTE (Ana Paula da Silva, diretora do Departamento de Qualificação) não pôde comparecer. Apesar disso, estabeleceu-se um diálogo em torno do tema qualificação entre as pessoas presentes, particularmente Marlene que o coordenou, um representante do SENAC que expôs a disposição da instituição e o Secretário de Trabalho e Emprego de Lages chamado Luís.

O primeiro a falar foi Luís, expondo uma sentença que parecia jazer latente entre os presentes no auditório do STR: “Nossa região é carente em mão de obra qualificada em todos os setores”. Luís dispunha de autoridade entre os presentes, pois representava o poder executivo da maior cidade da região. Sua expressão de desconsolo acentuava a importância do que falava, que parecia consistir em um fardo que carregava. Sem demora foi acompanhado por outras pessoas. Karin Bathke, proprietária de uma pousada e membro do Grupo Gestor, argumentou que há oferta de cursos, mas há pouca procura: “A SDR traz, o *Convention* traz, mas as pessoas não fazem. Tem que ter mais propaganda”. Para Karin era necessário incentivar “as pessoas” a estudarem e expressava que de certa forma fazia sua parte, insistindo com seus funcionários para que oferecessem um atendimento qualificado aos hóspedes. Como uma espécie de conclusão, ela disse: “É mais fácil trabalhar no pomar do que trabalhar no turismo, que tem fiscalização do empregador e do cliente”.

Ao final, Luís novamente tomou a palavra e apresentou sinteticamente uma explicação para a falta de procura por qualificação: “Essa falta de interesse pelo trabalho é devido à colonização da região. (...) o latifúndio. As pessoas demoravam um dia a cavalo para visitar um vizinho. Se acostumaram a ganhar tudo”. Sugeriu então uma “campanha de amor pelo trabalho”. E comparou a necessidade de empenho que um médico tem para se formar. Também foi mencionada a necessidade de tirar do papel muitos projetos e diversas possibilidades que poderiam ser colocadas em práticas

a partir do potencial da região. Como uma forma de encerrar levantando o astral dos presentes com a perspectiva do potencial regional, Marlene disse “nós não sabemos ganhar dinheiro com o turismo... na nossa região tudo que nós fizemos, fizemos bem feito!”.

Apesar disso, prospera a ideia de que quem é da região tem dificuldades para se dar bem na vida, enfim, para ter sucesso econômico em seus negócios, especialmente quando a questão é o turismo. Nessa ideia, muitas vezes, os serranos não são personagens de sucesso econômico, papel reservado a não serranos que se estabeleceram aí e souberam aproveitar as potencialidades locais. Isso me foi dito certa vez por Valéria, funcionária da Secretária de Desenvolvimento Regional (SDR) de São Joaquim, também participante do Grupo Gestor. Valéria tem formação profissional em turismo e é filha de seu Zanette, um dos mais antigos guias turísticos de São Joaquim.

O joaquinense é muito acomodado. Ele não tem espírito empreendedor. Não só o joaquinense, mas a região toda. Sempre quando eu me refiro a São Joaquim, eu vou falar sobre a região porque eu trabalho aqui na região, sabe. Você vai ver que os principais investimentos na área do turismo aqui veio de pessoas de fora. Todos. Todos. (...)

Então a gente vê assim que o que deu certo aqui foram as pessoas de fora. E sabe qual é o principal gargalo deles hoje, falta de mão de obra. Não tem pessoas qualificadas pra trabalhar nisso. Por quê? Porque as pessoas aqui ainda tão muito voltadas pra questão da agricultura, de trabalhar na época da safra da maçã... eles trabalham durante aquele período e... eu não sei o quê que acontece. Bom, eu sei, na verdade eu sei, precisa a gente trabalhar dessa forma, de conscientizar que o turismo pode ser uma boa oportunidade de geração de emprego. Só que as pessoas não estudam, não se qualificam, não vão em busca. Você vai sentir aqui que as pessoas são acomodadas, são pessimistas. Você vai sentir isso. Eu não sei, isso vale até um estudo, eu já comentei com o pessoal do ACORDE. Nós temos um dos menores índices de desenvolvimento humano aqui. Nós sabemos que isso depende de qualidade de saúde, qualidade de educação. Eu não sei o quê que acontece, se é em função da baixa renda... falta de oportunidade não é. A gente tá vendo que o turismo é uma oportunidade, mas as pessoas não veem isso como uma oportunidade¹⁷².

Coloquei para ela o fato de que eu via na verdade muita riqueza em São Joaquim, lhe dando o exemplo da quantidade de *carrões* (carros de luxo) que eu via aí, enquanto em cidades do mesmo tamanho que eu conhecia em Santa Catarina, onde meus pais moram, isso era bem diferente.

¹⁷² Valéria Zanette. Entrevista concedida ao autor 24/08/11.

Eu sou de uma região de cidades pequenas assim. Cidades do tamanho de São Joaquim. A cidade dos meus pais é menor até. Os carros, por exemplo, os carros nesses lugares são, digamos assim, populares. Então, eu vejo alguns carrões aqui em São Joaquim que em cidades desse porte lá onde meus pais moram não tinha visto.

Tu vem com outro ponto de vista, né.

Isso que me impressiona um pouco aqui. Então, às vezes eu fico com esse contraponto na cabeça, sabe.

É. Isso você vai ver de fato nesse período que você vai ficar aqui, conversando com as pessoas. É claro que cada um tem um ponto de vista. Eu parto desse princípio. Quando eu vou lá na cidade, é claro, né, não visitei muitas cidades do interior aqui em Santa Catarina, quando que viajo, vou muito a Joinville, vou muito a Florianópolis... Mas, o que eu percebo assim oh... da tua região, que é uma região onde tem alemães. O povo alemão é um povo que trabalha, que faz as coisas acontecerem. O italiano também. Mas, aqui em São Joaquim eu digo assim que tem muito colono. Muitas pessoas que trabalhavam em pecuária, que trabalhavam na agricultura, mas que não vem com essa cultura dos italianos e dos alemães de fomento, de riqueza. Você vai perceber que as pessoas aqui são acomodadas, reclamam demais. Elas esperam muito que as coisas aconteçam pelos outros, mas não por elas. *Digamos, seria uma filosofia de...*

Eu acho que muitos governos trabalharam a questão do paternalismo aqui em São Joaquim. Muitos prefeitos trabalharam isso. A gente nem fala em estado porque a descentralização é uma coisa muito recente, muito nova. E te digo, as pessoas aqui ainda não entenderam ainda o papel da descentralização do estado. A gente não sabe se isso vai continuar ou não, é uma incógnita. Mas enquanto poder público municipal, os prefeitos aqui, os líderes sempre foram muito paternalistas, de dar o pão e não ensinar a pescar, a ir em busca das coisas¹⁷³.

Com isso, vê-se que a riqueza existente na região é invisibilizada, restando visível aquela que é proveniente do sucesso econômico de empreendedores de fora. Porém, o *potencial* da região não se realiza mesmo através desses empreendedores. Ele resta enquanto *potencial* represado pela herança do latifúndio, que permeia quem nasceu aí. A pobreza, essa sim visível, guarda em si a possibilidade de liberar o *potencial*. A conscientização é um tema que gera muitas atividades. É a partir desse ponto de vista apresentado pela minha interlocutora, de que as pessoas não são empreendedoras por uma carência de bagagem cultural, que se consolida e se difunde a ideia de que a “conscientização” dos serranos seria a chave para a mudança necessária no local. Esse princípio orienta a organização de uma série de atividades, como os cursos a que se refere Karin, mas também projetos voltados às crianças do município.

¹⁷³ Valéria Zanette. Entrevista concedida ao autor 24/08/11.

6.3 OS GUARDIÕES DO TURISMO

“O turismo começa na nossa gaveta, na gaveta da nossa casa”. A frase é de Pedro Paulo, um dos coordenadores do projeto “Guardiões do Turismo” em São Joaquim. Ela reflete a proposta pedagógica que inspira a mensagem levada às crianças participantes do projeto em palestras, concursos de redação e desenhos, visitas a pontos turísticos do município, entre outras atividades. Em resumo, segundo Pedro Paulo, a ideia de educação no projeto é de que a arrumação da cidade para o turismo começa na arrumação do próprio quarto.

(...) como é que vamos querer uma cidade organizada se o meu quarto não tá organizado? Fazendo essa analogia, entendeu? Como é que a cidade vai estar organizada se a sala da minha casa tá desorganizada, a cozinha, se a casa tá mal pintada, não tem jardim, não existe calçada? Como é que vamos querer uma cidade bonita se nós não, se não começarmos por nós? Então essa é a ideia do projeto. E a ideia é que haja uma sequencia do projeto ao longo dos anos. Nós entendemos assim. A ideia do projeto é capacitar em torno de quinhentas crianças em dois, três anos, com efeito multiplicador¹⁷⁴.

Pedro Paulo cita como referência ao projeto “Guardiões do Turismo” o Proerd, projeto de prevenção ao uso de drogas direcionado a crianças dos quintos anos de escolas municipais, estaduais e privadas em Santa Catarina. Trata-se de um projeto mantido pela Maçonaria e pela Polícia Civil. O projeto “Guardiões do Turismo” também é direcionado a crianças dos quintos anos, nesse caso somente de escolas municipais, onde foram escolhidos em torno de seis alunos de cada escola municipal que aderiu ao projeto para serem monitores. Segundo Pedro Paulo, espera-se que essas crianças:

(...) pelo menos vão ter uma consciência diferente da que os nossos jovens e adultos têm hoje. Entende o quê que ocorre: é muito comum você ver na nossa cidade uma pessoa passar de carro e abrir o vidro e jogar lixo. É muito comum. O quê que é isso, é uma questão cultural, quer dizer, o cara não foi preparado pro turismo. É muito comum você ver uma pessoa fumando cigarro no centro da cidade jogar uma bituca no chão. É muito comum jogar papel de bala no chão. Quer dizer a pessoa não tem consciência ‘pô, eu tô sujando uma coisa que não é minha, que é um ambiente público’ e infelizmente a nossa cidade

¹⁷⁴ Pedro Paulo Goulart. Entrevista concedida ao autor 27/01/13.

através dos anos ela tem colaborado muito pra que isso ocorra, porque não há por parte do poder publico campanhas de conscientização¹⁷⁵.

Algo muito próximo também é o que se espera das crianças participantes na justificativa do texto do projeto apresentado à Secretaria do Desenvolvimento Regional da Região de São Joaquim e incluído com uma parte do “ACORDE – Ação Conjunta de Revitalização e Desenvolvimento”, programa que centraliza diversos projetos dessa secretaria na região.

Acredita-se que criando os “Guardiões do Turismo” a cidade contará com fortes aliados que no futuro estarão conscientes de que o setor é altamente rentável e possivelmente desenvolverão uma cultura empreendedora, que infelizmente foi extinta por gerações antigas¹⁷⁶.

A Coordenação Geral do projeto está a cargo do Grupo Gestor. Cada escola selecionada apresentou um Supervisor do projeto (geralmente o diretor da escola) e um professor monitor, que recebeu uma capacitação. Os alunos participantes foram escolhidos a partir de um concurso de redação e desenho que teve como mote “Cidadão Consciente, Turismo Diferente”. De modo geral, Nadia me explicou certa vez da seguinte maneira:

Esse a gente faz conscientização dos alunos e tem uma, não é premiação, é uma espécie dos escoteiros, tem uma condecoração. Os guardiões são eleitos em cada escola; são feitas algumas palestras, e daí é escolhida um, dois, até três alunos de cada escola, de segundo grau nós estamos trabalhando agora, e até oitava série. Cada escola tem os seus monitores e eles são os guardiões. Então, eles têm metas a atingir dentro daquele planejamento, dentro do proposto eles têm essas metas a cumprir e a medida que eles vão cumprindo eles vão sendo condecorados com uma distinção a mais.

Mas essas metas é como assim, que tipo de metas?

Se ele consegue, por exemplo, organizar um grupo que eles vão dar informações de turismo para os turistas. Claro que não chegamos ainda nesse patamar do projeto. Nós estamos ainda só com a condecoração a respeito de conscientização, de limpeza e conservação das ruas, dos jardins. Ainda estamos nessa fase só. Que é a fase inicial e eu acho que é a fase mais urgente desse projeto. Então, assim, o que tem de mais concreto agora que está trabalhando é o projeto dos guardiões do turismo¹⁷⁷.

Na Secretaria do Desenvolvimento Regional da Região de São Joaquim tive acesso às redações das crianças escolhidas como monitores do projeto. Tais redações

¹⁷⁵ Pedro Paulo Goulart. Entrevista concedida ao autor 27/01/13.

¹⁷⁶ PROJETO GUARDIÕES DO TURISMO. Manuscrito.

¹⁷⁷ Nadia Teresinha de Souza. Entrevista concedida ao autor em 26/01/13.

estavam para ser expostas ao público em uma exposição sobre o projeto. Vale destacar alguns trechos das redações, para ter uma ideia de como as crianças lidam com a questão. Por um lado, as redações exaltam os atrativos turísticos locais, como por exemplo, o aluno da Escola Básica Municipal Maria Aparecida Nunes, Gustavo Schlischtig Faria, que conclui sua redação dizendo: “O turista em São Joaquim é muito importante para todo joaquinese que valoriza o que tem de mais belo na região sul. O frio traz um grande trio. Maçã, neve e pinheiro araucária para todo o Brasil”. Por outro, chamam atenção para o problema da poluição e do lixo, como por exemplo, assinala a aluna da mesma escola Maria Eduarda Pereira da Silva: “(...) só que é triste ver pessoas acabando com a nossa natureza, para preservar, é só não poluir o ar. Não jogar o lixo no chão. É triste ver pessoas jogando lixo. Tem que colocar lixo no lixo, é o lugar dele”. Ou, em outro caso, a aluna Suellem Varela de Mattos, da Escola Básica Municipal João Inácio de Melo, que sugere o que se faz necessário para preservar as belezas naturais de São Joaquim:

Isso acontecerá quando centros históricos, museus, Igrejas, estiverem abertos e funcionarem nos horários divulgados pelos órgãos de turismo local; quando restaurantes, quiosques, barracas, estiverem limpos e a comida saborosa; e quando rodoviárias, estações de trem, aeroportos, táxis, tiverem segurança e respeitando os horários.

Como se vê, a esperança depositada nas crianças é de que sejam capazes de fazer coisas que os adultos não o são, como manter a cidade e os serviços limpos e os serviços públicos em funcionamento. Tais crianças escolhidas como monitores do projeto receberam como prêmios um MP3 e uma camiseta do projeto, além de um almoço em um restaurante da cidade e um *City Tour*, ambos com o objetivo de lhes apresentar os serviços oferecidos aos turistas. Nisso, está presente a ideia de que é preciso conhecer a própria cidade para fazê-la conhecida, ou se pode dizer também que é preciso ser turista na própria cidade. Aspectos esses do que se pretende que seja uma cultura do turismo em São Joaquim, como sentenciou Pedro Paulo, que não param por aí, envolvem também outras pessoas na cidade, sobretudo comerciantes.

De tempos em tempos os comerciantes de São Joaquim se reúnem para fazer um dia de limpeza na cidade. Entidades como a Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL), o Rotary Club, entre outros, tomam a iniciativa, dando exemplo de como se deve fazer. Meus interlocutores da Associação Pró Turismo de São Joaquim (PROTUR) lembram

com orgulho de um projeto da referida associação nos anos 90 de ajardinamento da cidade chamado de “São Joaquim um grande jardim”, o qual foi recentemente relançado como “Reviva São Joaquim um grande jardim”. No início desse ano, uma reunião com o SEBRAE foi realizada para colocar em prática um projeto de revitalização urbana que vem sendo conduzido por esta instituição na cidade de Lages. O Sebrae se propôs a financiar metade dos recursos necessários para o projeto¹⁷⁸. O mesmo foi realizado também nas cidades catarinenses de Florianópolis, Chapecó, Blumenau e Itajaí¹⁷⁹. Segundo a jornalista Nina Velho o projeto:

Direcionado às lojas dos mais variados segmentos do comércio varejista de rua e prestadores de serviços, o projeto consiste na revitalização do ambiente externo (fachadas), na melhoria da loja e na identidade visual, além de oferecer consultorias, viagens de estudos e capacitações na área de gestão e acesso ao mercado para os empresários do setor¹⁸⁰.

Como destaca a jornalista Roseane Ribeiro Sobânia, o prefeito Humberto Brighenti disse o seguinte a respeito da iniciativa: “Se queremos mudanças, nós temos que mudar. O poder público tem a obrigação de ser o carro chefe, mas se a comunidade não fizer a sua parte nada acontecerá independente do volume de recursos e da vontade do gestor público¹⁸¹”. Com isso, vê-se que o recado é dado não apenas às crianças, mas a toda a comunidade local de que é preciso mudar o comportamento perante o cuidado com a cidade.

Argyrou (1997) relata fato semelhante encontrado no Chipre. A partir de um incidente o autor discute algumas questões. O incidente foi que um austríaco,

¹⁷⁸ Velho, Nina. SJ discute a revitalização de espaços comerciais em parceria com o Sebrae. *Portal Serra SC*. Seg, 28 de janeiro de 2013. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4076:sao-joaquim-discute-revitalizacao-de-espacos-comerciais-no-centro-da-cidade-em-parceria-com-o-sebrae&catid=388:noticias – Acesso em 25/02/2013.

¹⁷⁹ Sobânia, Roseane Ribeiro. Sebrae propõe revitalização do comércio em São Joaquim. *Portal Serra SC*. Sex, 1 de fevereiro de 2013. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4091:sebrae-propoe-revitalizacao-do-comercio-em-sao-joaquim&catid=388:noticias – Acesso em 25/02/2013.

¹⁸⁰ Velho, Nina. SJ discute a revitalização de espaços comerciais em parceria com o Sebrae. *Portal Serra SC*. Seg, 28 de janeiro de 2013. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4076:sao-joaquim-discute-revitalizacao-de-espacos-comerciais-no-centro-da-cidade-em-parceria-com-o-sebrae&catid=388:noticias – Acesso em 25/02/2013.

¹⁸¹ Sobânia, Roseane Ribeiro. Sebrae propõe revitalização do comércio em São Joaquim. *Portal Serra SC*. Sex, 1 de fevereiro de 2013. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4091:sebrae-propoe-revitalizacao-do-comercio-em-sao-joaquim&catid=388:noticias – Acesso em 25/02/2013.

funcionário das Nações Unidas, havia chamado a atenção de um amigo seu que, se os Cipriotas Gregos queriam demonstrar ser melhores que os turcos, deveriam aprender a respeitar o ambiente e manter o país limpo. Argyrou (1997) destaca que o que poderia ser visto como um *bias* etnocêntrico era um slogan transmitido repetidamente em uma rádio local no verão de 1994. Considerou aquilo uma grande novidade, pois no discurso popular e intelectual do Ocidente desde o século XIX dominar a natureza foi um sinal de alta civilização. Mas, segundo ele, a ironia dessa inversão não é a mudança nas concepções de natureza, senão que relações de poder permanecem firmemente estabelecidas, pois o lixo passou a ser um problema social no Chipre desde que a ilha passou do controle Otomano ao Britânico no século XIX. Na atualidade, a carga do homem branco é carregada pelos turistas europeus, que juntamente à classe média local, são os responsáveis por expor o lixo.

Para Argyrou (1997) o lixo deve ser visto como um constructo cultural, sendo que a visão de mundo na qual o lixo parece não ter lugar pressupõe certa relação com o mundo. *"It is a relation in which one does not need to grapple with the world physically because, given the division between mental and manual labor, the economic necessity to do so has been effectively neutralized"* (ARGYROU, 1997, p. 160)". Em suma, para o autor quem é dominado pela necessidade econômica, quem experiencia o mundo como uma urgência irresistível e luta com ele no nível mais básico da existência, é objetivamente não inclinado a reduzi-lo ao status de paisagem.

Para Argyrou (1997) a conjunção entre posições sociais, turistas europeus e classe média local *versus* camponeses e trabalhadores locais, e as relações objetivas com o mundo que cada um desses personagens estabelece é o que explica a questão do lixo e da poluição no Chipre Grego. Assim, os primeiros classificam os segundos, moradores de comunidades rurais e a classe trabalhadora urbana, como *khorkates* (camponeses) ou *amorfoti* (ignorantes), os quais são considerados ignorantes porque não cuidam do lixo, ao invés do contrário, o que significa que o lixo é auto evidente para todos. Os segundos, porém, consideram que se preocupar com um papel no chão na rua é como se preocupar com a queda de cabelo, o que significa sacrificar a substância pela forma, uma atitude efeminada (também de quem leva a vida fácil e luxuosa) e, portanto, moralmente inferior.

O argumento de Argyrou (1997), de inclinação bourdieusiana, é bastante explicativo também para os fatos que relatei a respeito das ações de promoção de limpeza e organização em São Joaquim, bem como para as considerações, expostas na seção anterior, a respeito da *cultura* serrana. Os trabalhadores, camponeses ou não, são classificados como moralmente inferiores.

6.4 O “DAR VALOR” E O *POTENCIAL*

A falta de amor ao trabalho, a vagareza da vida, entre outros qualificativos compõem a *cultura* serrana para meus interlocutores. O serrano nessa visão não é empreendedor, é visto ao fim e ao cabo como alguém sem os valores capitalistas, logo uma barreira ao desenvolvimento regional. Além disso, a *cultura* serrana é interpretada em oposição à *cultura* italiana ou alemã. O serrano é o pelo duro, expressão que carrega implícito o sentido de uma camada que recobre o indivíduo e o deixa inacessível a certos preceitos de modernidade.

Em uma reunião com Eduardo, um de meus interlocutores que assumiu em 2013 a secretaria municipal de turismo, Anselmo saiu junto comigo. Ele, que não estava lá para fazer cobertura jornalística, conversou rapidamente comigo. Antes disso, Pedro Paulo falou a ele que eu já estava fazendo essa pesquisa há algum tempo. Então, falei-lhe resumidamente do que se tratava como falava no geral a quem me perguntasse ou eu me apresentasse¹⁸². Anselmo, como se eu lhe tivesse feito uma pergunta, falou a mim de um modo bastante particular a quem produz imagens para serem vendidas. Disse-me ele: “aqui as pessoas não tem consciência do valor dos produtos [locais, regionais]. Olha o teu cachecol, por exemplo, as pessoas não dão valor pra isso”.

Eu nem tinha notado se eu era o único por ali que usava cachecol. Continuei a não notar, porque não dei muita importância à observação de Anselmo naquele

¹⁸² Em uma carta enviada a membros do Grupo Gestor, uma expressão do *trade* do turismo que descrevo melhor no capítulo cinco, apresentei a pesquisa da seguinte forma: “O tema geral é a construção social e simbólica da identidade regional na Serra Catarinense. Parto da verificação que existem na região alguns símbolos que são a fonte desta construção, como a ideia do serrano vinculada ao passado de tropeirismo e pecuária, a valorização da araucária e do pinhão. Pretendo analisar estas e outras formas recentes de vida, que trazem outros símbolos, como é o caso do turismo (serras, montanhas, neve, etc.) e da vitivinicultura (vinhos de altitude), são atualizados. A ideia é que existe um mercado para tradições e culturas específicas, assim como valoriza-se a natureza, em expansão nos últimos anos”.

momento. Apenas lhe respondi que eu achava que isso estava mudando, porque com o crescimento econômico recente do país o turismo iria crescer e as pessoas se interessariam mais pelo valor que esses produtos podem ter. Essa era a resposta que eu conseguia encontrar para uma demanda de conclusões do meu estudo que vinha sendo apresentada por meus conhecidos mais antigos, desde o primeiro dia dessa que veio a ser minha última ida a campo.

Em certo sentido, a observação de Anselmo sobre o cachecol, dizia respeito à constituição desse como um produto regional. Estava óbvio que o cachecol existia enquanto tal, na medida em que por si só, o trabalho de seguidos anos da chamada “mídia espontânea”, o teria projetado em um suposto mercado turístico. Para Anselmo, porém, embora isso tenha acontecido, persiste incompleto o produto, pois efetivamente os produtores não se engajam nesse suposto mercado.

(...) a propaganda veio antes que o produto tivesse pronto, de uma certa forma. É meio que... tem uma cascata bonita no teu terreno. E eu tô indo lá. Mas tu não tá nem aí que a cascata é bonita. Meu terreno, eu não vou franquear pras pessoas, entendesse. Mais ou menos assim que eu entendo o processo de São Joaquim e toda a Serra Catarinense, de uma certa forma¹⁸³.

Eu, como etnógrafo, por outro lado, poderia dizer que a propaganda e produto vêm e vão juntos. Uma cascata ou um cachecol nem seriam entendidos enquanto tais se a propaganda ou algo semelhante não existisse. Poderia, assim, dizer que não se trata de uma característica da *cultura* serrana a insensibilidade para a produção cultural de determinados aspectos de seu meio, os quais para determinados públicos podem ser vendidos como distintivos de singularidades regionais. Mas, de que vale dizer isso se, efetivamente, como etnógrafo ou outro profissional que se ocupa de revelar às ‘culturas’ seus patrimônios, todos fazemos isso?¹⁸⁴

De fato, em um quadro específico, no que diz respeito ao *potencial* adormecido que venho mencionando desde o começo desse capítulo, que repousa em certo sentido em seres moralmente inferiores e é compartilhado também com o outro lado dessa oposição de posições sociais, vê-se que há um terceiro elemento, por assim dizer, que

¹⁸³ Anselmo Viana Nascimento. Entrevista concedida ao autor 27/06/13.

¹⁸⁴ Como exemplo, recentemente o SEBRAE/SC patrocinou um levantamento histórico sobre o chamado “Caminho das Tropas”, do qual em Lages participaram o historiador Sérgio Sartori, o antropólogo Geraldo A. Löcks e a produtora cultural Iáscara A. Varela (LÖCKS *et al*, 2006).

transcende esse jogo de posições. Proponho que esse terceiro elemento seja visto como composto pelas pessoas que se vinculam ao *trade* do turismo, dentre as quais já mencionadas, como Nadia, Pedro Paulo, Valéria, Anselmo e Eduardo. Um terceiro elemento que é intimamente vinculado a um dos lados daquela oposição, mas que na medida em que busca se constituir como tal, tende a provocar um deslocamento das condições que produzem os dois polos para uma possível realização do *potencial*, que se quer que seja diferente. Há que se considerar que aquelas oposições têm uma longa história e estão firmemente estabelecidas. Porém, elas são incluídas em uma dinâmica do *trade* turístico que perpassa escalas diferentes, colocando-as em outros planos, a depender de como se conjuguem.

Com isso, pretendo assinalar que em um contexto internacional, pois afinal quando o Mtur foi criado o que estava colocado era justamente a inserção do país no cenário mundial do turismo, enquanto questão de política local, as *culturas* bem como o *potencial* assumem conotações diferentes. Pois, se está assim redirecionando e ampliando fluxos turísticos. Não necessariamente invertendo, pois continua a valorização de valores universais como os da civilização europeia no turismo cultural, tanto naquele continente como em outros locais, mas não se trata apenas disso, havendo também valorização de valores de outros povos em um contexto mundial¹⁸⁵.

De um modo geral, Comaroff e Comaroff (2009) se detêm sobre o fato de que a etnicidade, uma espécie de subjetividade coletiva tomada como certa, que se situa na intersecção entre cultura e identidade, tem se tornado duas coisas de uma só vez, um objeto de escolha e de autoconstrução através do ato do consumo e o produto manifesto da biologia, genética, essência humana. Os autores apresentam diversos exemplos de como isso se manifesta ao redor do mundo, da identidade da economia Catalã na Espanha, ao conhecimento dos Shipibo na Amazônia peruana, do marketing da nacionalidade escocesa, às tribos quenianas tornadas *holdings*. Do ponto de vista teórico, assinalam como os estudiosos (de Adorno a Geertz, entre outros), têm sido estranhamente lentos em dissipar a fantasia do persistente conceito de que a identidade cultural é inalienável.

¹⁸⁵ Cousin (2006) demonstra como na Europa o turismo cultural é ao mesmo tempo veículo para a valorização da cultura europeia, para valorizar a Cultura via políticas de Estado ou para valorizar as identidades locais.

Segundo Comaroff e Comaroff (2009) a indústria da identidade é uma instância especialmente ajustada às tensões entre o universal e o particular, dentre outras, como entre abstrato e concreto, reproduzidas ao longo da história da modernidade. Disso, os autores sugerem duas questões imediatas a serem observadas. A primeira é o que na economia da identidade conta como capital e a segunda é quem controla as condições sob as quais a cultura é representada e alienada. Os autores apontam que novas dependências étnicas têm surgido, mas o comércio étnico também pode abrir oportunidades sem precedentes e em certas ocasiões é o que pode garantir a continuidade cultural. Não há nisso, para Comaroff e Comaroff (2009), o problema da homogeneidade cultural, porque a identidade é remodelada, a subjetividade cultural reanimada e a autoconsciência coletiva recebe uma recarga, pois os produtores da cultura são também consumidores (sendo e sentindo e ouvindo a si mesmos) e, reciprocamente os consumidores também se tornam produtores (acomodando eles mesmos no outro-turístico, por exemplo).

The point we seek to make here is this: against the telos of both classical and critical theory, the rise of ethno-commerce in the age of mass consumerism is having counterintuitive effects on human subjects, cultural objects, and the connection between them (COMAROFF e COMAROFF, 2009, p. 27-28).

Um desses efeitos contra intuitivos talvez se possa observar quando a cultura aparece enquanto um substantivo de determinados grupos de pessoas em locais onde o turismo cultural se apresenta como uma modalidade de turismo explorado. É claro que a cultura enquanto adjetivo, através do turismo cultural, tem sido o meio pelo qual grupos locais projetam para si aquilo que apresentam para os outros como suas qualidades nos termos de uma identidade cultural (COUSIN, 2011). Contudo, isso coloca questões em torno das definições do grupo local e das relações entre diferentes grupos locais, dadas as possibilidades de circulação nacional e internacional de grupos étnicos. Portanto, enquanto substantivo a cultura no turismo seria algo como uma maneira de estabelecer diálogos entre diferentes etnicidades.

Com efeito, o *trade* do turismo incorpora certos significados associados à cultura, comumente vistos em seu sentido relacionado à civilização, como limpeza, arrumação, organização, trabalho, cooperativismo e associativismo, definidos pelo *trade* do turismo de um modo que fazem sentido para o turismo, palavra que carrega ela mesma

associações relacionadas a passeio e lazer, por exemplo. A cultura no turismo, assim, não é uma produção cultural, como as que se pode encontrar no turismo cultural, tampouco se confunde com algo mais próximo a uma identidade como a *cultura* serrana. Talvez se pudesse pensá-la não no sentido de um vínculo com alguma cultura (local, regional, nacional, global, etc), mas sim no sentido de um vínculo com o mundo do turismo.

CONCLUSÕES

A busca pelo frio a que se refere o título foi abordada ao longo dessa tese por diferentes ângulos. Partindo da constatação de que o frio, e especialmente a ocorrência de neve, mobiliza muita atenção para a Serra Catarinense, procurei discutir como o frio é transformado em um dos principais produtos do turismo (ou atrativo turístico), ao mesmo tempo em que também transforma a própria produção do turismo. Assim, o frio foi e tem sido objeto de um trabalho de “mídia espontânea” que tornou uma cidade como São Joaquim conhecida nacionalmente por isso, ao passo que a repetição anual de alguns dias, semanas ou até meses de holofotes e de contato com “turistas” faz com que o turismo seja recolocado como alternativa econômica para o futuro. Com isso, as esperanças e as apostas são renovadas.

Com medidas que deixam decisões sobre políticas cada vez mais próximas do município, este constituído enquanto unidade importante em si, seja pelo deslocamento do Estado para aí por meio da criação de novas estruturas e instâncias de governo (SDR, Grupo Gestor, etc.) ou pela presença de organizações globais (Convention & Visitors Bureau), tornaram cada vez mais sérios e profissionais os esforços empreendidos em torno do turismo enquanto uma alternativa econômica. Particularmente, tais esforços têm sido bastante direcionados para aquilo que, embora ainda não tenha sido descoberto, devido a repetição anual do interesse em volta do frio considera-se que existe e que para desabrochar está apenas aguardando uma melhoria na “infraestrutura” (podendo ser algo tão antigo como as estradas ou tão novo como um aeroporto) ou a “mão de obra qualificada”.

Assim, as pessoas do *trade* (aquelas que assim se autoidentificam correntemente) assumem responsabilidades nessa expansão do Estado e de organizações globais, e estão imbuídas de uma convicção, algo como um “espírito” no sentido weberiano do termo, de que há possíveis atrativos turísticos a serem explorados, compreendidos no território da região serrana catarinense, a mais do que já se conhece e se aproveita. Há, dessa maneira, material sobrando para o desenvolvimento do turismo nessa região, material esse que inclusive ultrapassa os próprios limites territoriais da mesma, como acontece com os vinhos de altitude. Essa

convicção é amparada com hierarquizações do que se entende como os principais atrativos turísticos (os mais importantes, mais visitados, mais lembrados, etc.), bem como pelo levantamento de uma infinidade de atrativos pouco explorados. Tudo ou quase tudo pode ser motivo para um dia ser visitado por um turista, desde que seja preparado para tanto. A categoria de *potencial* ilustra bem esse fato e tem sido mobilizada constantemente no discurso daqueles que se identificam enquanto o *trade* do turismo ou que procuram falar por ele, como foi discutido no capítulo 2.

Porém, a categoria *potencial* tem sido também objeto de um debate antropológico, principalmente no campo da antropologia biomédica. Além do que já mencionei anteriormente, as contribuições que podem ser feitas a partir dessa tese estão relacionadas, em primeiro lugar, à observação das maneiras pela qual a noção de *potencial* permeia as políticas governamentais direcionadas para o turismo, e, de modo mais amplo, o governo do turismo, que tem na categoria de “destino turístico” um foco de convergência, tal qual discutido no capítulo 3. Em segundo lugar, as maneiras como estas duas categorias – potencial e destino turístico – se cruzam no que diz respeito à criação do local “destino”. Isso se dá em atitudes deliberadas das próprias políticas governamentais ou do “marketing de destino” ou, ainda, em práticas científicas que delimitam locais que eventualmente podem ser “destino”. Tais políticas e práticas são no mínimo a reprodução dos mesmos modos de conceber a equivalência de espaço e lugar, como discutido no capítulo 4, bem como os dilemas enfrentados pelo “destino turístico” em sua concretização, quando se coloca em xeque sua capacidade de receber “turistas”, como discutido no capítulo 5. E, por último, como abordado no capítulo 6, os dilemas em torno da não realização do *potencial*.

No que diz respeito ao governo do turismo, foi destacada a presença de distintas pessoas e instituições com foco em São Joaquim como um “destino indutor” de turismo. Parte de uma política do MTur, a “indução” pretende transformar em “destino turístico” de padrão internacional os municípios escolhidos. Um Grupo Gestor foi criado no município, com fins de congregar as ações de órgãos públicos e empresariais diversos para atingir tal objetivo. Desde o início o estado do “destino indutor” frente ao objetivo delimitado foi mensurado por estudos de competitividade pela FGV, os quais na verdade criam esse estado e estabelecem as variações de um ano para outro. Não

houve reflexos desses estudos em termos de atribuição de mais ou menos atenção (na forma de recursos, por exemplo) no âmbito dessa política para São Joaquim. Por enquanto, nada mais aconteceu do que a criação do Grupo Gestor e os próprios estudos.

O “destino indutor”, e a ideia de indução particularmente, se tornaram dispositivos de governo que orientam as ações daqueles que estão envolvidos com a organização do turismo em São Joaquim. Desde o desenho de projetos pessoais e familiares, quanto de projetos coletivos no âmbito da municipalidade ou da região teve o “destino turístico” como um horizonte comum no mínimo fortalecido, ao mesmo tempo em que o Grupo Gestor tem o *Convention* como referência de um espaço de definições em torno do que se quer para o turismo em São Joaquim.

O *Convention*, enquanto um tipo de organização da “sociedade civil” tem congregado as pessoas que se dedicam a trabalhar pelo turismo. Certo tipo de governo do turismo tem o *Convention* como articulador, onde o empreendedor e principalmente o profissional no assunto é visto como aquele que deve ser o gestor da política, modelo de pessoa para tratar da coisa pública. Outros argumentos para a definição de políticas públicas, dentre os quais aqueles de ordem econômica (custos, resultados, etc.), podem ser facilmente sobrepostos pela profissionalização da política, pois está subentendido que se há um profissional no comando é suficiente, em grande medida porque o profissional não teria a mesma moral dos políticos convencionais.

Se tornar São Joaquim e a Serra Catarinense um “destino turístico” de padrão internacional é objetivo da política de regionalização do turismo do MTur e do *trade* turístico como um todo, a criação do local ou locais “destino” se faz diuturnamente por meio do “marketing de destino” e de distintas práticas de pessoas que não estão necessariamente vinculadas à política do e às políticas de turismo. Nessas práticas, conforme sugere Ingold (2005; 2011), se concebe o lugar como existindo no espaço. Segundo Ingold (2011), cabe aqui retomar, trata-se de um tipo de conhecimento do mundo *verticalmente* produzido, que tem sua expressão no *transporte*, um modo de movimento orientado pelo destino, e em práticas de conservação de biodiversidade que delimitam o ambiente global. Por outro lado, argumenta o mesmo autor, os lugares existem em uma matriz de movimento, como nós de histórias de descoberta do mundo,

onde não há uma orientação por um destino, mas um conhecimento que é produzido de maneira alongada (*alongly*). Este último conhecimento está relacionado a distintas cosmologias (indígenas ou não) enquanto o primeiro provém das sociedades metropolitanas.

Desse modo, o “destino turístico” tem sido criado na promoção de eventos e de atrativos turísticos em determinados pontos estabelecidos como destinos em perspectivas de transporte. Podem ser compreendidos aqui tanto os esforços conjugados de instituições como o *Convention* e o Governo do Estado, na promoção de municípios e da região como atrativos turísticos e de obras de asfaltamento de rodovias, mas também, como destacado no primeiro e no quinto capítulos, os meios de comunicação que posicionam suas reportagens e demais equipes relacionadas nesses lugares-destinos. Além disso, de uma forma menos proeminente, as próprias pesquisas científicas (aí incluída essa tese) têm como referência a criação do destino.

No entanto, como discutido nos dois últimos capítulos, assim como a cada ano o impulso para aqueles que trabalham pelo turismo em São Joaquim e região é renovado, também se renovam as contestações ao seu porvir. Tais contestações aparecem na imprensa com a mesma frequência que a neve e os dias de frio intenso. Porém, sem necessariamente resultarem daí, nem terem a mesma forma de expressão ou intensidade, as próprias pessoas que vivenciam a experiência de lidar com o turismo vez por outra contestam esse futuro em dilemas que são mais bem compreendidos em torno de duas questões: a hospedagem do turista e o trabalho no turismo.

A hospedagem do turista é uma questão que foi desdobrada em outras tantas específicas a partir do tema da hospitalidade na teoria antropológica. Um tema que na antropologia pode ser tratado tendo como referência o que Pitt-Rivers nos anos 60 chamou de “lei da hospitalidade”, que basicamente se refere às normas morais estabelecidas por um determinado grupo social para se relacionar com estranhos, os quais não teriam status definido pelas normas que imperam entre membros do grupo. Nos anos 80, Herzfeld apontou para a importância da hospitalidade em termos de relações em escalas regionais e nacionais.

Tal debate foi retomado por Candea e Da Col (2012), que também relacionam outro aspecto levantado por Sahlins (2001), o fato de que boa parte dos reis ao longo

da história são “reis-estrangeiros”, o que se deve ao poder emanar do estranho. Esse é um dos principais dilemas para o *trade* turístico em São Joaquim e Serra Catarinense, pois se sabe que a operadora de turismo CVC tem interesse em se instalar aí e transformar esse “destino”. A chegada da CVC, como um “rei-estrangeiro”, anuncia consequências terríveis para aqueles que estão estabelecidos. Quem conduzir seus negócios (agências de turismo ou hotéis e pousadas) em parceria com essa operadora pode perder seu domínio no longo prazo, era um alerta que eu ouvia quando em 2011 o Grupo Gestor se reunia para discutir essa possibilidade.

Com meus interlocutores em São Joaquim não houve parceria. Mas, a CVC e a RBS eventos, que naquela ocasião em 2011 apresentaram um projeto de festival para acontecer na primavera, têm feito desde então esse projeto chamado “Viva Serra” acontecer em toda a região e principalmente no município de Urubici, onde pode ter havido relações de parceria mais estabelecidas com empresários e políticos. O que pôde ser discutido a partir disso é que, se trata de uma mesma problemática que, para falar em termos econômicos clássicos, diz respeito ao equilíbrio da oferta e da demanda e, por conseguinte, a criação do “mercado turístico” na Serra Catarinense.

Em termos políticos e econômicos nada clássicos, tal problemática opõe a CVC ao *trade* e este a outros “setores” da economia local. É claro que toda oposição não é absoluta, mas faz os opositores caracterizarem-se e ganharem identidade. Comparei o *trade* em São Joaquim as “facções políticas” que em épocas eleitorais, conforme Palmeira e Heredia (1993) no tempo da política, fazem rituais que estabelecem distâncias entre si e “objetificam” seus eleitores. Assim, se criam e se reforçam a importância do *trade* turístico para a economia de São Joaquim, perante os demais “setores”, momento em que se vê, por exemplo, reafirmado o *potencial* turístico, bem como os turistas ganham carne e osso e entram para os números das estatísticas e para os discursos políticos.

Outro desdobramento em torno do tema da hospitalidade é o que seria a “economia desequilibrada” novamente em termos clássicos, pois viceja aí o excesso de turistas em alta temporada e a falta deles durante o restante do ano. Contudo, para as “pousadeiras”, protagonistas dessa economia, não há esse desequilíbrio, tampouco o “mercado turístico” funcione imperfeitamente. Elas têm pleno conhecimento de que há

mais “turistas” do que vagas para hospedá-los durante o inverno, enquanto nas outras estações do ano a relação se inverte, e que parcerias como aquela possível de ser feita com a CVC poderiam solucionar isso. Mas, também têm conhecimento de que essa possível solução poderia levá-las a outras problemáticas que ao fim e ao cabo acabariam com seus negócios, ou pelo menos de muitas delas, um resultado bastante comum de acontecer com o aumento de escala da economia.

Porém, nesse debate cabe observar o que leva essas mulheres a se tornarem “pousadeiras”. Tais mulheres têm claros os aspectos econômicos do negócio, mas no geral um ponto em comum em suas trajetórias é a recepção em suas casas de estranhos transformados em turistas em dias de frio intenso e neve. O valor do aquecimento, como discutido no quinto capítulo, é uma norma moral de hospitalidade que impera nessas ocasiões. Junto a ele estão outros valores associados ao cuidado da casa, pois essas mulheres são também ao menos em tempo parcial donas de casa.

Finalmente, a questão relativa ao trabalho, o outro problema mencionado anteriormente, a que se referem às pessoas envolvidas com o *trade* turístico em São Joaquim, diz respeito à *cultura* serrana, a qual para muitos dos meus interlocutores é o principal entrave para o desenvolvimento do turismo. A *cultura* serrana (catarinense, não custa lembrar) não teria as aptidões necessárias ao turismo, dentre as quais o empreendedorismo e certo espírito cultural no sentido de civilização, *a la* francesa (por exemplo, ELIAS, 1994), encontradas em outras *culturas*, destacadamente as *culturas* italiana e alemã, presentes na Serra Gaúcha e também em outras regiões de Santa Catarina.

Seja para a maneira como as pousadas e os hotéis são pensados, seja para a maneira como se pensa possível conduzir o negocio turístico de modo geral, bem como a forma de governar o turismo regionalmente, as noções em torno da *cultura* serrana estão sempre presentes. Era quase uma regra, cada vez que alguém me perguntava sobre o que eu estava fazendo aí, ao que eu respondia que era uma pesquisa sobre a identidade regional e o turismo, o interlocutor afirmar para mim categoricamente que o problema estava na *cultura* serrana, subentendendo-se que a *cultura* serrana trava o *potencial* turístico da região.

Em torno principalmente da falta de qualificação da mão de obra que, diga-se de passagem, é qualificada para o trabalho nos pomares de maçã, se expressa mais claramente o caráter étnico e social dessa reclamação. Assim, supõe-se que este serrano de origem negra e pobre que não quer se qualificar devido a uma característica *cultural* regional. Por outro lado, argumentei que estas suposições, para além de seu viés culturalista, consideram que o *potencial* dessas pessoas existe e falta apenas ser desperto.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGAMBEN, Giorgio. **Potentialities**: Collected Essays in Philosophy. Edited and Translated with an introduction by Daniel Heller-Roazen. Stanford, California: Stanford University Press, 1999.

ALMEIDA, Joaquim Anécio; SOUZA, Marcelino (org.). **Turismo Rural**: patrimônio, cultura e legislação. Santa Maria, RS: Ed. FACOS-UFSM, 2006.

ANDERSON, Benedict. **Comunidades Imaginadas**: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo. México: Fondo de Cultura Económica. 1993.

ARAUJO, Cristina Pereira de. Da Embratur à Política Nacional de Turismo. **PÓS**, v. 19, n. 31, São Paulo, junho 2012, p. 146-163.

AVANZA, Martina; LAFERTÉ, Gilles. Dépasser la «construction des identités»? Identification, image sociale, appartenance. **Genèses**, v. 4, n. 61, p. 134-152, 2005,

AUGÉ, Marc. **L'impossible voyage**: le tourisme e ses images. Paris : Éditions Payot & Rivages, 1997.

AUGÉ, Marc. **Não lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papius, 1994.

BAILEY, F. G. Gifts and Poison. In: BAILEY, F. G. (ed.). **Gifts and Poison**: The politics of reputation. Oxford: Basil Blackwell. 1971, p. 1-25.

BANDUCCI JR., Álvaro ; BARRETTO, Margarita (orgs.). **Turismo e identidade local**: uma visão antropológica. Campinas: Papius, 2001.

BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros (Org.). **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional** – Relatório Brasil 2009. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros (Org.). **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional** – Relatório Brasil 2009. Brasília: Ministério do Turismo, 2009.

BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros; OLIVEIRA, Carlyle Tadeu Falcão de and REZENDE, Cristiane. Competitiveness of tourist destinations: the study of 65 key destinations for the development of regional tourism. **Revista de Administração Pública**. v.44, n.5, 2010, p. 1067-1095.

BARRETTO, Margarita. **Cultura e turismo**: discussões contemporâneas. Campinas/SP: Papius, 2007.

BARRETTO, Margarita. Os estudos antropológicos sobre turismo no Brasil: uma história recente. In: GRABURN, Nelson *et al* (Orgs.). **Turismo e antropologia**: novas abordagens. Campinas/SP: Papius, 2009, p. 53-66.

BATTILANI, Patrizia. Des grands hôtels aux entreprises familiales : la transition vers le tourisme de masse dans les pays de la Méditerranée. **Entreprises et histoire**. v. 2, n° 47, p. 26-43, 2007.

- BECKER, Bertha K. Geopolítica da Amazônia. **Estudos Avançados**. v.19, n. 53, 2005, p. 71-86.
- BENDIX, Regina. Capitalizing on memories past, present, and future: Observations on the intertwining of tourism and narration. **Anthropological Theory**, v. 2, n. 4, p. 469–487, 2002.
- BERTONCINI, Sandra da Silva. “**ACORDE São Joaquim**”: identidade local e vocação turística. Dissertação (Mestrado). MPPT/UDESC. Florianópolis, 2011.
- BHABA, Homi. **O local da cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998, 394 p.
- BLOEMER, Neusa Maria Sens. **Brava gente brasileira**: migrantes italianos e caboclos nos Campos de Lages. Florianópolis: Cidade Futura, 2000.
- BOLTANSKI, Luc ; CHIAPELO, Ève. **O novo espírito do capitalismo**. 2009.
- BOURDIEU, Pierre. A propos de la famille comme catégorie réalisée. **Actes de la Recherche en Sciences Sociales**, v. 100, n. 100, 1993, p. 32-36.
- BOURDIEU, Pierre. A identidade e a representação. Elementos para uma reflexão crítica sobre a idéia de região. In: BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007.
- BOYER, Marc. El turismo en Europa, de la edad moderna al siglo XX. **Historia Contemporánea**. 25, p. 13-31, 2002.
- BRAMBATTI, Luiz Ernesto. **Racionalização, cultura e turismo em meio rural na Serra Gaúcha**. Tese (Doutorado). PPGS/UFRGS. Porto Alegre, RS, 2005.
- BRANDT, Marlon. A criação da Sociedade Agrícola Fraiburgo (Safra) e o início da pomicultura em Fraiburgo – SC, na década de 1960. **Revista Discente Expressões Geográficas**. Florianópolis-SC, n° 01, p. 27-41, jun/2005.
- BRANDT, Marlon. **Uma história ambiental dos campos do planalto de Santa Catarina**. Tese (Doutorado). UFSC/PPG em História. Florianópolis, SC, 2012.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Plano Nacional do Turismo: Diretrizes, Metas e Programas 2003-2007. Brasília: Ministério do Turismo, 2003a.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Regionalização do Turismo. Programa Nacional de Estruturação de Destinos Turísticos (Documento base – Câmara Temática de Regionalização). Brasília: Ministério do Turismo, 2003b.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. Brasília: Ministério do Turismo, 2004.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Plano Nacional do Turismo: Diretrizes, Metas e Programas 2007-2010. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Ministério do Turismo 10 anos. Brasília, 2013b.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Turismo rural: orientações básicas. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação,

Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. – 2.ed – Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRONZ, Deborah. **Empreendimentos e empreendedores**: formas de gestão, classificações e conflitos a partir do licenciamento ambiental, Brasil, século XXI. Tese (Doutorado). PPGAS, Museu Nacional/UFRJ. Rio de Janeiro, 2011.

BRUNER, Edward M. Ethnography as Narrative. In: BRUNER, Edward M; TURNER, Victor W. *The anthropology of experience*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press. 1983, p. 139-155.

BRUNER, Edward M. the Maasai and the Lion King: authenticity, nationalism, and globalization in African tourism. **American Ethnologist**, v. 28, n. 4, p. 881-908, 2001.

BRUNER, Edward M. **Culture on tour**: ethnographies of travel. Chicago: University of Chicago Press, 2005a.

BRUNER, Edward M. Tourism Fieldwork. **Anthropology News**, May 2005b, p. 16-19.

BRUNER, Edward M. The Role of Narrative in Tourism. Berkeley conference, On Voyage: New Directions in Tourism Theory, October 7-8, 2005c. Disponível em www.nyu.edu/classes/bkg/tourist/narrative.doc acesso em 27-05-2013.

CANDEA, Matei; DA COL, Giovanni. The return to hospitality. **Journal of the Royal Anthropological Institute** (N.S.), S1-S19, 2012.

CANDIDO, Antonio. **Um funcionário da monarquia**: ensaio sobre o segundo escalão. 2. ed. Rio de Janeiro: Ouro sobre Azul, 2007

CARNEIRO, Maria José. “Rural” como categoria de pensamento. **Ruris**. v. 2, n. 1, 2008, p. 9-38.

CAZELLA, A. A; BÚRIGO, F. L. O desenvolvimento territorial no planalto catarinense: o difícil caminho da intersectorialidade. **Revista Extensão Rural**, DEAER/CPGExR/CCR/UFSC, Ano XV, p. 5-30, Jan./Jun. de 2008.

CHO, Bae-Haeng. destination. In: JAFARI, Jafar (ed.). **Encyclopedia of tourism**. London and New York: Routledge, 2000, p. 592.

COLOMBO, D. B. **Turismo rural**: os hotéis-fazenda em Lages (SC). Monografia (Graduação). Ciências Econômicas/UFSC. Florianópolis/ SC, 2002.

COMUNELLO, Felipe José. **Os movimentos nos mercados**: movimentos de agroecologia em São Joaquim/SC. Dissertação (Mestrado). CPDA/UFRRJ. Rio de Janeiro, 2010.

COMUNELLO, Felipe José. Das paisagens nacionais ao clima-mundo da região: referências na construção de identidade regional na serra catarinense. **Illuminuras**, Porto Alegre, v.12, n. 29, p. 99-120, jul./dez. 2011.

CORDEIRO, Wilton. **A vitivinicultura em São Joaquim – SC**: uma nova atividade no município. Dissertação (Mestrado). Programa de Pós-Graduação em Agroecossistemas (CCA/UFSC), Florianópolis/SC, 2006.

COUSIN, Saskia. Exposer le tourisme culturel au salon. **Ethnologie française**, XXXV, 1, p. 35-62, 2005.

- COUSIN, Saskia. De l'UNESCO aux villages de Touraine : les enjeux politiques, institutionnels et identitaires du tourisme culturel. **Autrepart**, v. 4, n. 40, p. 15-30, 2006.
- COUSIN, Saskia. **Les miroirs du tourisme**: ethnographie de la Touraine du Sud. Paris : Descartes & Cie, avril 2011.
- COUSIN, Saskia ; RÉAU, Bertrand. **Sociologie du tourisme**. Paris : Éditions La Découverte, 2009.
- DEMOSSIER, Marion. Beyond *Terroir*: territorial construction, hegemonic discourses, and French wine culture. **Journal of the Royal Anthropological Institute** (N.S.) 17, 2011, p. 685-705.
- DERENGOSKI, Paulo Ramos. **Guerra no Contestado**. Florianópolis: Insular, 2000. 136p.
- DERENGOSKI, Paulo Ramos. Apresentação: o caminho que uniu o Brasil. LÖCKS, Geraldo A.; VARELA, Iáscara A.; MOREIRA, Sandro C.; SARTORI, Sérgio. **Caminho das tropas**: caminhos, pousos e passos em Santa Catarina. Lages: Editora Uniplac, 2006.
- DERENGOSKI, Paulo Ramos. Apresentação. In: NASCIMENTO, Anselmo Viana. **Serra gente catarinense** – fotografias. São Joaquim: Edição do Autor, 2008.
- DORNELES, Edson Bertin. **Gramado**: a produção e consumo de uma imagem de cidade europeia no sul do Brasil. Dissertação (Mestrado). PPGAS/UFRGS. Porto Alegre/RS, 2001.
- DURKHEIM, Émile; MAUSS, Marcel. De quelques formes primitives de classification: contribution à l'étude des représentations collectives. In : MAUSS, Marcel. **Œuvres. 2 représentations collectives et diversité des civilisations**. Paris: Les Éditions de Minuit, 1969.
- ELIAS, Norbert. **A Sociedade de Corte**: investigação sobre a sociologia da realeza e da aristocracia de corte. 2001.
- FERGUSON, James; GUPTA, Akhil. Spatializing states: toward an ethnography of neoliberal governmentality. **American Ethnologist**, v. 29, n. 4, 2002, p. 981-100
- FERGUSON, James. **Global Shadows**: Africa in the Neoliberal World Order. Durham and London: Duke University Press, 2006
- FERT NETO, João. **O clientelismo nas relações de trabalho capitalistas**. Dissertação (Mestrado). PPGS/UFRGS. Porto Alegre, 1993.
- FLORIANI, Guilherme dos Santos. **História Florestal e Sócio-Lógica do Uso do Solo na Região dos Campos de Lages no século XX**. Dissertação (Mestrado). CAV/UDESC. Lages. 2007.
- FORD, Robert; PEEPER, Wilian. Destination Marketing Organizations: Convention and Visitors Bureau. In: JAMAL, Tazim; ROBINSON, Mike. **The SAGE Handbook of Tourism Studies**. Los Angeles e Londres: SAGE, 2009, p. 432-447.
- FOUCAULT, Michel. **Microfísica do poder**. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2009.

- FREITAS, Cinthia Andruchak. Qualidade nas alturas. **Agropecuária Catarinense**, v.23, n.3, p. 19-24, nov. 2010.
- FRIEDMAN, Kajsia Ekholm; FRIEDMAN, Jonathan. Introduction. In: **Historical Transformations: The Anthropology of Global Systems**. AltaMira Press. Lanham, 2008, p. 1-28.
- GARCIA, Afrânio e PALMEIRA, Moacir. Rastros de Casas Grandes e Senzalas: Transformações Sociais no Mundo Rural Brasileiro. In: I. SACHS, J. WITHEIM e P. S. PINHEIRO (orgs.). **Brasil: Um Século de Transformações**. São Paulo, Companhia das Letras, p. 38-77, 2001.
- GARCIA-PARPET, Marie-France. A construção social de um mercado perfeito: o caso de Fontaines-en-sologne. **Estudos Sociedade e Agricultura**, 20, abril 2003, p. 5-44.
- GARCIA-PARPET, Marie-France. Le marché de l'excellence: le classement des grands crus à l'épreuve de la mondialisation. **Genèses**, 56, sept. 2004, p. 72-96.
- GARCIA-PARPET, Marie-France. **Le marché de l'excellence** : les grands crus à l'épreuve de la mondialisation. Paris : Éditions du Seuil, mars 2009.
- GOODMAN, David. The quality 'turn' and alternative food practices: reflections and agenda. **Journal of Rural Studies**. 19, p. 1-7, 2003.
- GRABURN, Nelson. The anthropology of tourism. **Annals of Tourism Research**. Vol. 10. 1983, p. 9-33.
- GRABURN, Nelson. The Ethnographic Tourist. In: DANN, Graham M. S (ed.). **The Tourist as a Metaphor of the Social World**. New York: CABI Publishing. 2002, p. 19-39
- GRABURN, Nelson *et al* (Orgs.). **Turismo e antropologia: novas abordagens**. Campinas/SP: Papius, 2009.
- GRAEBER, David. **Toward an Anthropological Theory of Value: The False Coin of Our Own Dreams**. New York: PALGRAVE. 2001.
- GRANOVETTER, Mark. Economic Institutions as Social Constructions: A Framework for Analysis. **Acta Sociologica**. n. 35, p. 3-11, 1992.
- GRAZIANO DA SILVA, José *et al*. Turismo em áreas rurais: suas possibilidades e limitações no Brasil. In: ALMEIDA, J. A. e RIEDL, M. (orgs.). **Turismo rural e desenvolvimento sustentável**. Santa Maria: Centro Gráfico, 1998.
- GUPTA, Akhil; FERGUSON, James. Beyond "Culture": Space, Identity, and the Politics of Difference. In: INDA, Jonathan Xavier; ROSALDO, Renato (eds.). **The anthropology of globalization: a reader**. Oxford: Blackwell Publisher, 2002, p. 65-80.
- HEREDIA, Beatriz Maria Alasia de. Região regiões: visões e classificações do espaço social. In: ESTERCI, Neide; FRY, Peter; GOLDENBERG, Mirian (Orgs.). **Fazendo antropologia no Brasil**. Rio de Janeiro: DP&A, p. 167-188, 2001.
- HERZFELD, Michael. 'As in Your Own House': Hospitality, Ethnography, and the Stereotype of Mediterranean Society. In: GILMORE, D. David (Ed.). **Honor and Shame**

and the Unity of the Mediterranean. Special Publication No. 22, Washington, D.C.: American Anthropological Association, p. 75-89, 1987.

HOBBSAWM, E. Introdução: A Invenção das Tradições. In: HOBBSAWM, E; RANGER, T. (Orgs.). **A Invenção das Tradições.** 6ªed. Rio de Janeiro, Paz e Terra. 2008. p. 9-23.

INGOLD, Tim. **The Perception of Environment:** Essays on livelihood, dwelling and skill. London/ New York: Routledge, Taylor & Francis e-Library, 2002.

INGOLD, Tim. Jornada ao Longo de um Caminho de Vida – Mapas, Descobridor-Caminho e Navegação. **Religião e Sociedade**, v. 25, n. 1, p. 76-110, 2005.

INGOLD, Tim. **Being Alive:** Essays on Movement, Knowledge and Description. London: Routledge, 2011.

JAFARI, Jafar (ed.). *Encyclopedia of tourism.* London and New York: Routledge, 2000.

JAFARI, Jafar. *tourism.* JAFARI, Jafar (ed.). *Encyclopedia of tourism.* London and New York: Routledge, 2000b, p. 585.

JACQUET, Olivier; LAFERTÉ, Gilles. « Le contrôle républicain du marché » Vignerons et négociants sous la Troisième République, **Annales. Histoire, Sciences Sociales**, 2006/5 61e année, p. 1147-1170.

KLANOVICZ, Jó. **Natureza corrigida:** Uma História Ambiental dos Pomares de Macieira No Sul do Brasil (1960-1990). Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em História. UFSC: Florianópolis, SC, 2007.

LEIPER, Neil. *industry.* In: JAFARI, Jafar (ed.). **Encyclopedia of tourism.** London and New York: Routledge, 2000, p. 305-307.

LINS, Hoyêdo Nunes. Estética y estilo en el turismo pos-moderno: Caso región serrana de Santa Catarina (Brasil). **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 18, n. 1, p. 1-20, marzo, 2009.

LIM, Francis Khek Gee. Hotels as Sites of Power: Tourism, Status, and Politics in Nepal Himalaya. **The Journal of The Royal Anthropological Institute**, v. 13, n. 3, p. 721-738, 2007.

LEITE, Naomi; GRABURN, Nelson. Anthropological Interventions in Tourism Studies. In: JAMAL, Tazim; ROBINSON, Mike. **The SAGE Handbook of Tourism Studies.** Los Angeles e Londres: SAGE, 2009, p. 35-64.

L'ESTOILE, Benoît de; NEIBURG, Federico; SIGAUD, Lygia (orgs.). Antropologia, impérios e estados nacionais: uma abordagem comparativa. In: **Antropologia, Impérios e Estados Nacionais.** Rio de Janeiro, Relume Dumará/FAPERJ, 2002.

LOSSO, Flávia Baratieri. **A produção de vinhos finos de altitude na região vitivinícola de São Joaquim (SC):** uma alternativa para o turismo? Dissertação (Mestrado). Programa de Mestrado Acadêmico em Turismo e Hotelaria/UNIVALI, Blumenau/SC, 2010.

MACCANNELL, Dean. **The tourist:** a new theory of the leisure class. Berkeley and Los Angeles, California: University of California Press, Ltd. 1999 [1976].

- MARCON, Fernanda. **Música de festival**: uma etnografia da produção de música nativista no festival Sapecada da Canção Nativa em Lages-SC. Dissertação (Mestrado). PPGAS/UFSC. Florianópolis, 2009.
- MILLER, Peter; ROSE, Nicolas. **Governing the presente**: Administering Economic, Social and Personal Life. Cambridge and Malden: Polity Press, 2008.
- NEIBURG, Federico. As moedas doentes, os números públicos e a antropologia do dinheiro. **Mana**, v.13, n.1, p. 119-151, 2007.
- NIEDERLE, Paulo André; VITROLLES, Delphine. Indicações Geográficas e qualificação no setor vitivinícola brasileiro. **Estudos Sociedade e Agricultura**, Rio de Janeiro, vol. 18, n. 1, 2010, p. 5-55.
- OLIVEN, Ruben. Brasil, uma modernidade tropical. **Etnográfica**, Lisboa, v. 3, n. 2, p. 409-427, 1999.
- OLIVEN, Ruben George. **A parte e o todo**: a diversidade cultural do Brasil-nação. 2. ed. Porto Alegre: Editora Vozes, 2006.
- OLIVEN, Ruben George. Cultura e Identidade Nacional e Regional. In: MARTINS, Carlos Benedito (Coord. Geral) e DUARTE, Luiz Fernando Dias (Coord. de área). **Horizontes das ciências sociais no Brasil**: antropologia. Co-edição Instituto Ciência Hoje, Ed Barcarolla e Discurso Editorial. São Paulo: ANPOCS, 2010, p. 407-430.
- MAUSS, Marcel. **Manual of ethnography**. (ed. N.J. Allen; trans. D. Lussier). Oxford: Durkheim Press/Berghahn. 2007 [1926].
- NERY, Paulo Roberto Albieri. **Viagem, passeio, turismo**: estudo comparado do deslocamento como valor. Tese (Doutorado). PPGAS, Museu Nacional/UFRJ. Rio de Janeiro, 1998.
- OLIVEIRA, Carlyle Tadeu Falcão de. **Avaliação de processo do programa de regionalização do turismo em 65 municípios brasileiros**. Dissertação (Mestrado). Administração Pública EBAPE/FGV. Rio de Janeiro, 2008.
- OURIQUES, Helton Ricardo. A apologia do turismo em Florianópolis-SC: mitos e contradições. **Revista de Ciências Humanas**, Florianópolis, n.25, abril de 1999, p. 63-81.
- OURIQUES, Helton Ricardo. O turismo internacional na economia-mundo capitalista: elementos para uma crítica. **Acta Scientiarum. Human and Social Sciences**. Maringá, v. 34, n. 2, p. 147-157, July-Dec., 2012.
- PALMEIRA, Moacir; HEREDIA, Beatriz M. de. Le temps de la politique. **Études rurales**. 131-132. p.73-88, 1993.
- PALMEIRA, Moacir; HEREDIA, Beatriz M. de. **Política ambígua**. Rio de Janeiro: Relume Dumará: Nuap, 2010.
- PEIXER, Zilma Isabel. **A cidade e seus tempos**: o processo de constituição do espaço urbano em Lages. Lages: Editora Uniplac, 2002.

- PINHEIRO MACHADO, Paulo. **Um estudo sobre as origens sociais e a formação política das lideranças sertanejas do Contestado, 1912-1916**. Tese (Doutorado). Departamento de História, Unicamp. Campinas/SP, 2001.
- PIRES, Vinicius Mayo. **A “invenção” do município: a criação de Japeri**. Dissertação (Mestrado). PPGSA/UFRJ. Rio de Janeiro, UFRJ, 2012.
- PITT-RIVERS, Julian. The law of hospitality. **HAU: Journal of Ethnographic Theory**. v. 2, n. 1, p. 501-517, 2012.
- RAMIL, Vitor. **A estética do frio: conferência de Genebra**. Porto Alegre: Satolep Livros, 2004.
- RÉAU, Bertrand ; POUPEAU, Franck. L'enchantement du monde touristique. **Actes de la recherche en sciences sociales**, v. 5, n. 170, p. 4-13, 2007.
- RODRIGUES NETO, Joaquim Anacleto. **Memórias de um joaquinese**. São Joaquim: Mural Produtos Gráficos. 2010.
- RUFINO, Márcia Regina Calderipe Farias. **Mediação cultural e reciprocidade no contexto das práticas turísticas em Florianópolis – SC**. Tese (Doutorado). PPGAS/UFSC. Florianópolis. 2006.
- SAHLINS, Marshal. **Ilhas de história**. 2001
- SAHLINS, Marshall. *Esperando Foucault, ainda*. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- SANTA CATARINA. Secretaria de Estado do Planejamento/Secretaria de Estado de Desenvolvimento Regional. Plano de Desenvolvimento Regional da SDR São Joaquim. Fevereiro, 2013. Disponível em http://www.spg.sc.gov.br/proj_parcerias/meu_lugar/sdr_saojoaquim.php - Acessado em 05/11/13.
- SANTOS, H. L. dos. **Construção Social de Mercado Orgânico: O caso da Cooperativa Ecoserra na Serra Catarinense**. Dissertação (Mestrado). Agroecossistemas UFSC. Florianópolis, 2006.
- SCAPIN, Alzira. **Videira nos Caminhos de Sua História**. V. 1. Videira: Prefeitura, 1997.
- SCHMIDT, Wilson. **O setor maceiro em Santa Catarina – formação e consolidação de um complexo agroindustrial**. Dissertação (Mestrado). UFRRJ. Itaguaí/RJ, 1990.
- SCHMITZ, Cláudio Marcus. **A precipitação de neve no Brasil meridional**. Dissertação (Mestrado). PPGEA/UFRGS, Porto Alegre, 2007.
- SCHNEIDER, Ismênia Ribeiro. Famílias Açorianas na Região Serrana de Santa Catarina: um estudo dos Souzas. In: I Congresso Catarinense de Genalogia, Lages, setembro de 2007. Disponível em <http://genealogiaserranasc.blogspot.com/2010/10/familias-acorianas-na-regiao-serrana-de.html> - Acesso em 16/11/2011.
- SCHWARZ, Roberto. **Ao vencedor as batatas: forma literária e processo social nos inícios do romance brasileiro**. 5. ed. São Paulo: Duas Cidades; Ed. 34, 2000.

SEBRAE/SC. Santa Catarina em Números: Macrorregião Serra Catarinense/Sebrae/SC. Florianópolis: Sebrae/SC, 2013.

SHOCK, Patti J. trade show. In: JAFARI, Jafar (ed.). *Encyclopedia of tourism*. London and New York: Routledge, 2000, p. 592.

SILVEIRA, Pedro Braum Azevedo da. **O estado da ciência e a ciência do Estado**: a Fundação Getúlio Vargas e a configuração do campo das ciências econômicas no Brasil. Dissertação (Mestrado). PPGAS/MN/UFRJ, Rio de Janeiro, 2009.

SILVEIRA, Carla Borba da Mota. **Nós Somos o Mundo**: Políticas culturais e Turismo em tempos globalizados. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Antropologia (UFPE). 2010

SIMIONI, F. J.; PEREIRA, L. B. **Cadeia agroindustrial da maçã**: uma análise da estrutura de governança sob a ótica da economia dos custos de transação. S/D. Disponível em www.sober.org.br/palestra/12/04023.pdf Acessado em 06/01/2010.

SOUZA LIMA, Antonio Carlos de; CASTRO, João Paulo Macedo e. Política(s) Pública(s). In: SANSONE, Livio, ARAÚJO, Osmundo. **Raça: novas perspectivas antropológicas**. 2 ed. rev. Salvador : Associação Brasileira de Antropologia : EDUFBA, 2008, p. 351-392.

SOUZA, Marcelino de; ELESBÃO, Ivo. (Org.). **Turismo Rural**: iniciativas e inovações. Porto Alegre: UFRGS Editora, 2011.

STEIL, Carlos A. Apresentação. **Horizontes Antropológicos**. v. 9, n. 20, p. 7-11, 2003.

STEIL, Carlos A. Romeiros e turistas no santuário de Bom Jesus da Lapa. **Horizontes Antropológicos**. v. 9, n. 20, p. 7-11, 2003.

STRATHERN, Marilyn. **After nature**: English kinship in the late twentieth century. Cambridge: Cambridge University Press, 1992.

SVENDSEN, Mette. Articulating potentiality: Notes on the Delineation of the Blank Figure in Human Embryonic Stem Cell Research. **Cultural Anthropology**, v. 26, n. 3, p. 414-437, 2011.

TEIXEIRA, Carla Costa. Honra moderna e política em Max Weber. **Mana**, v. 5, n. 1, p. 109-130, 1999.

TAUSSIG, Karen-Sue, HOEYER, Klaus; HELMREICH, Stefan. The Anthropology of Potentiality in Biomedicine: An Introduction to Supplement 7. **Current Anthropology**, v. 54, n. S7, Potentiality and Humanness: Revisiting the Anthropological Object in Contemporary Biomedicine, p. S3-S14, October 2013.

THIESSE, Anne-Marie. **Ils apprenaient la France**: l'exaltation des régions dans le discours patriotique. Paris: Éditions de la Maison des sciences de l'homme, 1997.

THIESSE, Anne-Marie. **La création des identités nationales** : Europe XVIII^e – XX^e siècle. Paris: Éditions Du Seuil, 2001.

THOMAS, Keith. **O homem e o mundo natural**: mudanças de atitude em relação às plantas e aos animais, 1500-1800. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

TONIOL, Rodrigo. **Nos rastros das caminhadas**: etnografia de uma política de turismo rural no Vale do Ivaí, Paraná. Dissertação (Mestrado). PPGAS/UFRGS, 2012.

TORESAN, Luiz; GUZZATTI, Thaíse C.; NART, Daniela; BITENCOURT, Roselita B. **Levantamento dos Empreendimentos de Turismo no Espaço Rural de Santa Catarina**: Localização, Categorização e Descrição Geral. Florianópolis, SC, Instituto Cepa/SC, 2002.

TRUBEK, Amy. **The taste of place**: a cultural journey into terroir. Berkeley and Los Angeles: University of California Press, California, 2008.

TSING, ANNA L. **Friction**: An Ethnography of Global Connection. Princeton and Oxford: Princeton University Press. 2005.

VIEIRA, Clóvis da Silva. **Mil versos de infância**. 2. ed. Lages: Papervest Editora, 2006.

WEBER, Max. **Economia e sociedade**: fundamentos da sociologia compreensiva. Brasília/DF: Editora da Universidade de Brasília; São Paulo: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 1999.

WILKINSON, John. Sociologia econômica, a teoria das convenções e o funcionamento dos mercados: *inputs* para analisar os micro e pequenos empreendimentos agroindustriais no Brasil. **Ensaio FEE**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, p. 805-824, 2002.

Materiais

Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau – Show Case – Santa Catarina – Brasil. Ivan Antonio Bertoncini Cascaes.

Textos de jornal

Entidades e setor produtivo se reúnem com prefeito Nérito. **Portal Serra SC**. São Joaquim, 16/02/2011. Disponível em <http://www.clnmais.com.br/informacao/16287/entidades-e-setor-produtivo-nao-querem-apoiar-a-festa-nacional-da-maca>. – Acesso em 06/10/13.

BRIGHENTTI, Humberto. Entrevista. In: Convênio para a pavimentação asfáltica da estrada Caminhos da Neve será assinado dia 01º/04. 31/03/2006. Disponível em [http://www.deinfra.sc.gov.br/noticiasExibir.do?t=Convenio para a pavimentacao asfaltica da estrada Caminhos da Neve sera assinado dia 01o-04 &p=271](http://www.deinfra.sc.gov.br/noticiasExibir.do?t=Convenio+para+a+pavimentacao+asfaltica+da+estrada+Caminhos+da+Neve+sera+assinado+dia+01o-04+&p=271) – Acessado em 19/10/2011.

GOMES, Pablo. Festival Viva Serra incrementa o turismo em seis municípios de Santa Catarina. 11/10/2013. Diário Catarinense. Disponível em <http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/geral/noticia/2013/10/festival-viva-serra-incrementa-o-turismo-em-seis-municipios-de-santa-catarina-4298608.html> - Acesso em 16/10/2013.

KÜSTER, Susana. Paulo Ramos Derengoski. **Correio Lageano**. Lages, 30 de junho e 01 de julho de 2012. Seção CL+. Disponível em:

<http://www.clnmais.com.br/informacao/37836/paulo-ramos-derengoski> Acesso em: 18 set. 2013.

MEURER, Kíria. Neve atrai milhares de turistas para a serra catarinense. **Jornal Hoje**, 05/08/10. Disponível em <http://g1.globo.com/videos/jornal-hoje/v/neve-atrai-milhares-de-turistas-para-a-serra-catarinense/1313340/#/Ediçoes/20100805/page/1> Acesso em 11/10/10.

NASCIMENTO, Anselmo Viana. Derengoski lança novo livro sobre a Guerra do Contestado. **Portal Serra SC**. São Joaquim, 08 de agosto de 2013. Disponível em: http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4728:derengoski-lanca-novo-livro-sobre-a-guerra-do-contestado&catid=447:noticias Acesso em: 18 set. 2013.

SANTOS, Aldoir. Lideranças voltam a propor a pavimentação da rota Caminhos da Neve. *25/05/2011.* Disponível em <http://redesul.am.br/Noticias/Geral/25/05/2011/Liderancas-voltam-a-propor-a-pavimentacao-da-rota-Caminhos-da-Neve/78609/> - Acessado em 19/10/2011.

SOBÂNIA, Roseane Ribeiro. **Ministério do Turismo realiza oficina com o Comitê Gestor de São Joaquim. Portal Serra SC**. Qui, 7 de outubro de 2010. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1032:ministerio-do-turismo-realiza-oficina-com-o-comite-gestor-de-sao-joaquim&catid=388:noticias – Acesso em 17/10/13.

SOBÂNIA, Roseane Ribeiro. Prefeito chamará grupo para discutir a Festa da Maçã de 2012. **Portal Serra SC**. Seg, 7 de novembro de 2011. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&catid=388:noticias&id=2527:prefeito-chamara-grupo-para-discutir-a-festa-da-maca-de-2012. – Acesso em 06/10/13.

SOBÂNIA, Roseane Ribeiro. Governo do Estado garante repasse para continuação das obras da Rodovia Caminhos da Neve. Seg, 11 de novembro de 2013. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=5026:governo-do-estado-garante-repasse-para-continuacao-das-obras-da-rodovia-caminhos-da-neve&catid=388:noticias – Acesso em 12/11/13.

Coluna de março. Coluna do Pepê. **Portal Serra SC**. Seg, 11 de março de 2013. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4209:coluna-de-marco&catid=50:colunistas – Acesso em 11/11/2013.

A Crise de Credibilidade...Até quando! Coluna do Pepê. **Portal Serra SC**. Sex, 12 de Abril de 2013. Disponível em http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=4330:a-crise-da-credibilidade-ate-quando&catid=50:colunistas – Acesso 11/11/2013

Sites

http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf - Acesso em 06/11/13.

LISTA DE ENTREVISTADOS

- Anselmo Viana Nascimento. Entrevista concedida ao autor em 27/06/13.
- Caroline Martello. Entrevista direta concedida ao autor em 22/01/13.
- Eduardo Sobânia. Entrevista concedida ao autor em 28/01/13.
- Emilio Brighenti. Entrevista concedida ao autor em 08/04/2011.
- Eunice Vargas Nunes. Entrevista concedida ao autor em 27/06/2013.
- Ivanildo Tadeu Castelo de Barros. Entrevista direta concedida ao autor em 24/06/2013.
- Jean Pierre Rosier. Entrevista direta concedida ao autor em 21/01/13.
- Karine dos Santos. Entrevista direta concedida ao autor em 19/08/11.
- Léa Dutra Correa. Entrevista concedida ao autor em 08/04/11.
- Marita Nunes Cardoso. Entrevista concedida ao autor em 25/04/2013.
- Maurício Grandó. Entrevista direta concedida ao autor em 21/01/13.
- Messias Savian. Entrevista direta concedida ao autor em 22/01/13.
- Nadia Teresinha de Souza. Entrevista concedida ao autor em 08/04/2011 e em 26/01/13.
- Nazário Santos. Entrevista direta concedida ao autor em 28/01/13.
- Pablo Coral. Entrevista concedida ao autor em 25/06/2013.
- Pedro Paulo Goulart da Silva. Entrevista concedida ao autor em 24/08/2011 e em 27/01/13.
- Valéria Zanette. Entrevista concedida ao autor em 24/08/11.

GLOSSÁRIO

Entrevero de pinhão – prato típico da região serrana de Santa Catarina e de outras regiões do sul do Brasil que no passado estiveram na rota dos tropeiros. Basicamente, o prato é composto pelo pinhão, o ingrediente principal, por carnes (bovina e suína), inclusive embutidos (linguiça), pimentões (vermelhos, amarelos e verdes), tomates e temperos. Os ingredientes são cortados em cubos para serem preparados e posteriormente é comum serem servidos com pão nas festas típicas.

Paçoca de pinhão – assim como o entrevero, outro prato típico da região serrana de Santa Catarina e de outras regiões do sul do Brasil que no passado estiveram na rota dos tropeiros. Os ingredientes são os mesmos encontrados no entrevero, com exceção dos pimentões e preparados e servidos diferentemente. Para a paçoca de pinhão, além de cortados em cubos, ao final os ingredientes são moídos e servidos em um prato, eventualmente com algum acompanhamento como arroz branco.

Pinhão – em termos botânicos é a semente de várias *pinaceaes* e *araucariaceaes*. No Brasil, o pinhão é geralmente associado ao Pinheiro-brasileiro ou Pinheiro-do-Paraná (*Araucaria angustifolia*), que é encontrado em boa parte do território nos três estados do sul do país, embora tenha sofrido uma grande diminuição populacional devido à exploração durante o século XX.

Tropeiros – no sul do país, no século XVII, antes do surgimento das estradas de ferro, eram os responsáveis pelo transporte de mercadorias, principalmente muares e charque entre Viamão (RS) e Sorocaba (SP). Além do transporte de mercadorias, eles foram também responsáveis pela circulação de ideias e notícias, entre outros aspectos relacionados a constituição social e cultural de muitos povoados por onde as tropas passavam nos estados do sul e em São Paulo. Atualmente, são reconhecidos como fundadores em muitos municípios surgidos desses povoados, aí incluídos muitos municípios da região serrana de Santa Catarina.

APÊNDICE A – UM DIA DE TURISTA

Reconstruir aqui a experiência que eu tive como turista, junto com minha esposa, é interessante como um dado adicional para retratar como as narrativas sobre a Serra são constituídas e apresentadas. Além disso, pode contribuir para destacar as especificidades que possui a narrativa etnográfica. Por isso, abro um parênteses para minha narrativa turística. Nossa experiência havia começado já na Pousada onde estávamos instalados, que escolhemos após passar por diversas outras e buscarmos informações no Centro de Informações Turísticas (CIT). Após o café da manhã, pedimos uma sugestão à funcionária da recepção, que já sabia que eu estava lá porque tinha interesse em fazer uma pesquisa. Primeiramente, ela nos indicou os passeios da Tribo da Serra. Segundo ela, eram quatro roteiros organizados pela Tribo da Serra para os quatro dias do feriado por pontos da região, dos quais lembro principalmente de visitas aos cânions e aos morros de Urubici¹⁸⁶. Todos os roteiros tinham saída marcada por volta de oito horas da manhã e ela não soube nos informar quanto custava. Mas, enfatizou que para conhecer a região era muito melhor recorrer ao pessoal da Tribo de Serra do que buscar fazer de carro (na pousada vendem um mapa com todos os roteiros e com dicas para visitar os pontos). Pois, segundo ela, eles conhecem todos os atalhos e as melhores formas de percorrê-los. Segundo ela, fazê-los por conta própria poderia acarretar em algum problema (se perder, acidente, etc). Além do que, em determinados horários e condições do tempo não seria possível ver nada nesses pontos da região – tais horários e condições do tempo seriam melhor conhecidos pelo pessoal da Tribo da Serra. Outro passeio sugerido foi à Villa Francioni, vinícola situada a poucos quilômetros da entrada de São Joaquim. Explicou-nos rapidamente como era um bom passeio e sugeriu que verificássemos em quais horários poderíamos fazer o passeio.

Pensávamos chegar até o centro de São Joaquim e conhecer a Tribo da Serra para saber de seus roteiros. Mas, caminhando até o centro fomos percebendo como as pessoas, em bares que encontrávamos pelo caminho, fazendo seu churrasco dominical ou jogando conversa fora com os amigos, nos olhavam com um ar de curiosidade do

¹⁸⁶ <http://www.tribodaserraeco.com.br/#/roteiros>

tipo “quem são esses”. Ao chegar à praça onde fica o CIT resolvemos sentar em um banco e ficar observando, ao invés de ir até a Tribo da Serra. O banco se encontrava exatamente em frente ao Empório Quatro Estações, o qual visitamos em 2009 e vendia basicamente *souvenirs* relacionados a São Joaquim¹⁸⁷. De onde nos encontrávamos, víamos o lado direito do CIT, que fica de frente para a rua principal do centro.



Figura 3: Parte da fachada do Empório Quatro Estações. Fonte: Foto do autor.

¹⁸⁷ Lorena também havia ido comigo para São Joaquim em meu último trabalho de campo para a dissertação de mestrado em 2009, quando já tentava entender algo sobre a produção de imagens regionais. Ela foi sempre uma interlocutora na construção de muitas ideias que trabalho aqui. Por exemplo, verificamos juntos que os *souvenirs* são basicamente em torno de três símbolos: araucária, maçã e neve.



Figura 4: Lateral do Centro de Informações Turísticas de São Joaquim. Fonte: foto do autor.

No trecho da rua que começa em frente ao CIT, até uma quadra da próxima praça a rua se afunila em apenas uma mão. Entre essas duas praças as pessoas circulavam caminhando. Durante a manhã vimos vários *turistas*, principalmente casais – com ou sem filhos – e a noite ‘habitantes locais’. Entre esses dois momentos era quase uma rua diferente. Enquanto observamos a Praça do CIT, vimos *turistas* chegarem e entrarem no CIT, onde permaneciam por pouco tempo. Alguns pegavam a direção até onde tinham deixado seu carro, outros procuravam algo para visitar. Moradores locais também passavam pelo local, e o que os distinguiu de *turistas*, em primeiro lugar, era a falta de uma câmera fotográfica em punho. Em segundo lugar, víamos que os turistas andavam sorridentes, com uma ‘cara boa’, de alguém que está ali justamente para não ter preocupações. Andavam mais relaxados, sem pressa, olhando para os lados e para cima. Alguns que eram mais objetivos no caminhar e procuravam seu automóvel me passaram a impressão de que estavam a procura de hotel/pousada ou de outro destino onde iriam descansar¹⁸⁸.

Nós também estávamos com uma câmera fotográfica em mãos. Aparentávamos também estarmos sentados sem preocupação. Assim, acredito, provavelmente também passávamos por *turistas* aos olhos dos moradores que transitavam por aquelas ruas. Outro grupo de estranhos que por ali estavam, bem em frente ao CIT, eram

¹⁸⁸ Isso tudo eu e Lorena observávamos juntos e comentávamos sobre. Onde o texto está em primeira pessoa se deve ao fato de eu ter feito a escrita para meu diário particular.

motoqueiros. Estes falavam alto, andavam de um lado ao outro em curtas distâncias comentando diferenças e ajustes de suas motos. Ao passo que alguns aproveitavam para tirar fotos dos canteiros de flores em forma de maçã situados na praça. Os *turistas* descritos anteriormente, que observamos em intervalo de quase duas horas (cerca de seis casais), não tiravam fotos nessa praça, o que percebemos que era feito na outra praça.

Na outra praça verificamos que casais – acompanhados por filhos, sozinhos, ou com outras pessoas que poderia ser familiares ou amigos – fotografavam (cerejeiras floridas principalmente) e se detinham com mais tempo em alguns pontos que revelavam algo sobre São Joaquim, como a Igreja Matriz e o monumento ao fundador da cidade Manoel Joaquim Pinto (ver figuras)¹⁸⁹. Descemos à praça, que se encontra em um nível de um metro ou dois abaixo da rua principal do centro e passamos primeiramente pelas cerejeiras, um dos símbolos da colonização japonesa que se destaca nessa época do ano com uma linda florada rosa e em julho é congelada nas noites frias com irrigação artificial (o sistema de irrigação permanece o ano todo instalado). Há nessa praça uma cerejeira que foi plantada pelo cônsul japonês em sua visita a cidade em comemoração ao centenário da imigração japonesa.



Figura 5: Fachada principal da sede do Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau e praça defronte. Fonte: foto do autor.

¹⁸⁹ A sede do Serra Catarinense Conventions & Visitors Bureau fica de frente para essa praça na rua principal, do lado contrário ficam a prefeitura e a câmara de vereadores e entre os dois lados, também de frente para a praça fica a Igreja Matriz. Nessa praça, do lado contrário a Igreja Matriz também se localiza o estúdio de inverno da RBS TV.



Figura 6: Placa na praça relembra o turista do gelo que no inverno deixa o piso escorregadio. Fonte: foto do autor.



Figura 7: Monumento que representa a mão do povo joaquinese desabrochando de uma flor de macieira, em homenagem ao jubileu do Padre Blévio Ozelame. Fonte: foto do autor.



Figura 8: Turistas fotografando e visitando nos arredores da Igreja Matriz. Fonte: foto do autor.



Figura 9: Turista visitando o monumento em homenagem a Manoel Joaquim Pinto, fundador de São Joaquim. Fonte: foto do autor.



Figura 10: Monumento a Manoel Joaquim Pinto em detalhe. No interior de um tronco de Araucária foi esculpido uma tropa em direção a uma Araucária; já no exterior tropeiros em diversos motivos. Em um dos lados o monumento é sustentado por uma maçã e um pinhão (semente de Araucária). Fonte: foto do autor.



Figura 11: O monumento a Manoel Joaquim Pinto entre a Prefeitura e a Câmara de Vereadores. Fonte: foto do autor.

Com isso, vê-se que na experiência de um *turista*, a narrativa mestra sobre a região é facilmente verificável, pois está presente no monumento ao fundador da cidade que enfatiza a importância dos tropeiros e a união dos municípios da região, na Igreja Matriz construída em estilo característico regional, nas cerejeiras que além de serem símbolo nacional japonês também integram um evento característico do inverno que é o congelamento das mesmas, no monumento em homenagem ao Padre Blévio que representa a união da Igreja e o povo joaquinese na fruta que é o esteio econômico local mais importante dos últimos cinquenta anos. Enfim, tudo ali parece confluir para o reforço da imagem regional, que podem ser reforçadas para os turistas por determinados encontros, de um centro de informações a um *folder*, de um monumento a um (a) funcionária (o). Encontros esses os quais não isentam o etnógrafo, senão o fazem ter que considerar e reconsiderar suas escolhas de pesquisa.

ANEXOS

ANEXO A – Ofícios do Grupo Gestor

Grupo Gestor de Turismo e sua atuação!

Em reunião realizada no último dia 23 de maio no Serra Catarinense Convention & Visitor's Bureau, o grupo gestor de São Joaquim enviou três ofícios fazendo as suas reivindicações iniciais para que o turismo de São Joaquim seja tratado de forma profissional e que cada vez mais melhore a sua qualidade, o Grupo entende que das 14 prioridades elencadas junto ao SG65, Ministério do Turismo, estas sejam as primeiras que necessitam ser postas em prática efetivamente, como disse em colunas anteriores, não podemos mais brincar de fazer turismo, a coisa é séria e deve ser tratada como tal.

O Grupo Gestor espera ser ouvido e as reivindicações postas em prática dentro do prazos estipulados. O próprio grupo entende e sabe que é necessário cumprir metas e fez a sua parte junto ao Município cumprindo dentro dos prazos estabelecidos tudo aquilo que o Mtur, o Instituto Marca Brasil e a Fundação Getúlio Vargas exigiram, segue abaixo, cópia dos ofícios enviados, ao Prefeito Municipal, a Secretária Regional e ao Governador do Estado, o grupo espera que todas solicitações sejam postas em prática!

São Joaquim, 25 de Maio de 2011.

Ofício nº 002/GG/2011.

Exmo. Sr.

JOSÉ NERITO DE SOUZA

Prefeito Municipal

São Joaquim - SC

Prezado Prefeito,

O Grupo Gestor de São Joaquim, atendendo orientações do Ministério do Turismo, do Instituto Marca Brasil e da Fundação Getúlio Vargas, vem por meio deste, solicitar de Vossa Excelência, que sejam cumpridas as metas que estão estipuladas no SG65, para que nosso Município não corra mais o risco de perder a condição de Indutor do Turismo Catarinense, reiterando que estas metas deverão ser cumpridas efetivamente, pois o referido grupo vem trabalhando durante todo o ano de 2010 e também nestes meses de 2011, onde tivemos que refazer todo o trabalho designado pelos órgãos acima citados que tínhamos um ano de prazo, em apenas um mês! O

Grupo Gestor realizou um trabalho eficaz, e em 30 dias, conseguiu cumprir todas as metas estipuladas. Cabe a partir de agora ao Poder Público Municipal e Estadual cumprirem as exigências oriundas do Mtur, no sentido de desenvolvermos o Turismo de São Joaquim e da Serra Catarinense.

As metas iniciais são as seguintes:

1º) Alterar o nome da Secretaria de Turismo, Indústria e Comércio para Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte. Pois deverá ser repassado ao Fundo Municipal de Turismo o valor de 7% referente a devolução do ICMS à Prefeitura Municipal. Prazo para esta meta: Até 30 de Junho de 2011.

2º) Solicitar através de Projeto de Lei para a Câmara de Vereadores, o valor de 25% do IPTU, ou de 70% do ISS gerado pelo Município para que seja destinado ao Fundo Municipal de Turismo. Prazo para esta meta: Até 31 de Julho de 2011.

O Grupo Gestor, através de reunião realizada no dia 23 de maio de 2011, entende que, estas ações são fundamentais para que o processo de desenvolvimento do nosso turismo, através deste importante passo seja de uma vez por todas levado a sério, com a efetivação desta ação o Grupo Gestor, juntamente com o Conselho Municipal de Turismo, estará chamando à responsabilidade todas as entidades joaquineses para participarem, contribuindo também com o Fundo Municipal de Turismo através da instituição do Tax-room (Taxa agregada aos recebimentos de cada empresa, destinada ao fundo).

O Grupo Gestor entende que este processo alavancará definitivamente o desenvolvimento do Turismo Joaquinense.

Exma. Sra.

SOLANGE S. PAGANI

Secretária de Estado do desenvolvimento Regional – São Joaquim

São Joaquim - SC

Senhora Secretária,

O Grupo Gestor de São Joaquim, designado pelo Ministério do Turismo, Instituto Marca Brasil e Fundação Getúlio Vargas, atua como articulador para cumprir as metas que estão estipuladas no SG65, para que o Município de São Joaquim se mantenha na

condição de Indutor do Turismo Catarinense. O referido grupo vem trabalhando desde o ano de 2010, para atender as exigências oriundas do Mtur, no sentido de desenvolvermos o Turismo de São Joaquim e da Serra Catarinense.

Assim sendo, gostaríamos que Vossa Excelência, através da Sra. Valéria Bleyer Zanette, agendasse uma reunião para receber o nosso Grupo em seu gabinete, onde estaremos levando ao seu conhecimento toda atuação do Grupo até então e também obtendo algumas informações relativas à SDR – São Joaquim por parte de Vossa Excelência.

Aguardamos a Vossa manifestação, assim como a data para que possamos visitá-la em seu gabinete.

Sendo o que tínhamos para o momento e contando com o alto espírito público, peculiar em Vossa Excelência, penhoradamente o Grupo Gestor de São Joaquim agradece.

Exmo. Sr.

RAIMUNDO COLOMBO

Governador do Estado de Santa Catarina

Florianópolis - SC

Senhor Governador,

O Grupo Gestor de São Joaquim, designado pelo Ministério do Turismo, Instituto Marca Brasil e Fundação Getúlio Vargas, atua como articulador para cumprir as metas que estão estipuladas no SG65, para que o Município de São Joaquim se mantenha na condição de Indutor do Turismo Catarinense. O referido grupo vem trabalhando desde o ano de 2010, para atender as exigências oriundas do Mtur, no sentido de desenvolvermos o Turismo de São Joaquim e da Serra Catarinense.

Em função da não realização da Festa Nacional da Maçã, os vários setores envolvidos estão apoiando a realização do Festival de Inverno de São Joaquim, haja visto o enorme prejuízo causado pela não realização da mesma, fato este inclusive apontado como extremamente negativo pelo Instituto Marca Brasil.

Como acontece todos os anos, a nossa alta temporada turística ocorre nos meses de inverno, onde há uma super lotação da Serra Catarinense, com base nestes

fatos salientamos a importância da realização de um evento organizado, que venha suprir as necessidades sociais e culturais de nossos visitantes com qualidade, face a isto, solicitamos a Vossa Excelência uma atenção muito especial, com aprovação do Projeto do Festival de Inverno, que tem como proponente a Prefeitura Municipal de São Joaquim, e encontra-se junto ao SEITEC, sob nº PTEC 17/0173, na SOL, no valor de R\$. 150.000,00 (cento e cinquenta mil reais).

Aproveitando a importância deste pedido, gostaríamos que Vossa Excelência realizasse a Operação Inverno, como ocorre na Operação Verão da Polícia Militar de Santa Catarina, em todos os Municípios que compõe a 28ª SDR, a exemplo do que acontecerá em Lages.

Temos convicção de que o turismo é a mola alavancadora do desenvolvimento da Serra Catarinense, por esta razão é que solicitamos este pleito, temos igualmente a convicção de que Vossa Excelência, como serrano catarinense que é, viabilizará nossa solicitação, pois conhece profundamente as nossas necessidades.

Sendo o que tínhamos para o momento e contando com o alto espírito público, peculiar em Vossa Excelência, penhoradamente o Grupo Gestor de São Joaquim agradece.

Atenciosamente. Membros do GG

Eduardo Luiz Sobânia

Presidente do Condetur

Nádia Terezinha de Souza

Presidente da Protur

Josiane Velho

Secretária Executiva do Serra Catarinense C&VB

Pedro Paulo Goulart da Silva

SDR- São Joaquim

Valéria Bleyer Zanette

SDR – São Joaquim

Maria Gorete Oderdenge

Secretária Municipal de Turismo

Luciano Tomasini

Restaurante Pequeno Bosque

Karin Bathke

Pousada Caminhos da Neve

Fonte:

http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1898:grupo-gestor-de-turismo-e-sua-atuacao&catid=50:colunistas – Acesso em 29/10/2013.

ANEXO B – Carta enviada ao prefeito José Nérito de Souza pelas entidades que solicitaram o cancelamento da Festa da Maçã de 2011.

*O setor atravessa dificuldades financeiras, em função dos problemas de comercialização, alto endividamento dos produtores, falta de infra-estrutura para armazenamento da maçã, entrada de frutas de outros países, baixa rentabilidade, indefinição de preço mínimo, entre outros.

*As condições climáticas adversas desfavoráveis, reduzindo qualidade e quantidade, em algumas situações com perda total da produção de Maçã por algumas famílias, além da dificuldade do escoamento da safra em função da situação das estradas municipais e estaduais.

*Havia compromisso por parte do Executivo Municipal com o setor da Maçã de que a realização da festa seria bi-anual e em 2011 não haveria a edição da Festa Nacional da Maçã.

*Quando da realização da mesma haveria a participação e o envolvimento de toda a sociedade, principalmente do setor produtivo na organização e planejamento da Festa Nacional da Maçã, debatendo prioritariamente os temas: PÚBLICO ALVO, ÉPOCA DE REALIZAÇÃO, FREQUENCIA, ENVOLVIMENTO DOS FRUTICULTORES, CONCURSO NACIONAL DE QUALIDADE DA MAÇÃ, ORÇAMENTO DA FESTA, VALORIZAÇÃO DA GASTRONOMIA, CULTURA E ARTESANATO LOCAL, CRIAÇÃO DA COMISSÃO CENTRAL ORGANIZADORA PERMANENTE, ENTRE OUTROS ASPECTOS.

*A AMAP, SANJO, COOPERSERRA, FRUTAS DE OURO, ECONEVE, COOPERMUSE, COOPERSÃOJOAQUIM, HIRAGAMI'S FRUIT, VISTA ALEGRE, CLUBE DOS DIRETORES LOJISTAS (CDL), REPRESENTANTES DOS BARES, HOTEIS E RESTAURANTES, ASSEA, NUTASJ, ACAVITIS, SINDICATO DOS TRABALHADORES RURAIS DE SÃO JOAQUIM, EPAGRI, LOJAS MAÇONICAS, COMISSÃO PRO-FUNDAÇÃO DO OBSERVATORIO SOCIAL, PRÓTUR, MOVIMENTO DAS MULHERES CAMPONESAS, CONDETUR, resolveram não participar, nem apoiar a Festa Nacional da Maçã da forma como vem sendo organizada e realizada.

Baseado nas considerações acima, o CMDR juntamente com as entidades apoiadoras propõe:

Que a XIX Festa Nacional da Maçã seja transferida para o ano de 2012, com o apoio de todas as entidades que participaram e assinam este documento, desde que contemplada as considerações deste.

Que seja realizado um evento na mesma data, resgatando a cultura e tradição do povo serrano, não utilizando o título de FESTA NACIONAL DA MAÇÃ.

Fonte:

http://www.serrasc.com.br/index.php?option=com_content&view=article&catid=388:noticias&id=2527:prefeito-chamara-grupo-para-discutir-a-festa-da-maca-de-2012. – Acesso em 06/10/13

ANEXO C – Carta de Ana Mariza Nunes solicitando a cassação do prefeito José Nérito de Souza

Ilmo senhor Presidente da Câmara de Vereadores de São Joaquim – SC.

(Ref. Solicitação de Documentos)

Ana Mariza Nunes, brasileira, divorciada, professora, eleitora da 28º Zona eleitoral e portadora do título de eleitor nº 036910020930, residente e domiciliada na Rua Marcos Batista, nº 365, Ap. 102, centro da cidade de São Joaquim – SC, comparece à presença de Vossa Senhoria, para solicitar cópia dos documentos que compõem a CPI (Comissão Parlamentar de Inquérito) da XVIII Festa Nacional da Maçã, realizada por esta Casa Legislativa, com especial atenção aos documentos solicitados ao Executivo pela referida CPI.

Servirão estes documentos para conferir os fatos apurados e relatados pela CPI e assim instruir eventual pedido de “Impeachment” do Senhor Prefeito Municipal José Nérito de Souza, com base no Decreto lei 201/67, que trata dos crimes de responsabilidade dos Prefeitos.

Nestes Termos Espera Deferimento.

São Joaquim, 16 de agosto de 2011.

Ana Mariza Nunes

Ao Senhor

Sergio Oliveira de Souza

DD Presidente da Câmara Municipal de Vereadores

São Joaquim – SC.

Ref. Denúncia por infração Político-administrativa

Ana Mariza Nunes, brasileira, divorciada, professora, eleitora da 28º Zona eleitoral e portadora do título de eleitor nº 036910020930, residente e domiciliada na Rua Marcos Batista, nº 365, Ap. 102, centro da cidade de São Joaquim – SC, comparece à presença de Vossa Senhoria, pessoalmente, para fazer a presente

DENUNCIA (Art. 5º, I do Dec. 201/67), contra o Prefeito Municipal de São Joaquim, José Nérito de Souza, brasileiro, divorciado, residente e domiciliado a Rua Papa João XXIII, bairro Martorano, São Joaquim – SC e o faz com base nos seguintes fatos:

“A administração pública direta e indireta de qualquer dos poderes da união, dos estados, do distrito federal e dos municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência” (C art.37, CF – grifamos o texto)

1 – O Prefeito Municipal, ao longo do mandato, tem dificultado, reiteradamente a atuação dos senhores Vereadores, deixando muitas vezes de responder a grande maioria dos requerimentos que lhe são enviados, impossibilitando-os de exercerem a fiscalização de atos administrativos, gerando entre os cidadãos, uma grande incerteza quanto à observância dos itens enumerados pelo artigo 37 da Constituição Federal.

1.1) Neste sentido e como se pode observar do requerimento nº 06/2011 (vide documentos em anexo), alguns vereadores cansados em ver negados seus pleitos de elucidação dos atos públicos, requereram a instalação de Comissão Parlamentar de Inquérito, a fim de apurar os atos relativos à realização da XVIII Festa Nacional da Maçã.

1.2) Concluído os trabalhos da CPI e devidamente aprovado seu relatório final, por requerimento, lhe foi disponibilizado cópia pela Câmara de Vereadores, inclusive dos documentos que o acompanham.

1.3) Segundo o resultado apresentado, restou muito claro a forma como os documentos foram omitidos e sonegados pelo Executivo Municipal, especialmente pela negativa de fornecimento dos comprovantes de entrada das receitas auferidas, senão vejamos alguns trechos do relatório, às fls. 2 daqueles autos:

“ ...Apesar das dificuldades encontradas pelos Membros da Comissão, principalmente no sentido de conseguir os documentos solicitados junto ao Executivo Municipal, com especial atenção a solicitação das Receitas da Festa, as quais não foram enviadas, nem tão pouco informadas, apesar de terem sido solicitadas oficialmente por três vezes...);

3, “...Recebemos em resposta do Ofício Nº 46/CM/2011o Of. Gab. Nº 034/2011 (p. 23) do Senhor Prefeito em data de 29/03/2011, com seus respectivos anexos (p. 24-

37). Originando nova solicitação por parte da Comissão no sentido de reiterar as solicitações (p. 38), pelo simples motivo de nada ter respondido daquilo que foi solicitado nesse respectivo Ofício. Originando assim os Ofícios Nº 064, 065, 066, 067/CM/2011 (p. 40-43) todos encaminhados e devidamente protocolados no dia 30 de março de 2011...”).

42, “...Não recebemos documentação alguma com relação à venda e nem tão pouco com relação aos valores arrecadados, embora solicitado especificamente por três oportunidades, o que não foi atendido...” 44, “...Já com relação às Receitas fruto da realização da Festa não tivemos a mesma sorte, por que, embora exaustivamente Requerido pela CPI os valores, nunca recebemos as informações solicitadas de forma específica, recebemos é verdade a informação de que existiu um recurso de ordem Estadual no valor de R\$ 100.000,00 e outro Federal de R\$ 550.000,00; e afirmamos que estes dois recursos foram os únicos apresentados a CPI como receitas da FESTA, pelo Executivo Municipal, ainda que em documento pouco informativo. É bem verdade que solicitamos maiores informações junto ao Executivo que preferiu ignorar as solicitações, como se pode observar, quando pedimos especificamente que fosse informado a forma de tais recursos, Estaduais e Federais, o que foi feito no Ofício 43/CM/2011 (pg. 16), foram somente em parte respondidas, foi solicitado, “lista com cópia de todas as RECEITAS, relativas à XVIII Festa Nacional da Maçã, assim como, os repasses Estaduais e Federais se houveram, informando onde estes recursos foram alocados”. O que a CPI recebeu foi somente atendido com relação aos recursos Estaduais e Federais, que embora de forma subscrita a caneta onde informa em uma razão analítica de conciliação bancária extraída do sistema BETHA, tratar-se de recurso do Estado (pg.164) e União (pg.242) e escritos a caneta. Ainda cumpre salientar que com relação à arrecadação de Bilheteria e Locação de espaços, jamais tivemos a informação oficial do executivo sobre os valores, apenas nos foi informado pelo Sr. Inácio os valores e ainda pior a responsável pela locação de espaços, afirmou em seu depoimento não ter conhecimento dos valores, embora confirmasse ser a responsável exclusiva sobre o assunto, da mesma forma aconteceu com responsável pela bilheteria...”

1.3 – Ora, senhor Presidente, como pode a CPI não observar que o senhor Prefeito Municipal descumpriu o inciso III do artigo 4º do Decreto-Lei 201/67 – que muito claro em dizer:

“Art. 4º São infrações político-administrativas dos Prefeitos Municipais sujeitas ao julgamento pela Câmara dos Vereadores e sancionadas com a cassação do mandato: III – Desatender, sem motivo justo, as convocações ou os pedidos de informações da Câmara, quando feitos a tempo e em forma regular.”

1.4 – De sua vez, encontramos na Lei Orgânica do Município de São Joaquim, a seguinte disposição:

“Os pedidos de informações, as requisições de documentos e a convocação de Secretários Municipais e dirigentes de órgãos da administração, pela Câmara Municipal, deverão ser atendidos no prazo máximo de 30 dias, sob pena de incursão em crime político-administrativo e de responsabilidade” (artigo 27 – grifamos)”

1.5 – Contrariou o Senhor Prefeito Municipal, ao negar o fornecimento desses documentos, também o inciso XX do artigo 25 da LOM – que é expresso em dizer:

“Compete privativamente à Câmara, exercer as seguintes atribuições: XX – fiscalizar e controlar os atos do Poder Executivo, inclusive os da administração indireta, com acesso livre dos vereadores aos seus setores, inclusive a documentos” (grifamos)

1.6 – além do mais é muito claro e incontroverso os ofícios expedidos pela Câmara por solicitação da CPI no sentido sempre de requerer a documentação relativas às Receitas da Festa em estudo, é o que claramente se observa do Ofício nº43/CM/2011, “... solicitar que seja encaminhada a esta Casa Legislativa, lista com cópia de todas as receitas relativas a XXVIII Festa Nacional da Maçã...” (documento em anexo); Ofício nº064/CM/2011 “... vem por intermédio deste, a pedido da Comissão Parlamentar de Inquérito reiterando o Ofício nº43/CM/2011... solicitar que seja encaminhada a esta Casa Legislativa, lista com cópia de todas as receitas relativas a XXVIII Festa Nacional da Maçã...” e ainda Ofício nº113/CM/2011 “...requerer documentação relativa XXVIII Festa Nacional da Maçã, conforme já solicitado no Ofício nº43/CM/2011...”; Ofício nº114/CM/2011, o qual transcrevo na íntegra para que não se possa alegar que a solicitação tenha sido clara:

“Venho através deste, atendendo a requerimento do Vereador Joaquim Costa Borges Júnior, requerer documentação relativa a XXVIII Festa Nacional da Maçã, conforme já solicitado no Ofício nº43/CM/2011, datado e protocolado no dia 15 de Março de 2011, onde fora solicitado lista com copia de todas as receitas relativas a XXVIII Festa Nacional da Maçã, ocorre que quanto a isto nada foi respondido, nem tampouco enviado qualquer documentação relativa, por esta razão solicitamos, novamente que seja informado todas as receitas, que foram originadas aos cofres públicos em razão da realização da festa, informando especificadamente e acompanhado dos respectivos documentos comprobatórios:

Receita com bilheteria, a tiragem de ingresso e permanentes, cópia dos ingressos e permanentes que sobraram informando claramente quantos foram confeccionados e quantos foram vendidos e quantos sobraram;

Enviar copia do mapeamento de espaços que foram locados informando o valor de cada um deles com seus respectivos documentos;

Com relação a estacionamento em frente ao centro de eventos enviar a documentação relativa à sua locação, conforme informado no OF.GAB.Nº046/2011 em seu item 3,d;

Se além dessas existirem outras receitas também informar acompanhadas de seus documentos comprobatórios;

Enviar cópia dos extratos bancários onde estas receitas deram entrada, enviando ainda quando houver respectivas guias e/ou cópias dos recibos quando for o caso”; isto tudo ainda foi uma vez mais reiterado pelo Ofício nº140/CM/2011.

1.7 – Pasmе Senhor Presidente, vejamos o que respondeu o Senhor Prefeito no OF.GAB.N.099/2011: em resposta ao Ofício n.140/CM/2011, datado de 15 de junho do corrente ano, temos a informar que não estamos querendo prejudicar o serviço que a CPI vem fazendo, mas também não podemos ficar repetidamente prestando as mesmas informações e enviando os mesmos documentos e , assim como Vossa senhoria, estamos cansados das acusações de que “ não mais serão aceitas respostas evasivas e ou subentendidas”

- Ofícios 43 e 113, já foram respondidos e damos os assuntos por esgotados.
- ofícios 114

a) anexo cópia das Notas Fiscais Ns. 001157, 001302 e 001328, referentes à impressão de ingressos para Festa da Maçã.

b) anexamos Mapa do Parque que mostra por numero os espaços que a legenda descreve, o qual já foi entregue a CPI pela Diretora da pasta do Turismo.

c) o estacionamento citado foi locado, como qualquer um dos outros espaços e, cujos esclarecimentos já foram prestados pela Diretora da pasta do Turismo e depoimento a CPI (cópia do comprovante de depósito e manual de expositores/comerciantes);

d) faltou objetividade na pergunta, e

e) já foram todos enviados em anexo ao Of.Gab.N.079/2011, composto de 26 cópias de documentos bancários.

1.8 – Veja, Senhor Presidente, por estes motivos e documentos resta muito mais do que evidenciado o não atendimento das documentações pleiteadas e que com muita estranheza pude observar a insistência que teve a Comissão em ver atendidas as suas solicitações, que no meu ver foi um ato de submissão aos desmandos do Executivo, além de ter me causado indignação o fato da Comissão em suas recomendações não ter recomendado a instauração de procedimento de Impeachment, em razão do absurdamente claro afronto ao disposto no Art.4º, III do Dec.201/67.

A composição dessa denúncia, dentre as inúmeras irregularidades encontradas pela CPI, apesar de o Senhor Prefeito ter se negado em repassar os documentos pedidos, relaciona-se apenas ao fato menos grave, é verdade, rejeitando os outros fatos, muito mais graves, como posso destacar a forma de contratação dos shows da Festa, o fato curioso das Empresas se repetirem nos procedimento licitatórios e outros tantos fatos absurdos, mas que, conceitualmente, se enquadram na sessão de “ crimes de responsabilidade” cuja averiguação não compete ao Legislativo, segundo os ditames do Decreto-Lei 201/67, porém esta atribuição a CPI cumpriu quando do envio de seu relatório ao Ministério Público.

Ante exposto, recebida a denúncia, espera o denunciante que o Presidente da Câmara Municipal de São Joaquim, como é de sua competência, determine a sua

leitura, na primeira sessão e consulte a Câmara sobre o seu recebimento – pelo voto da maioria dos presentes (maioria simples, portanto).

Se aceita, proceder-se-á, na mesma sessão, a constituição da Comissão processante, composta de três membros, por sorteio entre todos os Vereadores titulares – que elegerão, desde logo, o presidente e o relator (vide parágrafo II do artigo 5º do Decreto-Lei 201/67).

Prosseguindo-se, após de acordo com o processo estabelecido no inciso seguinte (III) – observando-se sempre, a partir dessa fase, o estabelecimento do contraditório e da ampla defesa do denunciado, para evitar a declaração de nulidade.

No final, observado o prazo preclusivo de 90 dias, feitas as votações, uma para cada item da denúncia, a mesma será julgada procedente, pelo voto de 2/3 dos membros da Câmara, com a proclamação, pelo Presidente da Câmara, do resultado, de cada votação e, havendo condenação, deverá expedir, de imediato, o competente Decreto Legislativo de cassação do mandato do Prefeito Municipal – ao contrário, determinará o arquivamento do processo – comunicando o resultado a Justiça Eleitoral.

Copia desta denúncia está sendo remetida ao representante local do Ministério Público, para que tome conhecimento dos fatos aqui elencados.

Fonte: <http://saojoaquimonline.com.br/25/08/2011/eleitora-pede-o-impeachment-do-prefeito-na-camara-de-vereadores/> - acesso em 06-10-13