

Heterotopologia: uma possível geopolítica dos espaços turísticos¹

Heterotopology: a possible geopolitic of touristic spaces

Marcela Montalvão Teti; Kleber Prado Filho

Universidade Federal de Santa Catarina

RESUMO:

O presente texto desenvolve uma reflexão acerca da possibilidade de pensar os espaços turísticos a partir da perspectiva foucaultiana de análise. Embora em nenhum momento do pensamento de Michel Foucault a problemática do turismo tenha sido levantada, foi possível produzir uma aproximação com o tema do turismo a partir de questões relacionadas ao espaço. Em um estudo realizado a partir da noção de heterotopia, de acordo com Michel Foucault, foi possível pensar, primeiramente, o espaço turístico como um espaço heterotópico. Em seguida, pensar a constituição do território heterogêneo e de múltiplos posicionamentos a partir de jogos de saber-poder. Este texto reúne aspectos geopolíticos na produção de um destino turístico Urubici, espaço heterotópico, localizado na região da Serra Catarinense, no estado de Santa Catarina.

Palavras-chave: Heterotopia, Geopolítica, Destino Turístico.

ABSTRACT:

This paper developed a debate about the possibility of thinking of the tourist areas from the perspective of Foucaultian analysis. Although at no time did the thought of Michel Foucault's problematic of tourism has been lifted, it was possible to produce an approach to the theme of tourism from issues related to space. In a study based on the notion of heterotopy, according to Michel Foucault, it was possible to think, first, the space tourism as a heterotopic space. Then think about the constitution of the territory of heterogeneous and multiple placements from knowledge-power games. This text gathers geopolitical aspects in the production of a tourist destination Urubici, heterotopic space, located in the Serra Catarinense, state of Santa Catarina.

Key-words: Heterotopy, Geopolitics, Tourist Destination.

O turismo tomado sob uma perspectiva foucaultiana leva a alguns impasses. Primeiro de ordem teórico-conceitual, na medida em que Michel Foucault não se propôs a estudar o fenômeno turístico. Os trabalhos de Foucault estiveram em torno de temas como: sexualidade, penalidades, ciências humanas, loucura, saberes e práticas médicos, psicológicos, modos de subjetivação da antiguidade grega, romana, cristã, entre outros. Depois, Michel Foucault privilegia a análise das forças, das relações de poder e deslocase das relações econômicas ou de produção, tema a partir do qual o turismo é tradicionalmente abordado. Para ele, em um primeiro momento, a história das lutas no

século XX é a dos enfrentamentos de poder e, em segundo, as relações de poder são complexas e comportam, dentre outras, as relações de cunho econômico (FOUCAULT, 1995: 232).

Inicialmente a aproximação entre Michel Foucault e o campo de análise do turismo pôde ser feita a partir da perspectiva crítica de trabalho. Em entrevista, Foucault (2006b: 75) deixa claro que não é especificamente pesquisador de ciências sociais. Importa para ele mostrar e analisar como as estruturas políticas e também as sociais estão associadas, conectadas, a um tipo específico de técnicas de poder nas instituições, a exemplo dos asilos e das prisões. Ele está interessado no governo do indivíduo. O objetivo do seu trabalho não é a história das ideias ou das instituições, mas da racionalidade das relações, de seus efeitos nas instituições e comportamentos dos indivíduos. Isso significa que tomar o turismo não como atividade econômica, mas a partir da racionalidade que atravessa seu funcionamento e das relações de poder envolvidas pode ser uma via de trabalho. Desse modo, é possível tomar o turismo em suas relações de saber-poder.

Há ainda outro impasse, na medida em que a noção de espaço, para o desenvolvimento do turismo, configura uma das noções mais importantes. As últimas diretrizes das políticas nacionais de turismo não privilegiam exclusivamente o turismo de hotelaria. Elas investem cada vez mais em espaços turísticos com base na composição de infraestrutura distribuída em um território. Os investimentos de governo são em formas de organização, a exemplo das redes interorganizacionais², a fim de que um município ou região se torne objeto de interesse de turistas, tanto internacionais como nacionais (BRASIL, 2008a). Porém, nos textos de Michel Foucault, o que se observa é que temas como espaço e território ultrapassam o conjunto de suas preocupações. Sua pesquisa é histórica e de perspectiva política, não apresentando uma espacialização das análises como prerrogativa (FOUCAULT, [1979]2006). Como então proceder à pesquisa com base nos estudos foucaultianos, se na atualidade o turismo tem sido uma prática principalmente a “céu aberto”?

A proposta deste texto é investigar as possibilidades de estudar o turismo a partir de Michel Foucault. E o faz por meio da aproximação entre a noção de destino turístico e a de heterotopia, de acordo com Michel Foucault (2006a). Para o desenvolvimento da pesquisa, o destino escolhido foi aquele relacionado ao município de Urubici, estado de Santa Catarina. Para o trabalho de coleta e análise de dados, utilizou-se uma diversidade

de documentos, entre edições especiais de jornais, sítios na internet, organograma de instâncias de produção turística, dissertações e documentos oficiais sobre o turismo.

O Ministério do Turismo (Brasil, 2004a; 2004b) considera que, em decorrência das exigências feitas cada vez mais pelos turistas em suas estadas, um destino turístico deve prezar por qualidade de infraestrutura e serviços. Para o governo federal, o desenvolvimento do turismo deve estar relacionado à diversificação do mercado e da oferta, à especificação de produtos, à flexibilidade nos modos de gestão.

De acordo com Barretto (2006), a partir de uma perspectiva diversa daquela veiculada pelo governo federal, para que o turismo se desenvolva é preciso contar com elementos que compõem um arcabouço do fazer turístico. Além do planejamento da viagem, o turista deve contar com prestação de serviços no local receptivo, vias de acesso, saneamento básico, alojamento, atividades de lazer, infraestrutura para alimentação - recursos que garantem algum conforto, semelhante ao da vida urbanizada. Para a realização deste trabalho, o turismo é considerado como o “ato praticado pelos turistas” (Barretto, 2006: 16). Consequentemente, o destino turístico foi considerado como o local que é constituído para que o turista possa praticar suas atividades. No entanto, não um lugar qualquer, mas aquele que teve sua paisagem modificada em virtude de ações que viabilizassem o processo de urbanização turística, ou de *turistificação*³ de um destino específico.

Heterotopologia: um mapa dos espaços de compensação

Em entrevista concedida ao Círculo de Estudos Arquitetônicos, intitulada “Outros Espaços”⁴, Michel Foucault (2006a) fala que a história teria sido a grande mania que obcecou o século XIX. Temas em torno dos quais estiveram obcecados os historiadores: desenvolvimento e estagnação, crise e ciclo, acumulação do passado, grande sobrecarga de corpos, resfriamento ameaçador do mundo. A época atual, de acordo com Michel Foucault, seria “talvez de preferência a época do espaço”. Temas que remontam a pesquisas de espaço: justaposição, simultâneo, o próximo e o longínquo, o lado a lado, o disperso. De acordo com ele, “estamos em um momento em que o mundo se experimenta, acredito, menos como uma grande via que se desenvolveria através dos tempos do que como uma rede que religa pontos e que entrecruza sua trama” (FOUCAULT, 2006a: 411).

Afirmar o mundo em termos de *rede* não é um modo de negar o tempo. Seria pelo contrário certa forma de tratar o que se chamaria tempo e o que se chama história.

O tempo apareceria “como um dos jogos de distribuição possíveis entre elementos que se repartem no espaço” (FOUCAULT, 2006a: 413).

Para Michel Foucault, o problema do espaço na atualidade, de maneira concreta, se coloca menos em termos de técnica, e mais em termos de demografia. Consiste em saber quais as relações de vizinhança, o tipo de estocagem, circulação, localização, classificação dos elementos que são os homens; quais disposições devem ser mantidas em situações específicas para que se chegue a um fim determinado. O espaço que se oferece a nós seria o espaço em que se manifestam relações de posicionamento. Por posicionamento, Foucault (2006a) entende

armazenagem da informação ou dos resultados parciais de um cálculo na memória de uma máquina, circulação de elementos discretos, com saída aleatória (como muito simplesmente os automóveis ou, enfim, os sons em uma linha telefônica), determinação de elementos, marcados ou codificados, no interior de um conjunto que é ora repartido ao acaso, ora classificado em uma classificação unívoca, ora classificado de acordo com uma classificação plurívoca etc (FOUCAULT, 2006a: 412).

No entanto, o espaço a que Foucault (2006a) se refere nesta entrevista não é o espaço de uma subjetividade ou o que ele chama de espaço de dentro. O problema de que ele trata diz respeito ao espaço de fora, o espaço em que se vive, no qual ocorre a “erosão da vida”, espaço que é em si mesmo heterogêneo. Tal espaço não é uma espécie de vazio, mas um conjunto de relações que definiriam posicionamentos por eles mesmos irreduzíveis e impossíveis de serem sobrepostos. Realizar a descrição desses diferentes posicionamentos é buscar o conjunto das relações que poderia definir esses posicionamentos.

Os espaços analisados por Michel Foucault estariam ligados a todos os outros e, no entanto, realizando a contradição de todos eles. Foucault (2006a) os divide em dois grupos. De um lado, está a utopia e, de outro, a heterotopia. A primeira, ele diz que são posicionamentos sem lugar real. As utopias mantêm com o espaço real uma relação geral de analogia direta ou indireta e, no entanto, são espaços essencialmente irrealis. Já as heterotopias são lugares reais, efetivos e seriam delineados pela própria instituição da sociedade, mas, diferentes das utopias, funcionam como contrapositionamentos. Melhor dizendo, elas são

espécies de utopias efetivamente realizadas nas quais os posicionamentos reais, todos os outros posicionamentos reais que se podem encontrar no interior de uma cultura estão ao mesmo tempo representados, contestados e invertidos, espécies de lugares que estão fora de todos os lugares, embora eles sejam efetivamente localizáveis” (FOUCAULT, 2006a: 415).

Para investigar esses espaços e realizar o que Foucault (2006a: 416-418) chama de heterotopia, são definidos alguns princípios. O primeiro deles é o de que não há no mundo uma única cultura que não se constitua de heterotopias. O segundo é que cada heterotopia tem um funcionamento que seria preciso e determinado no interior da sociedade. O terceiro princípio define a característica de poder justapor “em um só lugar real vários espaços, vários posicionamentos que são em si próprios incompatíveis”. É o lugar que define posicionamentos diversos entre si, em alguns casos contraditórios. O quarto princípio leva em conta que as heterotopias estão ligadas, mais frequentemente, a recortes de tempo e são uma espécie de heterocronia: “a heterotopia se põe a funcionar plenamente quando os homens se encontram em uma espécie de ruptura absoluta com seu tempo tradicional” (p. 418). O quinto princípio define a característica que tem uma heterotopia de supor um sistema de abertura e fechamento, que há de simultaneamente isolá-la e torná-la penetrável.

O último traço encerra o fato de que a heterotopia, em relação ao espaço restante, tem uma função. Ela se desenvolve entre dois pólos extremos e, em um deles, tem o papel de criar um espaço de ilusão. Mas esse é um espaço que denuncia como mais ilusório qualquer espaço dito real, qualquer espaço no interior dos qual a vida é compartimentalizada. De acordo com Michel Foucault (2006a), os espaços por ele delineados não são somente heterotopias de ilusão, visto que no outro extremo encontram-se espaços de compensação. Estes são, em alguns casos, lugares perfeitos, meticulosamente organizados, com a função de denunciar o quanto os outros lugares seriam desorganizados.

Em “Outros Espaços”, portanto, Michel Foucault (2006a) define quais são os espaços que ele estaria interessado em pesquisar. São os espaços de fora, em si mesmo heterogêneos, marcados pela presença de relações e posicionamentos irreduzíveis e justapostos. Espaços reais que, no entanto, não seriam análogos aos espaços da sociedade, mas espaços reais de compensação ou de ilusão.

A noção de espaço trabalhada por Foucault (2006a) tornou possível pensar o destino turístico como uma heterotopia. Para tanto, considerou-se que ele é um espaço com uma função precisa no interior da sociedade; justapõe, em um só lugar, vários espaços, incompatíveis, contraditórios, os quais estão ligados a uma espécie de heterocronia; supõe um sistema de abertura e fechamento que o isola e o torna penetrável. Seria ainda o espaço que tem como função criar uma situação. No caso do turismo, não uma ilusão irreal e sim uma compensação, na qual há a função de

denunciar a desorganização dos outros lugares da sociedade. O espaço do turismo é o espaço do meticuloso e da perfeição.

Definição do campo

O Ministério do Turismo é um órgão do Governo Federal responsável pela implementação das Políticas Nacionais de Turismo. Sua criação tem data no ano de 2003, momento específico em que o presidente da república ordena o turismo como um dos principais elementos propulsores para o desenvolvimento do país. Para o Ministério, o turismo é uma atividade que deve ser desenvolvida a fim de que exerça um papel preponderante na geração de empregos, de divisas, além de promover a inclusão social (BRASIL, 2009). De acordo com o Ministério do Turismo, desde o momento de sua criação, uma das inovações trazidas para o gerenciamento da atividade foi o modelo de gestão descentralizada.

Junto à Secretaria Nacional de Política de Turismo se encontra a estrutura organizacional do Ministério (BRASIL, 2009) que tem a função de executar a política pública para o setor, sempre por meio do trabalho realizado pelo Conselho Nacional de Turismo. Dentre suas responsabilidades, estão a qualificação do serviço no tocante ao exercício do fazer turístico e a promoção interna do turismo no Brasil. Além disso, monitora e avalia a execução da política pública de turismo, colocando em prática a gestão descentralizada do turismo, nos termos territorial e gerencial. Trabalha pelo alinhamento entre as ações do Ministério, do Conselho Nacional de Turismo, dos Fóruns e dos Conselhos Estaduais de Turismo nos 27 estados/distritos brasileiros.

No intuito de subsidiar a formulação de planos, programas e ações “destinados ao fortalecimento do turismo nacional” (BRASIL, 2009a), o Governo Federal criou a Secretaria Nacional de Programas de Desenvolvimento do Turismo. Este órgão, associado à Secretaria Nacional de Políticas Públicas, desenvolve infraestrutura e proporciona a melhoria na qualidade dos serviços.

O Programa de Regionalização, lançado no ano de 2004, configurou um Macroprograma no campo estratégico das ações do Ministério do Turismo. No ano de seu lançamento, esteve amparado pelos princípios de desenvolvimento do turismo enunciados pelo Plano Nacional de Turismo 2003-2007- Diretrizes, Metas e Programas. No ano de 2007, o programa foi atualizado e passou a constituir um desdobramento temático do Plano Nacional de Turismo 2007-2010 – Uma Viagem de Inclusão. Desde então, o Programa foi escolhido como uma das prioridades de governo na área;

acreditava-se no seu potencial de contribuição para atingir os compromissos sociais e econômicos estabelecidos como metas no Plano Nacional do Turismo (BRASIL, 2007a). A principal função do Programa era, portanto, orientar a execução de políticas públicas específicas para o setor. Estruturação, ordenamento e diversificação entrariam na ordem da oferta turística do país.

Com a Regionalização, a ideia era investir na difusão e interiorização do turismo por meio da elaboração de planos estratégicos de desenvolvimento centrados na noção de Região Turística. Na passagem de investimentos, antes direcionados aos municípios (PNMT 1999-2002), para ações que tomassem por prerrogativa administrativa Regiões Turísticas, o Governo Federal investiria em maior efetividade das ações para o turismo e, conseqüentemente, no fortalecimento da gestão turística municipal⁵. O diferencial que o programa de Regionalização trouxe, a partir do ano de 2007, foi o de um maior investimento na interiorização e fortalecimento do mercado interno. Atualmente, o Ministério do Turismo registra 200 regiões turísticas e 3819 municípios mapeados pelo programa (BRASIL, 2008c).

Há, no Programa de Regionalização, investimentos operacionais no intuito de estimular a descentralização administrativa do turismo. Não há dependência exclusiva do Governo Federal para o seu desenvolvimento, visto que este é objeto de gestão das três esferas do poder público, a saber: nação, estado e município. O Ministério, no entanto, propõe outra dimensão política para a gestão e planejamento do turismo, o domínio da Região Turística, e, para geri-la, as instâncias de Governança Regionais (BRASIL, 2008a), que constituem o 3º módulo⁶ referente à implementação do Programa de Regionalização.

Na Instância, o modelo de gestão é tripartite (BRASIL, 2008b), consistindo em uma forma na qual esferas públicas municipais ou estaduais, associadas a agentes privados e à sociedade civil organizada, criam demandas e operacionalizam soluções para o turismo de uma Região. De acordo com o Ministério, esse é um modo eficaz de tornar o produto turístico de uma localidade competitivo, de qualidade e com características locais. A Instância atuando em nível local, mas não reduzida à esfera municipal, haveria de fortalecer a produção turística (BRASIL, 2008d). Entre outras coisas, torná-la competitiva sem deixar de relacioná-la às características locais. Para o Ministério, e discursos economicistas em geral, o mercado consumidor turístico traria como necessidade a qualidade e a diversidade no fazer turístico (BRASIL, 2008b).

A pesquisa de mestrado tomou, como campo, o município de Urubici, situado no estado de Santa Catarina, com área de 1.019 km² e uma população de aproximadamente 10.825 habitantes (IBGE, 2010). Localizado no Planalto Meridional brasileiro, microrregião dos Campos de Lages (ISRAEL, 1991), Urubici é um município componente da Região Turística da Serra Catarinense (SANTUR, 2008).

O motivo da escolha deve-se ao fato de que é um município que, antes mesmo da criação do Programa de Regionalização do Turismo (ano de 2004), era considerado lugar com vocação turística (CORRÊA, 2003). Desde o ano de 1997, há uma Secretaria de Turismo Municipal (DIÁRIO CATARINENSE, 2007b) e a localidade é popularmente conhecida como destino para o turismo alternativo. O município de Urubici é considerado farto em belezas naturais, matas de araucárias, rios e cachoeiras; tem espaço para camping, trilhas e pesca (CORRÊA, 2003; ALBUQUERQUE, 2004). Mas, no decorrer da primeira década de 2000, principalmente na segunda metade, Urubici tornou-se alvo de alguns projetos e roteiros turísticos tanto de caráter estadual como nacional.

Por diversos ângulos, Urubici era objeto de práticas de poder as mais variadas e a produção de um destino turístico estava estreitamente ligada a esses mecanismos de poder. Nos documentos do Ministério do Turismo (BRASIL, 2008d), Urubici faz parte dos seguintes roteiros: Serra Mar; Águas Termais; Serra e Turismo Rural⁷; Explorador por Natureza: observação de baleias; Caminhos da Neve. Na dimensão do estado, insere-se no roteiro Aparados da Serra. Em nível regional, o município de Urubici compõe roteiros elaborados pelas seguintes entidades: Convention & Visitors Bureau; Arranjo Produtivo Local do Turismo da Serra Catarinense; Agroturismo Ecológico. Além destes, a prefeitura e a secretaria de turismo do município contribuem com investimentos específicos para a melhoria estrutural em oferta turística.

A pesquisa de mestrado buscou inspirar-se nos estudos realizados por Michel Foucault e, no seu desenvolvimento, buscou deslocar-se da perspectiva econômica, pela qual o turismo é geralmente trabalhado, para pensá-lo em uma perspectiva política. Para tanto, o turismo foi analisado sob um olhar geopolítico e as práticas turísticas foram tomadas por produções, resultantes de relações de saber-poder. Essa decisão foi tomada porque em Urubici o que se percebe é o desenvolvimento de um destino turístico impulsionado por diversos mecanismos de poder. Por meio de articulações políticas as mais diversas, um “destino turístico” vai se constituindo e se expandindo no território de um município.

Constituíram objetivos específicos do trabalho: a realização de arqueologia dos discursos turísticos sobre Urubici; a composição de genealogia das relações de poder envolvidas na produção de um destino turístico e a realização de pequenas cartografias turísticas que ofereçam olhares sobre a diversidade de práticas turísticas em Urubici. O espaço de tempo utilizado para as análises foi aquele situado entre os anos de 2000 e 2009. Para a composição dos quadros analíticos sobre o turismo do município foram considerados procedimentos genealógicos, arqueológicos e cartográficos⁸.

Processo de Emergência de um Destino Turístico

A análise arqueológica do turismo em Urubici a partir de edições especiais do jornal Diário Catarinense (DC) fez observar inicialmente o processo de constituição de figuras discursivas associadas a um destino turístico. Urubici, um município de economia agrícola, conhecido como Terra das Hortaliças, teve o seu potencial turístico desenvolvido quando passou a ser relacionado ao encanto de suas paisagens. No entanto, antes disso, fazer turismo em Urubici era visitar morros, cascatas, grutas; esperar a temperatura baixar e a neve cair nos meses de inverno. A recepção dos turistas era geralmente feita em antigas fazendas que haviam aberto suas portas para hospedar visitantes que chegavam à cidade.

O trabalho de guia de turismo era em geral realizado por agricultores quando a renda com as hortaliças diminuía e era preciso diversificar. Geralmente, isso acontecia nos períodos de inverno. A neve e a geada prejudicavam a plantação, mas, em compensação, atraíam turistas. Atuava, nesse período histórico, a racionalidade das hortaliças, e o campo para o exercício do turismo envolvia, principalmente, elementos como: turismo rural em fazendas antigas, presença da neve, visitação turística a acidentes geomorfológicos do município de Urubici.

No decorrer dos anos, o destino turístico emergiu e o processo de turistificação não foi realizado de forma vertical. O quadro do turismo foi sendo modificado aos poucos, indicando que a produção turística é uma produção com múltiplos começos; é uma produção histórica. À medida que os anos passam, investidores de outros estados somam-se à população local para promover o turismo em Urubici. Em virtude do cenário de araucárias e do entorno natural, propriedades se estabelecem nos arredores do município e o turismo rural, que antes só acontecia em fazendas antigas, passa a ser praticado nos hotéis-fazenda. As atividades que dispõem aos turistas giram em torno dos costumes da população serrana e da lida campeira.

Começa, a partir de então, a ser desenhada uma nova problematização operando no município de Urubici. Não leva mais em conta moradores que chegaram ao município em virtude dos processos migratórios, para sobrevivência. Para a promoção da economia turística, a migração ainda é instrumento do discurso, mas os motivos que levam à chegada a Urubici estão relacionados ao entorno natural do município. Elementos de sofisticação associados ao costume interiorano presente no município configuram o principal atrativo turístico.

A modernidade apresentada pelos hotéis-fazenda de luxo faz dos outros lugares urubicienses lugares de “jeito” interiorano (DIÁRIO CATARINENSE, 2007a), na medida em que a sensação de se estar em uma cidade de interior, em alguns casos, passa ao largo dos espaços hoteleiros. A parte urbana da cidade está localizada no centro, com a tranquilidade de pessoas sentadas nas calçadas conversando, denotando simplicidade; o cenário que ajudam a compor ganha o ar de atrativo turístico. O urbano urubiciense torna-se um interesse na medida em que não se compara ao urbano das cidades litorâneas.

A culinária local sofre um pouco de alteração. Os pratos relacionados aos costumes serranos ganham tons da alta gastronomia e passam a ser servidos em restaurantes e bistrôs. Em geral, a culinária usa os produtos urubicienses e os prepara de uma forma diferente daquela feita pela tradição. A truta é um dos pratos preferidos e pode ser encontrado em variados modos de preparo. Pinhão passa a ser o principal produto em pratos como a “sequência de pinhão”. Produtos orgânicos passam a fazer parte da diversidade de alimentos apresentados, conferindo à matéria-prima saída da terra urubiciense outra técnica de produção.

No quadro de uma problematização da realidade turística, o destino turístico Urubici emerge ligado às práticas esportivas, como uma forma de contato com a natureza. A prática de Ecoturismo no município faz do mesmo um destino para esportes de natureza. Caminhadas, trilhas, trekking, arvorismo são instrumentos que compõem repertório de atividades do turista. Em meio a tais atividades, o diferencial que Urubici proporciona, além das práticas físicas, diz respeito às sensações que as tais práticas produzem, que são diversas e trazem conotações de superação de obstáculos, obtenção de vitórias sobre desafios, integração do ser humano, tranquilidade. Vistas espetaculares, a beleza das formações rochosas e matas de araucárias são produzidas como recompensas pelos limites ultrapassados, pelo exercício de tais práticas.

Mas outros instrumentos passam a fazer parte do universo discursivo que caracterizam Urubici como um destino turístico. Cada vez mais, a emergência de uma região turística passa a fazer parte do discurso que define a característica turística do município. Urubici está localizado em uma região geograficamente semelhante a outros municípios circunvizinhos e por isso, juntos, configuram espécies de roteiros turísticos na região. As práticas lá desenvolvidas podem ser associadas e o turismo, que abarca os municípios da região, é produzido como uma prática que abarca a diversidade de possibilidades turísticas. Além de passar por um lento processo de urbanização, os elementos discursivos presentes na produção turística urubiciense indicam uma aproximação cada vez maior entre o turismo praticado em Urubici e aquele desenvolvido sob a inscrição do enunciado turístico referente à Serra Catarinense. O quadro do turismo referente à região envolve os seguintes elementos: o frio, a neve, os hotéis de luxo, os costumes serranos e o turista em busca de diversidade.

No processo de desenvolvimento de um destino turístico, Urubici passa a ser um município relacionado com o “lado de fora”⁹. Uma série de elementos é somada ao quadro econômico do município, conferindo a ele características que historicamente não vieram daquele espaço territorial, fazendo de Urubici um espaço de trocas, de intercâmbio entre o geral e o local.

À medida que os anos passam, fica perceptível o processo de emergência de uma destinação turística. Cada vez menos Urubici está relacionado à população local, para ter como centro das reportagens pessoas que vieram de outros estados; a agricultura e a pecuária deixam de aparecer como as principais fontes de renda; os pontos turísticos geomorfológicos dividem a cena do interesse turista com hotéis, restaurantes, roteiros e atividades orientadas por guias de turismo; as atividades esportivas passam a ser a principal atração do município. O município, que teria o potencial ao natural, na metade da primeira década de 2000, evidencia, com o passar do tempo, o caráter da produção em torno da destinação turística direcionada ao ecoturista.

O potencial “ao natural”, em Urubici, a propósito, embora já tivesse sido pontuado nas primeiras edições do DC, somente depois, com presença dos outros elementos turísticos, fica mais evidente. É apenas após o processo de urbanização turística que se chama atenção ao clima de montanha, ao aconchego proporcionado pelas hospedarias, ao mesmo tempo em que Urubici passa a ser destino também de tranquilidade. Nesse processo, recebem destaque a mata exuberante, os costumes serranos, a simplicidade evidente nas ruas sem asfaltos que conduzem a alguns dos

pontos turísticos da cidade, os quais, no final da década de 2000, são considerados oportunidades para os turistas poderem entrar em contato com a natureza, trazendo com isso uma maior interação do homem com o entorno natural.

De acordo com Barretto (2006), todo um arcabouço turístico, todo um preparo para que o turismo venha a acontecer, se faz necessário. Para tanto, o turismo é resultado de uma rede de organizações articuladas a fim de conferir aos turistas algumas garantias, que podem ser de conforto, segurança, diversão, aventura, lazer. Essas características do turismo levam a modificações na configuração social da cidade.

Mas a destinação turística também emerge a partir da relação que mantém com a Região Turística da Serra Catarinense. Entre os anos de 2008 e 2009, é possível observar a relação de aproximação que Urubici passa a ter com os outros municípios do entorno regional. Fenômenos climáticos, elementos da gastronomia, estrutura de hospedagem e hotelaria figuram como os elementos que fariam da cidade um lugar que se assemelha aos municípios circunvizinhos.

No entanto, para que um destino turístico seja específico, precisa de algumas características que outros destinos turísticos não tenham. Não basta para Urubici que ela seja dotada de infraestrutura para que seja atraente. É necessário que esteja atravessada por uma especificidade turística. Desse modo, é na passagem de um município de economia agropecuária para um território focado em atividades de Ecoturismo que o destino turístico emerge. Para tanto, Urubici promove esportes e atividades na natureza como marca singular do município. Essa é a forma que o destino diversifica para qualificar.

É a partir dessa dinâmica de produção de um destino turístico, pelas vias da urbanização e da regionalização, que o potencial turístico de destino emerge, se mantém, é reforçado, perpetuado. A possibilidade para o turismo existir em um destino está, em um primeiro momento, relacionada à presença de uma infraestrutura turística. E, em segundo lugar, a uma especificação da prática turística, que emerge quando o discurso sobre o turismo desenvolvido no município é colocado em relação àquele associado à Região da Serra Catarinense. É somente porque está sob esse enunciado geral “Serra Catarinense” que imediatamente Urubici aparece numa condição relativa aos outros municípios que compõem a Serra. A produção discursiva em torno de uma especificação existe como condição de possibilidade para que o enunciado da diversidade faça parte da prática turística relacionada ao quadro de elementos referentes ao turismo na Serra Catarinense.

Campo de Ação para o Turismo na Serra Catarinense

Por meio de uma análise Genealógica da estratégia de governo “Instância de Governança”¹⁰ foi possível montar um quadro do turismo na Serra Catarinense. Não é um quadro totalizante, mas mostra ações que fazem emergir relações entre instâncias, mecanismos de poder e práticas turísticas. Neste quadro, Instância de Governança da Serra Catarinense, Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau (SCC&VB) e SANTUR (Santa Catarina Turismo S/A) configuraram as principais forças em jogo. A partir da análise genealógica, foi possível entender que cada uma dessas forças tem funções específicas e que os quadros de atividades das mesmas não são competitivos entre si. Elas compõem forças de articulação na composição das práticas turísticas urubicienses.

A partir do trabalho da SANTUR, percebe-se o interesse no “marketing de destino”, o interesse em difundir o turismo da Serra Catarinense de algumas formas específicas. Em um primeiro momento, o que se objetiva é atrair o mercado internacional. Boa parte dos investimentos do Órgão Oficial de Turismo é atrair empresas estrangeiras a fim de propor parcerias, convênios, no que diz respeito à elaboração de pacotes aéreos ou pacotes turísticos. Os focos são os mercados europeu, africano, estadunidense, latino americano.

Além dos convênios com empresas estrangeiras, a SANTUR estimula a visita de jornalistas internacionais, por meio das *Fam Trips*¹¹, para divulgar o turismo da Serra em jornais e revistas. O mercado nacional também é contemplado por meio das *Fam Trips*, com jornalistas nacionais. Mas a difusão do produto turístico da Serra acontece também pelas feiras realizadas no país. Tanto para o turismo nacional como para o internacional são produzidos roteiros baseados em segmentos específicos do turismo. No tocante a Urubici, os segmentos em destaque são o Ecoturismo e Turismo de Aventura.

Outra parte das ações da SANTUR envolve o estímulo à produção e promoção local do turismo. A SANTUR investe em parcerias para produção de material publicitário sobre a Serra. Um dos exemplos consiste no Guia “Descubra a Serra Catarinense”, produzido pelo Convention & Visitors Bureau. Ainda no que diz respeito às ações localizadas, a SANTUR comparece a eventos e realiza parcerias com as associações, a exemplo do “1º Festival de Inverno da Serra Catarinense”, para o qual oferece apoio. A SANTUR ainda investe em trazer conhecimento à produção local do

turismo a fim de aprimorar o turismo da Serra e o faz por meio de redes e associações com empresas internacionais. Essas associações acontecem por meio de visitas a regiões na Europa geograficamente parecidas com a Serra.

A Instância de Governança da Serra Catarinense, que depois se tornou o Conselho de Turismo Serra Catarinense (CONSERRA), desempenha ações diferenciadas no âmbito da regional. De um lado, ela é o órgão de coordenação do processo de regionalização do turismo. Entre as suas funções estão as atividades de sensibilização, mobilização e estímulo à participação dos municípios da Instância Regional. Suas ações viabilizam a linearidade do programa de governo e consequentemente a produção do turismo, de acordo com as diretrizes governamentais. Ao mesmo tempo, sua existência e atuação implicam coesão de interesses entre os municípios participantes da regional. A realização de reuniões periódicas, com sedes diferenciadas a cada vez, foi considerada uma dessas ferramentas. A formação de Câmaras Temáticas para discussão de temas pertinentes ao desenvolvimento do turismo, outra.

Mas além desta função, a Instância atua no sentido de promover o turismo nos municípios. É interesse da Instância promover a urbanização e o embelezamento dos atrativos, dos pontos turísticos e da infraestrutura de acesso a eles. Por meio de associações com prefeituras municipais e entidades de estado, propõe estruturas de saneamento básico, asfaltamento, limpeza das cidades. É no sentido de uma melhoria na qualidade da infraestrutura turística que a Instância de Governança se aproxima das necessidades e interesses da associação dos agentes privados Convention & Visitors Bureau. Capacitação e qualificação de mão-de-obra turística também entram nos objetivos e metas da Instância.

O Serra Catarinense Convention & Visitors Bureau, como associação das empresas privadas da Serra, atua como principal órgão articulador das políticas para o turismo na Serra. Foi órgão sede, executor da Instância de Governança no primeiro ano de atividades da mesma, realizando reuniões periódicas nos mesmos espaços utilizados para reuniões de articulação da Instância de Governança. Ainda trabalha como membro do Conselho Estadual de Turismo e como principal força para reivindicar recursos públicos junto às entidades políticas e o faz junto às três esferas do poder - Governo do Estado, Prefeituras, Governo Federal -, característica que evidencia a grande participação da associação nos encaminhamentos locais para a produção do turismo na Serra.

O quadro do turismo que se pode fazer, a partir das informações colhidas, é o de que os principais parceiros no desenvolvimento dos trabalhos das organizações, pelo processo de regionalização, são: hotéis; empresas relacionadas à infraestrutura turística; entidades e associações privadas. O desenvolvimento local está direcionado à urbanização e ao embelezamento municipal e regional, além de capacitação de mão-de-obra. O desenvolvimento do turismo na Serra Catarinense tem como uma de suas orientações o modelo do desenvolvimento turístico realizado fora do país. O turismo desenvolvido na Serra Catarinense é realizado por meio de um marketing de mercado, no intuito de atrair turistas nacionais e internacionais e a produção desse marketing é, principalmente, de origem estadual ou regional.

Geopolítica dos Espaços Turísticos Urubicienses

O objetivo de trabalhar cartografias do turismo urubiciense, por meio de sítios na Internet que difundissem o turismo do município, foi o de mapear espaços de circulação que pudessem ser desenhados no processo de identificação de entidades e organizações que os produzem; dos estabelecimentos e suportes turísticos que o proporcionam; do tipo de turista atraído a esses espaços, das práticas que eles oferecem e das sensações que os mesmos podem provocar. As entidades consideradas para esse trabalho foram o Convention e Visitors Bureau, o Portal Serra Catarinense, o Arranjo Produtivo Local do Turismo (APL), Associação Acolhida na Colônia, AMURES (Associação dos Municípios da Região Serrana), a Prefeitura Municipal de Urubici. O método foi o cartográfico, realizado por meio de uma investigação da rede de relações decorrentes do exercício do processo de turistificação em Urubici.

Os trabalhos de cartografar o espaço turístico levou à constatação de que um mesmo território turístico, como o de Urubici, oferece ao turista uma gama de atividades. Oferece diversificadas possibilidades de férias que contemplam múltiplos interesses e motivações. A produção do território turístico urubiciense o capacita para atender: demandas no inverno e no verão; férias de descanso e práticas esportivas; turismo coletivo e turismo seletivo; turismo de “ver” e de “conviver”. Urubici resulta em uma multiplicidade de realidades turísticas.

Os mapas de circulação foram definidos a partir das instâncias de produção discursiva. Ao todo, foram seis instâncias e seis territórios de circulação. O primeiro tipo de turismo esteve associado ao Convention & Visitors Bureau. Esse é o turismo principalmente de infraestrutura hoteleira. Oferece, ao turista, atividades de lazer e de

esportes, principalmente dentro dos hotéis. O investimento desse tipo de turismo é no conforto, aconchego, lazer do turista. Especificamente relacionados ao município, operam como atrativos ao turista urubiciense a neve, as baixas temperaturas e pontos turísticos geomorfológicos. A organização conta com a participação de oito municípios no quadro dos associados: Rio Rufino, Urubici, São Joaquim, Bom Jardim da Serra, Urupema, Lages, Bom Retiro, Lauro Müller.

Junto ao Portal Serra Catarinense, foi possível identificar dois tipos de espaços turísticos. O Portal não constitui uma organização ou instituição como as outras organizações trazidas por essa pesquisa, mas difunde práticas e circuitos turísticos a quem acessa o conteúdo do mesmo. Por meio das informações fornecidas pelo sítio, um dos circuitos turísticos em Urubici envolve a circulação pela infraestrutura turística e de apoio, como restaurantes, hotéis, serviços em geral. Ao turista, o espaço que esses elementos oferecem é o de lazer em bares, boates, comércio, eventos. O outro espaço de circulação é o que trata da especificidade do turismo no município de Urubici. Para o Portal, Urubici apresenta belezas naturais, o Parque Nacional de Conservação, rios, cachoeiras, paisagem, ar puro, colinas, baixas temperaturas, fauna e belas visões. Para o turista que visita o município, o cenário desse espaço é o de tranquilidade. Os municípios que têm seu turismo difundido pelo sítio são: Bom Jardim da Serra; Bom Retiro; Lages; Rio Rufino; São Joaquim; Urupema; Urubici¹².

O APL do turismo envolve Urubici em dois roteiros turísticos. Ao turista da Melhor Idade, o turismo proporcionado pelo roteiro traz cultura, arqueologia indígena, paisagens, grutas e atrativos relacionados à religiosidade. Especificamente relacionado ao município de Urubici, o roteiro conta com os seguintes instrumentos: o meio rural, a paisagem rural, a hospitalidade da população, algumas cachoeiras, morros, grutas, igrejas produzidos como pontos turísticos. O turista que participa do Roteiro Melhor Idade, dentre outras coisas, busca o divertimento saudável. O segundo roteiro requisita o turista religioso, que irá encontrar no espaço dedicado ao turista: igrejas, capitéis, cemitérios. A participação em eventos religiosos é uma das atividades produzidas ao turista. A fé é uma das formas de interesse por esse espaço. O cenário urubiciense, que o APL dispõe para os turistas dos dois roteiros, é um só: Urubici aparece relacionado a caminhadas, passeios e belezas naturais. Os municípios que compõem a associação são: Lages, São Joaquim, Urubici, Urupema e Bom Jardim da Serra.

A Associação Acolhida na Colônia proporciona o espaço do Agroturismo Ecológico. É o espaço da acolhida, do compartilhamento do dia-a-dia com o agricultor.

Envolve atividades relacionadas à lida campeira, à culinária familiar, à agricultura orgânica. Especificamente relacionado aos municípios em que o Agroturismo acontece estão a mata, as cachoeiras, a fauna local. A esse espaço será atraído o turista interessado em compartilhamento de experiência, tranquilidade, e aquele em busca da sensação de se estar no paraíso. Compõem o quadro de Associados: Encostas da Serra Geral; Regional Ibirama; Urubici; Imbituba.

O último espaço mapeado foi o espaço relacionado à AMURES e à Prefeitura de Urubici. É o espaço propício ao turista em busca de fortes emoções e aventuras. O quadro de elementos disponível a ele é o dos atrativos geomorfológicos com atividades de aventura ao ar livre: *trkking*, *rappel*, *parapente*, *caminhadas*. Urubici, para esse visitante, aparece por meio de vistas “espetaculares” do mar, das cascatas, da mata exuberante. O cenário que circunscreve esse espaço é o da natureza encantadora. Em Urubici, é possível ter contato com a “Terra dos Tesouros Naturais”. Embora a AMURES seja composta de dezoito associados, principalmente para essa descrição figura o município de Urubici.

No processo de elaboração das cartografias dos espaços turísticos urubicienses, chamaram a atenção dois aspectos referentes à produção de um destino turístico. Conforme Michel Foucault (2006a), a modernidade ocidental envolve relações de múltiplos posicionamentos, diversificados e irreduzíveis entre si. Se se considera que os espaços e práticas turísticos, desenhados por instâncias de produção discursiva, são diferentes uns dos outros e irreduzíveis, porque pressupõem turistas diferenciados, éticas e valores diferenciados, poderíamos dizer que o espaço turístico urubiciense configura um espaço de múltiplos posicionamentos. Mas, ainda para Foucault, a temática dos espaços leva em conta aspectos da demografia, da distribuição dos indivíduos dispostos de determinada maneira, uns em relação aos outros, para fins específicos. No desenho de cartografias específicas para cada posicionamento, é possível observar um interesse em aspectos de demografia. Haveria, no processo de constituição de um espaço turístico, um interesse crescente em dispor os indivíduos de determinadas maneiras, de organizá-los para determinados fins, para diferenciadas práticas turísticas.

O segundo aspecto diz respeito ao fato de que Urubici, como um território turístico de múltiplos posicionamentos, múltiplas articulações em torno do turismo, implica disputas geopolíticas no seu processo de produção. Implica a articulação de instâncias de diversos municípios, inclusive instâncias e entidades urubicienses, em torno do território municipal de Urubici. Aliás, a singularidade urubiciense como

destino turístico consiste em uma disputa geopolítica por diversos espaços em um mesmo território.

Para cada posicionamento, ou mapa de circulação, há um conjunto de municípios agregados e um conjunto de elementos que determinam circuitos específicos dentro de um mesmo município. O turista que opta por alguns circuitos beneficia certos tipos de organização. Um detalhe interessante de observar é que os territórios turísticos que envolvem organizações com mais de um município focam em infraestrutura, convivência com as tradições, hotelaria, neve, frio, tranquilidade. Quando o discurso turístico está associado somente ao município de Urubici, como é o caso do turismo difundido pela AMURES e pela Prefeitura do município, ele muda. Fica evidente o interesse em trazer o que de específico pode existir ao turista em trânsito no município.

Ao município não interessam a infraestrutura ou a associação das práticas turísticas a fenômenos climáticos ou quaisquer outros aspectos que o igualem aos outros municípios da Região da Serra Catarinense. A Urubici importa especificamente o discurso com ênfase na prática de esportes de altura, nas atividades ecológicas, nas situações-limite em que a adrenalina é liberada ou ainda nas práticas em que é possível estar integrado com a natureza. Isso, na medida em que a topografia urubiciense e sua mata “exuberante” não podem ser encontradas em nenhum outro destino da Região - modo pelo qual o campo de ação para o turismo do município passa a ser único.

Heterotopias Turísticas: Espaços de Compensação

Mas a análise cartográfica dos elementos de composição do turismo em Urubici, nos documentos do Diário Catarinense, trouxe a possibilidade de pensar um destino turístico por meio da noção de heterotopia em Michel Foucault.

Para isso, considerou-se que o espaço turístico, produzido pela ação de políticas públicas, fosse uma heterotopia. O destino turístico seria um espaço que tem uma função precisa no interior da sociedade; justapõe em um só lugar vários espaços, incompatíveis, contraditórios; está ligado a uma espécie de heterocronia; supõe um sistema de abertura e fechamento que o isola e o torna penetrável. Seria ainda o espaço que tem como função criar uma situação de compensação, na qual há a função de denunciar a desorganização dos outros lugares da sociedade. O espaço do turismo é o espaço do meticuloso e da perfeição, espaço no qual é possível vivenciar o que nos espaços considerados reais já não é mais possível.

Em diversos casos, Urubici foi colocado como um espaço de recuperação, de compensação das realidades fragmentadas de onde vieram os turistas da cidade. E em Urubici essa recuperação acontece de muitos modos. Pode ser pelo descanso, com o contato com a natureza, caminhando, “liberando a adrenalina”, ficando no aconchego de diversas fazendas, desfrutando a lida campeira, vivendo a simplicidade de um cotidiano de interior. Mas ainda pode ser porque estar em Urubici é estar em um lugar com menos barulho, menos prédios, é estar em um lugar mais saudável. O destino turístico constitui um espaço de relativa oposição ao lugar de origem do turista urubiciense. Ao todo, são situações ou experiências que, de certo modo, já não acontecem com tanta frequência nos grandes centros urbanos. Como indica uma passagem do Diário Catarinense, estar em Urubici é produzir um turismo longe do leite industrializado e do fast food. O processo de migração temporária de indivíduos, que se apresenta em Urubici, estaria associado a uma busca de experiências, de outras subjetividades¹³.

Urubici, desse modo, é um território produzido para que indivíduos vivam experiências que já não são totalmente possíveis em grandes centros urbanos. Sua produção implica efeitos específicos de subjetividade naqueles que praticam o turismo lá desenvolvido. Em outras palavras, Urubici é o que pode ser chamada de produção turística de compensação.

Mas a discussão sobre as heterotopias relacionada a problemáticas operadas pelas Políticas Nacionais de Turismo ainda introduz uma última reflexão. De certo modo, o que se pôde ver pela discussão levantada é que as maquinarias políticas atuam por meio de articulações de saber-poder e o fazem para produzir efeitos concretos de subjetividade. E subjetividade como um caráter estratégico. O Programa de Regionalização do Turismo emerge no campo das políticas públicas como urgência para dar conta dessa subjetividade de compensação, criando espaços tão necessários ao cotidiano cidadão, como expõem os teóricos do turismo e que, no entanto, lá na cidade são negligenciados. A estratégia? Uma delas, pelo menos, é a instalação de uma instância de governança regional, funcionando como estratégia por meio de processos de *turistificação*, articulando relações e discursos, por uma geopolítica dos espaços turísticos, na constituição de uma heterotopia turística.

Referências

BARRETTO, Margarita. *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*. 15. Ed. rev. e atual., São Paulo: Papyrus, 2006.

- FOUCAULT, Michel. O sujeito e o poder. Em: DREYFUS, H.; RABINOV, P. *Michel Foucault: uma trajetória filosófica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.
- _____. Sobre a geografia. Em: MACHADO, R. (Org.) *Microfísica do poder*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 22ª Ed. [1979]2006.
- _____. Outros Espaços. Em: *Ditos e Escritos III. Estética: literatura e pintura, música e cinema*. Rio de Janeiro: Forense Universitária. 2ª Ed. 2006a.
- _____. Omnes et Singulatim: para uma crítica da razão política. Edições Nephelibata – Desterro – Brasil. 2006b.
- KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. 3ª Ed. rev. e ampli. São Paulo: Aleph, 2009.
- PRADO FILHO, Kleber. [sem título]. Florianópolis, 2009. 1 arquivo em Mp3. Aula proferida e gravada. Trata do dispositivo em Michel Foucault.

Fontes Bibliográficas

- ACOLHIDA NA COLÔNIA - Accueil Paysan, Santa Catarina – Brasil, www.acolhida.com.br, acessado em 14 de dezembro de 2009.
- ALVERGA, Alex Reinecke de; DIMENSTEIN, Magda. Turismo e consumo das cidades: apontamentos sobre biopoder. Revista *Mal-estar e Subjetividade* – Fortaleza – Vol. IX – Nº 1 – p. 277-311 – mar/2009, pepsic.homolog.bvsalud.org/scielo.php?pid=S1518-61482009000100012&script=sci_arttext, acessado em 19 de julho de 2009.
- AMURES - Associação dos Municípios da Região Serrana, www.amures.org.br, acessado em 12 de dezembro de 2009.
- APL - ARRANJO PRODUTIVO LOCAL do turismo na Serra Catarinense, www.serracatarinense.tur.br, acessado em 06 de dezembro de 2009.
- ALBUQUERQUE, Isabel Cristina. *O Papel do Ecoturismo em Urubici*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Informações sobre o Ministério. Diretrizes Políticas. In. _____. Portal Brasileiro do Turismo. 2004a, www.turismo.gov.br/regionalizacao, acessado em 19 de junho de 2009.
- _____. Ministério do Turismo. Informações sobre o Ministério. Diretrizes Operacionais. In. _____. Portal Brasileiro do Turismo. 2004b. Disponível em: www.turismo.gov.br/regionalizacao, acessado em 19 de junho de 2009.
- _____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Plano Nacional de Turismo 2007/2010 – Uma Viagem de Inclusão. Em: _____. Portal Brasileiro do Turismo, 2007a, www.turismo.gov.br, acessado em 22 de junho de 2009.
- _____. Ministério do Turismo. EMBRATUR. Plano Aquarela: Marketing Turístico Internacional do Brasil. Em: _____. Portal Brasileiro de Turismo, 2007b, www.turismo.gov.br/export/sites/.../Plano_Aquarela_2007_a_2010.pdf, acessado em 10 de janeiro de 2011.

- _____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Em: Portal Brasileiro do Turismo, 2009, www.turismo.gov.br/regionalizacao, acessado em 22 de junho de 2009.
- _____. Ministério do Turismo. Secretaria de Nacional de Políticas de Turismo. Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do turismo: turismo e sustentabilidade: formação de redes e ação municipal para a regionalização do turismo. [Brasília]: o Ministério: Florianópolis: SEaD/UFSC, 2008a, v. 1/5. 192p.
- _____. Ministério do Turismo. Secretaria de Nacional de Políticas de Turismo. Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do turismo: sensibilização, mobilização institucionalização da instância de governança regional. [Brasília]: o Ministério: Florianópolis: SEaD/UFSC, 2008b, v. 2/5. 136p.
- _____. Ministério do Turismo. Secretaria de Nacional de Políticas de Turismo. Programa de Qualificação a Distância para o Desenvolvimento do turismo: sistemas de informação turísticas, sistema de monitoria e avaliação do programa. [Brasília]: o Ministério: Florianópolis: SEaD/UFSC, 2008c, v. 5/5. 124p.
- _____. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. “337 roteiros turísticos – Mercado Nacional e Internacional”. Em: Portal Brasileiro do Turismo, 2008d, www.turismo.gov.br, acessado em 22 de junho de 2009.
- CORRÊA, Rafaella Kruger. *Turismo Rural: Potencialidades e Restrições do Município de Urubici*. Monografia. Escola Superior de Turismo e Hotelaria de Florianópolis, Florianópolis, 2003.
- CRUZ, Rita de Cássia. *Política de Turismo e Território*. 3. Ed. São Paulo: Contexto, 2002.
- DÁRIO CATARINENSE. Serra e meio-oeste: Urubici. O Melhor de SC, Florianópolis, p. 79, 06 nov. 2007a. Edição Especial.
- DÁRIO CATARINENSE. A grife do frio. Revista de Inverno, Florianópolis, n.1, jul/ago, 2007b. Edição Especial.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Cidades: Urubici. 2009, www.ibge.gov.br/cidadesat/topwindow.htm?1, acessado em 19 de junho de 2009.
- ISRAEL, Celito José. *Aspectos da organização agrária e da produção familiar no município de Urubici: o caso das hortaliças*. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1991.
- MONDO, Tiago Savi; COSTA, JaneIara Pereira da. Marketing de experiência para intermediários: possibilidades e limitações do fam-tour na hotelaria. Revista *Hospitalidade*. São Paulo, v. VII, n. 2, p. 90-110, jul.-dez. 2010, www.revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/hospitalidade/issue/view/42/s howToc, acessado em 10 de janeiro de 2011.
- NECKEL, A. R.; ANDRIGHI, F. F.;HOFFMANN, V. E. Os *stakeholders* e sua influência em uma rede de empresa na destinação turística de Urubici. *Revista de Negócios*, Blumenau, v. 13, n. 4, p. 89-102, out./dez. 2008,

proxy.furb.br/ojs/index.php/rn/article/viewFile/868/914, acessado em de 06 de maio de 2010.

SANTA CATARINA (Estado). Governo do Estado. Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte. Santur – Santa Catarina Turismo S/A. Serra Catarinense: Roteiros Turísticos Regionais. 5. Ed. Florianópolis: Editora Letras Brasileiras. 2008.

SCCVB - Convention & Visitors Bureau, www.serracatarinense.com/convention/, acessado em 05 de dezembro de 2009.

SERRA CATARINENSE - O maior portal da Serra, www.serracatarinense.com, acessado em 03 de dezembro de 2009.

TRAVEL INDUSTRY DICTIONARY. Define Familiarization Trip. 2011, www.travel-industry-dictionary.com/familiarization-trip.html, acessado em 10 de janeiro de 2011.

URUBICI - Prefeitura Municipal, www.urubici.sc.gov.br/home/index.php, acessado em 14 de dezembro de 2009.

Marcela Montalvão Teti
Mestre em Psicologia pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).
E-mail: marcelateti@gmail.com

Kleber Prado Filho
Professor Adjunto do Departamento de Psicologia da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC).
E-mail: kleberprado.psi@gmail.com

¹ Texto proveniente de Dissertação de Mestrado, produzida em associação com o Programa de Pós-graduação em Psicologia da UFSC, sob a orientação do Prof. Dr. Kleber Prado Filho.

² A propósito das redes interorganizacionais, atualmente existe um grupo de estudos e trabalho na UNIVALI (Balneário Camburiú) que desenvolve estudos sobre as redes e graus de articulação no município de Urubici. Para maiores informações sobre o desenvolvimento da temática, ver: ANDRIGHI, 2007; STACKE, 2008; NECKEL; ANDRIGHI; HOFFMANN, 2008.

³ Alverga e Dimenstein (2009) usam o conceito de *turistificação* para a produção de uma cidade como território feito para e pelo turismo. Para alcançar essa conceituação do processo, citam Cruz (2002), para quem “urbanização turística” e “urbanização para o turismo” são processos distintos. No primeiro processo trata-se de intervenções pontuais, políticas urbanas espaciais em locais potencialmente turísticos, para construção de infraestrutura turística e de acesso. No segundo caso, o processo de produção do espaço turístico é mais intenso na medida em que espaços antes não urbanizados são criados para o turismo se efetivar. Alverga e Dimenstein (2009) consideram o termo turistificação para a combinação dos dois processos.

⁴ Esta é uma conferência realizada no Círculo de Estudos Arquitetônicos, em 14 de março de 1967. Michel Foucault somente autorizou essa publicação do texto escrito na Tunísia, em 1967, na primavera de 1984. A publicação original foi em: *Architecture, mouvement, continuité*, n. 5, outubro de 1984, p. 46-49.

⁵ A gestão municipal do turismo, sob o parâmetro das Regiões Turísticas, é fortalecida na medida em que os municípios que compõem a Região precisam se articular a fim de implementar propostas para o

desenvolvimento do turismo que os unifique. Nos casos de municípios que não possuem estrutura administrativa especializada na gestão turística, essa articulação com outros municípios é benéfica porque torna possível a troca de experiências e todo tipo de auxílio no processo gestor. Quando um município recebe sozinho verbas federais e não possui experiência de gestão, nem mesmo de estímulo à atividade turística, dificilmente o turismo tornar-se-á uma atividade de destaque no cenário público.

⁶ Ao todo, o Governo Federal dispôs nove módulos para a implantação do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil, a saber: 1) Sensibilização; 2) Mobilização; 3) Institucionalização da Instância de Governança; 4) Elaboração do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional; 5) Implementação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo Regional; 6) Sistema de Informações Turísticas do Programa; 7) Roteirização Turística; 8) Promoção e Apoio à Comercialização; 9) Sistema de Monitoria e Avaliação do Programa. Os Módulos são distintos e não são necessariamente sequenciais. Um dos princípios fundamentais para a implementação do Programa de Regionalização é que este esteja de acordo com o estágio de desenvolvimento do local em que será implantado.

⁷ Esses dois primeiros constam como roteiros direcionados ao Mercado Internacional. Os demais somente para o Mercado Nacional.

⁸ Neste texto não serão discutidas as bases metodológicas utilizadas. A ênfase do texto diz respeito à articulação do destino turístico com aquilo que Michel Foucault chamou de heterotopia.

⁹ Relacionado ao lado de fora implica dizer que Urubici está cada vez mais próximo daquilo que não veio historicamente da localidade em que está situado. Urubici é importante como destino turístico porque parece a Europa, porque tem o frio europeu, serve cafés como a cidade de São Paulo, configura destino turístico de inverno tal qual algumas cidades das Serras Gaúcha e Paulista, ao mesmo tempo em que o discurso turístico que trata de Urubici a coloca cada vez mais distante daquilo que poderia aproximá-la dos municípios circunvizinhos. É somente em Urubici que é possível praticar o Ecoturismo, tamanha a diversidade da mata. Do mesmo modo, a prática de esportes não acontece em outro lugar com tanta frequência.

¹⁰ Instância de Governança da Serra Catarinense é a instância tripartite responsável pelo desenvolvimento e difusão do turismo no território da Serra. Ele é a uma iniciativa do Ministério do Turismo e conta, para sua constituição, com empresas relacionadas ao turismo, sociedade civil organizada e entidades públicas.

¹¹ *Fam Trips*: uma das formas de fazer referência ao termo *Familiarization Trip*. O *Travel Industry Dictionary* (2011) define *Fam Trip* como a viagem de baixo custo ou um tipo de tour, oferecido a agentes de viagem por fornecedores, no intuito de que os agentes se familiarizem das destinações a fim de que ofereçam pacotes de venda a turistas. Um exemplo que pode ser citado é o que se refere à organização, por parte de um resort ou grupos de hotéis de determinado destino, que oferece a um grupo de agentes um *fam trip* para fazer um tour pelo resort ou pela cidade. No Plano Aquarela de Marketing, o Ministério do Turismo (BRASIL, 2007b) coloca que as *Fam Trips*, também conhecidas por Caravanas Brasil, compõem os projetos de marketing dentro do Macro-programa Mercado Internacional. Em texto baseado em sua dissertação de mestrado, Mondo e Costa (2010) chamam a atenção para as *Press Trips*, nas quais jornalistas são convocados por hotéis para experienciar o que ele tem a oferecer, a fim de que publiquem matérias jornalísticas, em jornais e revistas, sobre o destino em questão. Nos documentos do Ministério, as *Press Trips* fazem parte do Programa Imprensa, outra estratégia de marketing do Macro-programa Mercado Internacional (Brasil, 2007b)

¹² Esses municípios dizem respeito à organização existente até dezembro de 2009. Em janeiro de 2010, somaram-se a eles: Anita Garibaldi, Bocaina do Sul, Campo Belo do Sul, Capão Alto, Cerro Negro, Correia Pinto, Paineira, Palmeira, Ponte Alta, São José do Cerrito.

¹³ Embora Krippendorf ([1989]2009) fale em liberação de subjetividades em seu livro, a partir de Foucault seria contraditório falar em subjetividade liberada porque ele é contrário à ideia de indivíduo livre. Seria mais indicado falar em outra subjetividade. Talvez Urubici, no processo de tornar-se destino turístico, venha a tornar-se o campo de possibilidades de subjetividades que já não se realizam nos territórios urbanizados. Urubici seria um território de produção de subjetividades.