

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA

**ORGANIZAÇÃO, AÇÃO E REPRESENTAÇÃO DE INTERESSES DO
EMPRESARIADO DO SETOR TURÍSTICO EM FLORIANÓPOLIS**

SÉRGIO SATURNINO JANUÁRIO

Dissertação apresentada como exigência para
obtenção do Grau de Mestre em Sociologia
Política à Comissão Julgadora da Universidade
Federal de Santa Catarina, sob orientação do
Professor Dr. Ary César Minella

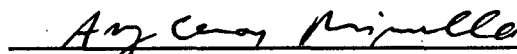
Florianópolis (SC), 1997


UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM SOCIOLOGIA POLÍTICA


**ORGANIZAÇÃO, AÇÃO E REPRESENTAÇÃO DE INTERESSES DO
EMPRESARIADO DO SETOR TURÍSTICO EM FLORIANÓPOLIS**

Sérgio Saturnino Januário

Esta Dissertação foi julgada e aprovada
em sua forma final pela Orientadora e
Membros da Banca Examinadora,
composta pelos Professores:


Prof. Dr. Ary Cesar Minella
Orientador


Prof. Dr. Edemar João Buzanello
Membro


Prof. Dr. Hoyêdo Nunes Lins
Membro

Florianópolis, setembro de 1997.

*À sombra do mar
em pedaços...
Corre em sorrisos
traços de infância*

*Teu beijo é teu corpo todo
suave... leve...
quase infinito...*

**Para a Arina e o Torninho
que sempre me deram lembranças doces
e esperanças concretas**

Agradecimentos

Não poderia deixar de manifestar minha gratidão a um punhado de gente que nunca me deixou ficar sozinho e parado com um monte de papéis na mão sem poder passar adiante.

Ao Ary Minella, por todas as indicações e orientações de vida e pesquisa, aparecendo como uma pessoa com carinho, persistência e calma que me apontou caminhos quando não queria mais caminhar e por ter, desde o curso de graduação, acreditado que eu poderia ser em frente. Também pela sua paciência comigo em significativos momentos. Agradeço à Luzinete que, embora possa pensar que não tenha contribuído, não percebera o consistente sorriso que vem de sua forma de olhar.

À Albertina e Fátima que sempre se mostraram muito dispostas comigo, enquanto que eu, em boa parte das vezes, procurava respostas e resoluções de problemas. Principalmente pela forma gentil de serem comigo.

Ao Nino por ser amigo tão profundamente enraizado em minha vida, e à Arina e Torninho por terem me proporcionado esta dimensão de atividade.

Grandemente agradeço à Cris por sua contribuição direta e indireta, pelo carinho que me demonstra, pela paciência inesgotável e pela liberdade que me oferece sem se prender.

Sumário

RESUMO	I
ABSTRACT	II
INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I: REFERENCIAL TEÓRICO E RECURSOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS	4
1. SOBRE PODER, ESTADO E SOCIEDADE.....	4
1.1. <i>Autonomia Relativa e Especificidade do Local</i>	6
2. SOBRE AS ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS.....	20
2.1. <i>Organizações Empresariais no Brasil</i>	25
CAPÍTULO II: REFLEXÕES SOBRE O TURISMO	41
1. TURISMO: APROXIMAÇÃO CONCEITUAL.....	41
1.1. <i>Considerações históricas para a conceituação do fenômeno turismo</i>	42
1.2. <i>Turismo e Economia</i>	45
1.3. <i>Turismo para "turistas"</i>	47
2. ATIVIDADES TURÍSTICAS E CONSEQÜÊNCIAS AMBIENTAIS	49
CAPÍTULO III: ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS CORPORATIVAS E EXTRA-CORPORATIVAS RELACIONADAS AO TURISMO EM FLORIANÓPOLIS.....	56
1. INTRODUÇÃO.....	56
2. TURISMO EM SANTA CATARINA	57
2.1. <i>Desenvolvimento turístico em Florianópolis</i>	59
3. ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS CORPORATIVAS E EXTRA-CORPORATIVAS RELACIONADAS AO TURISMO EM FLORIANÓPOLIS	64
3.1. <i>Associação Profissional de Hotéis e Similares de Florianópolis e Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis</i>	66
3.2. <i>Federação de Hotéis, Restaurantes e Similares de Santa Catarina - FHORESC</i>	72
3.3. <i>Associação Brasileira de Agentes de Viagens - Santa Catarina (ABAV/SC) e Sindicato das Empresas de Turismo de Santa Catarina (SINDETUR/SC)</i>	77
CAPÍTULO IV: ENTIDADES EMPRESARIAIS E FORMAS DE REPRESENTAÇÃO	85
1. ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DA GRANDE FLORIANÓPOLIS -CONSELHO PERMANENTE DE TURISMO.....	86
2. A FUNDAÇÃO PRÓ-TURISMO DE FLORIANÓPOLIS - PROTUR.....	92
2.1. <i>Emergência</i>	92
2.2. <i>Estrutura Interna e Representação</i>	96
2.3. <i>Ações, Reivindicações e Captação de Membros</i>	101
2.4. <i>Um período de Desgastes</i>	111
3. FÓRUM PERMANENTE DE TURISMO.....	113
3.1. <i>Origem e Estrutura</i>	113
3.2. <i>Formas de Representação</i>	117
CONSIDERAÇÕES FINAIS: AS ESTRUTURAS AMPLIADAS DE ORGANIZAÇÃO, REPRESENTAÇÃO E AÇÃO EMPRESARIAL DO SETOR TURÍSTICO EM FLORIANÓPOLIS	123
BIBLIOGRAFIA CITADA	133

Sumário de Quadros, Tabelas e Fluxograma

QUADRO 1: MOVIMENTO TURÍSTICO ESTIMADO NACIONAL E INTERNACIONAL EM SANTA CATARINA, 1985/1995	59
QUADRO 2:MOVIMENTO TURÍSTICO ESTIMADO EM FLORIANÓPOLIS, 1985/1995	62
QUADRO 3:ATRATIVOS TURÍSTICOS EM FLORIANÓPOLIS, SEGUNDO OS TURISTAS, 1993/1995 .	63
QUADRO 4:ENTIDADES EMPRESARIAS COM ATIVIDADES EM FLORIANÓPOLIS, SEGUNDO ANO DE FUNDAÇÃO	65
QUADRO 5:COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA DO SHRBS-FLN, POR GESTÃO, DE 1978/1997	67
QUADRO 6:RELAÇÃO DOS SINDICATOS FILIADOS À FHORESC, SEGUNDO CIDADE DE ORIGEM E PRESIDENTE EM 1994.....	74
QUADRO 7: DIRETORIA DA FHORESC, SEGUNDO EMPRESÁRIOS E CARGOS OCUPADOS POR GESTÃO 1986/1996	76
QUADRO 8:EMPRESÁRIOS QUE OCUPARAM CARGOS NA DIREÇÃO DA ABAV/SC, DE 1981/1995	78
QUADRO 9:COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA DO SINDETUR/SC, EM 1989, 1995 (JUNTA GOVERNATIVA) E 1955/1998.....	81
QUADRO 10:EMPRESÁRIOS QUE COMPÕEM A DIRETORIA DA ABAV/SC E DO SINDETUR/SC, SEGUNDO GESTÕES	82
QUADRO 11:MEMBROS DO CPT-ACIF, SEGUNDO ABRANGÊNCIA DE REPRESENTAÇÃO E SETOR DE ORIGEM, EM 1990	87
QUADRO 12:COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA DO CPT-ACIF, SEGUNDO GESTÕES DE 1979/1984 .	89
QUADRO 13:RELAÇÃO DE TEMAS TRATADOS NAS REUNIÕES DO CPT-ACIF, SEGUNDO ATAS DE REUNIÕES.....	90
QUADRO 14:COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA DA PROTUR, SEGUNDO EMPRESÁRIOS, EMPRESAS E PERÍODO DE GESTÃO.....	98
TABELA 1: DISTRIBUIÇÃO DOS MEMBROS DA PROTUR, 1989/1995.....	101
QUADRO 15: RELAÇÃO DAS ATIVIDADES DO PLANET 2000, SEGUNDO ORIGEM DOS RECURSOS, SETORES EXECUTOR E COORDENADOR.....	118
QUADRO 16:RELAÇÃO DE EMPRESÁRIOS QUE PARTICIPAM EM ESTRUTURAS AMPLIADAS E OUTRAS ORGANIZAÇÕES PRIVADAS E/OU ÓRGÃOS PÚBLICOS.....	121
FLUXOGRAMA 1:TURISMO E INTER-RELAÇÕES DAS ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS E ÓRGÃOS PÚBLICOS	122

RESUMO

Esta dissertação discorre sobre as formas de organização, ação e representação de interesses do empresariado vinculado ao turismo em nível local, especificamente em Florianópolis no período de 1979 a 1995. Para tanto, aborda-se a literatura sobre o poder local e suas características em nível teórico-prático, assim como a literatura sobre as estruturas de representação empresarial no Brasil.

A partir de uma comparação com as estruturas corporativas e extra-corporativas de organização procura-se indicar e analisar um formato diferenciado de organização empresarial. Neste quadro, alerta-se para as características particulares do turismo enquanto setor organizacional do desenvolvimento local e identifica-se a especificidade de algumas formas de organização do empresariado local vinculado ao turismo Florianópolis e sua interação com o Poder Público.

Por fim, e em sentido comparativo, identifica-se formas de organização diferenciadas de representação de interesses do empresariado vinculado ao turismo, a qual denominou-se *estruturas ampliadas de organização, ação e representação de interesses empresariais em nível local*. Estas estruturas apresentam continuidades e inovações, destacando-se um formato no qual se articulam várias entidades empresarias assim como empresas e órgãos públicos em nível local, regional e também nacional

ABSTRACT

This dissertation explain about the organization forms, action and representation of interests of the entrepreneur linked to the tourism in local level, specifically in Florianópolis in the period from 1979 to 1995. For so much, broach the literature about the local power and its characteristics in theoretical-practical level, as well as the literature about structures of managerial representation in Brazil.

Starting from a comparison with the corporate and extra-corporate structures of organization, it tries to indicate and to analyze a differentiated format of managerial organization. In this pictures, it is alerted for the characteristics peculiar of the tourism while section of organization of the local development and it identifies and specific some ways of organization of the local entrepreneur linked to the tourism in Florianópolis and its interaction with the Public Power.

Finally and in comparative sense, it identifies differentiated organization forms of representation of interests of the entrepreneur linked to the tourism, which was denominated enlarged structures of organization, action and representation of managerial interests in local level. These structures present continuities and innovations, standing out a format in which several entities are articulated as well companies and public organs in local, regional and national level.

INTRODUÇÃO

Este trabalho representa a parte final do Curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina e desenvolveu-se dentro da Linha de Pesquisa *Empresariado, Estado e Sociedade*.

A pesquisa discorre sobre as formas de organização, ação e representação de interesses do empresariado relacionado ao turismo em nível local, especificamente em Florianópolis. Na primeira parte, buscamos revisar algumas discussões sobre o poder local e suas características em nível teórico-prático, tendo como base autores que se debruçam sobre o tema em nível nacional. A partir daí, objetivamos incluir neste debate as estruturas de representação empresarial no Brasil apresentadas por alguns autores.

A seguir apresentamos um debate breve sobre o turismo e sua inserção no processo de desenvolvimento em nível local. O objetivo principal aqui é alertar para as características particulares deste processo de desenvolvimento que podem incentivar a emergência de novos formatos de organização de interesses em nível local.

Após, procuramos identificar algumas formas de organização do empresariado local vinculados ao turismo em Florianópolis. Assim, passamos a expor estruturas corporativas e extra-corporativas de representação de interesses do empresariado local, suas relações com agências do poder público das esferas local e estadual, a composição de suas reivindicações e formas de relacionamento com outras organizações empresariais do setor turístico que atuam em nível local. Consideramos como as mais destacadas neste âmbito o Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis - SHRBS-FLN, a Federação de Hotéis, Restaurantes e Similares de Santa Catarina - FHOESC, a Associação Brasileira de Agentes de Viagens - Santa Catarina - ABAV/SC e o Sindicato das Empresas de Turismo de Santa Catarina - SINDETUR/SC.

Por fim, identificamos uma estrutura diferenciada de representação de interesses do empresariado em nível local, a qual denominamos *estruturas ampliadas de organização, ação e representação de interesses empresariais em nível local*. As organizações empresariais que assim podemos denominar em Florianópolis são: o Conselho Permanente de Turismo da Associação Comercial da Grande Florianópolis - CPT-ACIF, a Fundação Pró-Turismo de Florianópolis - PROTUR, e o Fórum Permanente de Turismo. Estas *estruturas ampliadas* apresentam continuidades e inovações no processo de representação de interesses do empresariado do turismo em Florianópolis. Contudo, seus efeitos são significativos do ponto de vista do processo de desenvolvimento local, basicamente a partir da elaboração e decisão sobre políticas públicas para o setor.

Para o levantamento de dados, além das fontes bibliográficas, hemerográficas e documentais realizamos entrevistas semi-estruturadas com líderes empresariais do setor turístico e pesquisa nas entidades empresariais e nas agências públicas vinculadas ao setor.

Uma série de dificuldades emergiram durante o processo de pesquisa. Parte delas está relacionada a questões de caráter pessoal. Outra parte diz respeito ao processo de pesquisa como um todo. No processo de coleta de dados, nos deparamos com certa relutância por parte de alguns informantes ou pessoas que poderiam dar acesso aos dados de pesquisa requeridos. Nestes casos a insistência contornou parte destes obstáculos. A fragmentação dos dados e a necessidade de agregá-los para conseguirmos apresentar quadros comparativos comprometeu parte significativa do tempo de pesquisa. Por outro lado, alguns procedimentos de pesquisa foram facilitados por acontecimentos não previstos, como é o caso do lançamento do Jornal Estalagem, produzido e divulgado pelo Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis, sendo que também serve de instrumento de divulgação da Federação de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Santa Catarina. Também, no processo de realização de entrevistas as dificuldades não foram além do que era

previsto (mudança de datas e horários já marcados, necessidade de vários contatos anteriores, realização de encontros anteriores preparatórios para a execução da entrevista, etc.).

Assim, esperamos estar contribuindo para ampliar as análises sobre as organizações empresariais, suas relações com as agências do Estado e sua ação no sentido de *propor e incrementar* políticas públicas.

CAPÍTULO I: REFERENCIAL TEÓRICO E RECURSOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

1. SOBRE PODER, ESTADO E SOCIEDADE

No Brasil, a estrutura das cidades, principalmente as de médio e grande portes são, por um lado, reveladoras da grande influência que alguns setores ou grupos sociais têm sobre os processos decisórios institucionalizados nas agências definidoras, executivas e sugestivas do Estado. Em alguns municípios o processo de mercantilização das cidades emerge pelo próprio processo de desenvolvimento local e é requerido, de forma permanente, por setores organizados da sociedade civil. Este é o caso, por exemplo, de cidades com base de desenvolvimento fundamentada, em boa parte, na "indústria do turismo". Essa mercantilização é marcada, muitas vezes, pela influência do Estado *"que tradicionalmente tem apoiado estes interesses através de políticas, controles e mecanismos reguladores e discriminatórios"* (Grazia de Grazia, 1990:09). Disso resulta, de modo geral, um modelo excludente, caracterizado pela segregação social e territorial da cidade.

Em Florianópolis os setores empresariais da "indústria do turismo" têm, na base de suas propostas, a constante necessidade de mercantilização da cidade a partir de sua transformação em "pólo turístico" e da segmentação de espaços privilegiados para a exploração turística. Exemplos não nos faltam: Costão do Santinho, Jurerê Internacional, Condomínio Atlântico Sul/Praia Brava, etc.

É marcado por este processo que o Estado, de forma geral e em constatação histórica, institucionaliza o planejamento urbano, mantendo a ordem e o controle da cidade através de critérios funcionais de estratificação social do espaço urbano, *"racionalizando as administrações municipais pela neutralização da esfera pública local"* (Ribeiro, 1990:17), em contextos autoritários. Este padrão (tradicional) de (in)existência do governo local manteve-se preponderante até os anos setenta. Neste contexto,

“o Estado apresenta um perfil burocrático-autoritário, centralizador, concentrador ao nível federal, sendo uma das manifestações mais dramáticas dessa realidade a perda de autonomia política de determinados municípios (capitais e alguns outros considerados estratégicos pelo regime militar) onde os governantes locais passam a ser indicados pelo governo federal, apresentando, via de regra, uma ‘sintonia fina’ com este” (Moura e Pinho, 1993:292; destaques do autor).

Por outro lado, nos anos oitenta podemos apreciar um certo rompimento (inovações e continuidades) com o padrão tradicional de gestão local, na medida em que se aponta para a constituição de um modo diferenciado de gestão pública local – basicamente, a partir de 1985, com o advento da Nova República – através da incorporação de demandas sociais às políticas públicas e da instituição de fóruns de participação popular no processo de gestão municipal (Cfe. Moura e Pinho, 1993). De acordo com os autores em destaque, *“há um processo em curso de inovação nas relações e práticas do governo local no Brasil desde meados da década de setenta, o qual tende a ganhar novos contornos nos anos noventa”*¹ (idem).

Do ponto de vista institucional, o processo de discussão do desenvolvimento urbano sofreu alterações importantes com a elaboração da Constituição Federal de 1988, especificamente com o Artigo 182.² De forma geral, o processo de redemocratização que marca o Brasil desde o início dos anos oitenta, está constituído (também) por uma série de medidas que instituem a descentralização da gestão pública do poder político, muito embora a Constituição Federal de 1988 tenha descentralizado os recursos sem que o mesmo ocorra

¹ As experiências inovadoras de gestão pública local mais conhecidas são as de Lages (SC), Boa Esperança (ES) e Piracicaba (SP). Estas experiências indicam rompimentos com os padrões tradicionais de governo local, em sentido democratizante, nas relações e práticas da gestão municipal. Assim, há mudanças qualitativas no que se refere à: dependência/subordinação às esferas federal e estadual; relação de identidade com o poder econômico e elites locais; relação com as classes subalternas (Cfe. Moura e Pinho, 1993:293). Por outro lado, mesmo que a gestão 1992-1996 do executivo da cidade de Florianópolis tenha sido eleita a partir de uma frente partidária de esquerda, isso não significa que houve transformações ideológicas significativas com relação aos eleitores, mas sim a expressão de um voto de desconfiança ou voto de protesto aos concorrentes do pleito que não representavam mudanças. Conforme Daniel (1988, apud: Pinho, 1993), *“é muito freqüente que o resultado efetivo de uma crise de legitimação de governo local seja uma derrota eleitoral.”*

²Artigo 182: *“a política de desenvolvimento urbano, elaborada e executada pelo poder público municipal, conforme diretrizes gerais fixadas em lei, tem por objetivo ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e garantir o bem-estar de seus habitantes.”*

com os encargos. Conforme Moura (1993), a elaboração das constituições Federal e Estaduais, acompanhadas das Leis Orgânicas Municipais, apresenta um novo marco institucional no país, qual seja, o de um ideário democrático a partir de mecanismos de participação direta dos cidadãos na gestão dos negócios públicos (plebiscito, referendo, iniciativas de lei, etc.). Além disso, mostra-se uma abertura de participação de grupos no planejamento municipal. Isto é, *“aponta-se a noção de planejamento enquanto instrumento de gestão e espaço de explicação e negociação dos diversos interesses existentes na sociedade e que disputam as políticas públicas”* (Moura, 1993:182). Por outro lado, mesmo a definição do desenvolvimento urbano local estando concentrada no município, as diretrizes gerais não se resumem a este espaço, na medida em que o município sofre influências de níveis regional e nacional. Em outras palavras, o município possui uma *autonomia relativa* no que se refere ao desenvolvimento urbano.

1.1.AUTONOMIA RELATIVA E ESPECIFICIDADE DO LOCAL

É nesta perspectiva que Cesário (1986) apresenta críticas aos estudos realizados no Brasil sobre poder local, pelo fato de que as abordagens recaem apenas sobre as bases comunitárias *“como se os elementos constitutivos do poder local pudessem ser esgotados através de uma análise voltada apenas para dentro dos limites da localidade escolhida, sem procurar ligações com a sociedade global e com o poder nacional”* (p.25), simplificando desta forma, algo complexo e diversificado.

Conforme Dearlove (apud: Pinho, 1993), o governo local tem uma autonomia relativa frente às classes dominantes e ao Estado central. Assim, não pode ser considerado

como um mero agente do Estado central, bem como não é completamente autônomo e neutro.³

Segundo Fischer (1993), a noção de local é constituída por dois fundamentos teóricos básicos. Por um lado, faz referência à delimitação físico-geográfica, base territorial; por outro, e o que é mais importante aqui, se constitui pelo estabelecimento de relações sociais entre grupos que se movimentam em articulação e/ou oposição. Portanto,

“a análise do local remete ao estudo do poder enquanto relações de força, por meio das quais se processam as alianças e os confrontos entre os atores sociais, bem como ao conceito de espaço delimitado e à formação de identidades e práticas políticas específicas (...) Ao se falar em local, alude-se ao conjunto de redes sociais que se articulam e se superpõem, com relações de cooperação e conflito, em torno de interesses, recursos e valores, em um espaço cujo contorno é definido pela configuração deste conjunto” (Fischer, 1993: 10-1; Fischer e Carvalho, 1993:153-4).

Assim, a definição de local está baseada em um conjunto de redes sociais estruturadas através de interesses identificáveis, sendo não apenas fisicamente localizado mas, sobretudo, socialmente construído.

Na tentativa de definir Estado local Duncan & Goodwin (apud: Pinho, 1993) sugerem que este *“pode ser entendido através da análise das relações sociais do Estado capitalista, através da forma do Estado, que deve ser vinculada à consciência social existente (...) O governo local muda devido às relações de classe, conflitos e compromissos (...) O estado local seria definido pelas relações de classe; quando essas mudam, o Estado também muda”* (p. 52).

Além disso, no caso brasileiro o poder local deve ser analisado, de forma geral, levando-se em conta as rupturas na gestão local ocasionada pela mudança do executivo

³ Em Mills (1981) encontramos considerações que alicerçam nossas perspectivas. Para este autor *“nenhuma sociedade local é realmente soberana. No último século a sociedade local tornou-se parte de uma economia nacional; suas hierarquias sociais e de poder tornaram-se subordinadas às hierarquias mais amplas do país (...) Para a pequena cidade (...) esses fatos significam que as disposições da situação social local já não podem ser rigorosamente locais”* (p. 537).

municipal. A cada nova eleição novas prioridades são apresentadas, implicando em descontinuidade administrativa em diversos setores (Cfe. Heber, 1993:247).

Em suas análises sobre o poder local, Gluksman (apud: Castro, 1988) afirma que o nível local não reproduz, de forma mecanicista, as contradições gerais da estrutura nacional de classes, ou seja, que a especificidade do nível local é decorrência do desigual desenvolvimento político, cultural e econômico do sistema capitalista. Assim, é importante considerar as vinculações entre as bases socioeconômicas e instâncias políticas em nível local, bem como suas relações com os níveis mais amplos, buscando-se identificar uma autonomia relativa do espaço local. Da mesma forma Fischer e Carvalho (1993) demonstram que o local possui uma história própria, um conjunto de relações sociais delimitadas; memória, identidade e práticas específicas; e “(...) *as instituições locais não são apenas um reflexo das lógicas dominantes porque o nível de círculos do local está ligado à história, às representações coletivas específicas, às formas específicas, às formas culturais (...)* No entanto, o nível local é também o lugar das tensões, das lutas; portanto, *um nível de contra-poderes*” (Rivellois, 1990 apud: Fischer e Carvalho, 1993: 154-5).

Um importante alerta neste debate é realizado por Castro (1988), no sentido de que à compreensão da questão da

“intervenção governamental (...) implica entender as relações de poder com a estrutura econômica (...); os constrangimentos de várias ordens - socioeconômicos, burocráticos e institucionais - que desenham o perfil da intervenção; os efeitos do processo de urbanização sobre a implementação de políticas sociais; os mecanismos de intermediação de interesses” (p. 56; destaques meus) *que, conforme Castells, não devem ser analisados como “simples réplica das relações globais de poder, embora sejam amplamente condicionados pelo ‘poder social em geral’”* (p. 57, destaques meus).

Sendo assim, a autora observa a necessidade de um *pluralismo teórico* para se explicar os processos políticos locais. Nenhum corpo teórico, isoladamente, é suficiente para explicar tais processos, os quais são marcados pelo *tamanho da cidade* (pequeno, médio e grande portes), pela complexidade das forças sociais e suas relações com o Estado; *níveis e padrões*

(moderno, tradicional) *de acumulação*, que possibilitam a emergência de novas classes ou frações de classes que conformam quadros particulares de lutas sociais. Com referência ao Estado local deve-se considerar a *manutenção ou não de práticas políticas tradicionais*, bem como o *tipo de estrutura estatal em nível local*, decorrentes das diferentes estruturas econômicas e sociais existentes (Cfe. Pinho, 1993:50).

Neste debate, Daniel (1988, apud: Pinho, 1993) apresenta contribuições importantes acerca das estruturas da esfera local. Assim, *Poder Político Local* refere-se ao executivo e ao legislativo municipais que, no período pós-85, garantem sua autonomia relativa por meio das eleições diretas - e seus efeitos - dos dirigentes locais. O *Poder Econômico Local* é formado pelo conjunto dos setores capitalistas cuja lucratividade, e por vezes a própria permanência, depende de ações de regulamentação e de produção concentradas no poder político local. Todavia, o “grande capital” não faz parte do poder econômico local na medida em que não se beneficia diretamente das ações do governo local. Contudo, demonstram claro interesse em influenciar o processo político local. O *Poder Social Local* apresenta segmentações importantes como *elites locais*, organizações de trabalhadores, ambientalistas, movimentos ecológicos, etc. No que se refere às elites em Florianópolis, podemos afirmar que são formadas, em parte, por empresários do setor de serviço e comércio, com destaque para o setor turístico, constituídas nos últimos 20 anos.

Mesmo com as transformações sócio-políticas e econômicas ocorridas neste período, em Florianópolis as elites locais não sofreram alterações radicais, permanecendo integrantes do mesmo setor de atividades (por vezes conjugadas com outras atividades econômicas) aumentando, inclusive, seus espaços de atuação e expressão. A não transformação radical das elites é ilustrada também pelo fato de prefeitos interventores dos anos setenta se tornarem políticos eleitos nos anos oitenta. Isso indica a permanência das elites políticas locais (e estaduais) bem como de seus aliados e/ou apoiadores no campo do

turismo (Esperidião Amin, Paulo Bornhausen, Airton de Oliveira, Bresolin, Fernando Marcondes de Matos, Alaor Tissot, Armando Gonzaga, etc.). Além disso, as estruturas corporativas de representação de interesses do empresariado do turismo não foram eliminadas, passando a atuar de forma complementar às criadas nos anos oitenta.

O estudo do fenômeno poder, em seus vários aspectos, formas, conteúdos e conseqüências, é um conceito-chave para a compreensão da sociedade. Esta constatação se torna consideravelmente relevante, *“na análise das organizações, onde a estrutura hierárquica mais ou menos acentuada e as diversas formas que ela pode assumir colocam, naturalmente, em primeiro plano, o fenômeno poder”* (Stoppino, 1992:41). De modo mais específico *“verifica-se também tal fundamentalidade (...) no estudo dos sistemas políticos nacionais e locais”*, bem como suas inter-relações, podendo desembocar *“no estudo da natureza e composição das elites políticas”* (idem).

No sentido aqui colocado, isto é, poder a partir das relações sociais, conforme Stoppino (1992) é a capacidade geral de agir e produzir comportamentos; é um processo com “zonas de incertezas” - espaços de ação e reação - visualizáveis nos movimentos de aproximação e recuo, confrontos e conciliações entre agentes e grupos sociais (Cfe. Biarez, 1989; Briquet e Sawicki, 1989 apud: Fischer, 1993:12).

Do ponto de vista dos desenvolvimentos teóricos sobre o fenômeno do poder, observa-se o enfoque de várias abordagens sobre diferentes aspectos conferidos às relações de poder. *“Por um lado, situa-se a definição weberiana que considera o poder como significando basicamente a capacidade de um ator influenciar o comportamento de outros de acordo com sua própria vontade”*, ou seja, esta abordagem preocupa-se com o *exercício* do poder em termos *relacionais*. Desta perspectiva teórica *“o ponto a ser ressaltado (...) tendeu a ser o da autonomia da esfera política em relação às forças sociais”* (Boschi, 1979:41-2).

Por sua vez, *“a noção marxista equaciona o poder à posição estrutural que diferentes grupos (ou classes) ocupam no sistema econômico (...) atentando para as fontes do poder, centrando-se mais sobre a*

conquista numa perspectiva que poderia ser chamada de estrutural". Neste sentido, a tradição marxista está essencialmente preocupada *"com a determinação do locus de poder na estrutura social"* (idem).

Contudo, ambas perspectivas apresentam deficiências. A primeira porque

"obscureceu o fato de que, para exercê-lo (o poder) os indivíduos que se encontram em posições de poder dependem de suporte externo e que a dominação envolve uma relação de interdependência com os dominados." A segunda porque "conferiu pouca importância à especificação de como efetivamente funciona o Estado (...) e aos formatos organizacionais das estruturas políticas e sociais após ter sido, eventualmente, concretizada a tomada de poder" (ibidem, p.42).

Todavia, há um processo de revisão no sentido de corrigir tais deficiências, considerando-se o sistema econômico e seu impacto sobre a política, no primeiro caso; e *"com uma mudança de ênfase em termos de favorecer (...) aspectos puramente políticos envolvidos no funcionamento do Estado capitalista"* (idem, ibidem) no segundo caso.

Portanto, nas abordagens marxistas são importantes as relações de classe, em que o poder, a estrutura econômica e o papel do Estado estão vinculados. Conforme Castro (1988:57) há, contudo, várias tendências de análises marxistas, umas focalizando o campo econômico (Lojkin, Harvey), outras o campo político (Castells), ou o *"tipo de mediação de poder de classe que é exercido pelos atores locais"* e seus relacionamentos com o Estado Central e com as formações sociais (Biarez). Partindo de perspectiva gramsciana, Gluksman (apud: Castro, 1988) sinaliza a importância de se apontar *"o bloco hegemônico no poder local e os segmentos que lhes dão sustentação ideológica"* na medida em que considera importante a luta de classes nos aparelhos hegemônicos locais. Nesta linha de raciocínio é interessante considerar a luta entre os diversos setores organizados em nível local, que podem se expressar intra-classe social, pelo controle do processo de decisão das diretrizes do desenvolvimento socioeconômico. Mais uma vez, o local apresenta sua especificidade, não sendo mera referência do âmbito nacional.

Sobre a pesquisa aqui apresentada, buscamos analisar um cenário decorrente da relação entre empresários e poder político local como membros de associações empresariais. Um cenário de poder que revela-se concretamente no cotidiano da cidade e que ainda não apresenta análises teóricas desenvolvidas até onde pudemos observar. Abordamos a relação público-privado através da representação destes dois setores em um espaço privado materializado na PROTUR e no Fórum Permanente de Turismo. Portanto, buscamos compreender como os empresários organizam suas lutas frente ao poder público, por meio da relação público-privado constituída especialmente em esfera privada.

No que se refere às relações de poder entre Estado e Sociedade, segundo a abordagem integrada de Boschi (1979), pode-se afirmar que

“há um limite claro ao grau a que o Estado pode chegar no exercício de seu poder sobre a sociedade, e este limite é estabelecido, evidentemente, pelo apoio efetivo dos principais atores num pacto de dominação. Em termos mais globais, o primeiro passo (de pesquisa) seria, pois, ter uma noção clara de quem são estes atores, seus interesses básicos e capacidade de manobra. Strictu sensu, estas são as linhas de legitimidade de um sistema de dominação. Da mesma forma, se nos concentrarmos nas perspectivas de atores privados não só há coação pela ação estatal em seu esforço pela manutenção de um sistema estável e legítimo, como também, uma percepção de que as regras do jogo aplicar-se-ão a todos” (p. 41; destaques meus).

Assim, o setor privado tende a perceber a dominação do Estado em suas várias facetas, o que leva os atores individuais ou coletivos a buscarem recursos possíveis e desejáveis em determinadas conjunturas. Neste sentido, a PROTUR, órgão representativo dos empresários do setor de turismo, sob o *guarda-chuva* de uma ação social ampla (*o turismo traz benefícios para todos, sendo um grande distribuidor de renda*), transformou-se em um “governo paralelo” no que diz respeito às políticas públicas referentes ao turismo, emergindo como um aparelho privado de hegemonia diante do governo local. A PROTUR incorporou muitas funções tradicionais do governo local sobre o turismo atuando em conjunto com os níveis local e estadual, como o *receptivo* (receber e informar os turistas) e a promoção turística da

cidade interna e externamente (folhetos, *famtours*, *work shop*, etc.). Mais recentemente (gestão 1992-1996), a vitória de uma coligação de partidos políticos considerados de esquerda para a Prefeitura Municipal de Florianópolis poderia representar uma ameaça concreta às condições de continuidade adequada ao capital dos investidores do setor. Assim, o sucesso dessa gestão local deveria ser “evitado” a qualquer custo, na medida em que seu êxito pode significar a permanência deste grupo político a frente do executivo local ou mesmo seu fortalecimento político, ao mesmo tempo em que as relações entre a Prefeitura Municipal e organizações empresariais não deveriam ser rompidas. Quanto ao legislativo municipal, embora seja formado por ampla maioria de membros de partidos considerados de direita, a atuação da *bancadinha* (membros de partidos políticos considerados de esquerda no espectro ideológico) na gestão 1988-1992 fez com que não apenas a quantidade de aliados, mas a posição ocupada por cada um deles e a distribuição de tarefas frente à estrutura burocrática interna da Câmara de Vereadores se tornasse decisiva para se evitar ou propor veto no processo de definição política em favor de setores empresariais. Em suma, a permanência e estabilidade de uma frente de esquerda na administração municipal e de membros de partidos políticos de esquerda na Câmara de Vereadores apresenta-se num panorama de concorrência sobre políticas públicas locais.

Por sua vez, o Estado avalia os grupos privados em função de seu potencial legitimador, o que, em termos de políticas concretas, pode favorecer (e favorece) determinados grupos em detrimento de outros. Além disso, conforme Cruz (1992) as diferentes arenas do sistema estatal mantêm entre si relações verticais e horizontais e cada uma delas apresenta mecanismos de seletividade que organizam questões em termos de agendas e cristalizam padrões de relações entre decisores e grupos de interesses. Assim, delimita-se o acesso às decisões e aos processos decisórios, bem como ao conteúdo das políticas adotadas.

No caso brasileiro, podemos afirmar que as estruturas de poder não experimentaram alterações “de fundo” mantendo, portanto, características ou elementos autoritários (dependência de recursos econômicos do governo local em relação aos governos estadual e federal). Em síntese, passamos de um “*Estado Autoritário Puro*” para um “*Estado Autoritário Disfarçado*” em parte das estruturas de poder e em todas as instâncias de governo (Cfe. Pinho, 1993:58). Neste sentido, as democracias burguesas ocidentais tendem para um estatismo autoritário, isto é, o autoritarismo permeia o Estado e as sociedades, mesmo consideradas democráticas, na medida em que a transformação da cultura política se dá através de um processo de longo prazo.

Conforme Offe e Ronge (1984), o Estado não está nem a serviço de uma classe nem é instrumento de uma classe contra outra. “*Sua estrutura e atividade consistem na imposição e na garantia duradoura de regras que institucionalizam as relações de classe específicas de uma sociedade capitalista. O Estado não defende os interesses particulares de uma classe, mas sim os interesses comuns de todos os membros de uma sociedade capitalista de classes*” (p. 123; destaques do autor).

No entanto, dessas considerações não se depreende que o Estado seja *neutro* em relação aos diversos interesses da sociedade. O que o Estado faz é proteger e sancionar instituições e relações sociais, processo que desemboca num campo institucional propício à dominação de classe. Para os autores, o “*conceito de Estado capitalista (...) refere-se a uma forma institucional do poder público em sua relação com a produção material*” (idem). Esta forma institucional é caracterizada por determinações funcionais, que se resumem em quatro pontos básicos: **a) privatização da produção**, na medida em que o Estado não tem condições de organizar a produção privada segundo seus critérios “políticos”; **b) dependência dos impostos**: mesmo que indiretamente, o Estado depende do volume de acumulação privada para geração de tributos; **c) acumulação como ponto de referência**: como depende do processo de acumulação capitalista sem poder organizá-lo, o Estado cria condições políticas que

favoreçam à acumulação. Assim, o acesso privilegiado de membros da classe capitalista aos centros decisórios da estrutura do Estado “*não é uma causa, mas sim o reflexo institucional da dependência estrutural da atividade em relação ao funcionamento da acumulação*” (p. 124). Ou seja, “*o fato de que alguns grupos capitalistas (...) sejam mais favorecidos que outros não é o objetivo, mas o subproduto necessário de uma política que está voltada de forma abstrata, para a conservação e a universalização da forma-mercadoria*” (p. 129).

d) legitimação democrática: a legitimação deste processo ou a forma institucional do poder do Estado capitalista é definida pelas regras estabelecidas através de mecanismos democrático-representativos.

Portanto, a “política” do Estado capitalista pode ser definida “*como o conjunto de estratégias mediante as quais se produzem e reproduzem constantemente o acordo e a compatibilidade entre as determinações estruturais do Estado capitalista*” (Offe e Ronge, 1984:125). Por referência ao conceito marxista de *meios de consumo coletivo* (que substitui a noção de serviço público urbano), a ação do Estado encontra-se condicionada à lógica do capital, isto é, visualizando a acumulação capitalista através da garantia de condições infraestruturais para a sua reprodução, ao mesmo tempo em que garante o consenso social em torno do *status quo*. Todavia, esta percepção não incluía (ou incluía muito pouco) “*variantes históricas, geográficas, sociais, que provocaram o engajamento do Estado*” no campo dos serviços (Cfe. Heber, 1993:241).

Neste contexto teórico o que mais nos importa é o fato de considerarmos insuficientes as abordagens de caráter reducionista (em que a mudança política é um processo que resulta da ação das classes sociais) ou autonomista (em que considera-se que o Estado é o condutor dos processos de mudança). No que se refere ao nosso trabalho, o importante é considerar as interações entre os grupos privados e poder público, isto é, uma abordagem integrada das relações estabelecidas entre Estado e Sociedade, indo além das interpretações parciais sobre o fenômeno poder.

Sendo assim, o conceito de abordagem integrada explicitado por Boschi (1979) nos permite prescindir da dicotomia apresentada na literatura sobre a relação Estado/Sociedade. A partir da abordagem integrada passa-se, então, a *“investigar as formas como as interações em um grupo social determinado (no nosso caso o empresariado do turismo) e segmentos da administração pública (aqui podemos relacionar: SANTUR, SETUR, SUSP, IPUF, Legislativo Municipal, Executivo Municipal, etc.) e das elites políticas contribuíram para o estabelecimento de determinados formatos institucionais”* (p. 18-9). Neste sentido, é possível e aconselhável apreender, por um lado, processos sociais condicionados pelo Estado e, por outro lado, a ação e/ou reação dos atores sociais privados que *“não só incorporam à sua lógica de ação alternativas diretamente dependentes da regulação estatal, como também visualizam formas de ação cujo objetivo é levar o Estado à redefinição de sua atuação em certas esferas”* (p. 32).

Portanto, aqui o *locus* originário de poder deixa de ser um pressuposto – como é o caso das abordagens reducionistas e autonomistas – para ser objeto de verificação empírica no decorrer da realização de pesquisa. Além disso, garante-se a especificidade dos atores, seja do Estado, seja da Sociedade, mesmo que conclua-se, *a posteriori* a subordinação de um dos pólos em relação ao outro. Conforme nos coloca o autor, *“relacionada a esta perspectiva situa-se a tentativa de apreender a diferenciação do aparato do Estado e do poder privado como processos interdependentes”* (p. 33; destaques meus).

Para Boschi (1979), e o que para nós é altamente relevante, *“os atores privados, vistos como interesses constituídos, defrontam-se, em geral, com um meio ambiente (sócio-político) múltiplo, composto das agências estatais e outros atores privados cujos interesses podem ser complementares ou divergentes”* (idem). Neste quadro de relacionamento com o Estado, é fundamental considerar os recursos de poder que se encontram ao alcance do ator investigado. Estes recursos podem ser observados a partir das posições estruturais em que se apresenta o ator no sistema econômico, e do estabelecimento de redes com outros atores estratégicos do meio ambiente

sociopolítico. Em geral, os canais institucionais existentes são avaliados pelo setor privado como potencialmente realizadores de interesses de grupo. *“Neste sentido, as relações dos empresários (do turismo) com agências financeiras, reguladoras e outras agências da burocracia estatal, tornam-se o ponto focal da análise, na medida em que estão todos conectados para a realização de interesses privados”* (ibidem, p. 34).

Sendo assim, a ação empreendida pelos atores privados pode ser de caráter adaptativo a partir da ação regulatória do Estado, ou pode ser de caráter inovador, criando novas alternativas. Muito embora prevaleça o comportamento adaptativo na maioria das vezes, isto não quer dizer que haja passividade por parte dos atores privados. Ao contrário, este caráter pode *“envolver uma percepção muito acurada de como os processos de elaboração de políticas e tomada de decisão ocorrem no contexto da realidade multi-facetada que o Estado representa para eles. Neste sentido, em alguns casos o acesso pela via institucional é possível e de fato utilizado, em outros, o padrão informal de criação de vínculos e estabelecimento de redes é o caminho mais eficaz”* (p. 35)⁴

Neste panorama, o estabelecimento de redes de caráter informal pode ser crucial, mas *“em alguns casos torna-se particularmente importante o acesso a uma agência localizada cujo grau de autonomia é alto em termos de tomada de decisões que afetam os interesses dos grupos privados. Contudo, mais frequentemente, a realização de um interesse particular envolve a necessidade de controle sobre uma série de agências da burocracia pública, ou pelo menos as mais estratégicas”* (ibidem, destaques meus).

Este fator, além de potencializar a influência exercida sobre diversos segmentos do processo de elaboração de políticas, permite também a potencialização de influência em diferentes estágios do processo de tomada de decisão. Assim, o ator privado pode anular, atenuar ou reforçar os efeitos de decisões estabelecidas em determinado estágio decisório por uma agência estatal, a partir de suas conexões com outras agências da burocracia estatal. Além disso, a criação de *espaços constituídos* (Moura, 1993) através de plenárias, fóruns, conselhos,

comissões, mesmo que não tenha o objetivo de formular e definir políticas, tendem a influenciar na tomada de decisão (participação indireta) de políticas, na medida em que estes espaços assumem mais um caráter informativo, reivindicativo e de questionamentos por parte dos agentes participantes. Todavia, a possibilidade de sucesso depende diretamente da capacidade de formulação e disputa de contrapropostas, bem como da produção e difusão de informações pelo governo e do grau de flexibilidade das propostas em discussão (Cfe. Moura, 1993:185-6).

No caso das organizações empresariais do setor de turismo em Florianópolis, a aparente fragmentação não constitui-se em fragilidade no processo de participação direta ou indireta junto ao governo local. Ao contrário, tem o sentido da dupla representação (veja-se a composição do Conselho Municipal de Turismo). Além disso, a noção de que por pressão via mecanismos formais e informais é possível o atendimento de demandas, caracteriza os agentes participantes da discussão de políticas públicas *“mais como grupos de pressão sobre quem detém o poder, do que como partícipes de um fórum de negociação que podem tomar decisões sobre questões que embora digam respeito às suas demandas, as ultrapassam”* (Moura, 1993:188). Esse é um dos limites para que os *espaços constituídos* assumam um caráter de definidores de políticas e programas de governo.

Nessas relações de poder, é importante considerar também que *“a noção de Não-Decisão (Bacharach e Baratz, 1963) (...) não só chama a atenção para uma série de questões que nunca chegam à agenda decisória, como também sugere que o potencial de influências de grupos específicos só pode ser corretamente (e plenamente) avaliado quando, além dos processos institucionais, a dimensão informal do processo político é levada em conta”* (Boschi, 1979:45).

⁴ Este último aspecto apresenta problemas metodológicos de investigação.

No que se refere às demandas dos atores privados, Boschi (1979) afirma que estas são elaboradas além do que é realmente desejado, e em alguns casos há o objetivo de obter informações e, conseqüentemente, opções de ação posterior.

Neste quadro, o conceito de **anéis burocráticos** destacado por Cardoso⁵ pode se revelar de grande importância ao nosso trabalho orientando a compreensão do caráter de relacionamento entre agências públicas (SANTUR, SETUR) e organizações empresariais do setor turístico (PROTUR, SHRBS-FLN). Conforme Boschi (1979),

*“por **anéis burocráticos** Cardoso se refere à rede delimitada por um número determinado de agências da estrutura burocrática em que se estabelecem **laços clientelísticos** entre segmentos específicos do setor privado e da esfera pública favorecendo, assim, a tradução de interesses específicos em políticas concretas (ou estabelecimento do poder de veto por parte da influência de atores privados) (...) Em geral, a noção de anéis refere-se a um conjunto de agências que cuidam da **implementação** de políticas que se originam, de forma fragmentada, a partir de distintas esferas” (p. 31, destaques meus).*

Atualmente, conforme Moura (1993), a luta pelo ideário de adoção de procedimentos democráticos no que diz respeito à participação e controle popular no processo de definição e implantação de políticas públicas esbarra nos próprios limites da estrutura de Estado herdada, isto é, na centralização de poder de decisão em algumas agências do Estado, também alimentado pela forma de participação e relacionamento de segmentos sociais com o Estado. *“Em linhas gerais, observa-se que o Estado não está imune à reprodução de padrões autoritários e clientelistas; à ocorrência de concepções e práticas onde a participação (de segmentos sociais) coloca-se como um instrumento de consulta e/ou respaldo a políticas e programas governamentais, enfim, à reprodução da cultura política dominante” (Moura, 1993:189).*

⁵ CARDOSO, Fernando H. 1982. *Empresariado industrial e desenvolvimento econômico no Brasil*. São Paulo: Ed. Difel.

2. SOBRE AS ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS

De acordo com Aragão (1994) a demanda de interesses por parte da sociedade e a materialização destes em estruturas organizacionais que influenciam o poder público nos revelam que *“o processo político é, num sentido, o resultado da barganha entre grupos diferentes”* (Cfe. DEUTSCH apud: Aragão, 1994:19). Portanto, o processo político é, por um lado, constituído e resulta da interação entre grupos organizados e poder público na elaboração de políticas públicas e na gestão governamental. Apesar de os grupos de pressão não buscarem o exercício direto do poder, a razão objetiva de sua existência é influir nas decisões do poder público (Cfe. Pasquino, 1992).

De forma geral, sabe-se que a política, enquanto processo, inclui várias organizações que influem direta e/ou indiretamente no jogo político. Conforme Luna e Tirado (1992), estas organizações se desenvolveram como veículos de: representação de interesses dos seus afiliados; interlocução com o governo e outros setores; participação agregada nas políticas de desenvolvimento sociopolítico e econômico; e, negociação de acordos com a burocracia pública. Por sua vez, o Estado, impulsionando a criação de muitas delas a partir de bases corporativas, obteve diferentes graus de controle sobre esses grupos.

Segundo Mendoza (1993), as organizações locais, em termos de sua estruturas internas, expressam formas tradicionais de exercício de poder de várias maneiras. Essas organizações constituem-se em espaço de: **(a)** *dominação de um grupo privilegiado* (élites orgânicas) sobre o resto de uma organização; **(b)** *lutas pelo poder*, na medida em que o âmbito organizacional pode ser percebido como uma arena de conflito permanente. Além disso, **(c)** a inter-relação entre indivíduos e grupos está permeado por um *sistema de troca*, em que a contribuição aos objetivos organizacionais possui uma expectativa de compensação recíproca. Por sua vez, **(d)** *os processos divisórios são áreas de negociação*, na medida em que a estrutura e objetivos formais da organização são, na maioria das vezes, apenas mera referência. Ou seja,

“no seu interior dão-se processos de acomodações, negociações e alianças entre atores. As normas e procedimentos organizacionais são mais que mecanismos para alcance da eficiência, constituindo-se em marcos de proteção e regras do jogo para a negociação. A estrutura normativa é um instrumento de poder e de discricção” (Mendoza, 1993:285).⁶

Em complemento, é importante considerar que

“os órgãos corporativos e extra-corporativos do empresariado devem ser considerados no contexto das relações de classe em seu conjunto, considerando-se a existência de uma realidade conjuntural, política e sócio-política que influi sobre os interesses e a ação específica de classe”. Além disso, “as classes e suas frações não são monolíticas, existindo importantes diferenças no seu interior, que se manifestam em concepções e táticas diferenciadas quanto à defesa de seus interesses dentro da formação social. Ao mesmo tempo, a defesa de tais interesses exige a formação de órgãos, instituições e mecanismos capazes de manter a representatividade e um consenso mínimo acerca dos interesses classistas e a forma de assegurá-las nas diferentes conjunturas” (Minella, 1990:105).

Deste modo, observa-se um campo complexo e diversificado no que se refere às organizações empresariais. Este é, seguramente, um dos grandes desafios nos estudos que abrangem o tema. Como é possível constatar em várias pesquisas realizadas, no Brasil

“os interesses de classe da burguesia se organizam e se manifestam de diversas formas: partidos políticos, associações civis, congressos e sindicatos patronais, órgãos técnicos, de assessoria ou consultoria, câmaras empresariais, meios de comunicação social e outros órgãos de articulação e ação, além, é claro, das instâncias do aparato estatal sobre as quais exercem ou podem exercer influência ou controle” (Minella, 1990:92; destaques meus).

A combinação de formas de organização e ação também se apresenta em âmbito local. Em Florianópolis, no que se refere ao empresariado em geral, e ao do setor turístico em particular, as atuações da PROTUR (organização civil) e do SHRBS-Florianópolis, (sindicato

⁶ Além das relações que caracterizam as organizações empresariais a partir de sua estrutura interna, as experiências vivenciadas em Florianópolis nos últimos anos, no que se refere à promoção turística externa (nacional e internacional) do Estado de Santa Catarina e da cidade de Florianópolis, revelam um quadro ainda tradicional. A SANTUR e a SETUR são as principais responsáveis pela presença de empresários em eventos promocionais onde são apresentados os atrativos turísticos de Santa Catarina e de Florianópolis ou onde estes espaços são “vendidos”.

patronal) são expressivas na medida em que promovem ou participam de congressos sobre desenvolvimento turístico; mantêm relações com políticos individuais e/ou com partidos políticos, explicitados em jornais internos às entidades ou de ampla circulação; participam direta e/ou indiretamente em agências estatais de caráter decisório ou consultivo em nível municipal e estadual (SANTUR, SETUR, e um empresário do setor ocupando o cargo de Secretário de Estado de Planejamento e Finanças em 1992). Sendo assim, conforme Minella (1990), há uma considerável centralização desta entidade empresarial (representada pelo secretário de estado citado) sobre capitais e organizações públicas e privadas.

Outro elemento que pode caracterizar as organizações empresariais do turismo em Florianópolis é o fato de que esta “*adota como política apoiar determinadas campanhas ou promoções de natureza diversa*” (idem; 92), extrapolando sua esfera corporativa e diversificando relações e conexões, ampliando e consolidando seu campo de influência, sendo que, a partir daí, tende a absorver maior legitimidade, cooperação e apoio conjunturais e/ou permanentes.

Podemos também explorar outro ponto que nos parece de grande importância para a análise e explicação da dinâmica do processo de representação de interesses e ação organizada por parte do empresariado do turismo em Florianópolis. Estamos nos referindo ao conceito de *Elites Orgânicas* definido por Dreyfuss (1986:24) como “*agentes coletivos político-ideológicos especializados no planejamento estratégico e na implementação da ação política de classe, através de cuja ação se exerce o poder de classe.*” Mills (1981), por sua vez, destaca o conceito de *Elite do Poder* composta por agentes que transcendem o *ambiente comum*, tomando decisões (ação ou omissão) de grandes conseqüências. Enfim, “*comandam as principais hierarquias e organizações da sociedade moderna (...) Ocupam (e/ou influenciam) os postos de comandos estratégicos da estrutura social no qual se centralizam os meios efetivos de poder (institucionais, ampliados e centralizados) e a*

riqueza e a celebridade que usufruem” (p. 12).⁷ Em nosso trabalho, considerando as análises de Mills (1981), entendemos por *Elites do Poder* os círculos econômico-políticos que tomam decisões ou geram grande influência no processo decisório de conseqüências locais que lhes interessam direta e/ou indiretamente.

Baseado em Gramsci, Dreifuss (1986) afirma “que se não todos os empresários (...) pelo menos uma elite entre eles deverá ter a capacidade de articular e organizar os seus interesses num projeto de Estado para si e para a sociedade” (p. 24). À realização disto há consciência da necessidade de se ultrapassar os limites corporativos de classe econômica, buscando que seus interesses sejam reconhecidos por outros agentes sociais como o interesse de todos. Esta consideração teórica pode ser esclarecedora para o processo de ampla aceitação do turismo como o *futuro* ou a *saída* para o desenvolvimento local, e de que haverá *benefício para todos*.

A elite orgânica se distingue do conjunto da classe dominante na medida em que atua num nível especificamente político de poder. Portanto, “a elite orgânica procura ‘traduzir’ (relacionar, transpor) as exigências da esfera da produção (necessidades econômicas) para o plano da ação política, onde busca a sua realização institucional” (ibidem).

Também podemos nos referir à elite orgânica segundo suas funções, e em duas dimensões. No que se refere ao *córtex político* - visualização de objetivos estratégicos e táticas em cenários modificáveis - suas funções são: **(a)** alcançar e manter a “unidade” da classe através de ações conectivas e organizacionais, na medida em que, conforme Mills (1981), “dentro dos altos círculos da Elite do Poder existem grupos e facções, há conflitos de orientação e chocam-se as ambições pessoais” (p. 335). Contudo, disciplina interna e comunhão de interesses tendem a

⁷ “A definição mínima da Elite do Poder como os que tomam as decisões de importância a serem tomadas, não significa que os membros dessa elite sejam sempre os fazedores da história, nem, por outro lado, que jamais o sejam. Não devemos confundir a concepção de Elite, que desejamos definir, com uma teoria sobre seu papel, ou a teoria de que seja a mola da história de nossa época (...) Em suma, nossa definição da Elite do Poder não pode encerrar um dogma sobre o grau e a forma de poder que os grupos dominantes tem em toda a parte. E muito menos deve permitir que se infiltre em nossa discussão uma teoria da história (...) O

superar motivações à divisões; **(b)** contribuir para a homogeneidade da classe através da formação de uma “consciência de classe” eficaz e efetiva, buscando mostrar que os interesses existentes de grandes e pequenos empresários são idênticos, assim, concentrando o poder do setor privado numa pressão política (Cfe. Mills, 1981:295); **(c)** como *parcela esclarecida da burguesia* ou *mentora intelectual da classe dominante*, a elite orgânica funde a ideologia político-econômica e a análise político-estratégica, o que “*permite que todo o seu argumento ‘lógico’ apareça não como demanda e reflexão sobre sua própria classe, mas como expressão da consciência nacional e exigência estratégica*” (idem; p. 27); **(d)** produz estudos, análises e pesquisas sobre políticas públicas e empresariais, para o funcionamento do Estado e da sociedade.

No que se refere à dimensão de *estado-maior* – operacionalização do *córtex político*, modificando as relações de força – suas funções versam sobre a elaboração dos principais traços de ação e seu direcionamento, frente às outras forças sociais, além do preparo e planejamento estratégico de classe. Sua tarefa específica é “*articular e operacionalizar um conjunto de ações táticas e manobras numa seqüência de campanha destinada a preparar, desenvolver e acompanhar a realização de um projeto de Estado, procurando otimizar suas condições, meios e recursos, e almejando a redução do imponderável a zero através da antecipação e intervenção precisa e oportuna*” (ibidem).

Aqui é estabelecida a mediação entre a estrutura da classe dominante e o conflito de classe, incluindo a luta ideológica pelo *interesse geral nacional* ou pela manutenção dos princípios *naturais* da sociedade. Assim, transforma projetos particulares da classe em demandas gerais, *nacionais, sociais* ou de simples *senso comum*.

Por outro lado, conforme Fischer e Carvalho (1993), embora referindo-se a associações de moradores, constata-se o fato de que há uma consciência crescente da necessidade de instrumentalização das associações para uma relação mais produtiva com o poder local. Isto por meio de acesso a dados sobre políticas e ações governamentais

poder da Elite não significa, necessariamente, que a história também não se modele por uma série de

(orçamentos, programas, etc.) e a técnicas, tecnologias e práticas eficientes e de baixo custo. Do ponto de vista interno, as associações constituem-se em arenas de disputa de recursos e espaço de ação, onde ações e decisões são reinterpretadas e as relações sofrem reestruturação continuamente. “*Barganhas, conflitos de interesses e subversão dos objetivos são ocorrências naturais (sic) em quaisquer redes de poder intra-organizacionais (...) As associações criam um modelo híbrido que gera alternativas de ação, estruturação e relação*” (Fischer e Carvalho, 1993:161-2, destaques meus).

Enfim, a aplicação do conceito de *elites orgânicas* (Dreifuss) em nível local pode ser processada considerando-se a autonomia relativa e especificidades do nível local e a estrutura do poder local. Tal qual o nível local e o poder local, a *elite orgânica local* apresenta suas diferenciações em relação à estrutura nacional de classes e poder. Assim, as características da *elite orgânica local* devem ser, em parte, apreciadas durante o processo de investigação e contexto local. Por outro lado, mantêm-se as proposições de organização político-ideológicas de classe e planejamento estratégico das exigências da esfera da produção no plano da ação política em nível e contexto locais, além de transpor suas demandas em expressões de interesse geral no espaço local.

2.1. ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS NO BRASIL

Em constatação histórica, o desenvolvimento do capitalismo industrial no Brasil é marcado, por um lado, pela expansão e diferenciação das estruturas de poder tanto do setor público como do setor privado, e por outro, por uma crescente setorialização e/ou diferenciação das atividades privadas. Por sua vez, a articulação entre Estado e Sociedade é caracterizada por um crescente grau de complexidade, baseado num modelo corporativo estatal, que se fundamenta em organizações fortemente estruturadas com monopólio de

pequenas decisões, não conscientes” (e conscientes) (Mills, 1981:30-2).

representação dos interesses empresariais frente ao Estado, com controle sobre seus afiliados e com alto grau de institucionalização e rigidez. Conforme Luna e Tirado (1992) este é um modelo característico de governos com elevado nível de intervenção na economia, associado à baixa relevância das atividades dos partidos políticos e estruturas parlamentares. Além disso, postula uma equivalência formal entre empresários e trabalhadores a partir de uma arbitragem estatal.

Conforme Diniz & Boschi (1993), o empresariado do setor industrial formou-se e consolidou-se nos anos trinta e quarenta, período em que registra-se um regime autoritário com fechamento do sistema político e conseqüente neutralização da arena parlamentar-partidária, e centralização do poder no Estado, fortalecendo sua capacidade de intervenção nas esferas social e econômica e institucionalizando um modelo corporativo de intermediação de interesses. Essa estrutura tem como características mecanismos restritivos (localização regional e categoria industrial), com afiliação não compulsória, porém com obrigatoriedade de pagamento do imposto sindical. Além disso, as entidades possuem o monopólio da representação em suas respectivas categorias, mas, em contrapartida, o Estado pode exercer controle sobre a seleção de lideranças, destinação de verbas e intervenção ou suspensão das entidades. Segundo Diniz & Boschi (1979), a estrutura oficial *“surgiu em meio à tentativa de se contornar os conflitos entre grupos dominantes, transferindo a negociação de interesses para o interior do aparelho do Estado”* (p. 29).

Neste contexto, até 1945 o empresariado industrial consolidou sua posição econômica, diferenciando-se de outros setores tradicionais, particularmente o setor agro-exportador, e conquistou espaço político. Neste período, *“os empresários adaptaram-se ativamente ao corporativismo varguista, mantendo, ao lado das organizações oficiais, formadas por sindicatos, federações e confederações patronais, uma estrutura integrada pelas associações setoriais independentes”* (Diniz & Boschi, 1993:102; destaques meus). Então, surgem e se desenvolvem à margem da

estrutura oficial através de um processo mais espontâneo de articulação de interesses e objetiva formas mais autônomas de organização, representação e intermediação de interesses, na medida em que escapa ao controle direto exercido pelo Estado.

Portanto, as estruturas de representação de interesses surgem em contexto de dois processos genéricos referentes à progressiva complexidade e diferenciação da estrutura de classes do desenvolvimento econômico-industrial e do aparelho do Estado. (Cfe. Diniz & Boschi, 1979). Assim, funda-se o sistema dual de representação de interesses, o qual permanece até os dias atuais.

Conforme estes autores, o inter-relacionamento entre o setor privado industrial e as agências burocráticas do Estado propiciaram *“a abertura de arenas de negociação (...) transformando-se o executivo na arena privilegiada para o encaminhamento das demandas empresariais. Esse padrão perdurou até as fases mais avançadas da industrialização por substituição de importações, que se estenderam pelos anos sessenta e setenta”* (Diniz & Boschi, 1993:102). Neste período temos, destacadamente, três características: **(a)** constituição do empresariado como ator político a partir do inter-relacionamento entre este e o Estado, proporcionado por fortes instrumentos de controle e cooptação, marginalizando a mediação parlamentar-partidária; **(b)** estrutura de representação de interesses baseada na especialização e setorialização dos interesses empresariais; e **(c)** o corporativismo estatal, enquanto viabiliza a participação de representantes nas estruturas de poder, não possibilita a participação das organizações de trabalhadores, ou seja, institui um intercâmbio bipartite. Em síntese, se conclui que, neste período,

*“o empresariado definiu sua identidade e seu perfil enquanto ator político fora da arena parlamentar-partidária, desenvolvendo um estilo de ação tópico, calcada na defesa de interesses particulares e de curto prazo. Em consequência, uma de suas limitações básicas consistiu na **dificuldade de formular plataformas de teor abrangente e propostas de alcance geral, capazes de expressar os interesses do conjunto da classe**”* (Diniz & Boschi, 1993:102; destaques meus),

isto é, um sistema de *corporativismo estatal*, o qual manteve-se durante o regime democrático (1945-1964) e durante o regime militar (1964-1985) (Cfe. Diniz & Boschi, 1989:20-1).

O período de 1945-1964, principalmente nos anos cinquenta, é caracterizado pela projeção nacional da FIESP (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo), a principal entidade de cúpula do setor industrial, além do amadurecimento de propostas do empresariado industrial que culminou com a elaboração de um projeto de industrialização para o país que fez parte da política desenvolvimentista do governo JK.

Neste período, as organizações privadas do setor empresarial absorvem novas características, principalmente a partir das últimas décadas. Neste sentido, segundo Boschi (1979)

“apesar da preservação de contornos gerais, a estrutura corporativa passou por alterações sucessivas e substanciais, particularmente em termos de suas funções políticas após 1964, quando a política de clientela via legislativo perdeu a posição central, sendo este substituído por canais de acessos alternativos. Isso se aplica particularmente aos setores mais dinâmicos da classe empresarial que, na tentativa de fugir à rigidez da estrutura oficial, procuram modos alternativos e mais eficientes de acesso ao Estado” (p. 38).

Todavia, o caráter da relação Estado-Sociedade estabelecido em bases corporativas produziu, segundo Diniz & Boschi (1979), efeitos sobre as estruturas extra-corporativas que, embora representem uma resposta ao relativo congelamento das estruturas corporativas, reproduz, na prática e em anos recentes, em seu padrão de funcionamento, o estilo de negociação (clientelístico) definido e imposto pelo Estado durante todo o processo de institucionalização dos instrumentos de representação de interesses.

As estruturas extra-corporativas aparecem de forma considerável a partir do fim da década de quarenta, com emergência concentrada no período pós-64 (65%), enquanto que os sindicatos apresentam um padrão de surgimento bem distribuído durante as fases iniciais do processo de industrialização, com sensível decréscimo a partir de 1964 (82% surgem até 1963), o que sugere um certo congelamento de sua proliferação (Cfe. Diniz & Boschi, 1979).

Este quadro ainda indica que a diferenciação típica das fases mais recentes do processo de industrialização, caracterizado pelo acelerado ritmo de crescimento dos setores mais modernos, tende a se expressar através da proliferação das estruturas extra-corporativas de representação de interesses.⁸

A reestruturação do sistema de representação de interesses industriais pela proliferação de entidades extra-corporativas, se faz no sentido da: especialização crescente de setores da atividade industrial e em estados mais industrializados; tradução de interesses das grandes empresas de forma típica; e sugerem uma dinâmica seletiva em que segmentos mais destacados do empresariado buscam alternativas aos seus instrumentos de representação pela criação de organizações próprias e mais autônomas.

Para Boschi (1979), no Brasil pós-64 podemos observar pelo menos quatro modos de inter-relacionamento entre o setor privado e o Estado. Assim, existem as **estruturas corporativas oficiais** de representação de interesses controladas pelo Estado, e as **estruturas extra-corporativas** de representação de interesses ou associações paralelas, ambas representando o caráter formal de acesso ao Estado. Os dois outros modos de inter-relação público/privado são os “**anéis burocráticos**” já referido, e os **contatos pessoais** estabelecidos por indivíduos do setor privado, os quais representam o caráter informal de acesso ao Estado.

⁸ Segundo os autores citados acima, as principais características das entidades de representação de interesses são, para as **associações**: representam 63% do setor moderno; congregam proporções maiores de entidades com maior número de afiliados (49% com mais de 50), de grandes entidades (30% com mais de 100 afiliados), de entidades formadas com maioria de grandes empresas (72% com 50% ou mais de grandes empresas), e de entidades com mais de 10 empresas estrangeiras (39%); têm sua base de representação concentrada nos Estados mais desenvolvidos (São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro representam 83%); apresentam um padrão interno de organização mais complexo, a partir do número de cargos e níveis hierárquicos existentes. Enquanto que os **sindicatos**: representam 57% do setor tradicional; congregam proporções maiores de entidades com menor número de afiliados (63% com até 50 afiliados); apresentam menor proporção de grandes entidades (20% com mais de 100 afiliados), de entidades formadas com maioria de grandes empresas (30% com 50% ou mais de grandes empresas), e de entidades com mais de 10 empresas estrangeiras (19%); têm sua base de representação concentrada em estados menos industrializados. A abrangência do estudo de Diniz & Boschi possui como limite cronológico o ano de 1978. Portanto, aqui não estão considerados dados de períodos posteriores.

Por sua vez, análises realizadas sobre a ideologia e o comportamento político dos empresários nacionais,⁹ apresentam um viés proporcionado pela incorporação do *tipo ideal* como fonte teórica para explicação. Embora essas análises buscassem apreender a relação do comportamento empresarial no Brasil, ou seja, num contexto de periferia capitalista ou de desenvolvimento capitalista tardio, há

“um mau uso de categorias analíticas que, por um lado, reproduzem a perspectiva analítica dualista (...) e, por outro, implicam uma postura essencialmente normativa. No primeiro caso, a dicotomia tradicional/moderno é utilizada para avaliar a adequação do comportamento do grupo e, no segundo, o comportamento da burguesia é considerado por aquilo que deveria ser, antes que e por aquilo que de fato é, dadas as condições existentes” (Boschi, 1979:156).

Dessas considerações resultaria, de forma genérica e simplificada, as seguintes conclusões: “o ‘bom’ capitalista exibe um padrão de ação instrumental em oposição à ação tradicional que caracteriza a burguesia brasileira (categorias weberianas). Para a burguesia ser uma classe para si, deveria ao menos ter consciência da sua necessidade de ser hegemônica (categoria marxista)” (idem).

Cabe ressaltar, conforme o autor em destaque, que nas mediações entre o público e o privado, caracterizado por um padrão cooptativo, segundo seu *conteúdo* não subsistem traços tradicionais, mas um processo de adaptação dos dois setores ao desenvolvimento de crescente diferenciação e complexidade de ambos e, conseqüentemente, em seus relacionamentos; e segundo sua *eficácia* não emergem suposições democráticas liberais, mas um processo de adaptação às condições estruturais existentes. Assim, este processo adaptativo promove o estabelecimento de determinados formatos institucionais no decorrer do tempo.

Portanto, sobre o processo de mediação de interesses, segundo Boschi (1979) “a observação mais geral que poderia ser feita acerca deste complexo quadro (relações entre as elites empresariais, seus diferentes segmentos e o aparelho de Estado), é que ele é, provavelmente, resultado do **processo de**

⁹ CARDOSO, Fernando H. op. cit. V. também MARTINS, Luciano. 1968. *Industrialização, burguesia nacional e desenvolvimento*; Rio de Janeiro: Ed. Saga.

progressiva mudança ou adaptação da estrutura corporativa afetada pela atuação, tanto da classe quanto do Estado” (p.177; destaques meus).

Neste panorama, o processo adaptativo é expresso em dois grandes aspectos importantes. O primeiro diz respeito ao processo de emergência das estruturas corporativas e extra-corporativas. Na medida em que a primeira foi criada pelo Estado, o setor privado teve que se adaptar a ela, enquanto que a segunda foi imposta pelo setor privado com o objetivo de obter maior autonomia frente ao Estado. O segundo se refere ao papel desenvolvido pela dupla estrutura de representação de interesses no que tange a administração de conflitos internos à classe empresarial, decorrentes da quantidade e porte das empresas vinculadas às estruturas de representação.

Neste sentido, os resultados do trabalho de Diniz & Boschi (1979) quanto ao padrão evolutivo das estruturas de representação de interesses do empresariado industrial, tende a corroborar a *hipótese de equilíbrio*, desenvolvida por Salisbury,¹⁰ segundo a qual a proliferação de grupos organizados se dá em resposta à crescente diversificação do processo de busca de estabilidade e após situações de crise, seguida pela criação de contra-organizações, bem como a hipótese da proliferação de grupos organizados em função do processo de diferenciação econômica e social, sugerida por Bentley. Contudo, mesmo não apresentando um quadro de crise, a proliferação das associações se dá em virtude: do estancamento das estruturas corporativas; do dinamismo da fase mais recente da industrialização; e em setores de ponta, em fase de crescimento acelerado.

Todavia, essas análises não levam em consideração a direção que o Estado pode imprimir ao desenvolvimento industrial, com autonomia relativa, portanto, podendo ser crucial na geração e/ou evolução de associações segundo ponto de vista que não poderia ser

¹⁰ SALISBURY, Robert H. *An Exchange theory of interest groups*; In: _____; *Interest group politics in America*; New York, Harper & Row, Publishers, Evanston and London; 1970. p. 32-67.

explicado por processos de diferenciação econômica e social. Neste sentido, é nítida a grande intervenção estatal no processo socioeconômico no período 64-78, através da alocação de investimentos, assim, como reflexo maior de políticas governamentais do que das forças do mercado. Neste quadro, a intervenção estatal, no sentido regulatório e produtivo, atrai a ação de grupos organizados até a burocracia governamental, aprofundando as relações público-privado. A complexificação das relações formais e informais público-privado, torna-se um foco, por excelência, da atuação das associações de interesses.

Este terceiro momento (1964-1984) no processo de constituição do empresariado enquanto ator político, revela-se em pelo menos duas fases. Na primeira, constata-se a *consolidação* de um sistema dual de representação de interesses, além da *proliferação* de organizações extra-corporativas. Este aperfeiçoamento da capacidade organizacional do empresariado industrial se reflete em setores bem articulados com esferas decisórias do Estado, e através da criação de novas arenas de negociação entre os setores público e privado. Portanto, há um aumento da presença de interesses empresariais na estrutura pública. Por outro lado, o segundo período é marcado por um crescente fechamento do processo decisório com exclusão do empresariado de arenas estratégicas de definição de política econômica (Cfe. Diniz & Boschi, 1989:28-9). Porém, na medida em que havia dispersão das esferas decisórias de níveis inferiores do processo político, esta fragmentação permite uma articulação dos interesses empresariais com esferas governamentais específicas – mediações explicáveis pelos “*anéis burocráticos*” –, mesmo que o setor público preserve para si o núcleo de decisões vitais ao sistema (Cfe. Boschi, 1979:151-2).

Por sua vez, as estruturas de representação de interesses do empresariado são marcadas, neste período, por algumas características importantes. Uma delas se refere à *complementaridade* entre os dois tipos de estruturas de interesses, mas sem serem superpostas, apontando para um padrão de ação conjunta na medida em que a cada uma há limites

específicos de atuação,¹¹ bem como a amplitude de representação destas organizações empresariais. Neste sentido, “*as associações seriam um instrumento que maximiza a capacidade de organização e poder de barganha de setores já representados na estrutura oficial*”. Portanto, o maior dinamismo ou autonomia das associações não indica um maior grau de representatividade no sentido de englobar setores marginalizados ou sub-representados na estrutura corporativa. Ou seja, a diversificação da estrutura de representação de interesses não amplia os interesses a serem representados, mas indica que esta expansão está baseada numa dinâmica seletiva e excludente (Cfe. Diniz & Boschi, 1979). Ainda segundo os autores em destaque, as entidades extra-corporativas reproduzem práticas tradicionais e um estilo de negociação voltado ao controle de arenas decisórias do interior do aparelho do Estado, através de montagem de uma rede de relações formais e informais com segmentos da burocracia, e formação de uma teia de inter-relacionamentos que são valorizados como o cerne da ação grupal. Assim, esse caráter clientelístico não tende a uma direção mais pluralistas em termos de prática de funcionamento.

Segundo Giese (1991), a manutenção de práticas tradicionais pelo empresariado é constatada em ações do empresariado dos ramos têxtil e agro-industrial de Santa Catarina, principalmente as que se referem à distribuição de financiamentos estabelecidos por órgãos públicos estaduais, e incentivos e isenções fiscais de caráter estadual.

Enfim, as associações tendem à explorar objetivos de caráter específico, num estilo *pragmático*, ou seja, buscando resultados imediatos em termos de políticas concretas, podendo utilizar-se também da quantidade de membros do sindicato que representa oficialmente o setor, para exercer pressão adicional sobre o governo. Por sua vez, os sindicatos tendem a explorar objetivos de caráter mais amplos e genéricos, num estilo *político*,

¹¹ Como é o caso de as questões trabalhistas serem exclusivas ao tratamento de organizações corporativas no que se refere ao setor empresarial

ou seja, promovendo articulações de interesses sem que isso implique em resultados imediatos em termos de políticas concretas.

A partir de 1984, o Brasil encontra-se numa conjuntura de crise e transição, em que o desenvolvimento econômico baseado na industrialização por substituição de importações e sua sustentação através do padrão de ação do Estado encontra-se esgotado. Este período significa uma ruptura com o passado autoritário e a formulação de uma nova ordem democrática.

Essas mudanças sociopolíticas e econômicas formam o trampolim para o surgimento e proliferação de formas diferenciadas de participação, desenvolvidas à margem das estruturas corporativas que se mostram enfraquecidas desde meados dos anos setenta. Neste sentido, há uma tendência de instauração de um formato híbrido e a emergência de instâncias neo-corporativas¹² buscando aumentar a influência empresarial através da maximização de sua participação no processo decisório,

“atestando a complexidade crescente da estrutura de intermediação de interesses em seu conjunto. Esta se caracteriza pela coexistência de diversos padrões, com a persistência do corporativismo tradicional - embora bastante atenuado em sua rigidez original - e o desenvolvimento de grupos organizados segundo a lógica pluralista¹³(...) ao lado do surgimento do neo-corporativismo como alternativa de participação dos grupos privados em certas arenas de decisão, notadamente em certas áreas de política econômica e ambiental” (Diniz & Boschi, 1993:103; destaques meus).

No entanto, neste período o empresariado torna-se mais ativo e visível no que se refere à sua atuação política, através de suas lideranças e/ou entidades de cúpula.

¹² Neo-Corporativismo é uma forma de interação entre organizações de interesse - em geral entidades coletivas com: garantia de acesso à arena de decisão, filiação e/ou contribuição compulsória, foros institucionais de representação, delegação aos membros para participar de formulação de políticas, decisões autoritativas em relação aos membros e, finalmente, o monopólio da representação - primordialmente vinculadas a especificidades funcionais decorrentes da divisão social do trabalho e segmentos do aparelho do Estado. Tal interação tem lugar numa arena específica, envolvendo uma ação concertada entre os diferentes atores, tendo por base o princípio da negociação” (Diniz & Boschi, 1989:18-9), apoiadas em teorias da governabilidade e da representação funcional.

Paralelamente, há um (re)estabelecimento de vínculos estreitos entre o empresariado e arenas decisórias do Estado, bem como ocupando cargos administrativos em agências estatais e concorrendo a cargos eletivos.

Contudo, se por um lado o reforço de tendências pluralistas acarreta o aprofundamento da diferenciação e complexidade das organizações de representação de interesses dos vários segmentos empresariais, abrindo caminhos alternativos de participação paralelamente às estruturas oficiais, questionando as organizações tradicionais e preconizando, além de maior autonomia e independência da representação empresarial, com elaboração de propostas mais globais – como a defesa da economia de mercado e da livre iniciativa – extrapolando óticas setoriais e interesses corporativos (Cfe. Diniz & Boschi, 1993:103), por outro lado, a defesa de posições relativas de classe se depara com a inexistência

“de uma entidade de cúpula de caráter abrangente, capaz de atenuar os efeitos centrífugos das diferenças setoriais (...) Com isso, não é possível antever uma evolução na direção de formas mais unitárias de atuação. A predominância de uma visão setorial e a ausência de motivos à cooperação entre seus diferentes segmentos persistem como traços marcantes da classe empresarial” (Diniz & Boschi, 1993:103) ¹⁴

No entanto, essa dispersão e competição, ou seja, num contexto pluralista, entre organizações empresariais propicia um espaço de maior maleabilidade às estruturas tradicionais e renovação de lideranças.

Em síntese, a estratégia de desenvolvimento marcada pela profunda presença do Estado no setor produtivo e centralização do processo decisório, resultou em extrema complexidade e permanente adaptação das relações Estado/Sociedade. Ressaltando-se a maleabilidade e dinâmica da estrutura corporativa de representação de interesses neste

¹³ Como expressão da tendência pluralista podemos observar a emergência e proliferação de associações de profissionais liberais, professores e funcionários públicos; movimentos sociais em geral, como associação de moradores, de grupos étnicos, ecológicos, ambientalistas, feministas, entre outros (Cfe. Diniz & Boschi, 1993).

¹⁴ Muito embora a criação da UBE (União Brasileira de Empresários) esteja marcada pela busca de maior unidade de atuação (Cfe. Diniz & Boschi, 1989:30-1).

modelo, a mudança de contexto representada, grosso modo, pela retirada do Estado e pelo advento de um modelo pluralista de representação de interesses, especificamente pelo questionamento do autoritarismo no processo de decisão política, a dissociação entre cúpula dirigente e bases representadas e a oligarquização dos cargos diretivos, há a emergência de novos desafios que a estrutura corporativa tradicional não estaria apta a responder. Além disso, neste novo período

“grande parte do despreparo da classe para influir nas decisões governamentais decorreria das limitações típicas da estrutura oficial corporativa. Criada sob a égide do poder público, estas entidades sofreriam de um mal de origem, qual seja, o atrelamento ao Estado, o predomínio de um padrão de ação reativa e a preocupação de estar sempre bem com o governo. Em segundo lugar, tais entidades, especializadas na defesa de interesses específicos, careceriam de mecanismos para uma atuação voltada a longo prazo, ou seja (...) não estariam aptas a superar um ótica essencialmente setorial” (Diniz & Boschi, 1993:108-9).

Por último, identificou-se que a baixa representatividade dessas estruturas estão marcadas por *“distorções no peso relativo da representação – induzidas por uma fórmula de organização territorial”* (idem) e setorial – que estabelece, no mecanismo eleitoral, pesos iguais a cada sindicato, independente de sua força e poder. Diniz & Boschi (1979) ressaltam, neste sentido, que Olson Jr.¹⁵ apresenta argumentos importantes sobre o envolvimento de indivíduos em organizações coletivas, com base em dois tipos de incentivos à participação. Para este autor há os *incentivos de natureza coletiva* que se refere a todo o tipo de benefícios que se revertem a grupos ou indivíduos, independente de custos ou esforços adicionais. Por outro lado, há os *incentivos seletivos* que são os benefícios particulares que advém para certos indivíduos pelo dispêndio de recursos diferenciais na participação, em comparação com outros membros. Os primeiros não se constituem, por si só, em atrativos à participação de membros potenciais, sendo necessário combinar incentivos seletivos para suscitar novos membros.

¹⁵ OLSON JR., Mancur. *The logic of collective action*. Cambridge, Harvard University Press, 1965, p. 132-41.

Diniz & Boschi (1979) constataram que no caso brasileiro, em oposição ao caso inglês, os incentivos seletivos exercem maior atração sobre grandes empresas e se concentram nas estruturas extra-corporativas devido à adesão ser voluntária, ou seja, com iniciativa independente implicando em princípio mobilizacional incorporado à dinâmica de funcionamento. Além disso, diferentemente de Olson Jr., a maior dinamização das associações sugerem que estes incentivos atuam diversamente em função de variáveis como: tipos de empresas representadas, localização regional e setor de atividades.

Por sua vez, o efeito dos incentivos coletivos desestimulam a afiliação às entidades corporativas devido: ao monopólio de representação com garantia de acesso automático às instâncias deliberativas desestimulando a competição e a mobilização; ao resultado da relação custo/benefício ser negativo em virtude do potencial coercitivo do Estado; da compulsoriedade do pagamento do imposto sindical; e da base regional de representação.

Mas isso não implica rejeitar as estruturas corporativas. *“Assim, o avanço da modernização capitalista e do processo de democratização no Brasil não levam à ruptura com o antigo padrão de articulação Estado/Sociedade, embora algumas mudanças importantes estejam em curso”* (Diniz & Boschi, 1993:104). A manutenção da estrutura oficial constitui, para as associações, uma arena adicional de barganha política (pelo número de representados, pela legitimidade e/ou exclusividade de tratamento de questões junto às organizações de trabalhadores). De outra forma, podemos afirmar que a manutenção do esquema corporativo, valorizado positivamente como um fim em si mesmo, representa a manutenção de espaços conquistados dentro do Estado, ou seja, da possibilidade de influenciar o processo decisório, e ganhos sensíveis do ponto de vista do próprio Estado no que se refere à regulação sobre a atividade empresarial privada, ou seja, da transferência para o Estado do ônus de decisões cuja responsabilidade o setor não teria condições de assumir, o que representa também um quadro

de dependência da classe empresarial com relação ao Estado (Cfe. Diniz & Boschi, 1979). Embora com o rompimento da rigidez da estrutura de representação de interesses característico de contextos autoritários, ainda não há clareza na identificação de um **novo empresariado**. Conforme Diniz & Boschi (1993), *“há uma certa sobreposição entre as lideranças das antigas e das novas organizações, não tendo ocorrido um processo radical de renovação”* (p.104),¹⁶ na medida em que constata-se que uma proporção significativa (67%, até 1978) de lideranças acumulam cargos nas duas estruturas de representação e neles permanecem por muito tempo.

Todavia, em contraste com as estruturas oficiais corporativas, a pesquisa desses autores revela que os empresários apontam pontos positivos às estruturas extra-corporativas no contexto pós-84. Em primeiro lugar, estas estruturas, por emergirem à margem do Estado, não mantêm filiação compulsória e a contribuição financeira de seus membros é voluntária, o que contribui para um processo mais participativo internamente e corrigi distorções identificadas na estrutura oficial. Este é o segundo ponto, sendo sua base de representação de caráter nacional e por empresas. Finalmente, devido a estes elementos, são vistas como mais ágeis e eficazes, na medida em que dispõem de maior autonomia de ação e apresentam maior grau de democracia na dinâmica interna de representação. Em suma,

“as novas condições levaram os empresários a um intenso processo de adaptação, que implicaria o questionamento das bases tradicionais de representação de interesses e a necessidade de redefinição de seu papel político e social. Sob o impacto da erosão do antigo modelo e do aguçamento das dificuldades econômicas, acentuou-se a crise de representatividade do conjunto do sistema de intermediação, traduzindo-se na multiplicação de canais de participação e de organização de classe” (Diniz & Boschi, 1993:117).

Prochnov (1996) analisa, no âmbito da microrregião de Florianópolis entre 1985 e 1995, o sistema de representação de interesses do empresariado apontando para a complexidade das relações estabelecidas entre as organizações empresariais. Assim, esta nova

¹⁶ Exceção feita ao PNBE, composto por uma nova geração de pequenos e médios empresários (Cfe. Diniz & Boschi, 1993)

conjuntura cria condições de composição de novas bases de organização e estratégias de atuação conjunta entre várias entidades empresariais já existentes, assim como a emergência de organizações empresariais com capacidade de aglutinar os interesses empresariais como é o caso da AEMFLO (Associação Empresarial da Região Metropolitana de Florianópolis). Identifica-se, portanto, um complexo de ações conjuntas do empresariado (a partir da criação de novas entidades empresariais) e suas relações com órgãos públicos de variados níveis (local, estadual/regional e federal).

Analisando a ação empresarial industrial em nível local Tomio (1995) identifica aspectos de complementaridade na representação de interesses do setor. Enquanto que a estrutura corporativa (SINTEX) dedicou-se a objetivos econômicos e setoriais, a estrutura extra-corporativa (ACIB) encarrega-se de atribuições político-ideológicas de interesses de classe, estabelecendo vínculos econômicos e políticos e permitindo a este setor exercer um papel dirigente em espaço local.¹⁷

No que se refere às organizações empresariais relacionadas ao turismo em Florianópolis, mantém-se a complementaridade entre as estruturas de caráter corporativo e extra-corporativo. Há uma oscilação entre atuação tripartite e bipartite. Isto porque, com referência às decisões que atingem de forma clara e direta aos trabalhadores que estão inseridos no setor turístico (horário de funcionamento do comércio durante a temporada de verão, por exemplo), ergue-se uma atuação tripartite, a partir de caráter reativo dos trabalhadores sobre a possibilidade de decisões e/ou demandas dos empresários que são vistas como negativas ao processo de trabalho. Fora disso, o processo de definição é de caráter bipartite, com dupla-representação de algumas organizações que participam enquanto entidade e ao mesmo tempo como membros da PROTUR. Por sua vez, a abrangência da

¹⁷ Um outro estudo sobre a participação de organizações empresariais em nível local v. TEIXEIRA, José Paulo. *Os dos da cidade: poder e imaginário das elites em Criciúma*. Florianópolis, UFSC, Dissertação de Mestrado, 1995.

atuação da PROTUR é de caráter *micro*, na medida em que envolve ajustes/pactos de interesses organizados em nível de entidades/empresa ou comunidades *locais*. Além disso, suas *demandas* são de caráter *político*, tendo por característica principal articular uma relação orgânica entre as representações de interesses econômicos e os partidos políticos e a colocação de demandas estritamente políticas que se somam às econômicas (Cfe. Luna e Tirado, 1992).

Há ainda um aspecto adicional a ser considerado. O uso dos meios de comunicação pelas organizações empresariais tende “a reforçar a visibilidade do grupo e criar uma atmosfera favorável para a promoção de seus interesses” (Boschi, 1979:212). Conforme Mills (1981) os meios de comunicação de massa se constituem em meios privilegiados pelos quais a *Elite do Poder* pode atingir a população. “A grande publicidade, a técnica da criação de uma imagem (e/ou veiculação de uma idéia/projeto) e a avara exigência que seus veículos fazem de material constante” (p. 102) divulgam a *Elite do Poder* e suas idéias em proporções extraordinárias. Por outro lado, isso pode ser expressão de falta ou pouco poder junto ao processo decisório por parte dos grupos empresariais, buscando, desta forma, legitimidade fora das agências decisórias para obter resultados favoráveis às suas demandas.

No caso de nossa pesquisa, portanto, faremos considerações sobre organizações empresariais que têm suas atividades vinculadas ao setor turístico em nível local. Contudo, as análises empreendidas sobre organizações empresariais vinculadas a outros setores de atividades podem servir de referencial para a compreensão do empresariado do turismo. Cabe, portanto, algumas considerações sobre este setor de atividades.

CAPÍTULO II: REFLEXÕES SOBRE O TURISMO

Em alguns locais litorâneos do Brasil, bem reconhecidos também em Santa Catarina, o turismo emerge como uma grande opção de desenvolvimento econômico, em determinados lugares como a mais promissora. Nesses locais, é claro, outras atividades econômicas são importantes e, portanto, não podem ser desqualificadas, mas o fenômeno turismo é, muitas vezes, predominante. Exemplos desses aspectos em nível nacional são abundantes, do Nordeste ao Sul do país. Em Santa Catarina os destaques são Balneário Camboriú e Florianópolis, bem como outras localidades da costa catarinense.

No entanto, o termo turismo está vastamente difundido, mas abordando tantos aspectos que torna difícil pensar argumentos específicos a favor de uma maior uniformização conceitual. Aí começa o primeiro grande problema para quem se expõe a analisar o turismo.

1. TURISMO: APROXIMAÇÃO CONCEITUAL

Segundo alguns autores que se propuseram a tentar analisar e explicar o turismo, a primeira apresentação revela a falta de consenso, em nível teórico, sobre a noção de turismo.

Para Arrillaga (1976), este dissenso se faz presente devido ao fato de os autores partirem de pontos diferentes para explicar o turismo. Assim, uns buscam conceituar o termo turismo **(a) a partir do caráter legal**, apresentando extrema especificidade, tornando-o inaplicável em outros campos práticos e teóricos; outros tentam avançar **(b) a partir da**

noção de turista,¹⁸ o que resulta em variedade tão vasta do conceito em virtude da fantástica diversificação das motivações que levam um indivíduo a estar turista, tornando-o inoperável. Esta tendência possui como raiz caráter individualista à explicitação do conceito de turismo, recorrendo basicamente aos “porquês” de se estar turista. Nestes termos, aproxima-se da noção de turista, mas não apresenta argumentos satisfatórios ao conceito de turismo, o qual abrange abordagens mais amplas.

Enfim, para o autor a dificuldade de se construir o conceito de turismo se faz por dois grandes motivos históricos: **(a)** “o turismo é um fenômeno muito moderno (sic) e não se pode falar dele como fenômeno social até a segunda metade do século XIX”; e sobretudo, **(b)** “tem apresentado constantes e transcendentais transformações” (Arrillaga. 1976:18).¹⁹

Sendo assim, devido ser uma manifestação recente, de rápido desenvolvimento, mudanças e complexidade, o turismo é um fenômeno que apresenta dificuldades a partir de sua formação histórica, as quais obstaculizam sua conceituação em posicionamentos consensuais satisfatórios. Portanto, sendo sua dificuldade de apreciação conceitual amparada em seu desenvolvimento histórico, começemos, então, por nos aproximarmos da noção de turismo a partir do ponto de vista histórico.

1.1. CONSIDERAÇÕES HISTÓRICAS PARA A CONCEITUAÇÃO DO FENÔMENO TURISMO²⁰

O turismo, enquanto fenômeno social, só pôde existir a partir das condições históricas apresentadas nas sociedades industriais,²¹ especificamente com a dinâmica da divisão social do trabalho. Conforme Ascher (1994)

¹⁸ “Pessoa que viaje por uma duração de vinte e quatro horas ou mais, em um país que não seja o de sua residência” (Liga das Nações. 1937) (Cfe. Wahab, Salah-Eldin Abel. 1977. *Introdução à administração do turismo*. São Paulo: Livraria Pioneira Editora).

¹⁹ É importante frisar também a existência de apresentações conceituais que abordam o turismo exclusivamente a partir de uma perspectiva econômica.

“o turismo não é coisa nova e, enquanto jornada planejada de antemão por terceiros, realizada com relativa segurança e devidamente paga, remonta ao século passado. Isto deriva, por sua vez, da democratização de uma instituição anterior, o ‘grande tour’, uma viagem de alguns anos, geralmente pela Europa continental, através da qual os jovens aristocratas britânicos complementavam sua educação depois da conclusão dos estudos e antes de assumir as responsabilidades adultas” (p.7).

Neste sentido, a Revolução Industrial, ou mais especificamente a sociedade ocidental moderna pós-século XVIII, tornou o turismo uma instituição ou, nos termos de Émile Durkheim, um fato social, a partir da consagração de algumas características: **(a)** férias remuneradas, ou seja, novas perspectivas de uso financeiramente assegurado do tempo livre; **(b)** desenvolvimento tecnológico dos transportes terrestres (tração animal, ferrovias, automóveis particulares, etc.); **(c)** desenvolvimento do transporte aéreo; **(d)** fantástica expansão qualitativa e quantitativa dos meios de comunicação e informação; **(e)** aumento do nível de vida cultural; etc.

Considerando o exposto, podemos afirmar que em termos de desenvolvimento histórico o turismo somente emergiu após a primeira metade do séc. XIX (aproximadamente por volta de 1870) pois, conforme Arrillaga (1976), *“antes desse período não se tratava de um fenômeno social, nem existia uma equipe receptiva propriamente dita, nem, sobretudo, havia uma organização a serviço do turismo”* (p.39).

O turismo tornou-se um fenômeno social não pela simples quantificação de viajantes, mas através de um fato coletivo que produz o desenvolvimento de instituições, relações sociais, políticas e econômicas complexas, etc. Por sua vez, embora não seja útil restringir a definição de turismo a partir da noção de turista, é também com um conjunto de

²⁰ Etmologicamente, o termo **turismo** emerge do inglês *tour* ou *grande tour*, que significa girar, no sentido de movimentação, ação (Cfe. Machado. 1985)

²¹ Ao contrário dessa afirmação, para alguns autores o turismo é contemporâneo do ato de viajar conjugado com o lazer. Portanto, o seu surgimento não está vinculado à emergência da sociedade industrial. Nessa perspectiva as viagens realizadas antes do advento da Revolução Industrial que motivadas por prazer,

pessoas que estão dispostas e *podem viajar* que se torna possível a existência de um complexo de questões financeiras, técnicas, culturais, relações e situações de caráter socioeconômico e político, bens e serviços (equipe receptiva), etc., que se estabelece o fenômeno turismo.

Segundo Kurt Kraft (apud: Fuster, 1971), pode-se estabelecer quatro períodos distintos no que se refere ao desenvolvimento do fenômeno turismo:

a) Inter-ajuda profissional: até o fim do século XIX, se manifesta pela aparição de organizações privadas (...) com objetivos bem definidos (...). Caracteriza-se pela ausência de intervencionismo estatal e, na realidade, não pode-se falar de uma política turística.

b) Da propaganda: corresponde aos anos imediatamente anteriores a I Guerra Mundial. Surge com a consciência do turismo como força econômica e são levantadas as primeiras estatísticas turísticas. Simultaneamente, se deixa sentir a competência e insuficiência dos meios das empresas privadas. Inicia-se uma tarefa estatal no campo da propaganda.

c) Protecionismo: aparece depois da I Guerra Mundial. As crises econômicas obrigam [o Estado] a intervir para preservar a riqueza turística. Aparecem organizações governamentais e o turismo se converte em preocupação e atividade política. As organizações privadas se centram na defesa de seus sistemas econômicos.

d) Da adaptação: depois da II Guerra Mundial é de análise e aproximação às tendências modernas do turismo. A política do turismo se caracteriza por entrar agora em uma fase criadora, dinâmica e vigorosa voltado a um regime mais liberal” (p.160-1).

Evidentemente, há uma mescla ou inter-relacionamento entre estes períodos que marcam o processo de desenvolvimento do turismo em nível global. Conforme assinala Villamil (1983), a implementação do turismo se constitui em duas fases de grande generalidade: inicialmente há o turismo em nível individual, não institucionalizado, produzindo impactos mínimos; posteriormente, emerge a institucionalização do turismo, “processo mediante o qual se constróem hotéis modernos (...) de grande escala, se organiza o turismo em função de tours, se perde o controle local sobre o desenvolvimento turístico e resulta incrementada a dependência externa no setor” (p.17).

curiosidade, descanso e distração, individuais ou de pequenos grupos e muito freqüentes, manifestam o

1.2. TURISMO E ECONOMIA

Uma das dificuldades em se conceituar o fenômeno turismo de forma mais abrangente e uniforme esteja colocada na deficiência de se abstrair o mercado econômico que o compõe, suas mercadorias, bens e serviços, bem como devido, muitas vezes, ao seu caráter sazonal, o que implica em um grau de adaptação diferenciado segundo períodos determinados.

Primeiro cabe considerar que o turismo não integra o setor primário (agricultura e indústria extrativa) nem o setor secundário da economia (indústrias de transformação). Encontra-se constituindo o setor terciário, especificamente o setor produtivo de serviços. Contudo, acaba por influenciar direta e/ou indiretamente os outros setores da economia.

Discorrendo sobre a possibilidade de existência de algo em torno de “turismologia” Arrillaga (1976), ao negar tal possibilidade, alega que no que se refere ao turismo

“nada lhe é próprio e exclusivo, mas abarca amplas parcelas de outros setores e utiliza técnicas criadas com fins mais gerais. Nem tem setores sociais exclusivamente turísticos; nem os esquemas mentais em que se apoia a atividade turística lhes são próprios e excludentes; nem as técnicas que emprega são desconhecidas de outros ramos da atividade humana. Além de não gozar de verdadeira autonomia, nem doutrinal, nem didática” (p.29).

Do mesmo modo, Castelli (1986) constata que *“os elementos que compõe a atividade turística se abrem em leque de tal sorte que elas se pulverizam, se incorporam em várias outras atividades sócio-econômicas de um país” (p.59).*

No aspecto de mercado, o turismo avança em torno da possibilidade de oferecer “novas mercadorias”, isto é, possui a capacidade de comercializar bens materiais (alimentos, artesanatos, etc.), de serviços (hotéis, transportes, etc.) e bens imateriais (culturas, artes,

surgimento de aspectos característicos do turismo (Cfe. Castelli. 1986:11).

belezas naturais, clima, etc.). Portanto, trata-se de um conjunto de *produtos compostos*, dos quais alguns não podem ser “consumidos classicamente”, mas ao mesmo tempo fazem parte do valor comercializado em mercadorias de “consumo clássico”. Assim, a atividade turística é formada por uma grande variedade da natureza de seus recursos.

De modo geral, segundo Villamil (1983), “o turismo forma parte de um processo de crescente transnacionalização da economia capitalista crescentemente organizada como um sistema homogêneo e global, e tal processo tem importantes implicações nos países receptores do turismo de massa” (p. 11).²²

Para Sejenovich (1983), a atividade turística, em seu marco mercantil, deve orientar-se à satisfação da demanda manifestada no mercado, o que condiciona toda sua organização em função das características das demandas. Contudo, é importante frisar, em desacordo parcial com o autor, que o mercado não é somente orientado pela oferta e demanda, mas também por outros mecanismos conjunturais que podem afetar todo o seu conjunto.

Enfim, a atividade turística – juntamente como outras atividades econômicas – gera produtos destinados ao consumo do *tempo livre*. Este espaço mercantil gera, por sua vez, efeitos considerados positivos em nível econômico, como por exemplo: **(a) sobre a balança comercial** dos países. Isto se deve, claro, ao turismo internacional, componente que tem cada vez mais importância decisiva no fenômeno turismo (como é o caso de Florianópolis). Além disso, a atividade turística tem representado um coeficiente importante no que se refere à **(b) abertura de novas oportunidades de emprego** (na economia formal, e trabalho na informal).

²² O termo **turismo de massa** refere-se ao processo de popularização do fenômeno turismo. Veiga (1983) assinala que “as características e tendências do turismo internacional constituem bons exemplos do consumismo no mundo desenvolvido, mas que está fora do alcance popular nos países subdesenvolvidos; de onde se pode inferir a estreita relação entre o processo turístico e o tipo de sociedade e a estrutura de classes, entre outros elementos” (p.157-8).

Não se pode esquecer do aspecto da transnacionalização do turismo a partir do processo de institucionalização do setor. Porém, este aspecto traz consigo efeitos negativos. Para Villamil (1983) *“uma consequência deste processo de transnacionalização é que, ao menos para o turismo de praias (como ocorre em Florianópolis) a sociedade receptora na realidade não importa, mas o que importa é o preço. Como a produção industrial, a colocação da atividade turística se decide em função de onde no mundo se dão as composições que maximizam os lucros da empresa”* (p.17). Também Castelli (1986) compartilha com este posicionamento na medida em que considera que o turismo internacional abre novas divisas, mas *“divisa é uma palavra mágica; o que realmente interessa (...) são os dólares, marcos, francos, ... É encher o país de turistas”* (p.56).

Enfim, Veiga (1983) nos oferece uma apreensão muito importante para o tema em destaque. Segundo suas posições *“o turismo é resultado de um conjunto de fatores que, por sua vez, são mediatizados por uma indústria (indústria do turismo) que o promove no mercado, pelo caráter e tipo de demanda, etc., confluindo em uma “imagem turística”, associada a uma reestruturação de pautas e valores dos agentes sociais que configuram a oferta”* (p.156).

1.3. TURISMO PARA “TURISTAS”

A estrutura de classes sociais no Modo de Produção Capitalista – em todos os tempos – não permite que a posição de se estar turista seja algo compartilhado pela grande maioria da população dos mais variados países. Sendo assim, segundo o nível econômico de vida da população latino-americana, para Sejenovich (1983), é altamente sedutora *“a idéia de estabelecer etapas prioritárias e correlativas no nível de satisfação de necessidades da população, etapas onde a recreação e outros elementos da atividade turística ficam totalmente relegados”* (p.43).²³

²³ A necessidade primária de grande parte da população é a alimentação, já faz muito tempo. Segundo o autor em destaque *“se pode afirmar que boa parte da população da América Latina não tem ascendido à*

Do exposto acima, deve-se então perguntar: que tipo de turismo? E para quem? Quanto à primeira argüição, trata-se de um campo de respostas demasiadamente diversificadas e complexas, abrangendo aspectos que se referem a “consumidores” e “produtores” do setor, ao âmbito ambiental, cultural, econômico, etc. – aspectos que procuraremos desenvolver em estudos posteriores. Quanto à segunda pergunta, a resposta encontra-se baseada sobre o “consumidores”, os quais são representantes das classes médias e altas na grande maioria das vezes.²⁴ Assim, o fenômeno turismo constitui-se como intrinsecamente seletivo.

Simultaneamente, o âmbito de infraestrutura de regiões receptoras baseadas, predominantemente, no turismo internacional, em geral, são organizadas a partir do princípio de proporcionar ao turista uma proximidade de, no mínimo, um nível muito semelhante ao encontrado em seu país de origem.

De modo mais geral e nos dizeres de Augusto (1994),

“turista é um fenômeno mais ou menos recente, calamidade moderna, típica de uma era em que tudo se massificou. Antigamente as pessoas apenas viajavam. E mais antigamente ainda, nos idos de Heródoto e Marco Pólo, os viajantes se confundiam com os exploradores. A Terra já era redonda, mas a burguesia não havia pisado no convés com seus delírios de grandeza e seu sestro consumista. O que nos resta [o turismo] foi uma invenção do século passado, incrementado por um sujeito chamado Thomas Cook, o primeiro a ‘sacar’ que os ingleses adoram três coisas: sol, calor e conforto” (p.7).

Também, contemplando este posicionamento, Ascher (1994) discorrendo sobre a popularização intra-burguesa do fenômeno turismo, mostra-nos este outro lado da questão. Para ele, o turismo torna-se inenarrável *“simplesmente por causa da redundância, ou seja, todo mundo (leia-se: a classe média e alta) pode realizar ou repetir o mesmo itinerário e, pior ainda, a paisagem urbana é*

atividade turística, devido aos mesmos motivos pelos quais não se tem alcançado a satisfação de outras necessidades” (p.44).

²⁴ Conforme Veiga (1983) *“o turismo é o paradigma da vida moderna, orientada ao exterior e ao expansionismo próprio da classe média” (p.156).*

cada vez mais uniforme em todos os cantos do mundo” (p.7).²⁵ Confrontando “viajantes” e “turistas” o autor afirma que, mesmo que a sobrevivência dos últimos seja possível em detrimento dos primeiros, afinal, *“não seria tão mau assim. A modernização do planeta tem seu preço e não é razoável pedir a nossa espécie que desista dos antibióticos e das vacinas anti-pólio para perpetuar a variedade da paisagem urbana que, de qualquer modo, só alguns poucos eleitos estariam em condições de apreciar”* (idem).

2. ATIVIDADES TURÍSTICAS E CONSEQÜÊNCIAS AMBIENTAIS

Em primeiro lugar é de fundamental importância expor um aspecto proveniente da postura teórico-prática sobre meio ambiente e desenvolvimento. Como ressalta Sunkel (1983) *“é necessário reconhecer que as transformações ambientais são inevitáveis e inerentes ao desenvolvimento. Portanto, uma posição conservacionista ou ecologista extrema é sensivelmente inaceitável. A atividade social é, entre outras coisas, uma atividade de transformação da natureza”* (p.204).

Assim, a análise das relações entre turismo e meio ambiente requer uma perspectiva integradora de diferentes dimensões: sociais, culturais, econômicas, políticas e ambientais. Por sua vez, esta postura introduz a necessidade de um enfoque mais amplo sobre o fenômeno turismo do que o oferecido pelas análises econômicas de caráter tradicional. Como ressalta Veiga (1983), *“em boa medida isto é conseqüência de que os efeitos sociais, culturais e ambientais da atividade turística podem contrarrestar seus benefícios econômicos”* (p.155). Assim, o produto turístico está baseado em uma combinação de fatores no processo de interação entre suas diferentes dimensões e/ou elementos, entre eles o meio ambiente.

²⁵ Exemplificando, *“trate-se de Nova York ou Tóquio, Cairo ou Jerusalém, Moscou ou Nova Delhi, fazer turismo consiste em voar nos mesmo aviões, pegar os mesmos táxis ou ônibus em aeroportos idênticos, e dirigir-se aos mesmos Hiltons ou Sheratons para em seguida realizar os mesmos “city-tours”, “by day” ou “by night” e, com um verniz de refinamento, visitar os mesmos tesouros artísticos que podem ser vistos conjuntamente e em condições melhores no British Museum ou no Metropolitan”* (Ascher. 1994:7).

Neste quadro, ao levantar-se a problemática meio ambiente e turismo uma idéia central recai sobre o uso e apropriação dos recursos naturais, ou seja, o **consumo turístico**, na medida em que este possui um elevado potencial destrutivo dos recursos naturais e sobre a manutenção dos ecossistemas (capacidade regenerativa dos ecossistemas). Isto porque reaparece a questão dos recursos limitados a partir de uma demanda em curto espaço temporal e geográfico (principalmente quanto ao turismo sazonal, de acordo com uma determinada estação) e sua influência sobre a capacidade de o meio ambiente absorver variados tipos de tensões ambientais e/ou atividades de grande impacto em curto espaço de tempo.

Portanto, ao se referir aos limites da atividade turística, os quais encontram-se enfatizado no processo de demanda, existem limites significativos que devem ser considerados em relação ao processo de oferta. Ambos através das tensões que exercem sobre o meio ambiente.²⁶ É certo que, considerando-se a variação de grau, esses processos produzem efeitos sobre o meio ambiente, como deterioração e/ou destruição de áreas ambientais, modificação da organização social do espaço geográfico, de estrutura de parentesco, etc. Ainda, neste processo dinâmico são necessárias, por vezes de forma urgente, *“as ações que o Estado pode empreender para controlar a atividade turística e o processo de apropriação e modificação do meio ambiente, e o papel que cabe à oferta turística nativa e aos agentes privados ligados ao sistema internacional”* (Veiga. 1983:161).

O turismo, enquanto opção de desenvolvimento econômico, está profunda, direta e imediatamente relacionado ao meio ambiente. Ou seja, *“a atividade turística, enquanto atividade econômica, supõe uma apropriação do ambiente e para isso devem existir planos de controle e regulação que devem executar-se através de uma legislação apropriada”* (Villamil. 1983:7). Isto

²⁶ É importante reconhecer que há também *limites sociais* que se impõe ao crescimento econômico, de forma geral, e às atividades turísticas, de forma específica. (v. HERRERA, A. y otros. 1976. *Catastrofe o nueva sociedad*. In: Modelo Mundial Latino Americano; Ottawa; IDTR).

significa que a possibilidade de estabelecer-se um desenvolvimento sustentável, ou um desenvolvimento “harmônico” do turismo, se faz necessário constituir uma política integral de desenvolvimento. Caso contrário, o processo de deterioração ambiental (e social) poderá alcançar níveis significativos. Exemplos deste processo são vastos.²⁷

Neste sentido, torna-se fundamental aproximar-se, cada vez com maior intensidade, da determinação da capacidade que o meio ambiente tem de suportar as diversas atividades provenientes ou estimuladas pelo setor turístico. Com este resultado, permite-se uma observação prévia sobre os problemas de contaminação (redução da qualidade de recursos naturais), e de eliminação ou destruição de um ecossistema particular (como, por exemplo, um manguezal). Assim, pode-se obter com maior eficácia e utilidade a elaboração de uma política integral de desenvolvimento. Portanto, constitui-se em um enorme problema o fato de se atender ao turismo prescindindo-se de estratégias globais de planejamento, ou seja, política integral de desenvolvimento. Conforme Villamil (1983), *“na realidade muitos dos impactos negativos atribuídos ao turismo são resultado da falta de uma política estatal [políticas públicas] de desenvolvimento, não de problemas inerentes à atividade turística”* (p.23).

Segundo o autor em destaque, a comercialização da imagem de uma cidade ou região como lugar turístico é, em grande parte, a comercialização de sua população, não como é realmente, mas como desejada pela “indústria turística”. Neste âmbito, são produzidas várias campanhas para que a população seja amistosa e hospitaleira com os turistas.²⁸

²⁷ Conforme Veiga (1983), no caso uruguaio *“o turismo balneário tem implicado em apropriação de um sistema ecológico natural, com o risco emergente de sua exploração. O desenvolvimento balneário tem dado como resultado uma forma específica de urbanização na qual o meio ambiente natural sofre massivas transformações artificiais motivadas pelo desenvolvimento da infraestrutura e serviços destinados à exploração dos recursos naturais”* (162).

²⁸ Não é necessário grande esforço para se lembrar das várias campanhas deste tipo realizadas sobre Florianópolis (Campanhas com o lema: Receba bem o Turista) e, recentemente, sobre o Uruguai em diversos meios de comunicação de massa.

Contudo, se por um lado são apresentados pontos positivos sobre a cidade, por outro também pode resultar em pontos negativos, mesmo que de forma indireta. Seguindo orientação de Villamil (1983),

“o problema então é que o turismo força, de alguma maneira, uma reestruturação da personalidade das pessoas, das pautas de conduta e das atividades”. Isto possui como provável consequência o argumento de que “grande parte do que se apresenta aos turistas do folclore local também se encontra moldado pela idéia preconcebida do turista acerca do que deveria ser o folclore (...) O assunto é que o turismo começa a determinar que tipo de folclore ou de arte é comercialmente atrativo, o que deve ou não deve ser preservado, o que deve ou não ser fomentado” (p.21).

Sejenovich (1983) apresenta análises que percorrem caminho semelhante ao afirmar que *“boa parte dos percursos (ou atividades) turísticos buscam dotar os turistas das mesmas comodidades de que gozavam no lugar de origem”* (p.46), o que acaba por subvalorizar aspectos importantes da população nativa. Em outras palavras, conforme Villamil (1983), *“a medida em que o turismo se desenvolve há uma tendência (...) de criar um sistema que é uma réplica do ambiente encontrado [e, portanto, de valores produzidos] nos países de onde se origina o turismo”* (p.17). Este fato pode ser representado, não apenas no âmbito da infraestrutura, mas também em diversas manifestações populares, modalidades culturais e costumes que apresentam modificações em função de destacar elementos turisticamente mais bem comercializáveis. Isto, por um lado, quando é realizado em função de atores e espectadores, especialmente quando os atores se movem segundo suas idéias sobre as expectativas dos espectadores.

Quanto aos impactos ambientais propriamente ditos, muitos trabalhos discorrem sobre, exclusivamente, o ponto de vista econômico, o que não produz resultados satisfatórios, na medida em que é necessário uma perspectiva mais abrangente sobre o tema, conforme visto anteriormente. Assim, os impactos ambientais mais visíveis que são gerados a partir da atividade turística podem ser apresentados sobre vários aspectos. Com relação a alguns países, pode-se afirmar que

“os requisitos de localização de hotéis ou centros turísticos na zona costeira têm levado (...) à construção destes de tal forma que tem surgido graves problemas de

erosão (e contaminação progressiva, ainda que em baixa escala) das praias (...); sobretudo, em relação às instalações de maior tamanho, têm surgido problemas quanto à eliminação e tratamento de desperdícios e/ou dejetos (...); a construção de hotéis tem levado, em diversas ocasiões, à modificação dos sistemas naturais fechados” (Villamil.1983:22).

Enfim, a constituição de infraestrutura turística fora de um padrão que contemple uma política integral de desenvolvimento, tem sérias consequências nos ecossistemas que são capazes de ser preservados dentro do complexo turístico. Sejenovich (1983) corrobora esta colocação afirmando que a falta de política integral de desenvolvimento leva a uma excessiva pressão sobre os recursos naturais ou a uma utilização inadequada dos mesmos, sem obedecer sua capacidade regenerativa. Aqui, pode-se obter benefícios econômicos elevados a curto prazo, mas se destrói a capacidade de sustentação da base natural do turismo enquanto opção de desenvolvimento socioeconômico a longo prazo.²⁹

Enfim, consideraremos o turismo como um subsetor organizacional do desenvolvimento geral de um determinado local. Observando o capitalismo com o setor amplo de organização societal, poderemos afirmar que o turismo se apresenta como a meso-organização de uma sociedade. Como em Florianópolis, todas as atividades passam a ter no turismo o referencial de ajuste e condicionamentos relativos em suas áreas de atuação. Assim, de forma geral, a cidade passa a ser considerada turística. E, em consequência, suas estruturas econômicas, sociais, políticas, culturais e ambientais acabam por serem influenciadas pelo turismo como forma de desenvolvimento ou de incremento ao desenvolvimento da cidade. O comércio em geral (e seus fornecedores) insere sua amplitude de incremento econômico ao desenvolvimento turístico; as áreas de segurança, saúde, infraestrutura (viária, energia elétrica, saneamento básico, água potável, etc.) condicionam sua postura à demanda turística; critérios

²⁹ Embora discorrendo sobre as relações entre empresários e a problemática ambientalista em nível nacional e através de análise de conteúdo tendo como fundamento a página de meio ambiente do Jornal Gazeta Mercantil, para uma visão sobre empresários e meio ambiente v. UNGARETTI, Wladimir Netto. *Contribuição*

ambientais de ocupação do solo e de destinação de áreas naturais levam em consideração a existência do turismo; o turismo passa a ser parte das conjunturas eleitorais e de definição de políticas públicas para a cidade como um todo; financiamentos públicos são deslocados conforme a pressão *sofrida* segundo empresários e organizações sociais que debatem sobre o turismo e disputam políticas públicas para o desenvolvimento local levando-se em consideração o desenvolvimento turístico local; há plataformas que indicam ser o turismo a garantia de desenvolvimento geral do espaço local. Assim, o turismo passa a ser um referencial que serve para a cidade como um todo e, sendo assim, a influenciar os mais variados setores que compõem a estrutura social local (setores empresariais, organizações sociais, legislativo e executivo locais e estaduais, instituições de níveis médio e superior, etc).

No que se refere aos nossos objetivos, o processo de desenvolvimento turístico tem desencadeado uma série de discussões e discursos, arranjos e rearranjos, formulação de propostas e projetos, posicionamentos políticos, procedimentos diversificados, diferenciados segundo o setor organizado que se destaca para as “empreitadas”. Porém há uma grande homogeneidade sobre determinados temas. Através da defesa constante da *vocação natural* turística da cidade, apresentando tal caminho como *solução salvadora para Florianópolis*, na medida em que este é o *futuro do desenvolvimento local*, trazendo *benefícios para todos*. Assim, cria-se uma perspectiva extremamente positiva sobre o *dever* a partir da atividade turística. Articulando essas posturas, estão presentes organizações e políticos, agrupados ou não. Essas afirmações podem ser confirmadas através da investigação das organizações empresariais do setor do turismo, suas relações com outras organizações privadas e com agências públicas, além dos partidos políticos e políticos individualmente. Nossa pesquisa se encaminha neste sentido, através de estudo sobre a PROTUR, suas relações com a ACIF e com o SHRBS-FLN. À luz das reflexões anteriores e das que faremos em seguida, buscaremos compreender o papel

ao estudo das relações entre empresariado e ambientalismo através de uma análise de conteúdo do

do empresariado do turismo nessas relações, interna e externamente a suas estruturas de representação de interesses.

CAPÍTULO III: ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS CORPORATIVAS E EXTRA-CORPORATIVAS RELACIONADAS AO TURISMO EM FLORIANÓPOLIS

1. INTRODUÇÃO

Nesta primeira parte buscamos apresentar o fenômeno do turismo a partir de breves considerações gerais e, de forma mais pontual, a emergência do turismo em Florianópolis. O surgimento do mercado turístico ou mais propriamente, do setor turístico em Florianópolis, lançou novas dimensões socioeconômicas e redimensões de caráter político na cidade. A transformação que ocorreu em nível local tornou-se fortemente evidente a partir dos anos oitenta, culminando em campanhas mais “agressivas”, como a campanha dos “Contra”.

Esta conjuntura socioeconômica e política expressa características novas a partir, também, de novos espaços de organização e representação de interesses empresariais, os quais apresentam novos formatos a partir do final da década de oitenta. Contudo, até a afirmação dessas novas formas de organizações, a ação política do empresariado do setor de turismo, bem como sua organização interna, é tratada junto a estruturas corporativas e extra-corporativas do setor, as quais são, na maioria das vezes, integradas por empresários que são membros de outras organizações empresariais, formando o que designaremos **de redes de representação e ação empresarial**. Assim, passaremos também a apresentar as organizações de caráter corporativo e extra-corporativo do empresariado relacionado ao turismo que atuam em nível local, a partir dos anos setenta, o que encerra a segunda parte deste trabalho.

Ao trabalharmos com a noção de **redes de representação e ação empresarial**, buscamos demonstrar a organização empresarial do turismo em Florianópolis, a partir dos anos oitenta, na sua *forma aprimorada* de representação e ação. Para tanto, trabalhamos com as

relações estruturais entre empresários e entidades empresariais para, por fim, configurar a rede formada que constitui a representação de interesses e ações dirigidas por uma amplitude de formas constituídas por várias entidades relacionadas ao turismo local, bem como os canais de aproximação, através de empresários, entre as entidades. Portanto, constatamos dois níveis de relacionamentos e de representação: o primeiro deles refere-se aos canais constituídos pelos empresários, na medida em que participam de várias entidades de representação e organização empresariais, de caráter corporativo e/ou extra-corporativo; o segundo diz respeito a organizações empresariais constituídas por outras entidades, além de empresários e agências do setor público (municipal e estadual).

2. TURISMO EM SANTA CATARINA

A expansão socioeconômica do turismo tem apresentado grande expressividade, seja em nível global ou em nível local. Segundo a Organização Mundial de Turismo (OMT) e o World Travel & Tourism Council (WTTC) o turismo emprega cerca de 6,5% da força de trabalho mundial, contribui com 5,6% do total de impostos diretos e indiretos pagos no mundo e os investimentos de capital do setor representam cerca de 6,7% do total mundial (Cfe. ABOMTUR, s/d).

Todavia, a participação do Brasil neste quadro é quase irrisória, considerando-se seu potencial turístico.³⁰ Em 1989 o país recebeu apenas 0,3% do total mundial de turistas internacionais, o que representa 0,6% da receita gerada pelo setor (*idem*).

No entanto, internamente o setor de turismo vem se desenvolvendo em níveis consideráveis. Segundo dados da Equipotel (Feira de Equipamentos, Produtos e Serviços para

³⁰ O Brasil possui 5.864 Km de costa marítima; faz fronteira com dez nações. Além disso, suas riquezas naturais são diversificadas, formada por rios, lagos, lagoas, ilhas, dunas, montanhas, serras, grutas,

Hotéis, Restaurantes e Similares), somente no primeiro semestre de 1994 foram lançados 104 novos projetos de construção de hotéis (19.500 novos apartamentos), parte representada por grandes redes hoteleiras (Caesar Park, Meliá, Novotel). A estimativa é que sejam abertas 5.850 vagas de empregos diretos (Cfe. Folha de S.Paulo, 22.05.94, Caderno 7, p. 1).

Dentro deste panorama o estado de Santa Catarina é hoje um significativo centro receptor turístico no país. Dentre seus municípios os que se localizam na área litorânea se destacam, especialmente Balneário Camboriú e Florianópolis. Tais pólos turísticos, em termos de cadastramento na EMBRATUR, representam 35,5% dos hotéis e 39,2% das agências de viagens em nível estadual (SANTUR).

Embora em plena expansão, o grande salto do turismo em Santa Catarina ocorreu na década de oitenta, principalmente em sua segunda metade. É a partir deste período que se inicia uma discussão (na verdade, uma primeira e permanente discussão) sobre o desenvolvimento turístico do litoral catarinense, uma apresentação mais incisiva focalizando o tema. Por outro lado, este também é o momento em que os empresários passam a investir intensamente em atividades do setor turístico, que candidatos a cargos eletivos estaduais incorporam a questão do turismo em seus discursos, que movimentos organizados (movimentos ecológicos, movimentos ambientalistas, Organizações Não-Governamentais) passam a discutir e agir tendo o turismo como parte de suas referências.

Um grande impulsionador desses fatos é o destaque que o estado vem apresentando com referência ao turismo, conforme podemos ver no quadro a seguir.

cavernas, águas quentes e termais, florestas, fauna e flora exuberantes, vales e cerrados, minas e cachoeiras,

QUADRO 1: MOVIMENTO TURÍSTICO ESTIMADO NACIONAL E INTERNACIONAL EM SANTA CATARINA, 1985/1995

ANO	MOVIMENTO TURÍSTICO			VARIÇÃO ANO ANTERIOR	RECEITA GERADA (US\$)	VARIÇÃO ANO ANTERIOR	OBSERVAÇÕES
	NACIONAL	INTERNACIONAL	TOTAL				
1985	365.182 (77,58%)	105.535 (22,42%)	470.717 (100%)		119.849.111,39		
1986	486.259 77,66%	139.879 22,34%	626.138 100%	33,02%	149.204.289,74	24,49%	
1987	496.439 81,25%	114.563 18,75%	611.002 100%	(-2,42%)	226.333.255,21	51,69%	Plano Cruzado
1988	899.921 94,36%	64.008 6,64%	963.929 100%	57,76%	168.820.631,81	(-25,41%)	
1989	1.227.208 85,97%	200.276 14,03%	1.427.484 100%	49,64%	377.621.163,41	123,68%	
1990	810.645 87,03%	120.810 12,97%	931.455 100%	(-34,75%)	284.319.225,43	(-24,71%)	
1991	956.110 86,73%	146.288 13,27%	1.102.398 100%	18,35%	219.825.218,30	(-22,69%)	
1992	1.091.527 81,50%	247.770 18,50%	1.339.297 100%	21,49%	281.928.794,99	28,25%	
1993	1.205.752 76,13%	378.025 23,87%	1.583.777 100%	18,25%	467.195.936,85	(-37,55%)	
1994	1.205.241 78,24%	335.186 21,76%	1.540.427 100%	(-2,74%)	565.802.478,95	21,11	Plano Real
1995	1.238.117 91,67%	112.515 8,33%	1.350.632 (100%)	(-12,32%)	541.650.701,54	(-4,27%)	
MÉDIA	907.491 83,55%	178.623,18 16,45%	1.086.114, 18 100%		309.322.800,69		
TOTAL	9.982.401	1.964.855	11.947.256		3.402.550.807,62		

Fonte: SANTUR

2.1. DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO EM FLORIANÓPOLIS

Florianópolis, a antiga Nossa Senhora do Desterro, foi criada oficialmente em 23 de março de 1726, através de Carta Régia. Tornou-se Capital do Estado de Santa Catarina em 1823.

Em linhas gerais, Florianópolis apresenta três períodos básicos no que se refere ao seu desenvolvimento econômico: **(a)** até o início do séc. XX foi a capital de maior importância do sul do Brasil, destacando-se a prestação de serviços como o principal setor de atividades; **(b)** com o surgimento da indústria como alternativa econômica, Florianópolis

idades históricas, com clima tropical e subtropical.

decai em relação às capitais do sul do Brasil; **(c)** a partir de 1970, com o surgimento do turismo como opção econômica, o setor terciário se desenvolve, rerepresentando a prestação de serviços como destaque. Contudo, a atividade turística na capital catarinense começou a absorver maior impulso há cerca de 15 anos.

Atualmente, com população em torno de 300 mil habitantes e perímetro urbano com área de 451 Km², Florianópolis tem sua economia baseada nas atividades do comércio, indústria de transformação e serviços, neste com destaque para o turismo. Mais recentemente, a indústria do vestuário e a informática apresentam tendências de desenvolvimento no município.

Embora o turismo não seja, de modo geral, uma atividade recente, emerge na cidade de Florianópolis, basicamente, no início da década de setenta, a partir de impulso estrutural do governo federal. Em 1970 é criada a EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo S/A), período em que *“houve uma entrada maciça de capital para financiar empreendimentos turísticos (hoteleria, serviços, bares, restaurantes) e melhoria das comunicações e rodovias - a BR-101 só foi concluída em 1972”* (Yoshizato e Remísio; 1987:09).

Também em nível estadual é iniciada uma estruturação governamental em relação ao turismo com a criação do DEATUR (Departamento Autônomo de Turismo) em 1969, além de uma linha de financiamento para o setor turístico através do Banco do Estado de Santa Catarina (BESC-TUR). O governo estadual, a partir daí, manteve convênios com outros estados, como o que existiu entre o DEATUR/BESC-TUR com a Cia. Riograndense de Turismo, com o qual pretendia-se troca de informações, intercâmbio de pessoal, estabelecimento de padrão uniforme de turismo receptivo, união para busca de investidores internacionais e nacionais, etc. (Jornal A Gazeta, 07/04/74).

A despeito disso, Florianópolis não se organizou tendo o turismo como fonte econômica. Conforme depoimento de empresário que atua no setor desde o início dos anos

setenta, podemos perceber uma diferença significativa entre Florianópolis e outras cidades consideradas, atualmente, como pólo turístico de Santa Catarina. Assim,

“(Balneário) Camboriú se preparou para ser o que é. Nós (Florianópolis) fomos descobertos. Ficamos para trás. Lá é tudo concentrado, é tudo ali na Avenida Beira Mar. E é fila pra tudo: na padaria, no bar, na rua... E as pessoas não reclamam, até acham bom. Aqui é espalhado. Se tem congestionamento um sai e xinga. Lá não. Lá congestionamento é bom (...) Nós fomos descobertos pelo turista. Não fomos nós que desenvolvemos o nosso produto pra ir oferecer ao turista. Ou seja, nós fomos invadidos de turistas e com isso tivemos que nos desenvolver, com erros e acertos, e muitos entraves (...) Na verdade, nós fomos descobertos pelo grande fluxo turístico proveniente do Cone Sul ou, mais especificamente, da Argentina. O argentino já andava aqui a vinte anos atrás (...) Era rotulado de turista Volkswagen - aquele que roda muito e gasta pouco”.

Um outro empresário mantém a afirmação acima. Para este investidor do setor turístico, em muitas cidades turísticas o desenvolvimento da cidade se deu de forma diferente. Contudo, *“...aqui na Ilha o que se pode dizer é que Florianópolis se vendeu sozinha na medida em que as pessoas vinham aqui e conheciam Florianópolis e até Santa Catarina, voltavam e faziam propaganda boca-a-boca”.* Ou, conforme ainda um outro entrevistado, aqui em Florianópolis *“...o turismo se desenvolveu espontaneamente. Quer dizer, ninguém planejou, atraiu, programou. Então, se desenvolveu espontaneamente. Quer dizer, o consumidor veio atrás do produto”.*

Assim, Florianópolis, enquanto pólo receptor de turistas, começou a se destacar a partir dos anos oitenta. Antes deste período, os turistas que por aqui passavam faziam seus roteiros a partir de experiências de outras pessoas. Conforme um empresário do setor, nos anos setenta

“...nós não tínhamos absolutamente nada. Então, o nosso turismo tem menos de vinte anos. E aqui nós tínhamos meia dúzia de hotéis no centro da cidade que não tinham preocupação turística, apesar de que trabalhavam, naquele tempo, com três etapas do ano bastante definidas - janeiro e fevereiro como alta temporada e uma baixa temporada nos meses restantes, com exceção do mês de julho. Então, eu digo o seguinte: a vinte anos atrás, no morro da Lagoa da Conceição, surgiu um hotel; em Canasvieiras tinha um hotel. E só. E nenhum deles tinha sequer telefone. Então, nós mandávamos turistas pra esses dois hotéis cegamente, com uma visão do que tinha passado aqui no Centro: “Não, acho que ainda deve ter lugar. O senhor procura lá.” (...) Nós mandávamos gente nos meses de janeiro, fevereiro e julho até se acomodar por uma noite nas maternidades e hospitais, esperando vagas nos hotéis da cidade (...) Agências de viagens nós tínhamos duas,

sendo que uma tinha matriz em Blumenau. Então, isso era o turismo que existia em Florianópolis: meia dúzia de hotéis no centro, esses dois na praia, e duas agências de viagens”.

A despeito do processo de organização, Florianópolis se revela um centro importante e significativo em termos de recepção de turistas no estado de Santa Catarina e no Brasil. Por vezes, foi considerado como a segunda capital do país em termos de recebimento de turistas. Internamente, os dados oficiais revelam a importância do arsenal turístico em que se transformou Florianópolis.

QUADRO 2: MOVIMENTO TURÍSTICO ESTIMADO EM FLORIANÓPOLIS, 1985/1995

ANOS	MOVIMENTO TURÍSTICO ESTIMADO			VARIÇÃO ANO ANTERIOR	PARTICIPAÇÃO EM SC	RECEITA GERADA US\$	VARIÇÃO ANO ANTERIOR	PARTICIPAÇÃO EM SC
	NACIONAL	INTERNACIONAL	TOTAL					
1985	70.462 77,58%	20.364 22,42%	90.826 100%		19,29%	23.125.561,47		19,30%
1986	131.790 66,06%	67.710 33,94%	199.500 100%	119,65%	31,86%	35.578.516,09	53,85%	23,84%
1987	126.811 60,72%	82.034 39,28%	208.845 100%	4,68%	34,18%	129.962.213,00	265,28%	57,42%
1988	225.984 82,25%	48.768 17,75%	274.752 100%	31,56%	28,80%	57.611.478,51	(-44,33%)	34,13%
1990	243.820 80,56%	58.831 19,44%	302.651 100%	10,15%	32,49%	138.715.090,11	140,78%	48,79%
1991	269.133 81,41%	61.456 18,59%	330.589 100%	9,23%	29,99%	84.920.325,01	(-61,22%)	38,63%
1992	201.901 57,41%	149.797 42,59%	351.698 100%	6,38%	26,26%	84.462.434,18	(-0,54%)	29,96%
1993	238.282 57,19%	178.332 42,81%	416.614 100%	18,46%	26,30%	176.091.054,78	108,48%	37,69%
1994	170.679 47,83%	186.196 52,17%	356.875 100%	(-14,34%)	23,17%	164.771.909,66	(-6,43%)	29,12%
1995	172.623 67,50%	83.105 32,50%	255.728 100%	(-28,34%)	18,93%	109.863.451,84	(-33,32%)	20,28%
MÉDIA	185.148,5 66,41%	93.659,3 33,59%	278.807,8 100%	6,38%	27,13%	100.510.203,46		33,92%
TOTAL	1.851.485	936.593	2.788.078			1.005.102.034,65		

Fonte: SANTUR

Obs: Em 1989 a SANTUR não realizou pesquisa de estimativa do movimento turístico em Florianópolis

A captação de turistas pela cidade de Florianópolis, segundo os próprios turistas, se dá, basicamente, em virtude de seus atrativos naturais, o que revela que a divulgação da cidade está centrada neste item (v. quadro 3). É, fundamentalmente, por este motivo que os empresários expressam discordâncias em relação ao setor público em níveis local e estadual.

Ou seja, a sazonalidade (elemento de crítica por parte dos empresários) existente em Florianópolis está fundada em duas dimensões que se complementam: de um lado, a organização do turismo como fator econômico possui sua base fixada nos atrativos naturais (praias com sol, para ser mais preciso); de outro lado, a cidade está inserida em região de clima subtropical, o que faz com que a capacidade de consumo de seu principal atrativo turístico seja concentrado em curtíssimo espaço de tempo com relação a outras regiões e estados que manifestam os mesmos atrativos.

QUADRO 3: ATRATIVOS TURÍSTICOS EM FLORIANÓPOLIS, SEGUNDO OS TURISTAS, 1993/1995

ATRATIVOS TURÍSTICOS	1993	1994	1995
Naturais (praias, ilhas, etc.)	70,77%	78,59%	83,82%
Histórico-culturais e Científicos	25,44%	16,38%	4,41%
Manifestações Populares (folclore, etc.)	2,03%	1,28%	1,79%
Eventos (congressos, convenções, etc.)	0,54%	1,07%	0,74%
Outros	1,22%	2,68%	9,24%
TOTAL	100%	100%	100%

Fonte: SANTUR

No decorrer desses anos, com a presença expressiva de turistas, estruturação e crescente fortalecimento de um mercado turístico na cidade, tendo-se como base a emergência dos empresários do turismo como ator coletivo econômico e político em fins da década de setenta e início dos anos oitenta, Florianópolis torna-se o palco de grandes transformações sociais e econômicas, na medida em que, necessariamente, o local se caracteriza por este novo contexto.

Concretizando o desenvolvimento turístico, em anos recentes houve a criação de uma linha aérea regular normal, com frequência dominical e vôos extras, entre Buenos Aires e Rio de Janeiro, com escala em Florianópolis, realizada pela VARIG (Jornal O Estado, 10/01/92, p. 06). Além disso, na temporada 91/92, foi confirmada oficialmente pela SANTUR, a realização de 144 vôos *charters* entre Buenos Aires e Florianópolis, através da Aerolíneas Argentinas (Jornal Diário Catarinense, 24/01/92, p.10). Em termos de perspectivas, segundo previsão de Mário Lobo (presidente da SANTUR em 1991) “até 1995

Florianópolis deve ser a segunda capital brasileira mais visitada pelos turistas estrangeiros e a quarta cidade no cenário nacional” (Jornal Diário Catarinense, 20/10/91, p. 39).

Com o "aquecimento" no mercado industrial e comercial promovido pelo turismo, isto é, como resultado dos gastos de turistas, com enorme e prolongada incidência – efeito multiplicador³¹ – na indústria e no comércio, Florianópolis aparece entre os maiores municípios, nos anos oitenta, em arrecadação de ICM (ICMS) em Santa Catarina, sendo que em 1986 representa 3,61% (Cz\$ 292.522.784,00) do total arrecadado no Estado (SEPLAN/SC), estando entre os quinze municípios que arrecadaram dois terços (67,11%) deste imposto.

Neste quadro, o turismo aparece como o grande caminho de desenvolvimento socioeconômico do município, tanto na visão de empresários (veja-se o volume de propriedades e investimentos turísticos no município, principalmente na última década) quanto na visão de políticos (observe-se o intenso debate apresentado nas últimas campanhas para eleição de prefeito municipal em torno do turismo).

Outro fato importante: o desenvolvimento acelerado do turismo em Florianópolis nos últimos 20 anos (1975-1995) promoveu rearranjos nas elites locais, o que, no caso empresarial, é possível perceber através do crescente número de entidades corporativas e extra-corporativas vinculadas ao turismo.

3. ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS CORPORATIVAS E EXTRA-CORPORATIVAS RELACIONADAS AO TURISMO EM FLORIANÓPOLIS

Desde a iniciativa organizacional por parte dos governos federal (EMBRATUR) e estadual (DEATUR, BESC-TUR), e desde que o turismo passou a representar um mercado com potenciais promissores ao investimento de capitais, os empresários começaram a se organizar

³¹ Muitos autores realizam críticas e/ou relativizações sobre a idéia de efeito multiplicador promovido pela atividade turística. Entre estes autores podemos citar: ROSSEL, Pierre (org.). *Turismo: la producción de lo*

coletivamente para fazer valer seus interesses. Assim, a primeira organização empresarial diretamente relacionada ao setor turístico em nível local, surge em 1975. Contudo, a grande maioria das entidades empresariais correspondentes ao setor emergiram nos anos oitenta, conforme quadro que segue:

QUADRO 4: ENTIDADES EMPRESARIAS COM ATIVIDADES EM FLORIANÓPOLIS, SEGUNDO ANO DE FUNDAÇÃO

ANO	ENTIDADE	SIGLA
s/d	Associação Brasileira de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares	ABRESI
s/d	Associação Brasileira de Jornalistas e Escritores de Turismo - SC	ABRAJET/SC
1965	Associação Brasileira da Indústria de Hotéis - SC	ABIH/SC
1975	Associação Profissional de Hotéis e Similares de Florianópolis	
1975	Associação Brasileira de Agências de Viagens - SC	ABAV/SC
1978	Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis	SHRBS/FLN
1979	Conselho Permanente de Turismo - Associação Comercial e Industrial de Florianópolis	CPT-ACIF
1981	Associação Brasileira de Eventos e de Empresas Operadoras em Congressos e Convenções - SC	ABEOC/SC
1983	Associação Catarinense de Empreendedores do Mercado Imobiliário	ACEMI
1983	Associação Profissional das Empresas de Turismo do Estado de SC	APETESC
1986	Federação de Hotéis, Restaurantes e Similares de Santa Catarina	FHORESC
1989	Sindicato das Empresas de Turismo de Santa Catarina	SINDETUR/SC
1989	Fundação Pró-Turismo de Florianópolis	PROTUR
1991	Conselho das Entidades Empresariais da Grande Florianópolis	CEE
1994**	Fórum Permanente de Turismo	FPT
1995*	Fórum das Entidades Econômicas Patronais	

Fonte: Banco de Dados do Autor

(*) Esta entidade encontra-se ainda em processo de discussão para posterior fundação.

(**) Não tem personalidade jurídica

Deístas entidades empresariais, algumas apresentam ou apresentaram maior destaque no que se refere ao setor turístico e no âmbito do estudo aqui proposto. Os motivos de seus destaques variam: desenvolvimento ao longo do tempo; permanência quase inalterada dos diretores e/ou dirigentes, etc.

3.1. ASSOCIAÇÃO PROFISSIONAL DE HOTÉIS E SIMILARES DE FLORIANÓPOLIS E SINDICATO DE HOTÉIS, RESTAURANTES, BARES E SIMILARES DE FLORIANÓPOLIS

Em Florianópolis, uma das primeiras entidades empresariais relacionada ao turismo que emergiu, foi a Associação Profissional de Hotéis e Similares, criada em 17/Out/1975. Como registrado nesta data por um jornal local, *“reúne os proprietários de restaurantes, bares, cafés, lanchonetes, churrasarias, pensões, confeitarias, etc.”* (A Gazeta, 17/10/75).

A diretoria desta entidade foi composta, entre 1975 a 1978, isto é durante o período de sua existência, pelos seguintes empresários: **Estanislau Emílio Bresolin** (Ivoram Palace Hotel e Confeitaria Virlais), **Valter José da Luz** (Ponto Chic) e **Lauro Pereira** (Restaurante Primeiro de Maio). Na verdade, a criação desta entidade foi estabelecida com o propósito básico de criar condições legais para a geração do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis.

O SHRBS-FLN foi reconhecido, formalmente, pelo Ministério do Trabalho em 09/Nov/1978. Desde sua fundação os membros que compõem a diretoria, em sua grande maioria, se mantêm à frente da entidade, havendo mudanças, em geral, de cargos (cfe. quadro 5).

A criação do SHRBS-FLN passa a refletir, a partir deste momento, a emergência e estruturação de representação de interesses junto ao Estado, por um lado, e a demonstrar a existência de condições favoráveis ao investimento de capitais no setor turístico, por outro. Além disso, expressa a definição de elites empresariais relacionadas ao setor. Seus principais representantes, a considerar a emergência da Associação de Hotéis e Similares de Florianópolis e do SHRBS-FLN, ainda mantêm-se presentes nas estruturas de representação de interesses até os dias atuais.

QUADRO 5: COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA DO SHRBS-FLN, POR GESTÃO, DE 1978/1997

NOME	1978-1981	1981-1984	1984-1987	1987-1991	1991-1994	1994-1997
Tarcísio Schimitt				Vice-pres	Presidente	Presidente
Estanislau E Bresolin	Presidente	Presidente	Presidente	Presidente	Vice-presid	Vice-presid
Renato Nunes Ghizoni					VPA* MH ¹	VPA* MH ¹
Wolfgang Arndt W Schrodder					VPA APBV ²	VPA APBV ²
Volney José Koch					VPA Patrim	VPA Patrim
Ugo Dicklhuber					Secretário	
Lauro Antônio Pereira				Tesoureiro	Tesoureiro	Tesoureiro
José Soares Sobrinho					Cons Fiscal	Cons Fiscal
José Santino Machado					Cons Fiscal	
Nelson Luiz Cardoso					Cons Fiscal	Cons Fiscal
João Manoel Campos						Secretário
Ângela Maria Guardini						Cons Fiscal

Fonte: Banco de Dados do autor, segundo dados fornecidos pela entidade.

VPA*: Vice-Presidente para Assuntos de...

MH¹: Meios de Hospedagem

APBV²: Alimentação Preparada e Bebidas no Varejo

Embora a denominação da referida entidade limita-se a designar o município de Florianópolis, sua base de representação territorial foi ampliada em 13/Set/85, passando a incluir, praticamente, a Região da Grande Florianópolis. Assim, os municípios representados pelo Sindicato são: Florianópolis, Águas Mornas, Biguaçu, Garopaba, Governador Celso Ramos, Palhoça, Paulo Lopes, Santo Amaro da Imperatriz e São José (Cfe. Mtb 24430-002380/84 de 10/Dez/84). Com isso, fica evidenciado que a abrangência de representação territorial do Sindicato não permite a constituição de qualquer sindicato concorrente, ou seja, qualquer estrutura corporativa, que compreenda as atividades que correspondem, legalmente, ao setor, que são aquelas relacionadas a hospedagem, alimentação preparada e bebidas a varejo.

A luta pelo monopólio de representação do setor é apresentada também contra outras entidades empresariais que manifestam pretensões de representação. É o caso, por exemplo, do SINAME (Sindicato Nacional das Micro-Empresas) que remeteu guias de recolhimento de contribuição sindical a empresas que constituem o setor de hospedagem, alimentação e bebidas a varejo (Jornal Estalagem, Ago/95, N° 17, p. 5).

As principais demandas apresentadas pelo SHRBS-FLN são caracterizadas por fundamentos corporativos. A partir do lançamento do Jornal Estalagem seus posicionamentos com relação ao setor turístico, em geral, e reivindicações voltadas ao setor público, em específico, tornam-se bastante evidentes. Isto tanto para os empresários (filiaidos ou representados por força de lei) quanto para os setores privados discordantes (e/ou opositores ocasionalmente) e para agências públicas relacionadas diretamente ao turismo. Esta situação pode ser ilustrada por meio de várias notícias e reportagens encontradas no Jornal Estalagem.

Assim, a necessidade de maior controle e rigor do setor público sobre sacoleiros e vendedores ambulantes *“de malharias de fundo de quintal, ciganos de Goiás (...), vendedores do norte e nordeste (...), vendedores avulsos (...), cariocas, paulistas e gaúchos que alugam nas areias bicicletas, caiaques e jet-skys”*. Esta falta de ação por parte do setor público traduz-se em promoção de concorrência desleal entre as empresas aqui fixadas e os *comerciantes* que só aparecem na alta temporada. Neste sentido, *“a invasão descontrolada da cidade por vendedores avulsos do turismo vem representando problemas que atingem não apenas as empresas que desenvolvem seriamente suas atividades (leia-se: que pagam impostos) mas à população como um todo”* (Jornal Estalagem, Out/94, Nº 7, p. 4).³²

Também referindo-se ao setor público, porém com maior veemência, em Editorial o SHRBS-FLN expõe críticas devido à omissão da Prefeitura Municipal e do Departamento de Estradas de Rodagem (DER). Devido a esta situação apresentar-se constantemente, segundo empresários, há um desabafo: *“até quando teremos que, por nossa própria*

³² Embora o título desta reportagem possa aparentar uma abordagem extra-corporativa pelo SHRBS-FLN (*“Educação é o maior desafio para o turismo na Capital”*) seu fundamento principal está fixado em argumentos corporativos (empresas que pagam impostos ou têm seus impostos cobrados *versus* vendedores ambulantes). Outras atividades que caracterizam esta Entidade são: (a) oposição à extinção da Justiça Paritária do Trabalho durante Revisão Constitucional; (b) oposição à aplicação de tabelamento de preços de cervejas e refrigerantes, exposto na Portaria 078 da Secretaria Nacional de Economia; (c) defesa da taxa de 10% sobre os serviços nos bares, hotéis e restaurantes da cidade, embora reconhecendo a falta de amparo legal; (d) defesa da estrutura de representação corporativa e da cobrança da Taxa Confederativa-Patronal.

conta, contratar garis para fazer a limpeza das praias, pagar para que canteiros e passeios sejam capinados, e arcar com despesas que não deveriam ser de nossa alçada porque pagamos os inumeráveis impostos que nos são cobrados (...) com rigor.” (Jornal Estalagem, Jan/95, Nº 10, p. 2).³³

Em sentido de ideologia político-econômica o SHRBS-FLN, em Editorial de seu jornal, expõe a defesa de uma “filosofia liberal” baseada em reformas tributária e previdenciária, sendo que a *“arrecadação tributária e das contribuições sociais já atingiram níveis suficientes para permitir um equacionamento racional, capaz de ensejar a simplificação dos sistemas, o alargamento do universo tributável e a redução das alíquotas”* (Jornal Estalagem, Dez/94, Nº 9, p. 2).³⁴

Também as relações entre esta Entidade Empresarial e o sindicato de trabalhadores do setor pertencem a campo exclusivo do SHRBS-FLN. Estas relações podem se configurar por conflitos resolvidos em campo judicial (decisão sobre Dissídios Coletivos) ou por acordos entre sindicato patronal e sindicato de trabalhadores. As Negociações Coletivas, antecipações salariais, descanso semanal do trabalhador, demissões e verificação de atestados médicos também constituem parte destas relações.

É através de apresentação demandas de iniciativa do SHRBS-FLN que fica exposto seus conflitos e alianças com outros grupos relacionados ao turismo. A relação entre o SHRBS-FLN e agências do setor público caracteriza-se mais por conflitos do que por alianças. As críticas originárias desta Entidade Empresarial evidencia-se principalmente devido à falta de investimento em infraestrutura. Segundo Schmitt, presidente do SHRBS-FLN, *“o poder público, que é quem mais arrecada com o turismo, precisa dar condições necessárias para que a Ilha receba - e bem, o turista.”* Enquanto os empresários *“instalam seus negócios, recolhem impostos e geram empregos*

³³ Este Editorial (*“Caso de Polícia”*) é assinado por Tarcísio Schmitt, presidente do SHRBS-FLN.

³⁴ Este Editorial é assinado por Antônio Oliveira Santos, presidente da Confederação Nacional do Comércio, e explicita apoio ao então presidente eleito FHC. Reafirmando o posicionamento político da Entidade, é publicado em seu jornal artigo de Paulo da Costa Ramos (Jornal O Estado, 26-27/03/94) que discorre sobre greve e Partido dos Trabalhadores: *“(...) a greve selvagem que a CUT impõe nos últimos três dias à população florianopolitana (...) E o que o país pode esperar do PT no governo...”* (Jornal Estalagem, Mar/94, p. 9).

diretos e indiretos”, o poder público “*esbarra na indecisão*” como é o caso do Centro de Convenções de Florianópolis (Jornal Estalagem, Jun/95, Nº 15, p. 3). Ou ainda, que o poder público atua por improvisações abandonando “*o setor de maior arrecadação da cidade*” (Jornal Estalagem, Fev/95, Nº 11, p. 2; Editorial).

Em nível estadual, o SHRBS-FLN apresenta conflitos (e também alianças eventuais) com a SANTUR. Evidenciou-se, por exemplo, quando foi publicado em jornal de circulação estadual (Diário Catarinense, 31/08/95) resultados de pesquisa realizada pela SANTUR com destaque para o percentual de reclamações de turistas sobre hotéis e restaurantes da cidade (13 e 16%, respectivamente). Segundo Bresolin, vice-presidente do SHRBS-FLN e presidente da FHORESC, “*a Santur deveria tentar discutir os dados com o setor antes de divulgá-los*” (Jornal Estalagem, Ago/95, Nº 17, p. 3). Outra situação de conflito entre estes dois agentes sociais se deu quando a SANTUR devolveu verba a fundo perdido no valor de R\$ 90.000,00 (noventa mil reais), para capacitação de mão-de-obra no setor turístico através do sindicato patronal. Para Schmitt, presidente do SHRBS-FLN, a SANTUR não se preocupou em informar o Sindicato em tempo hábil sobre a existência de verbas e suas finalidades, e nem repassou a informação “*logo que o convênio entre Embratur e Santur foi assinado. Estão brincando conosco*” (Jornal Estalagem, Ago/95, Nº 17, p. 3).

No mês anterior, em seu jornal, o SHRBS-FLN publica projeto de cursos de aperfeiçoamento profissional em hotelaria, restaurantes, bares e similares, tendo a reportagem o seguinte subtítulo: “*A busca de recursos para viabilização do projeto é o próximo passo a ser enfrentado pela diretoria do SHRBS*”. O custo total previsto neste projeto é de R\$ 117.000,00 (cento e dezessete mil reais)³⁵ (Jornal Estalagem, Jul/95, Nº 16, p. 5). Além disso, em Editorial (“*Vamos nos Integrar?*”) declara a necessidade de desenvolvimento e profissionalização da mão-de-obra

³⁵ Valor bastante aproximado dos R\$ 90.000,00 de verba a fundo perdido, vinculada à capacitação de mão-de-obra no setor turístico, devolvida pela SANTUR ao Tesouro Nacional, via EMBRATUR, por decurso de prazo.

do setor, bem como da *“necessidade de parcerias, mercados comuns, associações, visões globais e ecológicas”* (idem, p. 2).

Finalmente, o SHRBS-FLN expõe os conflitos e frações de classe existente entre empresários do setor turístico em Florianópolis. Há empresários, segundo o Sindicato, que buscam *“cada qual de forma isolada, vender seus quartos, produtos e serviços através do apelo de fotos em folhetos próprios e, as vezes, de autenticidade duvidosa”*. Por sua vez, passa a criticar também a PROTUR (Fundação Pró-Turismo de Florianópolis) acentuando que esta não consegue cumprir que seria de *“primeiramente vender a imagem de nossa cidade, unindo-nos (os empresários) num grande pool de empresas, produzindo a folheteria adequada e inserindo a Ilha de Santa Catarina, Florianópolis, na mídia nacional”* (Jornal Estalagem, Out/95, Nº 19, p. 2). Também com gosto de crítica à PROTUR, o SHRBS-FLN expõe a necessidade de investir em divulgação (sendo esta uma das tarefas principais da PROTUR). Com título bastante significativo do ponto de vista político (*“Florianópolis exige: está na hora de investir em turismo”*) o Sindicato afirma que os *“empresários do setor apelam insistentemente ao poder público, como a Santur e a Embratur, para que sejam ampliados os investimentos na divulgação do produto turístico catarinense”*. Além disso, solicitam *“estímulo às parcerias, hoje insuficientes, frágeis e ocasionais, entre a futura Secretaria de Estado do Turismo, a iniciativa privada e instituições ligadas ao setor como o Sindicato, Fhoresc, Abih, Abav, Sebrae, Senac e Fiesc, entre outras”* (Jornal Estalagem, Nov/94, Nº 8, p. 3).³⁶

A entidade empresarial do setor turístico que emerge como principal aliado do SHRBS-FLN é a FHORESC (Federação de Hotéis, Restaurantes e Similares de Santa Catarina). Além de ocuparem a mesma sede, planejaram a construção de uma nova capaz de comportar as duas entidades. Conforme Schmitt, presidente do SHRBS-FLN, *“a união entre as duas entidades, além de saudável para a classe, permite que se tomem iniciativas como esta, onde todos saem ganhando”*

³⁶ Estas colocações expõem duas dimensões: (a) a reivindicação de uma Secretaria de Estado do Turismo exprime uma agência pública em nível estadual e com poder de decisão e exclusiva para o turismo, aliado a

(Jornal Estalagem, Mai/95, Nº 14, p. 3). Contudo, o principal elemento de união esta na ocupação dos cargos de presidência e vice-presidência destas entidades, sendo que o presidente de uma é vice-presidente da outra. Por sua vez, o jornal do SHRBS-FLN é também o veículo principal de divulgação de idéias e demanda por parte da FHORESC.

3.2.FEDERAÇÃO DE HOTÉIS, RESTAURANTES E SIMILARES DE SANTA CATARINA – FHORESC

A FHORESC surgiu em 09/Ago/86 e representa cerca de 20.000 empresas do setor turístico de Santa Catarina. Sua emergência constitui a continuidade de estruturação da representação corporativa, agora em nível estadual. Em parte, sua existência a partir de 1986 é devido ao desenvolvimento do turismo em Santa Catarina e, especificamente em Florianópolis, ocorrer fundamentalmente na década de oitenta,³⁷ e também porque as organizações empresariais do setor concentram-se em Florianópolis.³⁸

A FHORESC atua em diversos níveis e em parceria com outras entidades empresariais do setor. Na esfera federal é o canal oficial de representação das entidades empresariais de caráter corporativo do turismo em Santa Catarina.³⁹ Por sua vez, atua também e com maior constância em nível estadual, basicamente junto às agências públicas da estrutura do Governo do Estado. Com este fim, promove e/ou organiza eventos e debates como, por exemplo, a VI Convenção Nacional de Hospedagem, Alimentos e Turismo e I Encontro de

muito provável tentativa de indicar e/ou influenciar a ocupação do cargo; (b) entre as “*instituições ligadas ao setor*” foi excluída, em termos de apresentação explícita, a PROTUR.

³⁷ Exceção feita à cidade de Balneário Camboriú, onde o desenvolvimento do turismo se processou de forma significativa desde a década de setenta.

³⁸ Basta observar a quantidade de entidades empresariais corporativas e extra-corporativas com sede em Florianópolis. Ou seja, empresários que atuam em uma entidade empresarial tendem a perceber a necessidade de participação em outras organizações empresariais, ou ainda a necessidade de criação de outras, como é o caso do SINDETUR/SC.

³⁹ São consideradas as mais importantes pela FHORESC: Confederação Nacional do Comércio, EMBRATUR, Ministério da Justiça, Ministério do Trabalho, e Ministério da Indústria, Comércio e Turismo (Cfe. Jornal Estalagem, Nº 0, p. 2)

Hospedagem, Alimentos e Turismo do Mercosul, realizados em 1993. Entre as principais demandas apresentadas nestes encontros, podemos citar:

- a) instituir Florianópolis como a Capital (K?) do Turismo para o Mercosul, com realização de reuniões anuais sobre política integrada e promovendo a integração do setor em nível de Cone Sul, ao mesmo tempo em que se combate a sazonalidade em nível local. Esta política integrada versa sobre: marketing; garantia de condições de segurança, saúde e higiene sanitária; facilidade de locomoção, ingresso e saída dos países aos turistas do Mercosul; integração dos meios de comunicação do Mercosul;
- b) propugnar legislação específica para classificação de hotéis e a internacionalização do Aeroporto Hercílio Luz, possibilitando a criação de linhas aéreas de escala internacional;
- c) execução urgente do Centro de Convenções e Eventos de Florianópolis para a realização de encontros e feiras de escalas nacional e internacional, ou seja, criar bases para o desenvolvimento do turismo de negócios⁴⁰ (Cfe. Jornal Estalagem; Nº 2, p. 9)

Ainda em nível estadual, a FHORESC elaborou proposta de gestão sobre o turismo aos candidatos a Governador do estado nas eleições de 1994, sendo que as principais demandas são:

- a) criação de uma Secretaria de Estado exclusiva de turismo com direção de profissionais da área;

⁴⁰ Há um debate de dimensão privada sobre este tema e que demonstra conflitos intra-empresariais do setor de turismo. Assim, podemos distinguir dois grupos de empresários: aqueles que reivindicam a construção de um Centro de Convenções e Promoções, e aqueles que pleiteiam um Centro de Promoções na medida em que parte significativa de empreendimentos hoteleiros de Florianópolis apresentam, em sua estrutura, áreas para realização de Encontros e Convenções. Desta forma, a sazonalidade existente é combatida com realização destes eventos, concentrando os participantes em um "Shopping de Serviços". Isto é, refeições e lanches, serviços de hotelaria, *tours* pela cidade, diversão noturna (boates, danceterias e bares são oferecidos pelo ou no hotel onde são realizadas Convenções e Encontros.

- b) elaboração de uma política estadual de turismo e de um projeto integrado de turismo de Santa Catarina, contemplando a ampliação de investimento público na divulgação do produto turístico catarinense;⁴¹
- c) revisão da Política Tributária que incide sobre o setor. Especificamente “*que sejam revistos os impostos que gravam a atividade turística, discriminada em relação à indústria*”, bem como o modelo de arrecadação com o objetivo de evitar a sonegação fiscal;⁴²
- d) incentivo às instituições que promovem qualificação de mão-de-obra e “*conhecimento técnico-profissional do turismo e da hotelaria (hotéis-escola, faculdades, escola de turismo e hotelaria, etc.)*”;⁴³
- e) estímulo às parcerias que atualmente ocorrem de modo frágil, insuficiente e ocasional “*entre a futura Secretaria de Estado do Turismo, a iniciativa privada e as instituições ligadas ao setor, como a Fboresc, Federação de Empregados do Comércio Hoteleiro, Abib, Abav, Sebrae, Senac e Fiesc, entre outras*” (Revista FHORESC, Ano I, Set/94, p. 8-9).⁴⁴

No que se refere à sua estrutura, segundo dados conseguidos junto à entidade, a FHORESC é composta por 10 sindicatos do setor, conforme segue:

QUADRO 6: RELAÇÃO DOS SINDICATOS FILIADOS À FHORESC, SEGUNDO CIDADE DE ORIGEM E PRESIDENTE EM 1994

CIDADE DE ORIGEM DO SINDICATO	PRESIDENTE
Florianópolis	Tarcísio Schmidt
Balneário Camboriú	Mário Luiz Pretto
Blumenau	Rodolfo Francisco de Souza Neto
Chapecó	Isolde Alice Laux
Concórdia	Sérgio Antônio Baseggio
Criciúma	George Elias Correa Búrigo
Joinville	Marcos Hardt / João Q. Valadão
Lages-	Zauri Duarte de Liz
Tubarão	Neri Lorenzetti
Xanxerê	Gelsi Casagrande

Fonte: Revista FHORESC, Ano I, Set/94, p. 10

⁴¹ Segundo a FHORESC, “*Aruba, menor do que Fortaleza, investe US\$ 25 milhões/ano em propaganda externa (...) No ano de 1992 o Ceará investiu US\$ 2 milhões (...) enquanto que a Santur, hoje, tem um orçamento inferior a US\$ 400 mil*” (Fhoresc Revista, Ano I, Set/1994; p.8-9).

⁴² Segundo Bresolin, há “*pseudo-condomínios que nada mais são do que imóveis construídos com o fim exclusivo de aluguel em temporada e que usam desse subterfúgio para burlar a fiscalização no recolhimento de impostos*” (Jornal O Estado, 13/12/91 e Jornal Diário Catarinense, Coluna Cacau Menezes, 30/12/91).

⁴³ Referente a este tema, a FHORESC tem realizado esforços. Conforme Bresolin, firmou-se um convênio entre “*a sua Federação e a Federação do Comércio em conjunto com o Senac e o Sesc para a criação de mão-de-obra de hotelaria e turismo*” (Jornal Estalagem, Out/95; Nº19, p. 3; destaques meus).

⁴⁴ v. nota 41.

Também aqui, a composição da diretoria da FHORESC, desde sua fundação, demonstra baixíssimo grau de rotatividade de seus membros, conforme podemos observar no quadro a seguir:

QUADRO 7: DIRETORIA DA FHORESC, SEGUNDO EMPRESÁRIOS E CARGOS OCUPADOS POR GESTÃO 1986/1996

EMPRESÁRIO	1986-88	1988-90	1990-92	1992-94	1994-96
Estalísnau Emílio Bresolin	Presidente	Presidente	Presidente	Presidente	Presidente
Paulo E E Pfitzenreuter	Dir. Ass. Sindic		Dir. Ass. Sindic		
Djalma Luiz Alves Antunes	Dir. Ass. Sindic				
Cláudio F. Dalvesco	Dir Rest e Simil	Dir Rest e Simil	Dir Rest e Simil		
Cláudio Fischer	Dir Meios Hosp	Dir Meios Hosp	2º V-Presidente	2º V-Presidente	2º V-Presidente
Hélio Paz	Dir Bares e Sim	Dir Bares e Sim			
Hamilton Rotta	Cons. Fiscal	Cons. Fiscal		Cons. Fiscal	Cons. Fiscal
Heinz Klemz	Cons. Fiscal				
Mário Gunther	Cons. Fiscal				
Odílson Gaertner	Cons. Fiscal				
Marcos Hardt	2º V-Presidente	1º V-Presidente		1º V-Presidente	1º V-Presidente
Adolar Linzmeier	2º V-Presidente				
Mário Soratto	2º Tesoureiro	2º Tesoureiro	2º Tesoureiro	2º Tesoureiro	2º Tesoureiro
Neri Lorenzetti	2º Secretário	2º Secretário	2º Secretário	2º Secretário	2º Secretário
Cláudio Gaertner	1º V-Presidente	1º V-Presidente			
Lauro Antônio Pereira	1º Tesoureiro	1º Tesoureiro	1º Tesoureiro	1º Tesoureiro	1º Tesoureiro
Zauri Duarte de Liz	1º Secretário	1º Secretário	Dir Neg Colet	Dir Neg Colet	Dir Neg Colet
Werner Goerke Jr.		Cons. Fiscal			Cons. Fiscal
Jorge Luiz Gisi			Dir. Patrimônio	Dir. Patrimônio	
Tânia Baier			Dir Meios Hosp		
Maria Aparecida Vieira			Dir Bares e Sim		
Tarsício Schimtt			1º Secretário	1º Secretário	1º Secretário
Mário Luiz Pretto				Dir Meios Hosp	Dir Meios Hosp
Darci Peters				Dir Rest e Simil	Dir Rest e Simil
Isoldi Alice Laux					Dir. Patrimônio
Sérgio Antônio Baseggio				Dir. Ass. Sindic	Dir. Ass. Sindic
Rodolfo Fco de Souza Neto				Cons. Fiscal	Cons. Fiscal
Gelsi Casagrande				Dir Bares e Sim	
João Queiroz Valadão				Cons. Fiscal	

Fonte: Banco de Dados do Autor.

Destes representantes, 21% (6) sempre foram membros da estrutura da entidade, sendo que a presidência é ocupada pelo mesmo dirigente; 7% (2) ocuparam cargos em 4 gestões e também 7% ocuparam cargos em 3 gestões; 31% (9) ocuparam cargos em 2 gestões; e 34% (10) ocuparam cargos em apenas 1 gestão.

Considerando-se apenas os cargos de diretoria⁴⁵ a proporção é a seguinte: 20% (4) sempre ocuparam cargos nas 5 gestões observadas; 5% (1) ocupou cargos em 4 gestões;

⁴⁵ Os cargos de diretoria examinados são: Presidente, 1º Vice-Presidente, 2º Vice-Presidente, Diretor, 1º Secretário, 1º Tesoureiro. Não foram observados como cargos de diretoria: Conselho Fiscal, 2º Secretário e 2º Tesoureiro.

10% (2) em 3 gestões; 35% (7) ocuparam cargos em 2 gestões; e 30% (6) ocuparam cargos em apenas 1 gestão.

3.3. ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGENTES DE VIAGENS - SANTA CATARINA (ABAV/SC) E SINDICATO DAS EMPRESAS DE TURISMO DE SANTA CATARINA (SINDETUR/SC)

Fundada em 1975, a ABAV/SC teve como um de seus colaboradores, quando de sua criação, o empresário Estanislau Emílio Bresolin.⁴⁶ Expondo maiores disputas internas durante processos eleitorais, esta entidade apresenta maior grau de rotatividade no corpo diretivo durante sua existência, conforme o quadro a seguir:

⁴⁶ Conforme documentos conseguidos junto a ABAV/SC, além deste empresários, são citados como colaboradores no processo de fundação da entidade: Reinaldo J. Wanderhec, Antônio Carlos A. A. dos Santos, Ilse Mary Kumm, Maurício Voss, João Poli, Daisy Reguly, Pedro Chaves Barcellos e Tomé Madeira.

QUADRO 8: EMPRESÁRIOS QUE OCUPARAM CARGOS NA DIREÇÃO DA ABAV/SC, DE 1981/1995

EMPRESÁRIO	1981-83	1983-85	1985-87	1987-89	1989-91	1991-93	1993-95
Antônio Carlos A A dos Santos	Presid	Presid					
Aristoclides Vieira Stadler		Tesour ⁴	Presid			Presid	VPres*
Antônio Pereira Oliveira				Presid ¹	ConsNac		
Acelino Nunes Lopes			Tesour	Pres ¹ /Sec ⁶	Presid ²	ConsNac	
José Abelardo Lunardelli				Secret ⁶	Pres ² /Sec ⁷		
Valter José da Luz	Secret	Secret ³					
Reinaldo Vanderhec	Tesour	ConsFisc	ConsFisc		ConsFisc	ConsFisc	
Aloísio R. Da Silva		Secret ³					
Carlos Henrique Ramos		Tesour ⁴					
Telmo Maestrini		ConsFisc					
Maurício Voss		ConsFisc	ConsNac				
Carlos Eduardo Corbetta		ConsFisc					
Rolando Jalinke		ConsFisc	ConsFisc ⁵				
João Carlos Scopel		ConsFisc	ConsFisc			ConsNac	
Emílio Ross Marx Schramm			V-Pres				
Marina S. Moura			Secret				
Werner Grevel			ConsFisc	ConsNac			
Sônia Corbetta			ConsFisc			ConsNac	
Luiz Bonzoumet			ConsFisc ⁵	ConsFisc			
Adécio Malheiros			ConsNac	ConsNac			
Ilse Mary Kumm				Tesour			
Moacir dos Santos Jr.				ConsFisc			
Mário Edmundo Lobo Filho				ConsFisc			ConsNac
José Carlos Duarte					Secret ⁷	ConsNac	
Mário H. Campos Jendiroa					Tesour		
André Krammel					ConsFisc	ConsFisc	
Aderbal Schaeffer Filho					ConsFisc		
Paulo da Costa Ramos (PCR)					ConsNac		
Hélio Kalbusch					ConsNac	Secret	Presid
Osvaldina Peifer						Tesour	
Narbal Andrade de Souza						ConsFisc	
Antônio Renato Martins Barros						ConsNac	
Estanislau Emílio Bresolin						ConsNac	ConsNac
Lisiane Fogaça Chaussard							Secret
Odson Cardoso							Tesour
Sérgio Volnei Rizzi							ConsFisc
Aldino Osvaldo Diehl							ConsFisc
Tito Lívio V. Maciel							ConsFisc

Fonte: Banco de Dados do autor, segundo dados conseguidos em Atas de Reuniões da ABAV/SC

1 - Antônio P. Oliveira foi presidente até 31/12/88, assumindo o cargo Acelino N. Lopes até 30/09/89.

2 - Acelino N. Lopes foi presidente até 28/05/90, assumindo o cargo José A. Lunardelli até 25/10/91.

3 - Aloísio R. Da Silva foi secretário até 12/01/85, assumindo o cargo Valter J. Da Luz até 15/06/85.

4 - Carlos H. Ramos foi tesoureiro até 12/01/85, assumindo o cargo Aristoclides V. Stadler até 15/06/85.

5 - Luiz Bonzoumet foi membro do conselho fiscal até 08/11/86, assumindo o cargo Rolando Jalinke até 01/10/87.

6 - Acelino N. Lopes foi secretário até 21/12/88, assumindo o cargo José A. Lunardelli até 30/09/89.

7 - José A. Lunardelli foi secretário até 28/06/90, assumindo o cargo José C. Duarte até 25/10/91.

(*) - Também ocupa vaga no Conselho Nacional da ABAV/SC

Obs: Os presidentes anteriores foram: Antônio Pereira Oliveira (75-77 e 79-81), Carlos H. G. Prisco Paraíso (77-78), e Jaulo Linhares (78-79)

Em comparação com entidades empresariais do turismo de caráter corporativo em Florianópolis, a ABAV/SC apresenta significativa rotatividade de seus membros. Assim

nesta entidade, das sete gestões consideradas, observamos que nenhum membro consta em todas as gestões e nem mesmo em seis delas. Apenas 3% (1) participou de cinco gestões; 5% (2) participaram de quatro gestões, e também 5% (2) participaram de três gestões; 37% (14) participaram de apenas duas gestões; e 50% (19) participaram de apenas uma gestão.

Se considerarmos somente os cargos diretivos⁴⁷ temos as seguintes proporções: 7% (2) dos membros participaram de quatro gestões; 4% (1) participou de três gestões; 26% (7) participaram de duas gestões; e 63% (17) participaram de apenas 1 gestão.

Mantendo este panorama, os processos eleitorais nesta entidade ocorreram, em sua maioria, com a apresentação de apenas uma chapa, sendo esta empossada por aclamação. Contudo, nas eleições de 1983 (gestão 83/85) constatou-se um primeiro sinal de divergência entre os membros que se apresentaram para votar. Neste processo houve apenas 5 votos, sendo 4 favoráveis e 1 abstenção. Todavia, a disputa mais acirrada, ao mesmo tempo que se observa um crescimento acentuado no número de votantes, ocorreu nas eleições de 1987, quando concorreram duas chapas. A vencedora conseguiu apenas 3 votos de diferença.⁴⁸

Por sua vez, as demandas apresentadas pela ABAV/SC versam também sobre ações tradicionalmente executadas por entidades corporativas. Isto porque a criação da estrutura corporativa deste sub-setor é posterior à emergência da estrutura extra-corporativa. Assim, as defesas de interesses objetivam reduzir a carga tributária que incide sobre as agências de viagens instaladas em Santa Catarina. Em Assembléia Geral, Oliveira, então presidente da Entidade, informa *“que está sendo motivada a redução da taxa de ISS para os agentes de viagens de 5% para 2%, nas comissões percebidas em vendas de passagens aéreas e diárias hoteleiras, no município de*

⁴⁷ Cargos diretivos enfocados: Presidente, Vice-Presidente, Secretário, Tesoureiro, Conselho Nacional. Não foi considerado diretivo o cargo de Conselho Fiscal.

⁴⁸ A chapa B obteve 14 votos (45,16%) - contra 17 votos da chapa A (54,84%) e estava assim constituída: Presidente: *Aristocledes Vieira Stadler*; Secretário: *Cândido José Rodrigues Neto*; Tesoureiro: *Osmar de Souza Nunes Filho*; Conselho Fiscal: *Rolando Ianhke, Neri Lorenzetti e Avelino Niekoter*; Conselho Nacional: *João Carlos Scopel e Paulo E. Pfitzenreiter*.

Florianópolis” (Ata de Reuniões da ABAV/SC, Assembléia Geral, 14/10/87, p. 6v). A intenção é de alcançar estes índices para o Estado de Santa Catarina.

Em atuação conjunta com outras organizações empresariais, cogitou-se a doação, por parte da Prefeitura Municipal de Florianópolis, *“de um terreno para construção de um prédio que abrigará várias entidades do turismo”* (Ata de Reuniões da ABAV/SC, Assembléia Geral, 13/05/92, p. 41v), o que beneficiaria a ação conjunta de entidades empresariais do setor.

Em caráter nacional, a luta da ABAV compartilhada pela ABAV/SC, apresenta três frentes:

- a) aprovação da Lei Nacional do Turismo;
- b) *“municipalização e descentralização do processo de desenvolvimento turístico e investimento em recursos humanos”*;
- c) *“consolidação de uma bancada parlamentar que lute pelos reais interesses da atividade”* (Revista Brasil Eventos, Out/1994).

Em 1983, durante reuniões oficiais da ABAV/SC, foi iniciado o processo de criação do SINDETUR/SC. Assim, em Assembléia Geral realizada em 29/Mar/83, o presidente da ABAV/SC, Luiz Carlos Nunes dos Santos *“...comunicou (...) que pretende, juntamente com um grupo de empresários do setor, criar a Associação Profissional das Empresas de Turismo do Estado de Santa Catarina (...), que antecede a criação do Sindicato e que tem poder de representatividade junto às autoridades no sentido de reivindicar as causas de interesse dos Agentes de Viagens”* (Ata de Reuniões da ABAV/SC).

Dando prosseguimento ao processo de criação do SINDETUR/SC, em 26/Mai/83 foi formada uma comissão organizadora composta por Antônio Carlos Alves dos Santos, Valter José da Luz e Maurício Voss com o objetivo de providenciar os documentos necessários para a fundação da referida Associação Profissional, que foi realizada em 28/Jul/83 (APETESC - Associação Profissional das Empresas de Turismo do Estado de Santa Catarina), sendo *“esta é uma velha reivindicação dos associados da ABAV/SC”* (Cfe. Ata de Reuniões da ABAV/SC, 02/Jul/83). A necessidade de criação de Sindicato torna-se

fundamental a estes empresários no sentido de que esta “categoria não perca mais do que já vem perdendo em muitos sentidos” (Ata de Reuniões da ABAV/SC, 26/06/94).

Por sua vez, o SINDETUR/SC foi oficialmente constituído em 30/Set/89, e sua diretoria ficou assim composta:

QUADRO 9: COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA DO SINDETUR/SC, EM 1989, 1995 (JUNTA GOVERNATIVA) E 1995/1998

NOME	1989	1995	1995-1998
Aristoclides Vieira Stadler	V-Pres/Supl Delegado Rep	Presidente	Presidente/Delegado Rep
Sônia Regina Jendiroba	Tesoureiro		
Tito Lívio V. Maciel	Supl V-Presidente		Conselho Fiscal
Mario H. Campos Jendiroba	Supl Tesoureiro		
Orlando José Becker	Supl Secretário		
Marcos Grenel	Supl Diretor s/pasta		
Aderbal Schaeffer Filho	Supl Diretor Receptivo		Supl Conselho Fiscal
João Carlos Seopel	Supl Diretor Eventos		
Reynaldo José Wandherec	Supl Diretor Agências		
Maria Regina Faria Costa	Secretário		
José Abelardo Lunardelli	Presidente/Delegado Rep		
Antônio Pereira Oliveira	Diretor Receptivo/Supl Del Rep		Diretor Receptivo
Ilse Mary Kumm	Diretor Eventos		
Antônio Renato M. Barros	Diretor Agências		
Acelino Nunes Lopes	Delegado Representante		
Valéria Tessaerd	Conselho Fiscal		
Tito Tschoeke	Conselho Fiscal		
Arlete Ramos	Conselho Fiscal		
Odson Cardoso		Tesoureiro	Diretor s/pasta
André Krammel		Secretário	Delegado Representante
Mário Edmundo J. Lobo F ⁰			Vice-Presidente
André Kalbusch			Tesoureiro
Jane H. B. Balbinotti			Supl Conselho Fiscal
Anibal H. Carabelli			Supl Conselho Fiscal
Maurício Voss			Sup Delegado Representante
Marco Antônio Cachel			Sup Delegado Representante
Bárbara M. S. R. Marcinichen			Secretária
Atílio J. F. de Medeiros			Diretor Eventos
Hélio Kalbusch			Diretor Agências
Celson Paese			Conselho Fiscal
Sérgio Ribeiro Werner			Conselho Fiscal

Fonte: Banco de Dados do autor, segundo Atas de Reuniões do SINDETUR/SC

Contudo, a existência do SINDETUR/SC manteve apenas caráter legal até 1993, ou seja, não apresenta qualquer atividade que o promova como uma organização *de fato*. Até esta data, há somente o registro da ata de fundação como sendo a única atividade realizada (Ata de Reuniões do SINDETUR/SC, 25/Jun/94, p. 4). A partir de 1993 iniciou-se um processo de

reestruturação do SINDETUR/SC, através da ABAV/SC. Neste sentido, o presidente da ABAV/SC expõe que

“... o Conselho Regional da ABAV/SC, reunido em Assembléia Geral, autorizou a ABAV/SC a suprir as despesas do SINDETUR/SC até que este pudesse manter-se sozinho a partir de suas arrecadações. Isto a título de empréstimo e não de doações. Pois o Sindicato, conforme afirmado naquela Assembléia, viria a ser de grande valia para a ABAV/SC no futuro. O Sindicato terá maior representatividade legal” (Ata de Reuniões do SINDETUR/SC, 26/06/94, p. 6, destaques meus).

A relação entre a ABAV/SC e o SINDETUR/SC revela-se extremamente estreita, sendo o Sindicato, na prática, a estrutura corporativa complementar à Associação. Isto também pode ser verificado na composição da diretoria das duas entidades, ou seja, 51,6% da diretoria do Sindicato é formada por membros que já ocuparam ou ocupam cargos na diretoria da ABAV/SC, sendo que destes um empresário (3,2%) constitui-se em membro de três gestões do SINDETUR/SC (Vice-presidente, presidente, presidente), e 5 (16,1%) são participantes de duas gestões, conforme segue:

QUADRO 10: EMPRESÁRIOS QUE COMPÕEM A DIRETORIA DA ABAV/SC E DO SINDETUR/SC, SEGUNDO GESTÕES

NOME	ABAV/SC	SINDETUR/SC
Mário Edmundo Jardim Lobo Fº	87-89 e 93-95	95-98
Acelino Nunes Lopes	85-85, 87-89, 89-91 e 91-93	1989
Mário Henrique Campos Jendiroba	89-91	1989
Reinaldo Vanderhec	81-83, 83-85, 85-87, 89-91 e 91-93	1989
Aderbal Schaeffer Fº	89-91	1989 e 95-98
João Carlos Scopel	83-85, 85-87 e 91-93	1989
José Abelardo Lunardelli	87-89 e 89-91	1989
Aristocledes Vieira Stadler	83-85, 85-87, 91-93 e 93-95	1989, 1995, 95-98
Antônio Renato M. Barros	91-93	1989
Antônio Pereira Oliveira	87-89 e 89-91	1989 e 95-98
Ilse Mary Kumm	87-89	1989
Tito Lívio V. Maciel	93-95	1989 e 95-98
Odson Cardoso	93-95	1995 e 95-98
Hélio Kalbusch	89-91, 91-93 e 93-95	95-98
André Krammel	89-91 e 91-93	1995 e 95-98
Maurício Voss	83-85 e 85-87	95-98

Fonte: Banco de Dados do Autor

Além disso, a grande proximidade entre as duas entidades, que dividem um espaço físico comum, o qual constitui-se em suas sedes, se revela também quando

“... o presidente da ABAV/SC, Hélio Kalbusch (...) diz que haverá uma troca de favores entre a ABAV/SC e o SINDETUR/SC (...) Nunca pensou-se em

desarticular o Sindicato da ABAV/SC. Tal atitude seria impensável, pois não seria interessante nem para a ABAV nem para o Sindicato que caminhassem em separado. Temos que lembrar que o Sindicato é mais uma conquista nossa. Isso já foi muito bem colocado em Assembléias da ABAV/SC” (Ata de Reuniões do SINDETUR/SC, 26/06/94, p. 6, destaques meus).

Contudo, durante o primeiro semestre de 1995 o Sindicato é dirigido por uma Junta Governativa assim composta: Aristoclides Vieira Stadler (presidente); André Krammel (secretário); e Odson Cardoso (tesoureiro).⁴⁹

A importância do SINDETUR/SC fica rapidamente evidente na medida em que passa a fazer parte do Conselho Municipal de Turismo, órgão responsável pela elaboração da política de turismo de Florianópolis. Como o presidente da ABAV/SC já é membro do referido Conselho e como *“o presidente do Conselho Municipal de Turismo (...) juntamente com o Prefeito Municipal, fizeram contato, inclusive formal através de correspondência solicitando que fosse indicado um representante do SINDETUR/SC para compô-lo”*, os representantes deste sub-setor adquirem dupla representatividade no órgão de definição da política do turismo em nível local.

Até aqui realizamos uma apresentação de entidades empresariais de caráter corporativo e extra-corporativo relacionadas ao setor turístico e com atividades de destaque em nível local. A seguir, esta análise será complementada com a apresentação de entidades empresariais diferenciadas em relação às anteriores. Estas entidades que apresentaremos tendem à formação de um fórum amplo de debates, mas com maioria absoluta do setor privado. Significa dizer também que, mediante a participação de agências do setor público,

⁴⁹ O SINDETUR/SC é dirigido por uma Junta Governativa porque o processo eleitoral realizado em 12/Dez/94 não obteve o quorum mínimo estabelecido no estatuto da entidade. Nesta eleição foi apresentada apenas uma chapa assim composta: Presidente: Aristoclides Vieira Stadler; Vice-Presidente: Mário Edmundo J. Lobo Filho; Secretária: Bárbara M. S. R. Marcinichen; Tesoureiro: Odson Cardoso; Diretor Receptivo: Antônio Pereira Oliveira; Diretor Agências: Hélio Kalbusch; Diretor Eventos: Atílio J. F. de Medeiros; Diretor s/pasta: André Krammel; Conselho Fiscal: Jane H. B. Balbinotti, Celson Paese e Tito Lívio V. Maciel; Suplentes Conselho Fiscal: Maria Regina Faria Costa, Aderbal Schaeffer Filho e Aníbal H. Carabelli.

cria-se uma estrutura diferente de aproximação do setor privado ao setor estatal conforme veremos mais adiante.

CAPÍTULO IV: ENTIDADES EMPRESARIAIS E FORMAS DE REPRESENTAÇÃO

Além da existência das entidades de caráter corporativo e extra-corporativo já mencionadas, que constituem, cada uma, um fronte de representação baseados em seus segmentos específicos, desde a incorporação do turismo como atividade econômica de destaque ao setor empresarial em Florianópolis, emergiram formas diferenciadas de representação. O princípio dessas formas de representação está baseado na tentativa de criar um espaço de **unidade empresarial** que fosse capaz de aglutinar órgãos e agências públicas de destaque do setor turístico em níveis local e regional.

Assim, constituíram-se dois tipos de representação e organização de interesses empresariais. Por um lado, as entidades, corporativas e extra-corporativas, que representam os segmentos particulares da atividade econômica vinculada ao turismo, como os sindicatos e as associações, cujos mais expressivos foram identificados anteriormente. Por outro, a formação de entidades integradas pelos sindicatos e associações, agências do setor público, empresas e empresários vinculados ao turismo. Constituem-se em **estruturas ampliadas** com participação do setor público local e estadual diretamente relacionado com o turismo. Em Florianópolis emergiram três destas entidades: Comissão Permanente de Turismo, Fundação Pró-Turismo de Florianópolis e Fórum Permanente de Turismo, conforme veremos a seguir.⁵⁰

⁵⁰ Não estamos considerando nesta análise a relação existente entre empresários ou grupos empresariais com as organizações político-partidárias. Esta hipótese faz parte de um trabalho a ser desenvolvido no futuro e que complementará o estudo aqui apresentado. Para informações consistentes sobre a relação entre empresários e partidos políticos v. MEURER, Eriberto José. *Os empresários e os partidos políticos: as eleições de 1986 em Santa Catarina*; Florianópolis. UFSC, Dissertação de Mestrado, 1991.

1. ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DA GRANDE FLORIANÓPOLIS - CONSELHO PERMANENTE DE TURISMO

Destas entidades diferenciadas, a primeira a surgir foi o Conselho Permanente de Turismo da Associação Comercial e Industrial de Florianópolis (CPT-ACIF). A importância da ACIF no que diz respeito ao desenvolvimento turístico local se revela, estruturalmente, a partir da emergência do Conselho Permanente de Turismo em 06/Mar/1979.⁵¹ Esta agência privada constituiu-se em órgão técnico-consultivo da ACIF, portanto parte de uma organização empresarial e sem personalidade jurídica. Conforme seu Regimento Interno, Art. 1º, seus objetivos são: “**(a)** favorecer aos interessados idéias e estudos para o desenvolvimento turístico na região; **(b)** fomentar o debate de assuntos de interesses turísticos; **(c)** manter diálogo continuado e efetivo entre os empresários ligados ao turismo e o governo” (Ata de Reuniões do CPT-ACIF, 06/03/79, p. 01, destaques meus).

O seu poder de decisão apresentava uma *autonomia relativa*, na medida em que as decisões do CPT-ACIF deveriam passar pela aprovação da diretoria da ACIF. Assim, segundo seu Regimento Interno,

*“(Art. 8º) As deliberações do Conselho serão encaminhadas à Diretoria da ACF; (Art. 9º) Ao Conselho compete: (a) deliberar sobre assuntos de interesses dos empresários ligados ao ramo de turismo; (b) estudar, quando solicitado, questões relacionadas com as suas finalidades, emitindo parecer (...) (e) propor a criação de instrumentos legais que visem incentivar a atividade, tais como **insenções de impostos àqueles que operam no ramo**” (Ata de Reuniões do CPT-ACIF, 06/03/79, p. 02, destaques meus).*

Quanto aos membros do CPT-ACIF, sua formação era constituída por 11 entidades, sendo que destas, oito (57,14%) representam o setor privado, três (21,43%) são provenientes do setor público, além de três (21,43%) empresas aéreas, conforme segue:

⁵¹ Logo após a emergência do SHRBS/FLN que ocorreu em nov/1978.

QUADRO 11: MEMBROS DO CPT-ACIF, SEGUNDO ABRANGÊNCIA DE REPRESENTAÇÃO E SETOR DE ORIGEM, EM 1990

ENTIDADE	ABRANGÊNCIA	SETOR DE ORIGEM
Associação Brasileira de Eventos	Nacional	Privado
Associação Brasileira de Agentes de Viagens/SC	Estadual	Privado
Sindicato das Empresas de Turismo de SC	Estadual	Privado
Assoc. Brás. de Jornalistas e Escritores de Turismo/SC	Estadual	Privado
Fundação Pró-Turismo de Florianópolis - Protur	Local	Privado
Sindicato das Indústrias da Construção Civil	Local/Regional	Privado
Sind. de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares/FLN	Local/Regional	Privado
Centro Superior de Estudos de Turismo e Hotelaria/SC	Local/Regional	Privado
Varig	<i>Empresa Aérea</i>	Privado
Vasp	<i>Empresa Aérea</i>	Privado
Transbrasil	<i>Empresa Aérea</i>	Privado
SETUR	Local	<i>Público</i>
IPUF	Local	<i>Público</i>
SANTUR	Estadual	<i>Público</i>

Fonte: Banco de Dados do autor, segundo Coluna da PROTUR; Jornal O Estado, 28/Abr/90.⁵²

A partir desta formação de organização de interesses empresariais do setor turístico de Florianópolis, com participação ativa de agências de caráter decisório e executivo do poder público, constitui-se o primeiro **fórum empresarial** do setor turístico. Este **fórum** caracteriza-se, portanto, por ter como membros efetivos entidades empresariais de caráter corporativo e extra-corporativo, além de empresas aéreas e órgãos públicos de esfera local e estadual.

Por sua vez, a participação de agências do setor público, se não possui caráter de subordinação em relação aos membros provenientes do setor privado e que atuam em outras entidades empresariais comuns, ao menos garantem informações e caráter consultivo na relação com o grupo. Além disso, os empresários podem exercer (e exercem) pressões singulares sobre estes órgãos públicos nestas organizações. É importante considerar ainda que todas as propostas ou deliberações do CPT-ACIF são analisadas pela diretoria da ACIF na medida em que aquele possui poder sugestivo e esta decisório.

⁵² É importante atentar para a data de publicação destas informações. Isso indica que, eventualmente, podiam ser promovidas reuniões sob insígnia do CPT-ACIF. Contudo, não há qualquer registro oficial da continuidade de existência desta entidade. Segundo seu último presidente "o CPT-ACIF já cumpriu seu papel e agora está desativado".

Assim, os empresários mantêm agências públicas vinculadas ao turismo, ao menos em suas ações no CPT-ACIF, em avaliação constante e subordinadas, em primeiro plano, às pressões exercidas por outros membros e, em segundo plano, subordinadas ao poder de veto da diretoria da ACIF. Todavia, as atividades do CPT-ACIF referem-se à exposição de demandas e realização de pressão junto a órgãos públicos, não estabelecendo ações executivas.

A diferença para estruturas de representação de interesses corporativas e extra-corporativas é que as **estruturas ampliadas** têm como membros agências públicas que atuam no setor de interesse dos empresários e promovem estilos e modelos de relação com o poder público diferenciados. Assim, ao invés de realizarem somente atividades do tipo *anéis burocráticos*, trazem para junto da estrutura de representação de interesses empresariais as agências públicas, realizando pressões diretas e compondo espaços de informações privilegiadas, além de tenderem a conquistar maior legitimação de suas ações. Ainda, em sentido de representação de interesses, as **estruturas ampliadas** promovem uma inversão e ao mesmo tempo uma complementaridade de suas ações. Isto é, a estruturação da organização de interesses do CPT-ACIF apresenta muitas semelhanças com relação ao Conselho Municipal de Turismo.⁵³ Neste os cargos de direção e/ou coordenação são ocupados ou submetidos a representantes do setor público (Secretário Municipal de Turismo), enquanto que os outros componentes constituem o “corpo colegiado” da entidade, os quais podem exercer (e exercem) pressão sobre o “corpo diretivo”. Nas **estruturas ampliadas** os cargos do “corpo diretivo” são ocupados por representantes de entidades privadas, enquanto que as agências públicas constituem-se em parte dos membros do “corpo colegiado”. Neste caso, os

⁵³ A ACIF é membro do Conselho Municipal de Turismo; Conselho Municipal de Contribuintes; Conselho Municipal do Meio Ambiente; Conselho Comunitário Carcerário; Comissão de Licitação Municipal; Junta Comercial do Estado de Santa Catarina; INSS e outros (Cfe. Jornal Estalagem, Jul/95, Nº 16, p. 3).

representantes do setor público são percebidos de modo diferenciado em relação aos outros membros do “corpo colegiado”.

Evidentemente, os efeitos produzidos por cada uma destas formas de organização são diferentes, tanto para o setor privado quanto para o setor público. Todavia, mantendo-se presentes nestas organizações, as entidades empresariais acabam por duplicar seus espaços de ação e pressão sobre agências do poder público.

Quanto à composição da diretoria do CPT-ACIF, houve apenas duas formações, indicando que esta organização teve dois momentos fundamentais de atividade, conforme o quadro a seguir.

QUADRO 12: COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA DO CPT-ACIF, SEGUNDO GESTÕES DE 1979/1984

NOME	A PARTIR DE 1979	A PARTIR DE 1984
Antônio Pereira Oliveira	Presidente (ABAV/SC)	
Estanislau Emílio Bresolin	1º Vice-presidente (SHRBS-FLN)	1º Vice-presidente (SHRBS-FLN)
Lédio João Martins	2º Vice-presidente	
Ony Joaquim de Carvalho	3º Vice-presidente (ABIH/SC)	
José Joaquim de Souza	Secretário	
Valter José da Luz	Secretário (ABIH/SC, ABAV/SC)	Secretário (ABIH/SC, ABAV/SC)
Armando Luiz Gonzaga		Presidente
Airton de Oliveira		2º Vice-presidente (CITUR)
Wirto Schaeffer		3º Vice-presidente
Antônio Carlos A dos Santos		Secretário (ABAV/SC)

Fonte: Banco de Dados do Autor

Segundo participantes do CPT-ACIF, este “...aglutinava **todas** as entidades do segmento (...) Era um **fórum** que nós tínhamos de debater o turismo com **todos** os segmentos organizados da sociedade” (destaques meus). Ou ainda, “...uma reunião de **entidades e empresários** para discutir soluções para o turismo aqui de Florianópolis” (destaques meus).

Até metade dos anos oitenta o CPT-ACIF, teve participação significativa no processo de representação empresarial do setor turístico local. Mais especificamente, até 1985, segundo registros oficiais, foi o único núcleo aglutinador de várias entidades corporativas e

extra-corporativas relacionadas ao turismo.⁵⁴ Em outras palavras, o Conselho Permanente de Turismo da ACIF representou, em nível estrutural, a formação de *unidade de representação de interesses empresariais do turismo*. Mesmo assim, o funcionamento do CPT-ACIF apresenta dois momentos distintos de atividades: 1979 e 1984-1985. Entre este dois momentos esteve desativada ou não realizou reuniões com regularidade, como em 1980. Enquanto manteve-se ativado, o CPT-ACIF realizou reuniões com certa regularidade, sendo que no primeiro período registrou-se 9 reuniões (13,3%), e entre 1984-1985 foram realizadas 35 (77,7%) (v. Quadro de Reuniões do CPT-ACIF).

De todas as reuniões realizadas pela CPT-ACIF, e registradas em Atas, os principais temas tratados referem-se a demandas sobre investimentos públicos em infraestrutura voltada para o turismo (v. quadro a seguir).

QUADRO 13:RELAÇÃO DE TEMAS TRATADOS NAS REUNIÕES DO CPT-ACIF, SEGUNDO ATAS DE REUNIÕES

TEMAS TRATADOS	QUANTIDADE	
	Absolutos	Relativo (%)
Marina e Porto Turístico	18	11,04
Centro de Convenções e/ou Centro de Promoções	17	10,43
Demandas Gerais	17	10,43
Cultura e/ou Campanhas e/ou Promoções e/ou Projetos	17	10,43
Famtours	15	9,20
Reuniões c/ IPUF, Legislação, Incentivos	13	7,98
Sobre Órgãos Públicos	11	6,75
Internacionalização do Aeroporto Hercílio Luz	11	6,75
Profissionalização: SENAI, SENAC, IEE, ADVB	10	6,14
Comércio e Turismo	09	5,52
Convites para reuniões do CPT-ACIF	06	3,68
Carnaval	05	3,07
Créditos e/ou Financiamentos	04	2,45
Sobre Políticos e/ou Partidos Políticos	04	2,45
Transformar CPT em Órgão Público Oficial	03	1,84
Transformar CPT em Entidade Privada Autônoma	02	1,23
Apoio à empresário para cargo público	01	0,61

Fonte: Elaborado pelo autor a partir de Atas de Reuniões do CPT-ACIF

⁵⁴ Cabe esclarecer que, em 1981 foi cogitada a possibilidade de criação do Fórum de Desenvolvimento de Florianópolis por empresários do setor de turismo. Contudo, essa idéia não foi concretizada, nem mesmo encontram-se debates a este respeito.

Embora o CPT-ACIF tenha se tornado, na prática, inativo durante parte significativa de sua existência, a ACIF mantém o turismo como um dos focos de suas ações. Segundo Gonzaga, presidente da entidade, “... o turismo é hoje a mola mestra da economia da cidade e a ACIF, junto com as demais entidades envolvidas com o setor está engajada em seu efetivo desenvolvimento e qualidade” (Jornal Estalagem, Jul/95; Nº 16, p. 3).

Conforme Gonzaga, em 1995 as principais demandas da ACIF sobre o setor turístico versam sobre:

- a) qualidade dos serviços oferecidos ao turista ou formação de mão-de-obra qualificada e ausência de hotéis com classificação cinco estrelas;
- b) porto turístico com capacidade para transatlânticos e navios de maior porte;
- c) internacionalização do Aeroporto Hercílio Luz (Cfe. Jornal Estalagem, Jul/95; Nº 16, p. 3).

Estas demandas também constituem parte das motivações do CPT-ACIF desde sua criação, bem como de ações promovidas pela ACIF no *Programa de turismo de Florianópolis (outubro/1988)*.⁵⁵ Este documento não faz qualquer referência ao CPT-ACIF e, portanto, não poderemos caracterizá-lo como originário deste órgão da ACIF.

A partir desta experiência, a organização empresarial em Florianópolis absorve novas dimensões de representação de interesses e ação junto ao poder público em níveis local e estadual. Deste modo, novas entidades empresariais passam a emergir seguindo o modelo apresentado pelo CPT-ACIF.

⁵⁵ Neste documento, além destas reivindicações, temos ainda as seguintes: conscientização da população sobre a importância do turismo; embelezamento e caracterização da cidade; proteção e recuperação do meio ambiente; criação de circuitos turísticos (fortes e museus); recuperação, preservação e valorização do setor histórico de Florianópolis; criação de calendário de eventos; divulgação; articulação regional; Centro de Convenções e Promoções; facilidade de ocupação hoteleira através do Plano Diretor.

2. A FUNDAÇÃO PRÓ-TURISMO DE FLORIANÓPOLIS - PROTUR

2.1. EMERGÊNCIA

A Fundação Pró-Turismo de Florianópolis surgiu em 10/Jul/1989, como uma entidade empresarial “*destinada a fomentar o turismo da Capital*” (Jornal A Notícia, 03/09/91, p. 10), como “*pessoa jurídica de direito privado, sem fins lucrativos, dotada de autonomia administrativa e financeira*” (Estatuto, Cap. I, Art. 1º). O objetivo da PROTUR, segundo seu Estatuto, é promover o desenvolvimento turístico de Florianópolis através de:

- a) “... *campanhas de conscientização da comunidade de Florianópolis para os benefícios do turismo...*”
- b) “... *estudos para identificação de sugestões e ações...*”
- c) “... *sugestão aos órgãos públicos competentes de ações no campo da: formação e mão-de-obra para a indústria do turismo; melhoria da infra-estrutura básica (...) e serviços voltados ao turismo...*”
- d) “*articulação com a EMBRATUR, Secretaria de Estado da Indústria, Comércio e Turismo, SETUR, SANTUR, ACIF, CDL e outras entidades interessadas...*”
- e) “*geração, captação, promoção e apoio a eventos para a cidade de Florianópolis...*”
- f) “*elaboração, promoção e execução, juntamente com órgãos públicos e segmentos da iniciativa privada afins, de calendário anual de eventos...*”
- g) “*confeção de material publicitário...*”
- h) “*realização de campanhas de divulgação no país e no exterior, objetivando promover o produto turístico florianopolitano...*”
- i) “*atração de investimentos externos (...) principalmente na direção de um turismo que estimule a vinda de classes de alto poder aquisitivo...*”
- j) “... *gestões permanentes objetivando a construção de equipamentos básicos (...) tais como marinas, centros de convenções, centros de promoções e terminais turísticos...*”
- k) “*manter cronograma e centralizar informações sobre eventos em Florianópolis e mercados concorrentes para compatibilizar datas, locais e horários*” (Estatuto, Cap. III, Art. 7º, destaques meus).

Segundo um líder empresarial entrevistado, com a criação da PROTUR pretendeu-

se

“...somar os interesses dos empresários que aportariam recursos (a partir da definição de que (a) iniciativa privada tinha que se organizar melhor, arrecadar recursos pra fazer folheteria, fazer... montar uma série de eventos, etc. E, através desses recursos, a PROTUR faria uma série de coisas que o poder público não estava conseguindo fazer, ou por dificuldades burocráticas ou porque não tinha dinheiro... Em termos de divulgação internacional também. Mais folheteria, campanha de conscientização, participação em eventos fora, trazer eventos pra cá... Uma porção de coisas. E a PROTUR realizou muita coisa”

Quando do surgimento da PROTUR não existia, em atividade, qualquer entidade empresarial do setor de turismo que fosse capaz de promover uma **relativa unidade** entre empresários do setor. Como vimos anteriormente, o Conselho Permanente de Turismo da Associação Comercial e Industrial de Florianópolis estava desativado. Mas, devido ao fato de que em algumas reuniões do CPT-ACIF ter sido discutido a criação de uma entidade autônoma, há empresários que creditam para este Conselho a criação da PROTUR. Assim, segundo um entrevistado, a criação da PROTUR se deu *“a partir do CPT-ACIF. Havia dificuldade de o poder público municipal realizar a **divulgação** necessária. Alguém teria que **fazer a propaganda de toda a Ilha**. **Aí, nós criamos a PROTUR para realizar isso (...) de forma profissional**. Coisa que não era feita no poder público”* (destaques meus).

De forma mais aguda, a criação da PROTUR teve participação fundamental de um empresário do setor. Segundo depoimentos,

“...a PROTUR era alguma coisa que faltava dentro da própria administração que o (Fernando) Marcondes (Secretário Municipal de Projetos Especiais - Gestão Amim) fazia parte (...) Ele sentiu dificuldades de ação pública do governo para esse desenvolvimento e foi um dos inspiradores da criação da PROTUR. E já existia um movimento dentro da ACIF criando está entidade (...) Quando o Marcondes assumiu, gerou tudo e partiu para uma coisa nova que é a PROTUR, dentro de um espírito que já estava maduro”

Ou ainda que *“a PROTUR foi criada por influência e por preocupação do empresário Fernando Marcondes de Mattós, no tempo em que ele estava na Prefeitura”*.

Para alguns empresários, o surgimento da PROTUR se deu pela deficiência apresentada pelos órgãos públicos no tratamento de questões relacionadas ao turismo local. Assim, a PROTUR passou a ocupar um espaço que, considerado público, merecia atenção do setor privado. Para um empresário, “...a Prefeitura não tem condições de fazer nada, pois se diz inchada. Então, colocamos em prática uma idéia antiga na ACIF de cuidar das praças (...) Como a SANTUR também não tinha verbas para nada, criamos a PROTUR e decidimos que iríamos promover a cidade. São duas frentes que abrimos para aliviar o poder municipal” (Jornal de Santa Catarina, 20/09/89).

De fato, desde sua criação a PROTUR atua em áreas antes identificadas pelos próprios empresários como exclusivas do setor público, principalmente da Prefeitura Municipal. Isto é observado também através de uma apreciação comparativa com a CPT-ACIF. Este realizava muito mais reivindicações ao setor público do que apresentava ações executivas para a promoção da cidade a partir de seu potencial turístico. Por sua vez, a PROTUR revela-se a partir de uma atuação executiva, buscando divulgar a cidade e criar um ambiente interno favorável ao desenvolvimento turístico local, segundo critérios empresariais do setor, por meio da “conscientização da população local” e pela constante busca do envolvimento direto de empresários e de agências públicas na estrutura de representação da PROTUR. Conforme Alaor Tissot, a PROTUR, “desde seu surgimento, passou a tomar iniciativas antes executadas pelo poder público com resultados nem sempre convincentes” (Jornal O Regional, 31/07/94).

Por fim, segundo o Estatuto (Art. 7º) da entidade em destaque, os fundadores da PROTUR são:

Organizações Empresarias

- ACIF - Associação Comercial e Industrial da Grande Florianópolis
- CDL - Clube de Diretores Lojista de Florianópolis
- SINDUSCON - Sindicato da Indústria da Construção Civil de Florianópolis
- ABAV/SC - Associação Brasileira de Agências de Viagens/SC
- SHRBS/FLN - Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis

Agências Públicas

SEICT - Secretaria de Estado da Indústria, Comércio e Turismo
SANTUR - Santa Catarina Turismo S/A
SETUR - Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte de Florianópolis

Empresas da Construção Civil

Cassol S/A - Indústria e Comércio
Pedrita Planejamento e Construção
Planel Engenharia e Construções Ltda
Casas da Água Material para Construção Ltda
CEISA - Construções e Empreendimentos Imobiliários S/A
Engecal Construção e Incorporação Ltda
Cota Empreendimentos Imobiliários Ltda
Sul Catarinense Mineração, Artefatos de Cimento, Britagem e Construções
Ltda

Empresas ou Grupos Hoteleiros

Fagres Hotéis e Turismo Ltda
HOTUIL Hotéis de Turismo Internacional
Jurerê Praia Hotel S/A
Castelmar Serviços Hoteleiros Ltda

Empresas Privadas em Geral

Catarinense de Refreigerantes Ltda
INPLAC - Indústria de Plásticos S/A
Bebidas Max Wilhelm S/A
Cia. de Cigarros Souza Cruz
Eugênio Raulino Koerich S/A - Comércio e Indústria
Artplan Sul Publicidade S/A
Vidal Procópio Lohn & Filhos Ltda (Supermercados Imperatriz)
Usati Portobello Administração de Bens e Participações Societárias
Amauri Peças e Veículos Ltda
Müller Comércio do Vestuário Ltda
Eletro Comercial Santa Rita Ltda
Makenji Importação e Comércio Ltda
Propague Serviços de Comunicação Ltda

Empresas de Comunicação

TV Barriga Verde Ltda
Empresa Editora O Estado Ltda
RBS TV de Florianópolis S/A
RCE - Rádio e Televisão Cultura S/A
Zero Hora Editora Jornalística S/A
SCC - Sistema Catarinense de Comunicações Ltda

Destes fundadores, a maioria (33%) é constituído por empresas privadas que atuam em diversas áreas do mercado local; 21% de empresas do setor da construção civil; 15% de empresas de comunicação (TV, jornais, rádios); 13% de entidades empresariais do turismo de carácter corporativo e extra-corporativo; 10% de empresas ou grupos hoteleiros; e 8% de agência públicas executivas das esferas local e estadual.

2.2. ESTRUTURA INTERNA E REPRESENTAÇÃO

Assim, a PROTUR passa a representar um conjunto amplo de empresários em nível local e/ou regional com atividades correspondentes a setores que constituem o setor turístico (hotéis, restaurantes, bares; agências de viagens; empresas de transporte aéreo, terrestre e marítimo; empresas organizadoras de congressos e eventos; de comunicação; do ramo imobiliário; instituições financeiras; empresas de serviços auxiliares), entidades empresariais relacionadas ao setor, e órgãos públicos municipais e estaduais. Conforme um empresário,

“... a PROTUR (foi) uma grande iniciativa do setor empresarial no sentido de se organizar na dimensão de que ela seria o porta-voz de todo o segmento da atividade econômica. E não só de um setor, como é o caso do nosso Sindicato. Mas, na verdade, (a PROTUR) não está onde deveria estar. A PROTUR deveria ter um apoio maior com um envolvimento maior. Há muitas pessoas que não concordam com certas posições e não se movem para que isso mude. Então, eu acredito que ela tem um relevante trabalho prestado e é imprescindível que ela comece a crescer mais ainda” (destaques meus)

Sua estrutura organizacional e administrativa é formada por: **Conselho de Curadores**, órgão deliberativo que estabelece e fixa os objetivos e a política a serem desenvolvidos, e composto por Presidente, Vice-presidente e membros mantenedores (contribuição de 500 BTN's), além dos representantes natos (SEICT, SETUR, SANTUR, ACIF, CDL, SHRBS/FLN, SINDUSCON, ABAV, ACEMI - a partir de 28/08/91, e ABEOC - a partir de

29/06/92); **Conselho Fiscal**, cujos membros (3 efetivos e 3 suplentes) são escolhidos pelo Conselho de Curadores; **Superintendência**, órgão executivo de atividades técnicas, financeiras e administrativas, bem como de representação da entidade, composto por um Superintendente Geral nomeado pelo presidente e homologado pelo Conselho de Curadores; **Conselho Consultivo**, que constitui-se em órgão plenário ou fórum de debates sobre temas e programas de interesse da PROTUR, contudo sem poder de decisão.

Por sua vez, a composição diretora da PROTUR é formada por grupos empresariais, representantes de entidades privadas e órgãos públicos. O quadro a seguir mostra a diretoria da entidade em destaque desde sua fundação.

QUADRO 14: COMPOSIÇÃO DA DIRETORIA DA PROTUR, SEGUNDO EMPRESÁRIOS, EMPRESAS E PERÍODO DE GESTÃO

NOME		GESTÕES			
Empresário	Empresa	1989-1991	1991-1993	1993-1995	1995-1997
Fernando Marcondes de Mattos	Inplac e Costão do Santinho	Presidente (7/89-3/91)			
Alaor Francisco Tissot	Vonpar- Catarinense de Refrigerantes	Vice-Presidente (7/89-3/91) Presidente (3/91-7/91)	Presidente	Presidente	
Eduardo Gomes	Grupo Portobello/Hotel Porto Ingleses	Vice-Presidente (3/91-3/97)	Vice-Presidente		
Hamilton Peluso	SEBRAE/SC	Superintendente Geral	Superintendente Geral (7/91-9/92)	Conselho Fiscal	
Ricardo Gonçalves Leão	Beef Shop	Conselho Fiscal	Conselho Fiscal		
Énio Schoninger		Conselho Fiscal	Conselho Fiscal	Conselho Fiscal	
Hilton Barreto		Conselho Fiscal	Conselho Fiscal		
Tarcísio Schmitt	Ponta das Canas Praia Hotel	Conselho Fiscal (Suplente)	Conselho Fiscal (Suplente)		
Antônio Pereira Oliveira	Ilhatur - Agência de Viagens	Conselho Fiscal (Suplente)	Conselho Fiscal (Suplente)	Conselho Fiscal (Suplente)	Conselho Fiscal
Hélio Walber		Conselho Fiscal (Suplente)	Conselho Fiscal (Suplente)		
Mauro Fiúza	Telesc		Superintendente Geral (9/92-7/93)	Superintendente Geral Conselho Fiscal	Superintendente Geral
Carlos B. Leite	Grupo Habitasul/Jurerê Internacional			Vice-Presidente	Presidente
Manoel Timóteo O. Neto	ABRAJET/SC			Presidente Conselho Executivo	
Danilo Barcellos Coutinho				Vice-Presidente Admin. Financ	
Zeni do Amaral Rates				Vice-Presidente Divulgação	
Iberê Aguiar Jacques				Vice-Presidente Assessoria Profissional	
Ezequiel Maia Neto				Vice-Presidente Social	
Osmar Aires Teixeira				Conselho Fiscal	
Ramiro Gregório da Silva				Conselho Fiscal	
Fidélis Costa de Queiróz				Conselho Fiscal	
Carlos Paulo				Conselho Fiscal (Suplente)	
Wolfgang Schrader	Bar Armazém Vieira			Conselho Fiscal (Suplente)	Conselho Fiscal
Rogério Caldema	Grupo RBS				Vice-Presidente
Erwino Steinhaus Fº					Conselho Fiscal (Suplente)
Roberto Barreiros	Box 32				Conselho Fiscal (Suplente)
Fernando César Demetri					Conselho Fiscal (Suplente)
Hugo Xavier	Canasvieiras Praia Hotel				Conselho Fiscal (Suplente)

Fonte: Banco de Dados do Autor

A PROTUR tornou-se um centro de poder da rede de representação empresarial, ou seja, na estrutura geral de organização empresarial do setor turístico em Florianópolis, a PROTUR apresenta-se como formando uma cúpula de poder. Isto porque com a criação desta entidade houve uma centralização organizacional e ampliação do poder de representação do setor empresarial do ramo turístico. Em outras palavras, a PROTUR revela-se como um meio de poder ampliado em relação a outras entidades empresariais do turismo na medida em que congrega uma vasta gama de empresários, entidades empresariais e agências do setor público no seu interior, com atividades de pressão junto ao poder público e executivas em relação à divulgação e promoção da cidade.

Essa aproximação com o setor público nos revela também que se cria, a partir daí, um novo tipo de estrutura de representação de interesses do setor empresarial. Nesta formação, que poderíamos designar como *estruturas ampliadas* caracterizando-se como um **fórum de debates e ação de caráter privado** ou **fórum de negociação privado/público**, constrói-se uma aproximação com o Estado de forma diferenciada. Mantendo-se a forma descrita por Diniz & Boschi e Cardoso como complementar, no caso da PROTUR a presença de agências do setor público na sua formação mostra que o Estado passa a reforçar explicita e estruturalmente este novo aparato de representação empresarial.

A presença de agências do Estado na PROTUR produz, imediatamente, dois fatores. Primeiro, podemos nos referir a estas agências do setor público como membros formais da estrutura de organização e representação de interesses privados empresariais. Revela-se aqui uma diferença substancial com relação ao padrão de aproximação privado-público anteriormente apresentado (v. capítulo I). A burocracia estatal passa a ser um componente do setor privado, seja por parte do envolvimento destas agências como minoritárias no corpo de membros da PROTUR, seja pelas informações que são expostas durante debates e reuniões da entidade privada, o que promove um grau de informações

privilegiados à entidade, ou ainda através dos meios de poder que o setor privado pode exercer sobre as agências do setor público, através das agências-membro da PROTUR. Por outro lado, com a alteração estrutural apresentada, no que se refere à relação privado-público, transforma-se também o processo de *estruturação das pressões* exercidas pelo setor privado sobre o setor público, e da *governamentalização das pressões* que são apresentadas a este último. Como resultado desta estrutura de representação de interesses empresariais constrói-se, mesmo que de forma parcial, um centro de poder cujos conflitos resultantes do processo de pressões e articulações privados, sendo que o processo de encaminhamento dos problemas existentes ou, objetivamente, das demandas empresariais do setor turístico de Florianópolis, são realizados segundo perspectivas do setor privado, na medida em que este constitui-se em maioria absoluta na composição dos membros da PROTUR. Conforme observou Mills (1987:345) embora referindo-se a outra realidade, aqui também “...os resultados dessas ligações têm, muitas vezes, conseqüências que nenhum deles previu, e muito menos pretendeu, e que somente mais tarde, no curso dos acontecimentos, ficaram sob controle explícito.”

Com relação a seus membros, estes se encontram distribuídas em quatro categorias, segundo a contribuição realizada à PROTUR: membros mantenedores (contribuição mensal de 500 BTN's), patrocinadores (contribuintes eventuais),⁵⁶ natos (formado por entidades empresariais e órgãos públicos), e beneméritos (pessoas ou entidades com serviços prestados considerados relevantes). Até 1995 a PROTUR apresenta a seguinte distribuição:

⁵⁶ Segundo Tissot, presidente da entidade, “os recursos que mantêm a atividade da PROTUR vêm de contribuições mensais feitas pelos sócios, que pagam de acordo com sua classificação (...) A arrecadação fica em torno de US\$ 7.000 por mês” (Jornal Diário Catarinense, 10/07/92).

TABELA 1: DISTRIBUIÇÃO DOS MEMBROS DA PROTUR, 1989/1995

ESPECIFICAÇÕES	7/1989	11/1990	11/1991	9/1992	12/1993	12/1994	1995
NATOS	08 12,7%	08 5,9%	09 6,6%	10 7,5%	10 8,2%	10 8,0%	10 10,0%
MANTENEDORES	38 60,3%	45 33,3%	41 30,2%	37 27,8%	27 22,1%	33 26,4%	25 25,0%
PATROCINADORES E BENEMÉRITOS	17 27,0%	82 60,8%	86 63,2%	86 64,7%	85 69,7%	82 65,6%	65 65,0%
TOTAL	63 100%	135 100%	136 100%	133 100%	122 100%	125 100%	100 100%

Fonte: Relatório de Atividades da PROTUR, Banco de Dados do autor e Ata de Reuniões do Conselho de Curadores e Conselho Consultivo da PROTUR

Contudo, há críticas internas a essa estrutura. Segundo um empresário entrevistado: *“É fácil para a mídia participar do Conselho Curador da PROTUR, elas pagam a cota (R\$ 275,00) com produtos, com fornecimento de espaço no jornal ou na TV. Agora, o hoteleiro não. O hoteleiro tem que desembolsar o dinheiro. O hoteleiro não pode ir lá com um quarto. Aí é mais difícil”*.

Além disso, a PROTUR participa como membro em outras entidades e/ou organizações vinculadas ao turismo, tais como: Conselho de Representantes de Entidades da ABEOC/SC;⁵⁷ o CPT-ACIF; o Conselho Municipal de Turismo de Florianópolis. Também coordena a **Ação Verão** promovida pela ACIF, SHRBS/FLN, CDL e ABAV/SC e composta por órgãos públicos (municipal, estadual e federal) e privados, portanto de caráter bipartite, que deliberam sobre temas e projetos sobre o turismo local (Cfe. Jornal Diário Catarinense, Coluna PROTUR, 18/12/93).

2.3. AÇÕES, REIVINDICAÇÕES E CAPTAÇÃO DE MEMBROS

Com relação à sua política de ação de promoção de Florianópolis como pólo turístico, a PROTUR distingue, de forma geral, dois segmentos de público – interno e externo, a partir de definição de marketing apoiada no *slogan* **“Florianópolis um pólo turístico internacional”** e com *base line* **“Florianópolis vale a pena”**.

Os principais instrumentos para a realização destas atividades são os meios de divulgação. Além de espaço publicitário em emissoras de TV e rádios e de uma coluna quinzenal nos Jornais Diário Catarinense e O Estado,⁵⁸ a PROTUR elaborou a revista **Florianópolis: um pólo turístico internacional** voltada para agentes de viagens e segmentos do setor⁵⁹ (Cfe. Jornal O Estado, 30/10/91, p. 10; Jornal A Notícia, 01/11/91, p. 11; Jornal Diário Catarinense, 01/11/91, p. 15); lançou em 08/09/89 o **Folhatur**, veículo de divulgação da PROTUR com edições trimestrais; uso de espaço de assuntos turísticos de Santa Catarina com edição mensal da revista **Panrotas** (Jornal Diário catarinense, 26/06/92); através da Rádio Guarujá criou o quadro **Radiotur** com edições diárias (Jornal O Estado, Coluna PROTUR, 03/07/93); publica a revista **Florianópolis e Arredores**, juntamente com SETUR, Secretaria Municipal de Turismo de Palhoça e empresários em geral, com textos em quatro línguas (Jornal Diário Catarinense, Coluna PROTUR, 03/07/93); *“criou e edita um resenba semanal para divulgação de notícias da área turística junto à imprensa de Santa Catarina”* (Jornal O Estado, Coluna PROTUR, 16/07/93).⁶⁰

No que diz respeito ao público interno ou à população local, busca-se seu envolvimento, através de apoio direto ou indireto, nas ações desenvolvidas pela PROTUR. Ainda podemos distinguir duas frentes de ação voltadas ao público interno. Uma delas está voltada para a área política, contemplando órgãos públicos e entidades privadas, e está

⁵⁷ Juntamente com ABAV/SC, SHRBS/FLN, FHOESC e AGENTURB, tendo como prioridade a captação de eventos.

⁵⁸ Este procedimento é uma das formas de pagamento das contribuições e mensalidades para a PROTUR.

⁵⁹ A primeira revista foi lançada em 12/89 (Jornal O Estado, 03/11/89), e a segunda em 29/10/91 com tiragem inicial de 10.000 exemplares (Jornal O Estado, 30/10/91), sendo que 3.000 exemplares em inglês (Jornal Diário Catarinense, 10/07/92).

⁶⁰ Com estas divulgações a PROTUR recebeu as seguintes condecorações: melhor anúncio de Agosto/1989 do Jornal Diário Catarinense; prêmio Top de Marketing 89 da ADVB/SC; prêmio Imprensa Turismo do Jornal do Commercio/RJ, como Organismo de Turismo Nacional/1992; troféu Prensa/1992, da Casa do Jornalista de Santa Catarina; troféu Thomas Jefferson, como destaque de divulgação turística; MG Turismo Nacional de 1993; Diploma de Honra ao Mérito, oferecido pela Ilhatur Turismo-25 anos.

circunscrita à avaliação, planejamento e organização da *temporada turística*,⁶¹ bem como ao processo de definição de políticas públicas para o setor de turismo. A outra refere-se à população local, com atividades voltadas, basicamente, à conscientização desta população sobre a importância do turismo para Florianópolis, por meio de campanhas veiculadas em rádios, televisões e jornais,⁶² a partir do referencial de marketing “Trate bem o turista. A comunidade será beneficiada”. Neste sentido, uma das grandes preocupações da PROTUR é com a imagem que a população local tem do turismo, na medida em que, segundo empresários do setor, *“a população em geral e todos os segmentos ligados à atividade, têm que entender que o turismo não é um problema (ou um bom negócio, como se tenta induzir) exclusivamente dos hoteleiros ou agentes de viagens, mas também do comércio em geral, das locadoras de veículos, bares, restaurantes, clubes, etc.”* (Peluso; 1991a).

Assim, a PROTUR engaja-se em atividades diversas voltadas ao turismo, objetivando ampliar os atrativos turísticos da cidade. Fazem parte destas atividades a participação da PROTUR na recuperação da Casa Victor Meirelles e respectivo acervo, em conjunto com a UFSC, Governo do Estado, Prefeitura Municipal (através da Fundação Franklin Cascaes) (Jornal Diário Catarinense; 15.11.91; p.17), Associação Comercial e Industrial de Florianópolis, Associação dos Artistas Plásticos (Jornal Diário Catarinense; 04.10.91; p. 15), e outras entidades. Ainda apoiou o “Projeto TAXITUR”, cujo objetivo é

⁶¹ Entre elas podemos destacar: seminários sobre desenvolvimento turístico, urbano e preservação ambiental; reuniões com SANTUR para definição de calendário estadual de promoções; seminários sobre planejamento das *temporadas turísticas* junto à SANTUR e SETUR; seminários de avaliação das *temporadas turísticas*; elaboração de programas de promoções em conjunto com hoteleiros e representantes da área de cultura e lazer; etc.

⁶² Na mídia impressa temos a Coluna PROTUR com periodicidade quinzenal nos jornais “O Estado” e “Diário Catarinense”; resenha semanal distribuídas a rádios e jornais. Na imprensa local as divulgações da PROTUR totalizaram 3290 cm/col em 1994. Além disso, foi veiculada em televisões, rádios e jornais campanhas tais como: *“Amigos de Florianópolis”*; *“Encha o Saco Certo”*, sobre coleta seletiva de lixo implantada *“na localidade de Jurerê, numa iniciativa da COMCAP e da Prefeitura Municipal* (Jornal O Estado; 27/12/91; p. 6); *“Receba bem o turista”*, com patrocínio exclusivo da PROTUR, e veiculada na mídia local (TV, jornais e rádios) a partir de 1990; *“Ilumine seu Natal”*, iniciada em 1989 com o advento da PROTUR e atualmente coordenada pelo CDL, entre outras.

treinar taxistas em técnicas comportamentais e capacitação de noções de urbanidade, comunicação em espanhol, história da cidade e pontos turísticos, primeiros socorros e defesa pessoal;⁶³ bem como curso sobre conscientização turística e noções básicas de espanhol aos policiais rodoviários (440 membros), e a “Rádio Clube Litoral”, sistema de rádio amador, criado para orientação do turista enquanto se dirige à capital catarinense. Também, em promoção conjunta com o IBEU (Instituto Brasil-Estados Unidos), a PROTUR realizou, em dezembro de 1991 o “Curso de Capacitação Turística, que consiste em treinamento profissional na área de comunicação de turismo aplicado nas línguas inglesa e espanhola” (Jornal Diário Catarinense; 15.11.91; p.08).

Assim, podemos perceber que suas ações executivas cobrem uma diversidade de atividades que vão além das reveladas por organizações empresariais de caráter corporativo e extra-corporativo, conforme vimos anteriormente (Capítulo III).

Quanto ao público externo, estes são definidos como os turistas em potencial que poderão fazer parte do fluxo turístico local, bem como os organizadores e promotores de atividades em focos emissores de turistas. As ações voltadas para este público-alvo estão distinguidas em dois tipos. Por um lado busca-se a captação de eventos para a cidade de Florianópolis.⁶⁴ Por outro, atua-se na área de divulgação em âmbito nacional e no exterior,⁶⁵

⁶³ Tais profissionais, num total de dezoito taxistas divididos em duas turmas formadas até janeiro de 1992, são previamente selecionadas e recebem 44 horas de aprendizado. Após concluído o curso estes taxistas são identificados através de crachá e adesivo fixado no veículo.

⁶⁴ Alguns exemplos referentes a 1994: Reunião da Associação Nacional do Skal Clube do Brasil; X Jornada Sul Brasileira de Cirurgia Plástica; VII Seminário Sul Brasileiro da Associação Nacional de Medicina do Trabalho; Feira Interestadual Móvel de Turismo; Congresso Latino-Americano de Parlamento Municipal; 4º Colóquio Brasileiro sobre Ceticismo; 22º Encontro Nacional de Economia; 29º Encontro Nacional de DETRANs; I Encontro Internacional de Serviços de Turismo; entre outros.

⁶⁵ Em 1994 foram 5339 cm/col na mídia impressa em outros estados brasileiros e no interior de Santa Catarina. Também foram elaborados vídeos e revistas, em três idiomas, sobre Florianópolis (atrativos turísticos) distribuídos no Brasil e no exterior, além de participar e/ou promover *work-shop* em território nacional e internacional, realização de *famtoours* e recepção de jornalistas. Ainda, juntamente com a SANTUR, a PROTUR participou de reunião com autoridades da Província de Misiones (Argentina) para elaboração de estudos objetivando mapear roteiros sul-americanos integrados para divulgação e comercialização em países da Europa e Estados Unidos (Cfe. Diário Catarinense, 01/1/91, p.15).

sendo que os principais mercados emissores de turistas são: Santa Catarina, Paraná, Rio Grande do Sul, São Paulo, Argentina, Uruguai e Paraguai. Assim, "*em parceria com a PROTUR, a assessoria de imprensa da SANTUR está encaminhando (...) para mais de 300 jornais de todo o Brasil, um completo material jornalístico produzido pela PROTUR sobre Florianópolis, com fotos*".⁶⁶ Ainda elaborou seu próprio calendário de *work shop* envolvendo os associados e buscando apoio de agências públicas. Em nível de organização e planejamento também realizou pesquisa de opinião com o objetivo de identificar o perfil de turistas que visitam Florianópolis (Cfe. Jornal de Santa Catarina, 25/02/94).

De forma geral, estas ações estão vinculadas a duas reivindicações que foram arroladas pela PROTUR desde sua criação, e que permanecem até hoje: reduzir a sazonalidade turística e reforçar o fluxo turístico em períodos de alta temporada. Isso demandou algumas lutas, que causaram e causam intenso debate em Florianópolis. Dentre elas podemos destacar a luta pela construção de um Centro de Convenções e Promoções, considerado um elemento de infraestrutura básica para captação e realização de eventos principalmente em períodos de baixa temporada;⁶⁷ horário comercial livre durante o verão, sendo, segundo empresários, "*fundamental, como se tem comprovado em outras cidades turísticas e até não-turísticas do país, para que os visitantes possam ter um horário mais flexível para as compras*" (Jornal Diário Catarinense; 04.10.91; p. 15);⁶⁸ construção de marinas⁶⁹ e campo de golfe,⁷⁰ como atração turística; segurança social para garantir o bem-estar dos moradores e turistas durante o verão (Operação Veraneio).

⁶⁶ A folheteria produzida pela Fundação Pró-Turismo de Florianópolis versa sobre a cidade de Florianópolis, destacando seus atrativos culturais (fortalezas, Praça XV de Novembro, Catedral Metropolitana, comidas típicas, Mercado Público Municipal, etc.), atrativos naturais (praias, mar, costões, áreas verdes, etc.), atrativos estruturais (restaurantes, bares, hotéis, "vida noturna") e os vários acessos à cidade.

⁶⁷ Até maio de 1995 foram apresentados 14 projetos para construção do Centro de Convenções e/ou Promoções, e somam-se 8 tentativas de construção que não puderam ser encaminhadas. Neste processo, a EMBRATUR liberou recursos, em maio de 1994, no valor de US\$ 1,5 milhão, à disposição da SANTUR para construção de um Centro de Convenções e/ou Promoções.

⁶⁸ Os empresários do setor tiveram alguns aliados importantes neste processo. Um deles foi o ex-Prefeito Bulcão Vianna que, "*a pedido do empresariado, encaminhou um projeto autorizando o funcionamento do comércio nos finais de semana, o qual a Câmara de Vereadores não apreciou*" (Diário Catarinense,

Aqui cabe um destaque para a campanha “Amigos de Florianópolis” veiculada na imprensa local/regional em 1991. A organização desta campanha foi realizada pela PROTUR e apresentada ao seu Conselho de Curadores em 28/08/91, e deflagrada contra os “inimigos da cidade”, com o lema “Preservar sim. Estagnar não”. (Cfe. Ata de Reuniões do Conselho de Curadores da PROTUR, 28/08/91).

Posteriormente, a Campanha ficou sob responsabilidade do Conselho de Entidades Empresariais (CEE),⁷¹ a qual era constituída por ACIF, CDL, PROTUR, AEMFLO, SINDILOJAS, sendo presidente o empresário Fernando César Demetri (ACIF). Por meio de

08/09/91).. Também Luiz Barbosa, ex-Secretário de Turismo (1991) “sugeriu que a PROTUR liderasse ou se aliasse a uma campanha visando a mudança do horário de funcionamento do comércio de Florianópolis - 9:00 às 20:00h (Diário Catarinense, Coluna PROTUR, 26/07/91). Por fim, uma decisão sobre o tema foi tomada na gestão do Prefeito Sérgio Grandó (1992-1996), “sancionando projeto do Vereador Miguel A. Sedrez, podendo o horário do comércio ser, de 2^a a 6^a, das 7:00 às 22:00h, e aos sábados das 7:00 às 20:00h, porém somente após acordo entre empregador e empregado” (Diário Catarinense, 28/10/93).

⁶⁹ A questão de construção de marinas no litoral de Santa Catarina causou polêmicas. “Depois de desentendimentos, mal-entendidos e informações desencontradas (...) empresários e administradores públicos admitem que há uma convergência de opiniões e um equilíbrio de interesses a respeito da construção de equipamentos náuticos - trapiches, marinas - na costa catarinense, em especial na Capital, onde os ânimos estiveram mais exaltados” (Revista Mares do Sul; Nº 1; Inverno 1994; p. 13). Um grande defensor de construção de marinas em Florianópolis, bem ao gosto empresarial, é Airton de Oliveira (ex-Secretário Municipal de Turismo - 1976/1983, e ex-Presidente da CITUR/SANTUR - 1983/1986). Segundo ele, “...apesar do que representa o litoral para sua economia, lamentavelmente (...) SC é o Estado que menos oferece infraestrutura de apoio à atividade marítima. Porque os eco-chatos e aqueles a quem a lei atribui competência para agir juridicamente não permitem que se façam atracadouros, construam-se trapiches, ergam-se quebra-mares e, tampouco, se implantem marinas, os catarinenses e os turistas não podem alcançar nosso Estado pelo mar (...) Aqui, falar em trapiche é palavrão, ser favorável às marinas é heresia, e defender o uso de nosso potencial marítimo é crime (...) Esperamos (...) que se abra a mente destas pessoas, pouquíssimas mas poderosas pessoas que represam e impedem esta convivência do catarinense e dos turistas que nos visitam com o mar” (Oliveira, Airton de. 1994. *Mar catarina*, In: Revista Mares do Sul; Nº 1; p. 50). Em Florianópolis, “a Câmara Municipal aprovou, com esforços de Airton de Oliveira, em 30/12/92, emenda do vereador Lauro Andrade que revoga um artigo de lei que, na prática, inviabiliza a marina da Beira Mar Norte” (Diário Catarinense, Cacau Menezes, 01/01/93).

⁷⁰ Em 1992 surgiram algumas informações sobre este tema. Um dos porta-vozes do empresariado local, divulgou que encontrava-se “na Câmara de Vereadores (...) projeto de lei do Prefeito Bulcão Vianna que viabiliza a instalação de um complexo de golfe pela iniciativa privada (grupo empresarial presidido por Yolanda de Mattos, esposa de Fernando M. de Mattos; (Diário Catarinense, 29/05/91), numa área de 2 milhões de m² na altura do Km 14 da SC 401. O Florianópolis Golfe Clube espera investir de US\$ 3 a 4 milhões nos campos de golfe, hotel, cabanas, lagoas, sistema hídrico, etc... Já aprovado pelo IPUF e SUSP, falta a Câmara de Vereadores” (Diário Catarinense, Cacau Menezes, 08/06/92). Este projeto foi aprovado pela Câmara de Vereadores em agosto de 1992 (Diário Catarinense, Cacau Menezes, 19/08/92).

⁷¹ Embora esta entidade empresarial tenha concentrado suas atividades na Campanha *Amigos de Florianópolis*, a favor de novos investimentos na cidade (Via Expressa Sul, projetos de construção de hotéis

comparações de Florianópolis com cidades voltadas para o turismo (Europa e EUA), onde foram construídos empreendimentos semelhantes aos reivindicados por empresários do setor em nível local, travou-se uma luta contra os que eram identificados como divergentes à construção de tais empreendimentos. Eram ecologistas e ambientalistas e os que se colocavam favoráveis a estes, principalmente vereadores da cidade. Segundo Demetri, “os contras’ representam uma minoria que, de forma organizada, colocam obstáculos, engavetam, entram ou simplesmente são contra por motivo ou oportunismo: empresários acomodados, políticos que se projetam às custas do retrocesso da cidade; pseudo-preservacionistas, ecologistas histéricos e radicais” (Diário Catarinense, Cacau Menezes, 04/11/91).

Para empresários do setor os *contras* eram identificados a partir das ações de oposição frente às demandas empresariais. Segundo empresários entrevistados “...a cidade, naquele momento, estava praticamente dominada pela turma dos contras. A título de defender as coisas é contra. Contra isso, contra aquilo... Contra marinas, contra qualquer coisa. Contra a Via Expressa... tudo. Aí houve a campanha contra os contras. E a cidade deu uma resposta porque não elegeram nenhum dos contras. Todos deixaram de ser reeleitos... uns quatro ou cinco”.

Ou ainda, que “...muitas coisas deixaram de ser feitas pela ação dos contras, que inviabilizaram, aqui, grandes equipamentos, muitas construções, que dariam uma estrutura melhor para a cidade”.

Realmente, e conforme relatam estes empresários, os *contras* são ecologistas ou ambientalistas com atividade política fundamentada na capacidade de veto frente às demandas empresariais do setor. Trata-se, em suma, de vereadores que bloqueavam o andamento de projetos na Câmara Municipal favoráveis às demandas de empresários da área turística, tais como: flexibilização nos horários de funcionamento do comércio da cidade (Projeto de Lei nº 4645/900); construção de um Centro de Convenções e Promoções no Parque da Luz -

de grande porte na Ilha, construção de complexo esportivo do Sesi), formalmente lhe é atribuída a tarefa de

Cabeceira da Ponte Hercílio Luz (Projeto de Lei nº 4102/89); alteração de gabarito em construções de prédios (Projeto de Lei nº 4396/90); criação de áreas de incentivo à hotelaria; mudança da legislação a respeito das dunas da Lagoa da Conceição de área de preservação permanente para área turística residencial; etc.

Para os empresários do setor turístico, conseguiu-se uma grande conquista com a realização da Campanha “Amigos de Florianópolis”, que foi o fato de que vereadores (gestão 1988-1992) que eram considerados pertencentes ao grupo dos *contras* não conseguiram se reeleger. Este é o caso de Clair Castilhos (PSDB), Jalila El Achkar (PV), Vitor Sérgio Schmitt (PT), Francisco Ferreira (PMDB) e Vilson Rosalino (PCB).

Todavia, a Campanha não pôde ser mantida. A partir de três representações assinadas por “Clair e Jalila (vereadoras), Fábio Feldmann (Dep. Fed. - PSDB/SP), um empresário argentino, estudantes, advogados, médicos, APUFSC, Fundação Água Viva, dirigentes do PT, sobre a campanha “Preservar sim. Estagnar não” (Diário Catarinense, 25/11/91), encaminhadas ao CONAR, este recomendou que o anúncio sofresse mudanças, identificando claramente o anunciante responsável e evitando expressões que possam ser ofensivas ou depreciativas aos que não compartilham das idéias veiculadas com o anúncio (Cfe. Diário Catarinense, 19/12/91). Assim, a Campanha deixou de ser exibida. Tal qual a Campanha, o CEE também deixou de existir, manifestando seu caráter efêmero.

No que se refere às atividades desenvolvidas pela PROTUR em conjunto com a SANTUR também incluem diversas modalidades. Participam de festivais, congressos, feiras, eventos, etc. de âmbitos nacional e internacional relacionados à promoção e divulgação de Florianópolis. Em geral, a maior parte dos custos de participação são assumidos pela SANTUR, enquanto que aqueles que correspondem à divulgação são de responsabilidade da PROTUR.⁷²

formar um movimento contra a mudança da Capital de Santa Catarina de Florianópolis para Curitiba.

⁷² Destas participações em conjunto podemos citar: 3º Festival de Turismo, de 24 a 27/10/91, em Gramado/RS; II Salão Tour - Salão do Turismo Nacional e Internacional para a região de Ribeirão

Também “participaram de reunião especial com autoridades da Província de Misiones para a realização de estudos visando a elaboração de roteiros sul-americanos integrados para comercialização na Europa e EUA”, bem como, envolvendo os estados do sul do Brasil e países vizinhos, um calendário de eventos integrados (Jornal Diário Catarinense, 01/11/91, p. 15). Além disso, a PROTUR (e o SHRBS/FLN) representou Florianópolis em reunião da SANTUR para definição do calendário de promoções de 1994, incluindo *work shop* na Argentina e no Uruguai (Jornal de Santa Catarina, 26/04/94); utiliza postos da SANTUR em Santa Catarina (Dionísio Cerqueira, Garuva, Balneário Camboriú, São João do Sul) para distribuição de folheteria sobre Florianópolis (Jornal O Estado, Coluna PROTUR, 10/01/92);⁷³ ocupa espaço junto à área da SANTUR em *stand* próprio da CTI/Sul no Congresso da AAVYT (Associação Argentina de Agentes de Viagens e Turismo) (Jornal Diário Catarinense, Coluna PROTUR, 23/10/93), e participa de todos os *work shop* e *Noites de SC* durante o mês de junho de 1993, no interior de São Paulo e Montevideo (Jornal Diário Catarinense, Coluna PROTUR, 04/06/93).

Contudo, alguns conflitos entre PROTUR e SANTUR tornaram-se evidentes durante suas aproximações, principalmente quando o presidente da SANTUR era Osmar Nunes. Este inviabilizou a participação da PROTUR em reunião promovida pela EMBRATUR com o objetivo de desenvolver planejamento de apoio ao turismo no país (Jornal Diário Catarinense, 15/05/90).

Este padrão de relacionamento é mantido quando estão atuando em conjunto PROTUR e SETUR, ou seja, as funções e responsabilidades do setor privado e do setor público permanecem. Todavia, estas ações se concentram na esfera local, isto é, buscam

Preto/SP, de 18 a 20/10/91; III Congresso Brasileiro de Eventos; IX Seminário Latino-Americano da International Congress and Convention; VIII Salão Profissional de Turismo, de 10 a 11/05/94, em São Paulo; IX Congresso Latino-Americano da Confederação Latino-Americana de Entidades Organizadoras de Congressos, VIII Seminário Latino-Americano de Organizadores Profissionais de Congressos e Afins, IX Com-Congress, VII Expo Congress e Encontro Internacional de Empresas de Promoções e Eventos, todos realizados em Fortaleza/CE, de 04 a 08/05/92; 5º Festival de Turismo e 1º Salão de Turismo do Cone Sul, de 07 a 10/10/93, em Gramado/RS, entre outros.

melhores condições de atração da cidade. Deste modo, procuram promover e organizar eventos para captação de turistas na baixa temporada⁷⁴ através de, por exemplo, “*um pacote com participação de companhias aéreas, hotéis, agências de viagens, guias de turismo e estabelecimentos comerciais associados à PROTUR (...) A Prefeitura pagará a veiculação de outdoors (300) em cidades de São Paulo de agosto a novembro. Em conjunto utilizarão a mídia impressa*” (Jornal Diário Catarinense, Coluna PROTUR, 13/06/92), e promover a cidade através da veiculação do filme *Florianópolis vale a pena*, financiado pela PROTUR e com duração de 30 segundos, nos cinemas da região sul, a partir de negociações entre SETUR e Organizações Mário Santos (Jornal Diário catarinense, Coluna PROTUR, 22/05/93).

Por fim, as ações que congregam estas três organizações (PROTUR, SANTUR e SETUR) também mantêm os mesmos componentes. Ou seja, participam de eventos diversos relacionados ao turismo em nível nacional e internacional.⁷⁵ A diferença, neste caso, é que há um debate e tentativa de planejamento de promoção externa e organização interna no que se refere ao turismo em Florianópolis.

A PROTUR também mantém relações com Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e integra o Conselho de Entidades da UFSC. Além do projeto de restauração das fortalezas de Florianópolis, a PROTUR conserva convênios com esta instituição de ensino superior através do seu Escritório de Assuntos Internacionais e área de línguas

⁷³Também utiliza todos os quatorze postos da Polícia Rodoviária Estadual para distribuição de folheteria (Jornal Diário Catarinense, Coluna PROTUR, 24/01/92).

⁷⁴ Entre outros podemos citar: I Festar; Passaporte FLN (informações, telefones para reclamações, serviços em geral, etc.); Construção do 1º Posto de Informações Turísticas da Região Metropolitana, em parceria com as Prefeituras Municipais de Biguaçu, São José e Palhoça; Projeto TAXITUR; participação no Congresso da ABEOC, etc.

⁷⁵ Algumas eventos em que estas organizações participaram em conjunto: Congresso da AAAYT em 1992 e *work shop* em Buenos Aires, Córdoba e Rosário em 1991; Congresso e Feira de Turismo da AVIESP em 1991 e 1992, em Serra Negra/SP; XX Congresso Brasileiro da ABAV em 1992, no Rio de Janeiro; Bolsa de Turismo da Confederação de Organizações Turísticas da América Latina em 1992, em Florianópolis; XXI Congresso da ABAV em Foz do Iguaçu/PR, em 1993, sendo que a PROTUR atuou em *stand* da SANTUR no espaço destinado à SETUR (Jornal Diário Catarinense, Coluna PROTUR, 30/08/93); lançam a 1ª *Noite de Florianópolis* em nível internacional na Argentina, em 1992 (Jornal Diário Catarinense, Coluna PROTUR, 02/10/92).

estrangeiras.⁷⁶ Ademais, a PROTUR realiza ações, de modo ocasional, em conjunto com outras organizações e empresas de vários segmentos.⁷⁷

No intuito de reforçar a defesa destas reivindicações e a execução de ações planejadas, há iniciativa constante por parte da PROTUR de buscar novos membros. Isto é reiterado, basicamente, de duas formas: através da exposição da atuação do papel desempenhado pela entidade e divulgação dos novos membros associados,⁷⁸ por meio da exposição da necessidade dos

“empresários se aliarem à grande e irreversível causa do turismo em Florianópolis, associando-se à entidade, criada exatamente a partir de recursos oriundos da iniciativa privada para desenvolver o turismo no município, dando-lhe uma conotação profissional. Pois o turismo, todos os seus benefícios, problemas e vantagens, não são uma causa apenas da PROTUR, dos seus sócios ou da Prefeitura. É de toda a comunidade, principalmente empresarial, que não pode e não deve se furtar a dar sua necessária participação, contribuindo para seu desenvolvimento e dividindo democraticamente seus resultados” (Peluso; 1991; destaques meus).

Outra preocupação também é com a imagem da entidade, pois *“muitos empresários têm uma visão preconceituosa da PROTUR, considerando-a elitista”*. Mas esta seria *“composta por pequenos e médios estabelecimentos”* (Jornal A Notícia; 03.09.91; p. 10).

2.4. UM PERÍODO DE DESGASTES

Depois de um período de grande destaque em nível local a PROTUR começa a apresentar desgastes e a revelar, por consequência e em maior dimensão, conflitos e dissensos

⁷⁶ Também aqui, a PROTUR tem mais a receber do que a oferecer.

⁷⁷ Estas ações concentram-se no ano de 1994 e, entre outras, podemos citar: participação no FIMTUR - Feira Interestadual Móvel de Turismo, realizada em São Paulo em 16/08/94, e apoio ao FIMTUR/SUL realizado em Florianópolis em 05/94; apoio à ARQUITEC - 2ª Mostra de Materiais, Equipamentos, Tecnologia e Serviços para Arquitetura e Construção, realizada em Florianópolis em 07/94; realizada convênio com a Cia. Riograndense de Turismo para distribuição de material de divulgação em postos de fronteira com Argentina e Uruguai; apoio, promoção e patrocínio ao I Fórum Internacional de Planejamento Turístico de Florianópolis, além de ser um dos membros participantes desta entidade; etc.

⁷⁸ Esta estratégia foi praticada na filiação dos últimos nove membros referentes ao período de 10.91 a 01.92.

existentes entre os empresários do setor turístico. Isto torna-se explícito, fundamentalmente, a partir da mudança nos cargos diretivos da entidade. Conforme um representante do setor,

“o trabalho do Marcondes foi um trabalho de fôlego, desgastante. Era assim: ele ligava pra um empresário e dizia que queria não sei quanto pra fazer um negócio lá; dizia que a fatura estava pronta e iria no dia seguinte. Era assim. Toda a semana era assim. Tinha gente que não queria mais se encontrar com o Marcondes. Essa foi a melhor fase da PROTUR. Depois ela decaiu. E o Marcondes não pegou depois, eu acho, porque ele achou que não teria o mesmo sucesso como teve na primeira vez”

Ou ainda quando faz referências às direções posteriores da PROTUR, um empresário entrevistado identifica problemas de gerenciamento a partir da dinâmica entre as gestões desta entidade. Estas avaliações versam, principalmente, sobre a capacidade de planejamento e não sobre a capacidade executiva da diretoria da entidade em destaque. Assim, a PROTUR passa a sofrer críticas mais constantes por parte de empresários e a demonstrar enfraquecimento no que se refere à filiação de empresários do setor, principalmente de mantenedores.

A partir deste momento, a PROTUR passou a apresentar aspectos de queda em nível de representação política junto ao poder público, e de organização do empresariado do setor, principalmente depois do surgimento do Fórum Permanente de Turismo. Neste sentido, para alguns empresários

“a PROTUR foi uma iniciativa muito interessante, mas que teve uma vida curta. Porque deveria ser uma entidade que representasse não só os interesses do empresariado, mas também os investimentos do empresariado pra buscar vender o produto turístico Florianópolis, mas também buscar investimentos, cuidar da infraestrutura. E logo depois que ele (Fernando Marcondes de Mattos) deixou a PROTUR ela caiu num processo de, vamos dizer assim, de decadência onde os empresários sentiram que ela não estava mais cumprindo o seu papel. Hoje a PROTUR mal faz algumas folbeterias e distribui nos encontros. E a última iniciativa que eu considero que vai realmente trazer transformações substanciais pra cidade, em nível de infraestrutura, de busca de investimentos, de garantir equipamentos turísticos que não sejam só os hotéis. Porque não se faz turismo com hotel”

E ainda um outro representante empresarial do setor turístico se refere a este momento afirmando que

“a PROTUR foi importante no seguinte: ela mostrou para o trade, chamado trade turístico de fora do país, ou seja, o trade que é responsável pela emissão de

turistas para o Estado ou para a cidade... ela criou uma noção de que a cidade era bem organizada, ela criou uma boa expectativa no trade emissor de turistas. E ela participou, de forma efetiva, na divulgação da cidade. Isso foi, vamos dizer assim, em nível de fora, a grande contribuição da PROTUR. Ela passou para o trade emissor uma idéia de turismo organizado, de empresários que sabiam o que queriam e o que estavam fazendo. E em nível interno, é o que eu digo, ela ainda é fraca porque ela não conseguiu o discurso de aglutinar o empresariado em grande número. E a melhor fase dela foi, exatamente, no seu nascimento com o (Fernando) Marcondes a frente dela, chamando a responsabilidade dos grandes empresários de todas as áreas (...) Eu acho que a PROTUR está num estágio estacionário, e é culpa só do empresariado”.

Enfim, o ápice de representação de interesses, organização e ação empresarial da PROTUR está concentrado na gestão de Fernando Marcondes de Mattos, ou seja, corresponde ao período de 1989 (ano de constituição) até 1991 (ano em que Alaor Tissot assume a presidência da PROTUR). Conforme a tabela 1, a partir de então registra-se uma queda na participação proporcional e absoluta de empresários na categoria de mantenedores. Quando da participação direta de Mattos enquanto presidente da entidade, esta manteve em média 41,3 empresários como mantenedores. Após sua saída esta média cai para 30,5, o que é significativo desde o ponto de vista de manutenção das atividades da entidade. Além disso, a proporção da queda de empresários mantenedores entre 1991 (41) e 1993 (27) representa uma queda de 34,2% deste empresários na PROTUR. É justamente neste período que inicia-se o planejamento de criação do Fórum Permanente de Turismo.

3. FÓRUM PERMANENTE DE TURISMO

3.1. ORIGEM E ESTRUTURA

O Fórum Permanente de Turismo manifestou-se ao público em geral em agosto de 1994, quando foi realizado o I Fórum Internacional de Planejamento Turístico da Grande Florianópolis, sendo que um dos objetivos deste I Fórum Internacional foi a criação da

entidade em destaque. Sendo assim, portanto, o processo de preparação do I Fórum traz em seu bojo a emergência do Fórum Permanente de Turismo.

O I Fórum Internacional de Planejamento Turístico da Grande Florianópolis foi promovido, oficialmente, pela Universidade Federal de Santa Catarina e patrocinado pelo Banco do Brasil, BID (Banco Interamericano de Desenvolvimento), EMBRATUR/Secretaria Nacional de Turismo, FIESC, OEA (Organização dos Estados Americanos) e SEBRAE. Teve também apoio da ACIF, BRDE (Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul), Propague Agência de Publicidade, Fundação Pró-Turismo de Florianópolis, RBS TV, SINDUSCON, SHRBS/FLN e Prefeitura Municipal de Florianópolis. Assim, estes órgãos e empresas estão envolvidos com o processo de emergência do Fórum Permanente de Turismo.

Esta entidade busca maior legitimidade junto ao público em geral, realizando debates anualmente (até o momento durante o mês de agosto) através de Fórum Internacional de Planejamento Turístico da Grande Florianópolis (II edição em 1995). Durante este evento são apresentadas palestras de empresários e representantes de agências públicas (Federal, estadual e/ou municipal) e internacionais, sendo que em algumas vezes ocorre a exposição de acordos e convênios, de forma pública, entre agências do Estado e o Fórum Permanente de Turismo, isto é, entre empresários e poder público.

As demandas do Fórum Permanente de Turismo são também encontradas em outras entidades de representação empresarial, como a PROTUR. Suas principais reivindicações podem ser agrupadas em quatro setores:

- a) Recursos Humanos: formação e treinamento de mão-de-obra, através de criação de escola de turismo e hotelaria,⁷⁹ além de cursos profissionalizantes de 2º grau para o setor hoteleiro;

⁷⁹ Esquece-se aqui do Centro Superior de Estudos Turísticos e Hotelaria de Santa Catarina, criado em julho de 1988 com formação voltada para Administração Hoteleira e Gerência.

- b) Infraestrutura e Equipamentos Turísticos:** internacionalização do Aeroporto Hercílio Luz; construção de trapiches, *piers* e marinas; conscientização da comunidade, políticos e setores de administração pública sobre a importância do turismo; construção de um centro de convenções e promoções e da Via Expressa Sul (acoplado a um plano de uso do solo no Aterro da Baía Sul), além da duplicação da SC-401 (acesso às praias do Norte da Ilha) e da conclusão da BR-282 (trecho Santo Amaro da Imperatriz-Florianópolis); dotar as praias de policiamento, chuveiros, sanitários e guarda-volumes; valorização de calendários esportivos;
- c) Recursos Ambientais como atração turística:** implantação de um centro ecológico e de lazer na Reserva da Praia do Moçambique; mudar a Ilha do Arvoredo de Reserva Ambiental para Parque; viabilização econômica através do turismo de reservas e parques ecológicos.
- d) Organização Político-Institucional:** dotar as Intendências Distritais de maior autonomia administrativa; enquadrar o aluguel de temporada de casas e apartamentos segundo critérios do setor turístico organizado; evitar o parcelamento do solo e obras clandestinas.

Estas demandas indicam, por um lado, o caráter extra-corporativo da entidade, atuando na área de definição e execução de políticas públicas desde o nível municipal até o federal, reforçando demandas encontradas em outras entidades empresariais.

No que diz respeito à estrutura organizacional, o Fórum Permanente de Turismo é constituído por: Presidência (até o momento ocupada por Fernando Marcondes de Mattos, Costão do Santinho), Secretaria Executiva (Anita Pires, Pires & Associados) e Conselho Executivo formado por entidades empresariais (CDL, ACIF, PROTUR, SEBRAE) e empresas e órgãos públicos (BRDE, SANTUR, Prefeitura Municipal de Florianópolis, UFSC, IBAMA, FATMA).⁸⁰ A estrutura desta organização mantém os critérios organizacionais da Fundação Pró-Turismo de Florianópolis, isto é, seus membros são compostos por entidades empresariais

corporativas e extra-corporativas, empresas relacionados ao turismo em nível local e agências do setor público das esferas municipal, estadual e federal. Nesta estrutura, há uma diferença significativa com relação à PROTUR na medida em que o Fórum Permanente de Turismo promove uma articulação ainda maior com a participação de agências públicas vinculadas à esfera federal e regional mais ampla (Universidade Federal de Santa Catarina, IBAMA e BRDE).

Os membros que compõem o Fórum Permanente de Turismo (34) são, em sua maioria, entidades empresariais (38,23%), além de órgãos públicos (23,53%), empresas privadas (14,71%), empresas ou agências públicas (14,71%), uma entidade relacionada a movimentos sociais (2,94%) e entidades diversas (5,88%).

Sendo o Fórum Permanente de Turismo uma entidade de caráter privado, torna-se necessário realizar algumas considerações sobre o conjunto de seus membros. Nesta entidade o setor privado responde por 52,94% (18) dos membros, o que é um índice baixo em comparação com organizações empresariais de outros setores de atividade, como o industrial (v. capítulo I). Por sua vez, o setor público representa 38,24% (13),⁸¹ acarretando uma significativa presença nesta entidade empresarial. Portanto, o Estado passa a fazer parte da estrutura extra-corporativa de representação de interesses empresariais e, como consequência, a relação privado-público mostra-se para além da formação de *anéis burocráticos*. Aqui, embora os empresários mantenham a relação de aproximação, de forma fragmentaria, junto a agências públicas da estrutura burocrática, estabelecendo laços clientelísticos via organização e representação de interesses, não se limitam a ela e criam uma *nova modalidade* de relação com o Estado baseada nas **estruturas ampliadas**. No caso em destaque, as agências públicas passam

⁸⁰ Manifestam-se em apoio o SHRBS-FLN e a FHORESC, a partir de manifestações em jornais e participação nos Fóruns Internacionais de Planejamento do Turismo de Florianópolis.

⁸¹ Completam o conjunto de Membros do Fórum Permanente de Turismo: ABRAJET/SC - Associação Brasileira de Jornalistas e Escritores de Turismo/SC (representada por Manoel Timóteo de Oliveira Neto,

a fazer parte da estrutura de organização e representação de interesses empresariais do setor de serviços ou, mais especificamente, do ramo de turismo.

3.2.FORMAS DE REPRESENTAÇÃO

Embora apresente-se com destaque entre as entidades empresariais em nível local, relacionadas ao turismo, o Fórum Permanente de Turismo não possui reconhecimento jurídico. Na verdade, esta entidade empresarial, apesar de toda sua repercussão, constitui-se em um “*espaço*” ou um “*fórum de debates*” entre empresários e agências do Estado, com hegemonia do primeiro, sobre o turismo local. Este “*fórum de debates*” manifesta-se através de duas formas. A primeira delas refere-se à elaboração de projetos e discussão de propostas em âmbito interno (reuniões). Aqui, mostra-se o fundamento do Fórum Permanente de Turismo: o planejamento político-organizacional e comercial do turismo em nível local. Isto é o que encontramos no “*Planejamento Estratégico de Turismo para Florianópolis - Planet 2000*”, elaborado pelo Fórum e que, de fato, resulta em propor a realização de políticas públicas para o setor, definidas nos debates internos e que, após apresentadas no II Fórum Internacional de Planejamento Turístico da Grande Florianópolis e divulgadas pela mídia local/estadual, parece alcançar *status* de compromisso público estatal. No “*Planet 2000*” somam-se 104 ações para o desenvolvimento do turismo local, com definição de como, quando, quem e coordenadores destas ações, bem como a origem dos recursos, conforme quadro a seguir:

que também exerce funções na PROTUR), Associação dos Municípios da Grande Florianópolis, e UFECO - União Florianopolitana de Entidades Comunitárias.

QUADRO 15: RELAÇÃO DAS ATIVIDADES DO PLANET 2000, SEGUNDO ORIGEM DOS RECURSOS, SETORES EXECUTOR E COORDENADOR

AÇÕES DEFINIDAS	ORIGEM RECURSOS				SETOR EXECUTOR			SETOR COORDENADOR		
	Público	Privado	Ambos	S/defin	Público	Privado	Ambos	Público	Privado	Ambos
Recursos Humanos	1	8	2	0	2	5	4	0	11	0
Infra-Estrutura	7	0	7	0	2	0	12	7	6	1
Equipamentos Tur.	1	3	9	1	0	0	14	7	7	0
Meio Ambiente	0	0	4	2	1	0	5	2	4	0
Cultura	1	4	8	0	1	0	12	9	3	1
Serviços	7	5	4	3	4	1	14	14	5	0
Organ. Institucional	8	1	3	1	6	0	7	9	3	1
Imagem da Cidade	7	2	5	0	6	1	7	10	4	0
TOTAL	32 30,77%	23 22,12%	42 40,38%	7 6,73%	22 21,15%	7 6,73%	75 72,12%	58 55,77%	43 41,35%	3 2,88%

Fonte: Elaborado pelo autor a partir da publicação do *Planet 2000*

O *Planet 2000* foi elaborado a partir de reuniões entre empresários e agências públicas de esferas local e estadual. Ao menos para os empresários que participaram ou apoiaram a elaboração deste documento, este passa a ser um dos principais referenciais de planejamento e execução de atividades voltadas para o turismo em Florianópolis. Em outras palavras, é um documento-diretriz a partir do qual os empresários passam a organizar parte significativa de suas reivindicações e ações junto ao poder público local e da estrutura estadual.

A partir do *Planet 2000* podemos observar que a participação do setor público no Fórum Permanente de Turismo é de fundamental importância para a realização das principais atividades desta organização empresarial. Assim, a participação do setor público com relação aos recursos financeiros e materiais designados como necessários para a implementação das ações é singular. É também o setor público o principal agente executor e coordenador das ações planejadas no referido documento.

Por sua vez, o *Planet 2000* foi gerado por uma entidade de caráter privado e, portanto, com hegemonia de representação originária deste setor. Neste sentido, podemos expor que é a partir das definições de planejamento de ações referentes ao turismo realizadas por uma entidade privada que o setor público passa a ser condicionado a realizações sobre o espaço local no que se refere ao turismo. Assim, o *Planet 2000* aproxima-se de ser um *plano*

diretor do turismo local, inclusive com a indicação de encaminhamento deste documento com o intuito de ser apreciado pela Câmara de Vereadores a partir do executivo local.⁸²

Por conseguinte, a relação privado-público passa a fornecer novos elementos e combinações de variáveis que compõem a inter-relação empresariado e agências do setor público. A partir deste foco, as entidades empresariais (ao menos o Fórum Permanente de Turismo e a Fundação Pró-Turismo de Florianópolis) passam a promover ações junto ao Estado na condição de que este passa a ter algumas de suas agências como membros-participantes de organizações empresariais, ao mesmo tempo executando pressões diferenciadas na medida em que são manifestadas em ambientes com hegemonia do setor privado. Decorre deste processo que as ações expostas por estas organizações empresariais tendem a absorver maior grau de legitimidade e visibilidade a partir da presença de agências públicas nestas organizações privadas. Ou seja, o movimento de ação não está mais exclusivamente fundamentado na aproximação de entidades empresariais a agências do setor público, embora esta seja complementar ao movimento de conceber este movimento de aproximação tendo estas agências como membros-participantes da organização privada. Nas palavras de um dos diretores do Fórum Permanente de Turismo, *“o projeto de parceria nasceu não do poder público, mas da base da sociedade, que são as entidades, instituições e empresas”* (Jornal Estalagem, Out/94, Nº 7, p. 5).

Portanto, esta é uma entidade que, em critérios de estrutura hierárquica de representação, coloca-se no ponto mais elevado na medida em que se auto-define como organizadora de todo o planejamento sobre o turismo local. Expõe, de forma pública em caráter de compromissos assumidos, as tarefas a serem deflagradas e seus respectivos executores e coordenadores, além de apresentar a origem dos recursos para viabilização das ações definidas.

⁸² Segundo o SHRBS/FLN, *“o secretário de turismo, Homero Gomes, quer o documento transformado em lei (...) Antes de ver o plano transformado em lei, Homero deseja encaminhar sugestões à Coordenação do Planet 2000, pois detectou alguns equívocos”* (Jornal Estalagem, Ago/95, Nº 17, p. 10, destaques meus).

Considerando-se conjuntamente as tarefas do Fórum Permanente de Turismo e da Fundação Pró-Turismo de Florianópolis, percebe-se um processo de complementaridade e, as vezes, com sobreposições de objetivos. Como já visto, dentro do conjunto de entidades empresariais extra-corporativas relacionadas ao turismo de forma mais ampla, na PROTUR preponderam ações executivas, enquanto que no Fórum Permanente de Turismo destaca-se o planejamento de todo o setor turístico (público e privado).

Forma-se, portanto, um conjunto de relações das organizações empresariais e órgãos públicos de níveis local, regional/estadual e federal relacionados ao turismo em Florianópolis. O Fórum Permanente de Turismo, neste panorama, passa a representar a ampliação dos limites de representação de interesses do empresariado encontrados em outras entidades, inclusive a PROTUR, a partir das *estruturas ampliadas*. Por outro lado, os principais representantes de entidades empresariais vinculadas ao turismo em Florianópolis, representam uma dimensão complementar deste conjunto de relações das organizações empresariais, na medida em que manifestam sua participação em várias organizações empresariais. Concretizam, portanto, uma *corrente* entre as entidades empresariais e, sendo assim, expõem a busca de legitimidade e hegemonia do empresariado na luta por políticas públicas sobre o desenvolvimento turístico em nível local (v. quadro 16 e fluxograma 1). Ademais, estas lideranças emergem como a elite empresarial de Florianópolis, organizando a ação e representação de interesses de classe junto ao setor público municipal e estadual, bem como de agências públicas de níveis regional e federal no caso do Fórum Permanente de Turismo.

QUADRO 16:RELAÇÃO DE EMPRESÁRIOS QUE PARTICIPAM EM ESTRUTURAS AMPLIADAS E OUTRAS ORGANIZAÇÕES PRIVADAS E/OU ÓRGÃOS PÚBLICOS

Entidades/Órgãos Públicos Empresários	CPT - ACIF	PROTUR	FPT ¹	SETUR	SANTUR	DEATUR ²	SEFP ³	ABEOC - SC	ABIH - SC	ABAV - SC	SINDETUR - SC	FHORESC	SHRBS - FLN	ABRESI ⁴	AGHAL - BR ⁵	ADV B - SC	ACIF	ABRAJET - SC ⁶	SENAC
Valter José da Luz																			
Odson Cardoso																			
Estanislau E Bresolin																			
Antônio Pereira Oliveira																			
Osny Joaquim de Carvalho																			
Armando Gonzaga																			
Airton de Oliveira																			
Antônio Carlos A Santos																			
Hamilton Peluso																			
Fernando Marcondes Mattos																			
Zeni do Amaral Rates																			
Alaor Francisco Tissot																			
Mauro dos Santos Fiuza																			
Manoel Timóteo de O Neto																			
Danilo Barcelos Coutinho																			
Iberê Aguiar Jacques																			
Ezequiel Maia Neto																			
Osmar Aires Teixeira																			
Ramirô Gregório da Silva																			

¹Fórum Permanente de Turismo

²Departamento Autônomo de Turismo - órgão público estadual

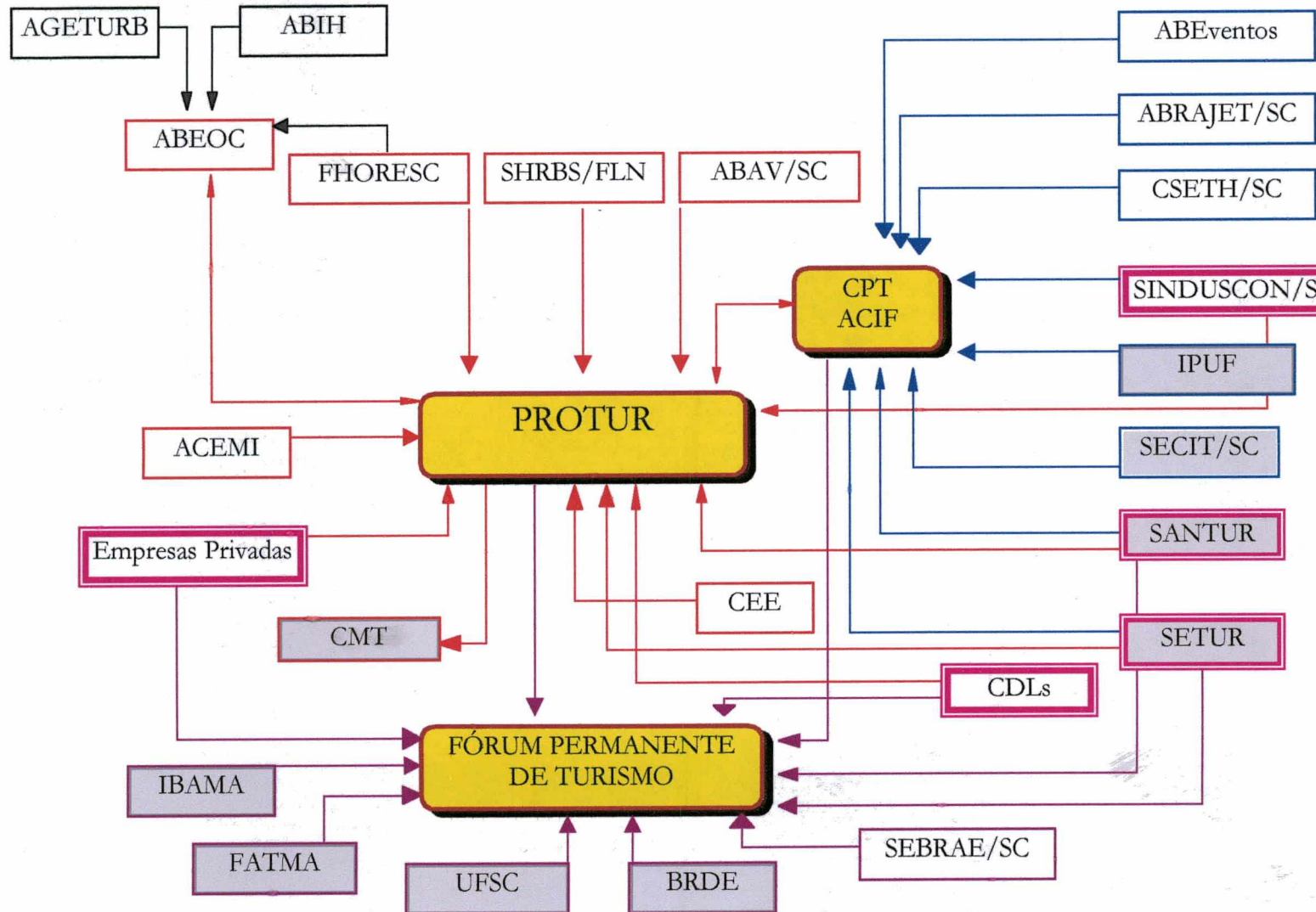
³Secretaria de Estado de Finanças e Planejamento

⁴Associação Brasileira de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares

⁵Associação de Gerentes de Hotel da América Latina - Brasil

⁶Associação Brasileira de Jornalistas e Escritores de Turismo - Santa Catarina

FLUXOGRAMA 1: TURISMO E INTER-RELAÇÕES DAS ORGANIZAÇÕES EMPRESARIAIS E ÓRGÃOS PÚBLICOS



CONSIDERAÇÕES FINAIS: AS ESTRUTURAS AMPLIADAS DE ORGANIZAÇÃO, REPRESENTAÇÃO E AÇÃO EMPRESARIAL DO SETOR TURÍSTICO EM FLORIANÓPOLIS

O desenvolvimento turístico local, ao menos em Florianópolis, tem promovido processos de mercantilização da cidade configurados pela influência do Estado por meio de suas agências definidoras, executivas e sugestivas. A partir de 1988 emerge um novo contexto que possibilita e institucionaliza a participação direta ou indireta de organizações sociais no processo de planejamento urbano em nível local. Assim, o espaço local é marcado, com grande intensidade, como arena de negociação e conflito que envolvem diversos interesses representados por organizações variadas que competem por políticas públicas.

No que se refere ao sistema de organização, ação e representação empresarial neste contexto, procuramos expor os atores principais, seus interesses e capacidade de manobras, constituindo esferas de legitimidade de um sistema de dominação baseado no processo de desenvolvimento turístico local a partir de um recurso teórico-metodológico definido por Boschi (1979) - abordagem integrada que destaca os limites de ação do Estado. Contudo, a participação do Estado neste contexto pode acabar por legitimar instituições e relações sociais, desembocando num campo institucional propício à dominação de classe.

Segundo comportamentos apresentados por empresários relacionados ao turismo em nível local, é crucial estabelecer acessos a agências públicas diretamente vinculadas ao turismo em níveis local e estadual. Essas agências apresentam graus de autonomia significativos em relação à estrutura geral do Estado em nível local e em termos decisórios, bem como com relação a financiamentos públicos ao setor e que afetam os interesses de grupos empresariais.

Como indicado até aqui, os empresários do setor turísticos de Florianópolis formaram uma série de organizações corporativas e extra-corporativas que, aparentemente,

podem promover ações em conjunto de modo eventual. Contudo, não é o que acontece. Podemos observar que há duas estruturas gerais de organização, representação e ação empresarial relacionadas ao turismo em Florianópolis. Uma delas diz respeito às *estruturas corporativas e extra-corporativas* de ação (Cfe. Diniz & Boschi, 1979), ou seja, corresponde às organizações empresariais com ação individual ou em conjunto com entidades das duas esferas organizacionais (SHRBS/FLN e FHORESC; ABAV/SC e SINDETUR/SC), de forma geral, e em conjunto com outras organizações, de forma eventual. A outra faz referência às *estruturas ampliadas* que buscam formar uma unidade empresarial a partir da ação conjunta de várias entidades numa mesma organização (CPT-ACIF, PROTUR e Fórum Permanente de Turismo), além da participação de agências do setor público (local, estadual e federal), empresas aéreas e entidades comunitárias.

Num primeiro plano forma-se uma *rede de representação e ação empresarial* na medida em que vários empresários acabam por participar de diversas organizações empresariais de caráter corporativo e extra-corporativo. Assim, ficam constituídos elos que interligam estas diversas entidades empresariais, promovendo uma circulação de informações e planejamentos para formação de uma ação conjunta destas organizações empresariais. Por conseguinte, tende-se a constituir ações conjuntas destas organizações com referência a demandas gerais. Ao mesmo tempo, preserva-se a complementaridade de organizações corporativas e extra-corporativas do mesmo sub-setor de atuação privada, principalmente com referência a demandas específicas. Por sua vez, a participação de um mesmo empresário em várias organizações empresariais concretiza a formação de redes de representação e ação empresarial do turismo em Florianópolis. Esta perspectiva revela um primeiro momento de aprimoramento da representação empresarial em nível local.⁸³

⁸³ Evidentemente, há formação de frações de classes e conflitos internos nestas organizações o que promove reestruturação permanente neste processo.

No caso do setor turístico, podemos afirmar, fazendo um paralelismo com o conceito de elites orgânicas (Dreifuss) que inicia-se, assim, a formação de elites orgânicas locais. A estas compete o planejamento estratégico e a implementação da ação política de interesses de classe com o intuito de exercer a hegemonia local e influenciar diretamente o Estado em nível local a partir de suas agências ou órgãos públicos. Neste sentido, a formação de elites orgânicas locais são manifestadas a partir da formação de redes de ação e representação empresarial do setor turístico, concretizadas na participação de empresários em diversas entidades empresariais corporativas, extra-corporativas e nas *estruturas ampliadas*.

Até este momento, permanecem os modelos de organização empresarial observados pelas teorias que abordam o tema, conforme exposto na primeira parte deste trabalho (Capítulo I). Também mantém-se os modelos de ação empresarial baseados na atividade corporativa e extra-corporativa e a partir de recursos como a complementaridade entre estas estruturas, apresentação de demandas junto ao Estado ou a utilização do formato *anéis burocráticos* para a conquista de interesses e/ou demandas gerais. Assim, as *elites orgânicas locais* passam a definir o processo de ação global intra-classe e a buscar influenciar direta ou indiretamente a constituição da política sobre o setor. Percebe-se, portanto, um movimento de aproximação de empresários e organizações empresariais com relação às esferas do Estado que atuam diretamente com a definição do desenvolvimento local sobre o setor de atividades de interesse empresarial. No caso de Florianópolis, este movimento é realizado com relação às esferas local (SETUR e IPUF) e estadual (SANTUR).

Um dos modelos estruturais de representação de interesses utilizados neste contexto são os Conselhos Municipais de diversas ordens de atuação. O Conselho Municipal de Turismo de Florianópolis é a estrutura organizada pelo Estado para promover uma relação do setor público com o privado capaz de legitimar as decisões e ações realizadas junto à sociedade local, ao mesmo tempo em que busca preservar ou conquistar parcelas de hegemonia na esfera local, com

relação à população como um todo e do empresariado em específico. Todavia, este tipo de estrutura de representação de interesses apresenta caráter tripartite (organizações empresariais, movimentos sociais e de trabalhadores, e agências públicas), ao mesmo tempo em que mantém o processo diretivo em domínio estrutural público. Isto é, em geral são representantes de agências públicas locais que ocupam os cargos diretivos de Conselhos Municipais. Com relação ao Conselho Municipal de Turismo de Florianópolis, o cargo de presidente é ocupado pelo Secretário Municipal de Turismo. Sendo assim, parcela importante deste espaço de poder é representado pelo Estado a partir de agências públicas.

Contudo, um modelo diferenciado de organização, ação e representação de interesses empresariais surge em Florianópolis. Este modelo pode ser apresentado como **estruturas ampliadas de organização, ação e representação do empresariado local** e passa a promover mudanças internas e externas a estas organizações no que diz respeito ao planejamento estratégico das ações e da relação entre os setores público e privado em nível local. Com isso, a própria capacidade de ação da elite orgânica local passa a ser dilatada pela própria **estrutura ampliada de organização empresarial**.

Como já visto, a primeira organização a se aproximar deste modelo de estruturas ampliadas foi o CPT-ACIF, contudo sendo uma agência de planejamento e ação de uma organização empresarial extra-corporativa e suas ações caracterizam-se por estarem concentradas em planejamento de ações e realização de pressão junto às estruturas de Estado em nível local. A Fundação Pró-Turismo de Florianópolis, que emerge em seguida, apresenta uma estrutura semelhante mas com alguns aspectos de maior desenvolvimento organizacional. Assim, em primeiro lugar, é uma estrutura autônoma com o objetivo de organizar e executar ações internas e externas referentes ao desenvolvimento turístico local, principalmente no que diz respeito à *venda da imagem da cidade* em caráter internacional (basicamente no Cone Sul). Após esta entidade, é criado o Fórum Permanente de Turismo que tem o objetivo de organizar a ação empresarial

com relação ao turismo e promover o planejamento do desenvolvimento turístico em nível local. Nestes três casos há transformações sensíveis em relação às estruturas corporativas e extra-corporativas.

No que se refere às estruturas ampliadas de organização, ação e representação de interesses do empresariado local, em primeiro lugar é importante esclarecer que estas **estruturas ampliadas** emergem em um contexto socioeconômico baseado no desenvolvimento turístico ou na “indústria do turismo”. Conforme o conceito no qual estamos nos baseando, a própria estrutura e dinâmica deste sub-setor organizacional do sistema produtivo capitalista tende a propiciar o surgimento e desenvolvimento destas modalidades de estruturas de representação de interesses. Por outro lado, neste contexto de desenvolvimento local apenas o setor empresarial constituiu sua representação de interesses baseada em **estruturas ampliadas**. Assim, outras organizações de interesses poderão surgir em contextos econômicos baseados no turismo, bem como em outros modelos de sistema produtivo.

Ademais, as mudanças sociopolíticas e econômicas que surgiram a partir de 1984 promoveram um contexto favorável ao surgimento e proliferação de formas diferenciadas de participação, desenvolvidas à margem das estruturas corporativas que se mostram enfraquecidas desde a década de setenta. A partir de então, principalmente após a Constituição Federal promulgada em 1988 e no que se refere ao nível local, há também a busca de maximização da participação empresarial nos processos decisórios compreendidos na estrutura do Estado local.

Considerando-se o modelo corporativo de representação de interesses do empresariado no Brasil, percebe-se que esta estrutura é proveniente de ação do Estado, ou seja, é uma estrutura imposta pelo setor público. Assim, é estabelecido um fator de dependência destas organizações empresariais com relação ao Estado através de mecanismos de controle e de compulsoriedade de representação (Capítulo I).

A emergência de estruturas extra-corporativas promove maior dinamização da relação público-privado ou, especificamente, na relação estabelecida entre organizações empresariais e agências do setor público. Este modelo de organização empresarial mantém maior autonomia e independência frente ao Estado em relação ao modelo corporativo. Estas características são mantidas também em Florianópolis e são fortemente evidenciadas até a primeira metade dos anos oitenta.

Conforme os trabalhos de Diniz & Boschi (1979), essas estruturas de representação de interesses empresariais apresentam complementaridade. Da mesma maneira, também em nível local não há indícios de rejeição das estruturas corporativas pelas extra-corporativas. Ao contrário, há um processo de complementaridade na representação e ação empresarial junto ao Estado. Esta situação é encarada pelos empresários relacionados ao turismo em nível local como de vital importância para o desempenho das ações empresariais e isto pode ser ilustrado pela emergência do SINDETUR/SC (estrutura corporativa) e pela participação da ABAV/SC (estrutura extra-corporativa) neste processo.

Por sua vez, o tipo de articulação existente nestes panoramas de representação é de caráter bipartite, de forma geral. Ou seja, as organizações envolvidos nos processos de representação de interesses são oriundas do setor empresarial e do setor público através de suas agências. A emergência de caráter tripartite não é realizada durante processo de representação de interesses, mas a partir de ação reativa de movimentos ou organizações de trabalhadores por meio de suas estruturas corporativas ou extra-corporativa (em casos mais raros) em nível local e em virtude de questões específicas.

Esta complementaridade, ao menos no caso de Florianópolis, entre os modelos de organização empresarial produz, em consequência, condições de dupla representação destes empresários em estruturas organizadas e controladas pelo Estado, como é o caso do Conselho Municipal de Turismo de Florianópolis (SINDETUR/SC e ABAV/SC, por exemplo).

Nas **estruturas ampliadas de organização, ação e representação de interesses do empresariado local**, algumas características permanecem, outras apresentam novas dimensões e ainda outras são inovadoras. Assim, no que diz respeito à forma de organização, no caso das **estruturas ampliadas** são impostas pelo setor privado, apresentando ainda maior autonomia e independência frente ao Estado. Ao contrário do que caracteriza as organizações empresariais corporativas e extra-corporativas, tende a promover uma situação na qual agências do Estado, fundamentalmente em nível local, passam a ser dependentes de forma relativa, do processo de legitimação de políticas de desenvolvimento do turismo em Florianópolis provenientes de demandas empresariais. Isto porque o próprio Estado passa a ser, em especial, um agente legitimador do processo de decisão sobre o desenvolvimento turístico local ou de orientação à formação de políticas públicas para o setor originadas nas **estruturas ampliadas** através de participação de agências do Estado, de organizações de caráter corporativo e extra-corporativo do empresariado e de empresas privadas em geral. Estas características podem ser observadas no CPT-ACIF que apresenta como membros provenientes da estrutura do Estado a SETUR, IPUF (nível local) e SANTUR (nível estadual); na PROTUR com a participação da SETUR (nível local), SANTUR e SEICT (nível estadual); e principalmente do Fórum Permanente de Turismo com a participação da Prefeitura Municipal de Florianópolis - SETUR (nível local), SANTUR (nível estadual), BRDE (nível regional), UFSC, IBAMA e FATMA (nível federal).

Como característica inovadora das **estruturas ampliadas** podemos citar os membros participantes. Estas **estruturas** são constituídas por entidades empresariais de caráter corporativo e extra-corporativo, empresas privadas em geral relacionadas ao turismo, empresas de comunicação (jornais, rádios e emissoras de TV), além de agências do Estado em nível local e estadual. Neste sentido, emerge como um espaço de formação de unidade empresarial, aglutinando instituições e organizações privadas e empresários de destaque vinculados ao turismo em níveis local e regional.

Por consequência, as **estruturas ampliadas** constituem-se em espaços privilegiados de organização empresarial e de planejamento estratégico da classe. Portanto, cria-se condições significativas para a expressão e ação ou constituição de elites orgânicas locais.

Também nas **estruturas ampliadas** o quadro de participação não contempla representantes de movimentos sociais (de trabalhadores, ambientalistas, ecologistas, etc.), caracterizando-se, portanto, por caráter bipartite (representantes de empresários e agências públicas). Além disso, as estruturas corporativas e extra-corporativas empresariais vinculadas ao turismo em nível local e que participam das **estruturas ampliadas** formam um suporte de legitimação *das estruturas de organização, representação e ação empresarial*, do processo de decisão e das definições realizadas neste âmbito. Portanto, apresentam-se de forma a sustentar a dinâmica e a estrutura interna dessas *organizações* atuando de modo subsidiário. Embora possa haver a mesma forma de complementaridade entre as **estruturas ampliadas** e as organizações corporativas e extra-corporativas do empresariado em nível local, em geral, são estas últimas que complementam as **estruturas ampliadas**.

Os estilos de negociação nas relações existentes entre empresariado e Estado apresentam dois contornos mais gerais. Por um lado, há os que são definidos, impostos e controlados pelo Estado, como são os casos das estruturas corporativas e o Conselhos Municipais em nível local. Por outro lado, há os estilos de negociação que são determinados, impostos e controlados pelo setor privado, como são os casos das estruturas extra-corporativas e, sobretudo, das **estruturas ampliadas**.

Nestas **estruturas ampliadas** constata-se também que o movimento de aproximação às agências da esfera pública apresenta inovações. Segundo Diniz & Boschi (1979), as entidades extra-corporativas reproduzem práticas tradicionais e um estilo de negociação voltado ao controle de arenas decisórias *dentro do aparelho do Estado*, através da elaboração de uma rede de relações formais e informais com segmentos da burocracia. Além disso, pode-se manter

o recurso de ação complementar baseado nos *anéis burocráticos*. Trata-se de incorporar estas agências em um ambiente controlado e com hegemonia do setor privado. Em outras palavras, é ter como membros participantes as agências do Estado em organizações empresariais, fornecendo condições de legitimidade e de decisões favoráveis ao setor privado, ao mesmo tempo em que constitui um sistema de pressão sobre estes órgãos públicos.

Assim, as **estruturas ampliadas** passam a representar o processo decisório, mesmo que em última instância a decisão pertença à estrutura pública. Todavia, os compromissos assumidos como membro participante da **estrutura ampliada** e os constrangimentos advindos deste processo, tendem a favorecer as decisões tomadas no âmbito das **estruturas ampliadas**. Assim, estas *organizações* podem ser consideradas como centros de decisão sobre políticas públicas relacionadas ao turismo em nível local ou, ao menos, como centros de fundamental influência sobre as agências públicas com caráter de decisão e execução perante a estrutura burocrática do Estado.

Por conseguinte, as relações privado-público são processadas também em circuitos que apresentam elementos inovadores. Em primeiro lugar há um aumento da presença de interesses empresariais na estrutura pública promovido pela participação de agências públicas na estrutura de representação de interesses empresariais, mesmo que a estrutura pública preserve para si, em sentido estrutural no campo político, o núcleo de decisões vitais ao sistema. Ao mesmo tempo, as **estruturas ampliadas** tendem a fornecer maior controle sobre o planejamento e execução da ação pública com relação ao desenvolvimento turístico em nível local, bem como sobre organizações privadas, na medida em que estas também podem sofrer, individualmente, pressões e constrangimentos a partir do corpo de membros representantes.

Do ponto de vista da estrutura de representação de interesses empresariais, as **estruturas ampliadas** fornecem o espaço estrutural para a institucionalização de redes de representação empresarial, contudo sob vigilância das próprias **estruturas ampliadas**. Neste

caso, podemos identificar a elite orgânica local, que passa a elaborar, produzir e divulgar planejamentos e ações empresariais e políticas públicas para o funcionamento do Estado e da sociedade no que diz respeito ao turismo em nível local (*Planet 2000*). Ao mesmo tempo passa a requisitar a hegemonia sobre o desenvolvimento do turismo, transformando projetos particulares da classe em demandas gerais, sociais ou de senso comum para o desenvolvimento do local com referência ao turismo. Neste caso, o efeito de legitimação é alcançado através da divulgação de seus projetos e interesses por meio de empresas de comunicação de massa, as quais encontram-se afiliadas às **estruturas ampliadas**.

BIBLIOGRAFIA CITADA

- ARAGÃO, Murilo de. 1994. **Grupos de pressão no Congresso Nacional: como a sociedade pode defender licitamente seus direitos no poder legislativo.** São Paulo: Ed. Maltese.
- ARRILAGA, José Ignácio. 1976. **Introdução ao estudo do turismo.** Rio de Janeiro: Ed. Rio; Faculdades Integradas Estácio de Sá.
- ASCHER, Nelson. 1994. Tudo muda na era do turismo. **Folha de S.Paulo**, 16/Jan/1994, Caderno 6, p. 7.
- Associação Brasileira de Órgãos Públicos Municipais de Turismo. **O turismo e o município.** s/d, 32 p.
- AUGUSTO, Sérgio. 1994. Quando Baedeker guiava o turismo. **Folha de S.Paulo**, 16/Jan/1994, Caderno 6, p. 7.
- BIAREZ, S. 1989. Le pouvoir local. In: **Le vie Politique.** Paris.
- BOSCHI, Renato Raul. 1979. **Elites industriais e democracia: hegemonia burguesia e mudança política no Brasil.** Rio de Janeiro: Edições Graal.
- BRIQUET, J. L. e SAWICKI, F. 1989. **L'Analyse localisée de politique.** Politics: Paris; n 1/8; out./nov.
- CARDOSO, Fernando H. 1982. **Empresariado industrial e desenvolvimento econômico no Brasil.** São Paulo: Ed. Difel.
- CASTELLI, Geraldo. 1986. **Turismo: atividade marcante do século XX.** Universidade de Caxias do Sul, Escola Superior de Hotelaria: Editora EDUNI-SUL.
- CASTRO, Maria Helena G. de. 1988. **Governo local, processo político e equipamentos sociais: um balanço bibliográfico.** Rio de Janeiro: Ed. Vértice; BIB 25. p. 56-82.
- CESÁRIO, Ana C. Chiarotti. 1986. **Poder e partidos políticos em uma cidade média brasileira - um estudo de poder local: Londrina/PR - 1934/1979.** São Paulo. p. 01-85 (mimeo).
- CRUZ, Sebastião C. Velasco e. 1992. **Política empresarial em tempos de crise. Apontamentos teóricos e reflexões sobre o Brasil.** Departamento de Ciência Política, IFCH/UNICAMP, Campinas-SP (mimeo).
- DEUTSCH, Karl. 1979. **Política e governo.** Brasília: Ed. UnB.
- DINIZ, Eli & BOSCHI, Renato Raul. 1979. Panorama da representação de interesses industriais no Brasil. In: _____. **Agregação e representação de interesses do empresariado industrial: sindicatos e associações de classes.** Rio de Janeiro: IUPERJ. Relatório de Pesquisa. p. 01-78 (mimeo).
- _____. 1989. A consolidação democrática no Brasil: atores políticos, processos sociais e intermediação de interesses. In: DINIZ, Eli, BOSCHI, Renato R. e LESSA, Renato. **Modernização e consolidação democrática no Brasil: dilemas da Nova República.** São Paulo: Ed. Vértice. p. 15-75.
- _____. 1993. Lideranças empresariais e problemas da estratégia liberal no Brasil. **Revista Brasileira de Ciências Sociais.** n. 23. ANPOCS. p. 101-19.

- DREIFUSS, Rene A. 1986. Brevíssimas anotações conceituais sobre "Elites Orgânicas". In: _____. **A internacional capitalista: estratégias e táticas do empresariado transnacional - 1918/1986**. Rio de Janeiro: Ed. Espaço e Tempo. .p. 17-31.
- DUNCAN, S. e GOODWIN, M. 1982. The local state and restructuring social relations. **International Journal of Urban and Regional Research**. n. 6.
- FISCHER, Tânia. 1993. Poder local: um tema em análise; In: ____ (org). **Poder local, governo e cidadania**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas. p. 10-20.
- FISCHER, Tânia e CARVALHO, Juvenilda. 1993. Poder local, redes sociais e gestão pública em Salvador-Bahia. In: FISCHER, Tânia (org). **Poder local, governo e cidadania**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas. p. 151-63.
- FUSTER, Luiz Fernandez. 1971. **Teoria y tecnica del turismo**. Tomo I. 2a. Edição. Madrid-Espanha: Editora Nacional.
- GLUCKSMAN, Christine B. 1977. L'object local et théorie de l'État. In: SFEZ, Lucien (org.). **L'Object Local**. Paris: PUF. p. 37-43
- GRAZIA DE GRAZIA. 1990. Introdução. In: Grazia de Grazia (org). **Plano Diretor: instrumento de reforma urbana**. Rio de Janeiro: Ed. Fase; p. 09-12.
- GRUPOS DE PRESSÃO. In: Dicionário de Política. 4ª Edição. Brasília: Ed. UnB.
- HEBER, Florence. 1993. Serviços urbanos e privatização. In: FISCHER, Tânia (org). **Poder local, governo e cidadania**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas. p. 239-49.
- HERRERA, A. y otros. 1976. Catastrofe o nueva sociedad. In: **Modelo Mundial Latino Americano**. Ottawa: IDTR
- LUNA, Matilde e TIRADO, Ricardo. 1992. **El Consejo Cordinador Empresarial. Una radiografia**. México: UNAM/IIS.
- MACHADO, Ewerton Vieira. 1985. **Turismo: uma avaliação da realidade sergipana**. Trabalho de Conclusão de Curso - Especialização em desenvolvimento regional e urbano. Florianópolis. Universidade Federal de Santa Catarina.
- MARTINS, Luciano. 1968. **Industrialização, burguesia nacional e desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Ed. Saga.
- MEURER, Eriberto José. 1991. **Os empresários e os partidos políticos: as eleições de 1986 em Santa Catarina**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, UFSC, Florianópolis.
- MILSS, C. Wright. 1981. **A elite do poder**. 4ª Edição. Rio de Janeiro: Zahar Editores.
- MENDOZA, Enrique Cabrero. 1993. As organizações locais no México: a força da tradição em direção à mudança. In: FISCHER, Tânia (org). **Poder local, governo e cidadania**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas. p. 281-90.
- MINELLA, Ary Cesar. 1990. Transformação dos setores sociais dominantes: a burguesia bancária-financeira no Brasil. In: Larangeira, Sônia (org). **Classes e movimentos sociais na América Latina**. São Paulo: Ed. Hucitec. p. 83-106.
- MORELLO, Jorge. 1983. Ecologia, preferencias turísticas y ambientes extraurbanos; In: VILLAMIL e outros. **Medio ambiente y turismo**. CLACSO. p. 55-72.

- MOURA, Suzana. 1993. Ideário e prática da participação popular no governo local: a experiência de Porto Alegre. In: FISCHER, Tânia (org). **Poder local, governo e cidadania**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas. p. 181-90.
- MOURA, Suzana e PINHO, José A. Gomes de. 1993. Governos locais em contexto de democratização e crise: mudanças e inovações. In: FISCHER, Tânia (org). **Poder local, governo e cidadania**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas. p. 291-308.
- OFFE, Claus e RONGE, Volker. 1984. Teses sobre a fundamentação do conceito de "Estado Capitalista" e sobre a pesquisa política de orientação materialista. In: OFFE, Claus. **Problemas estruturais do Estado Capitalista**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro. p. 122-37.
- OLIVEIRA, Airton de. 1994. Mar Catarina. **Revista Mares do Sul**. n 1. p. 50
- OLSON JR., Mancur. 1965. **The logic of collective action**. Cambridge: Harvard University Press. p. 132-41.
- PELÚSO, Hamilton. 1991. Turismo para egoístas. **Jornal Diário Catarinense**. 11.11.91. p. 3.
- _____. 1991^a. Turismo de todos e para todos. **Jornal Diário Catarinense**. 04.10.91. p. 15.
- PINHO, José A. Gomes de. 1993. Em busca de um referencial teórico para análise do governo local - o caso de Camaçari/Bahia. In: FISCHER, Tânia (org). **Poder local, governo e cidadania**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas. p. 48-63.
- PODER. In: Dicionário de Política. 4ª edição. Brasília: Ed. UnB. p. 940-1.
- RIBEIRO, Ana Claudia Torres. 1990. A reforma e o plano: algumas indicações gerais. In: GRAZIA DE GRAZIA (org). **Plano Diretor: instrumento de Reforma Urbana**. Rio de Janeiro: Ed. Fase. p. 13-25.
- SALISBURY, Robert H. 1970. An Exchange theory of interest groups. In: _____. **Interest group politics in America**. New York: Harper & Row Publishers, Evanston and London. p. 32-67.
- SANTUR - Santa Catarina Turismo S/A. Estimativas Anuais. vários números.
- SEJENOVICH, Héctor. 1983. Turismo y ordenamiento ambiental. In: VILLAMIL e outros. **Medio ambiente y turismo**. CLACSO. p. 39-54.
- SUNKEL, Osvaldo. 1983. Por que es imprescindible y urgente incorporar las preocupaciones ambientales en la problemática del desarrollo? In: VILLAMIL e outros. **Medio ambiente y turismo**. CLACSO. p. 199-205.
- TEIXEIRA, José Paulo. 1995. **Os donos da cidade: poder e imaginário das elites em Criciúma**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, UFSC, Florianópolis.
- UNGARETTI, Wladimir Netto. 1996. **Contribuição ao estudo das relações entre empresariado e ambientalismo através de uma análise de conteúdo do Jornal Gazeta Mercantil**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, UFSC, Florianópolis.
- VEIGA, Danilo. 1983. Medio ambiente y turismo en la costa balnearia uruguaya. In: VILLAMIL e outros. **Medio ambiente y turismo**. CLACSO. p. 155-66.
- VILLAMIL, Jose J. 1983. Apuntes sobre el impacto del turismo: la experiencia del Caribe. In: VILLAMIL e outros. **Medio ambiente y turismo**. CLACSO. p. 11-26.
- _____. 1983. Introdução. In: VILLAMIL e outros. **Medio ambiente y turismo**. CLACSO. p. 7-9.

WAHAB, Salah-Eldin Abel. 1977. **Introdução à administração do turismo**. São Paulo: Livraria Pioneira Editora.

YOSHIKATO, Tina e REMÍCIO, Paula. 1987. Destino: da pesca ao turismo. **Jornal Zero**. Dezembro/87. p. 09.

OUTRAS FONTES

Jornais e Revista

Jornal Diário Catarinense (vários números).

Jornal O Estado (vários números)

Jornal A Notícia (vários números)

Jornal A Folha da Cidade. n. 22.

Jornal Estalagem: hospedagem, alimentação e lazer - Órgão informativo do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares da Grande Florianópolis; (vários números)

Folha de S.Paulo. 22.05.94. Caderno 7. p. 1.

Revista Mares do Sul. n 1, Inverno 1994, p. 13

Documentos Consultados

Atas de Reuniões do Conselho Permanente de Turismo da Associação Comercial e Industrial de Florianópolis

Atas de Reuniões do Conselho Consultivo da Fundação Pró-Turismo de Florianópolis

Atas de Reuniões do Conselho Executivo do Fórum Permanente de Turismo

Relatórios Anuais de Atividades da Fundação Pró-Turismo de Florianópolis

Entrevistas Realizadas

Anita Pires - 1995

Armando Gonzaga - 1995

Estanislau Emílio Bresolim - 1995

Fernando Marcondes de Mattos - 1995

Mauro Fiúza - 1995

Milton Della Giustina - 1995