

MÁRCIA REGINA CALDERIPE FARIAS RUFINO

**MEDIAÇÃO CULTURAL E RECIPROCIDADE NO
CONTEXTO DAS PRÁTICAS TURÍSTICAS EM
FLORIANÓPOLIS – SC**

ILHA DE SANTA CATARINA

2006

MÁRCIA REGINA CALDERIPE FARIAS RUFINO

**MEDIAÇÃO CULTURAL E RECIPROCIDADE NO
CONTEXTO DAS PRÁTICAS TURÍSTICAS EM
FLORIANÓPOLIS – SC**

Tese apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Antropologia Social, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial à obtenção do título de Doutor em Antropologia Social.

Orientadora: Dra. Carmen Sílvia de Moraes Rial

ILHA DE SANTA CATARINA

2006

TERMO DE APROVAÇÃO

MÁRCIA REGINA CALDERIPE FARIAS RUFINO

MEDIAÇÃO CULTURAL E RECIPROCIDADE NO CONTEXTO DAS PRÁTICAS TURÍSTICAS EM FLORIANÓPOLIS – SC

Tese aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Doutor no Curso de Pós-Graduação em Antropologia Social, Instituto de Ciências Humanas, da Universidade Federal de Santa Catarina, pela seguinte banca examinadora:

Orientadora: Prof^ª Dr.^a Carmen Sílvia de Moraes Rial
Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, UFSC

Ilha de Santa Catarina, abril de 2006

AGRADECIMENTOS

À Carmen Rial, pela paciência e dedicação no acompanhamento da pesquisa.

Ao Professor Pedro Prista, que tão gentilmente recebeu-me no ISCTE como orientador do estágio de doutorado.

Aos professores do Programa de Pós-graduação em Antropologia Social da UFSC, pela dedicação.

Ao João Ribeiro, pela presença querida e amiga em Lisboa. À Maria Manoel pelas dicas de pesquisa e apoio durante o estágio de doutorado.

Aos colegas da turma de doutorado: Flávia, Frank, Osvaldo, Rita de Cássia e Bernardeth, pelos momentos agradáveis e pela amizade e solidariedade. À Roseli, Silvana e Ana Maria pelo apoio durante o curso. À Vera, pela possibilidade de realizar o trabalho de campo em conjunto e as constantes discussões sobre nossos objetos de pesquisa.

Ao Eduardo e a Ângela, pelo carinho e incentivo para realizar o trabalho.

Às amigas de Pelotas: Sônia e Júlia, pelo carinho de sempre.

Ao Dilton, pela paixão e amor que temos vivido a cada dia.

Ao meu pai e minha mãe, pelo amor e compaixão sempre tão presente.

Aos meus queridos tios e avó pelo amor que sempre me dedicaram.

Ao CNPq e CAPES pelo financiamento da pesquisa no Brasil e pela bolsa sanduíche.

A todos que de alguma forma contribuíram para a realização deste trabalho.

Meu especial agradecimento àqueles que participaram como sujeitos da pesquisa.

Dedico esta tese aos meus pais, Ruy e Adair

RESUMO

Nesta tese apresento uma reflexão sobre as práticas turísticas em Florianópolis/SC a partir do processo de mediação cultural. A presença do “turismo” na cidade toma corpo a partir do final dos anos de 1970, intensificando-se nas décadas seguintes e levando ao surgimento de três arranjos sócio-espaciais - territórios típicos, planejados e mistos. Nestes territórios surgem práticas turísticas que denomino “turismo” doméstico, empresarial e ecoturismo, nas quais os mediadores culturais atuam como sujeitos sociais que transitam entre os vários universos culturais, inserindo os “turistas” nas localidades e também aprendendo com estas formas de receber. No universo comunicacional propiciado pela mediação cultural, o mediador atua criativamente, gerando uma rede de diálogos em que não somente o negócio é realizado, como outras coisas são trocadas - hospitalidade, afetos, presentes e também ofensas, hostilidades, desconfianças - meios pelos quais a interação acontece. A dádiva é tomada como essencial para entender o universo dessas interações e as peculiaridades do capital turístico na Ilha de Santa Catarina, ao mesmo tempo em que aponta para a característica relacional da sociedade urbana brasileira.

Palavras-chave: Turismo, Mediação cultural, Dádiva, Ilha de Santa Catarina.

ABSTRACT

In this thesis I present a reflection on the tourism practices in Florianopolis/ SC parting from the cultural mediation process. “Tourism” in this city began taking form in the 1970’s, intensifying in the following decades and resulting in the emergence of three socio-spatial arrangements: typical, planned and mixed territories. In these territories tourism practices emerged, that I refer to as, domestic, business and eco tourism, in which the cultural mediators act as social subjects that pass through the various cultural universes, inserting “tourists” into the districts and also learning from this means of earning a living. In the communication world appeased by cultural mediation, the mediator acts creatively, generating a dialog network in which not only business is performed, but the exchange of other things as well – hospitality, affection, gifts, as well as, offences, hostility, distrust – means by which the interaction happens. This exchange is seen as essential in order to understand the world of these interactions and the peculiarities of capital tourism in the island of *Santa Catarina*, at the same time in which it points to the rational characteristics of Brazilian urban society.

Key-words: Tourism, Cultural mediation, Exchange, Island of Santa Catarina.

LISTA DE SIGLAS

ABAV/SC	Associação Brasileira de Agências de Viagens – SC
ABEOC/SC	Associação Brasileira de Eventos e de Empresas Operadoras em Congressos e Convenções – SC
ABIH/SC	Associação Brasileira da Indústria de Hotéis - SC
ABRAJET/SC	Associação Brasileira de Jornalistas e Escritores de Turismo - SC
ABRESI	Associação Brasileira de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares
ACEMI	Associação Catarinense de Empreendedores do Mercado Imobiliário
ACIF	Associação Comercial e Industrial de Florianópolis
APETESC	Associação Profissional das Empresas de Turismo do Estado de SC
BO	Boletim de ocorrência
CECCA	Centro de Estudos Cultura e Cidadania
CEE	Conselho das Entidades Empresariais da Grande Florianópolis
CEFET	Centro Federal de Educação Tecnológica
CPT	Conselho Permanente de Turismo
CRECI	Conselho Regional de Corretores de Imóveis
DETER	Departamento de Transportes e Terminais
DP	Delegacia de Polícia
DPCO	Delegacia Policial da Comarca
EMBRATUR	Empresa Brasileira de Turismo
EUA	Estados Unidos da América
FHORESC	Federação de Hotéis, Restaurantes e Similares de Santa Catarina
FPT	Fórum Permanente de Turismo
FTP	Field Training Project
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal

INFRAERO	Empresa Brasileira de Infra Estrutura Aeroportuária
IPTU	Imposto Predial e Territorial Urbano
IPUF	Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis
ISCTE	Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa
MEL	Movimento Ecológico Livre
MERCOSUL	Mercado Comum do Sul
NEPI	Núcleo de Estudos de Populações Indígenas
ONG	Organização não governamental
ONU	Organização das Nações Unidas
PMF	Prefeitura Municipal de Florianópolis
PPGAS	Programa de Pós Graduação em Antropologia Social
PROTUR	Fundação Pró-Turismo
PT	Partido dos Trabalhadores
RJ	Rio de Janeiro
RS	Rio Grande do Sul
SANTUR	Santa Catarina Turismo S/A
SC	Santa Catarina
SENAC	Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SETUR	Secretaria de Turismo de Florianópolis
SHBRS	Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis
SINDETUR/SC	Sindicato das Empresas de Turismo de Santa Catarina
SP	São Paulo
SUSP	Secretaria Municipal de Urbanismo e Serviços Públicos
UFRJ	Universidade Federal do Rio de Janeiro
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Localização de Florianópolis	20
Figura 2 - Mapa de Florianópolis com distritos e localidades.....	21
Figura 3 – Mapa de Florianópolis: distrito sede	22
Figura 4 – Mapa de Florianópolis com seus distritos.....	22
Figura 5 – Mapa com localização e lista de praias.....	24
Figura 6 - Praça Fernando Machado e Capitania ao fundo, nos anos 20. (Hoje antigo Terminal Urbano).....	72
Figura 7 - Praça Fernando Machado e o Miramar nos anos 20.....	72
Figura 8 - Centro da cidade nos anos 60	76
Figura 9 - Avenida Beira Mar Norte	82
Figura 10 - Casa para aluguel na temporada, oferecida pela Pousada Paulista.....	159
Figura 11 - Casa oferecida pela pousada Julia Karoline, Barra da Lagoa.....	160
Figura 12 - Casa para aluguel por temporada, oferecida pela Pousada Paulista.....	160
Figura 13 - Cozinha oferecida em apartamento/Pousada Paulista.....	160
Figura 14 - Quarto de casal oferecido em apartamento/Pousada Paulista.....	161
Figura 15 - Pousada Paulista, Barra da Lagoa.....	170
Figura 16 - Pousada Natália, Barra da Lagoa.....	170
Figura 17 - Pousada Julia Karoline, Barra da Lagoa.....	170
Figura 18 – Folheto publicitário de locais para aluguel em Canasvieiras.....	174
Figura 19 - Vista aérea da praia de Ingleses, exemplo de território misto.....	200
Figura 20 - Construções à beira-mar em Ingleses	200
Figura 21 - Forma de parcelamento das localidades de Jurerê Internacional e Praia Brava ..	201
Figura 22 - Forma de parcelamento de Canasvieiras e Jurerê.....	201
Figura 23 - Vista aérea Praia Brava.....	202
Figura 24 - Vista aérea das mansões e prédios em Jurerê Internacional	202
Figura 25 - Mansão em Jurerê Internacional	202
Figura 26 - Vista aérea da praia de Canasvieiras.....	203
Figura 27 - Área do Sapiens Park em Canasvieiras	206
Figura 28 - Portal turístico.....	212
Figura 29 - Localização, no centro da cidade, dos pontos turísticos.....	215
Figura 30 - Ponte Hercílio Luz.....	216

Figura 31 - Mercado Público Municipal I	216
Figura 32 - Mercado Público Municipal II.....	216
Figura 33 - Palácio Cruz e Sousa	217
Figura 34 – Figueira da Praça XV	217
Figura 35 - Catedral Metropolitana	218
Figura 36 - Praia da Joaquina	218
Figura 37 - Lagoa da Conceição.....	218

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - PRINCIPAIS ATRATIVOS TURÍSTICOS DE FLORIANÓPOLIS.....	26
Tabela 2 - MOVIMENTO ESTIMADO DE TURISTAS EM FLORIANÓPOLIS.....	87
Tabela 3 - PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES NACIONAIS DE TURISTAS	88
Tabela 4 - PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES ESTRANGEIROS DE TURISTAS ...	89
Tabela 5 - PRINCIPAIS MEDIADORES CULTURAIS NO ATENDIMENTO AOS TURISTAS	119
Tabela 6 - MEIOS DE HOSPEDAGEM UTILIZADOS (%).....	157
Tabela 7 - VEÍCULO DE PROPAGANDA QUE INFLUENCIOU NA VIAGEM.....	181
Tabela 8 - ENTIDADES EMPRESARIAIS COM ATIVIDADES EM FLORIANÓPOLIS, SEGUNDO ANO DE FUNDAÇÃO	191
Tabela 9 - ESTABELECIMENTOS DE HOSPEDAGEM, POR REGIÃO, NA CIDADE DE FLORIANÓPOLIS.....	211
Tabela 10 - TIPOS DE HOSPEDAGEM OFERECIDAS E CARACTERÍSTICAS DO ATENDIMENTO	245

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	16
1.1 APRESENTAÇÃO.....	16
1.2 O LOCAL DA PESQUISA: UMA INCURSÃO SOBRE FLORIANÓPOLIS	19
1.3 MINHA TRAJETÓRIA NO CAMPO	29
1.4 DESCRIÇÃO DE COMO A TESE FOI ORGANIZADA.....	34

PARTE I

ASPECTOS TEÓRICOS E CARACTERÍSTICAS DAS PRÁTICAS TURÍSTICAS NA ILHA DE SANTA CATARINA

CAPÍTULO I - ALGUMAS NOTAS TEÓRICAS SOBRE TURISMO

1.1 QUANDO O VIAJANTE TORNA-SE “TURISTA”: INTERPRETAÇÕES SOBRE OS DESLOCAMENTOS	38
1.2 CONTATOS MODERNOS: A PRÁTICA TURÍSTICA COMO UM ENCONTRO	41
1.3 AS PESQUISAS SOBRE “TURISMO” NA ILHA DE SANTA CATARINA.....	50
1.4 O IMPACTO DAS PRÁTICAS TURÍSTICAS EM FLORIANÓPOLIS	51
1.5 OS NOVOS CONTEXTOS SOCIAIS.....	54
1.6 OS SUJEITOS SOCIAIS EM FLORIANÓPOLIS	56
1.6.1 Os “nativos” ou “manezinhos”	56
1.6.2 O “pessoal de fora”.....	59
1.6.3 Os “turistas”	63

CAPÍTULO II - AS PRÁTICAS TURÍSTICAS NA ILHA DE SANTA CATARINA

2.1 A CONSTRUÇÃO DE UMA CULTURA DE PRAIA EM FLORIANÓPOLIS.....	70
2.2 CARACTERÍSTICAS DAS PRÁTICAS TURÍSTICAS EM FLORIANÓPOLIS	84
2.2.1 Estilos de “turistas”	84

2.2.1.1. O “turismo” interno	89
2.2.1.2 O “turismo” internacional.....	94
2.2.2 Calendário das práticas turísticas.....	104

PARTE II

AS FORMAS DE MEDIAÇÃO CULTURAL NO CONTEXTO DAS PRÁTICAS TURÍSTICAS

CAPÍTULO III - A MEDIAÇÃO CULTURAL

3.1 A MEDIAÇÃO CULTURAL NA ANTROPOLOGIA BRASILEIRA.....	113
3.2 A ATUAÇÃO DOS MEDIADORES CULTURAIS NA “ILHA” DE SANTA CATARINA	118
3.2.1 Os “guias” como os mediadores culturais por excelência.....	120
3.2.2. Os “guias” no Terminal Rodoviário Rita Maria	125
3.2.3 Os “guias” no aeroporto	131
3.2.4 Os “guias” de rua.....	134
3.3 O DÓLAR COMO A MOEDA DAS PRÁTICAS TURÍSTICAS EM FLORIANÓPOLIS.....	136
3.4 OS VALORES COBRADOS NO ALUGUEL DE IMÓVEIS	140

CAPÍTULO IV - O “TURISMO” DOMÉSTICO

4.1 O “TURISMO” EM PEQUENA ESCALA: “QUANDO O EMPREENDEDOR É O NATIVO”	146
4.2 OS PRIMEIROS IMÓVEIS PARA ALUGUEL – AS CASAS DOS “NATIVOS”	149
4.3 AS FORMAS DE HOSPEDAGENS NO “TURISMO” DOMÉSTICO.....	156
4.3.1 O patrimônio turístico nos territórios típicos e mistos.....	158
4.4 OS DEMAIS PEQUENOS EMPREENDIMENTOS: RESIDENCIAIS/CONDOMÍNIOS E Pousadas.....	
4.5 OS ALUGUÉIS NA “BAIXA TEMPORADA”	
4.6 A ADMINISTRAÇÃO DOS PEQUENOS EMPREENDIMENTOS.....	177
4.7 A FORMA DE DIVULGAÇÃO DOS PEQUENOS EMPREENDIMENTOS.....	181

CAPÍTULO V - O “TURISMO” EMPRESARIAL NA ILHA DE SANTA CATARINA

5.1 DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO VERSUS UMA CIDADE PARA SEUS MORADORES	190
5.2 A ILHA DE SANTA CATARINA COMO UM PRODUTO TURÍSTICO	196
5.3 OS GRANDES EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS NA ILHA	199
5.4 HOTÉIS, POUSADAS E AGENTES DE “TURISMO”	206
5.5 A ATUAÇÃO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO EM FLORIANÓPOLIS	211
5.6 OS TAXISTAS – “CARTÃO DE VISITAS” DA CIDADE	222
5.7 OS AMBULANTES NAS “PRAIAS”	225
5.8 AS IMOBILIÁRIAS	226

PARTE III

PARA ALÉM DO NEGÓCIO: QUANDO A RECIPROCIDADE GANHA LUGAR

CAPÍTULO VI - MEDIAÇÃO CULTURAL E RECIPROCIDADE

6.1 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE A RECIPROCIDADE NA TEORIA ANTROPOLÓGICA	231
6.2 A CARACTERÍSTICA RELACIONAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA	235
6.3 A DÁDIVA PERPASSANDO AS RELAÇÕES ENTRE MEDIADORES CULTURAIS E “TURISTAS”	239
6.4 A HOSPITALIDADE NA PRÁTICA TURÍSTICA: A DÁDIVA MEDIANDO AS RELAÇÕES	244

CAPÍTULO VII - MEDIAÇÃO, COMUNICAÇÃO E CONFLITO

7.1 O PROCESSO DE MEDIAÇÃO CULTURAL COMO UM ESPAÇO DE COMUNICAÇÃO.....	262
7.2 DO ESPANHOL PARA O INGLÊS: NOVAS FORMAS DE COMUNICAÇÃO.....	264
7.3 O CONFLITO COMO UMA FORMA DE SOCIAÇÃO.....	269
7.3.1 Acusações, desavenças e brigas: o conflito delimitando fronteiras.....	270
7.3.2 “Chorando pelo seu bem”: o furto como uma quebra de contrato.....	281
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	289
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	294
ANEXOS.....	310
ANEXO 1 - Composição dos distritos de Florianópolis.....	311
ANEXO 2 - Roteiros de Entrevistas.....	312

INTRODUÇÃO

Rancho de Amor à Ilha

*Um pedacinho de terra,
perdido no mar!...
Num pedacinho de terra,
beleza sem par...
Jamais a natureza
reuniu tanta beleza
jamais algum poeta
teve tanto pra cantar!
(...)*

(Hino oficial de Florianópolis,
letra de Cláudio Alvim Barbosa - Zininho)

1.1 APRESENTAÇÃO

Esta tese apresenta uma etnografia do fenômeno de mediação cultural em Florianópolis, capital do Estado de Santa Catarina (Brasil), tendo como objeto a descrição e análise do trabalho realizado pelos mediadores culturais¹ que atuam na recepção e fornecimento de serviços aos “turistas”² em locais públicos e privados na cidade.

Localizada entre os estudos de antropologia urbana, esta pesquisa tem como objeto populações que vivem nas cidades, “a cidade é, portanto, antes o lugar da investigação do que

¹ Considero como mediadores culturais aqueles que oferecem algum tipo de serviço ao “turista” e, com isso, uma forma de inserção na cidade. Pode-se classificá-los como licenciados quando possuem um registro legal para a realização de sua atividade e não licenciados quando o trabalho é realizado de forma clandestina. Saliento que a fronteira entre legal e clandestino é muito tênue, portanto, difícil de ser delimitada. Opto por denominá-los simplesmente mediadores culturais e situar sua forma de atuação no momento em que me refiro a cada um dos entrevistados.

² “Turista” é uma categoria êmica que se refere às pessoas que vem de um outro lugar (do Brasil ou do exterior) por meio de carro, ônibus ou avião e passam pela cidade ou hospedam-se por um determinado período que pode ser apenas um dia ou até mesmo um mês. Os proprietários de casas também chamam os “turistas” de “inquilinos”. Uma denominação usual para os “turistas” vindos dos países vizinhos da América do Sul é como “gringos” que tem uma conotação negativa. Essa categoria, bem como as demais utilizadas pela população local, serão colocadas entre aspas ao longo desta tese.

seu objeto” (DURHAM, 1997, p.19), ou seja, não se trata de buscar a compreensão do fenômeno urbano em si mesmo, tratando-o como um domínio autônomo da vida social (VELHO; MACHADO, 1977). Segundo estes autores, é necessário “estudar situações que ocorrem nas cidades sem que tenhamos, forçosamente, de explicá-las pelo fato de estarem ocorrendo naquele quadro espacial. Estaremos fazendo ciência social na cidade e não da cidade” (Ibid.,p. 71).

Na Antropologia de Santa Catarina, os trabalhos que têm como local de pesquisa Florianópolis (RIAL, 1988; FANTIN, 2000; MOTTA, 2002; LACERDA, 2003) apontam a existência de uma oposição central na composição dos sujeitos sociais na “Ilha” – os “nativos”³ e o “pessoal de fora”, oposição que também faz-se presente em meus dados de campo. Tal distinção configurou-se como uma especificidade da “Ilha”, especialmente a partir da década de 1960 quando um número significativo de novos moradores, o “pessoal de fora”, tornaram-se parte da população de Florianópolis. No final da década seguinte, os “turistas” nacionais e estrangeiros passam a constituir-se como mais um elemento deste cenário, caracterizando-se como uma população flutuante que se desloca para a cidade em determinados períodos. Neste contexto, o “pessoal de fora” e os “turistas” apresentam uma maior proximidade em seus modos de vida, possuindo semelhante capital cultural (BOURDIEU, 2003), contrastando com os “nativos”. Porém, a população “nativa”, devido às influências dos novos estilos de vida e valores do universo urbano trazidos pelo “pessoal de fora” e pelo maior acesso aos meios de comunicação de massa e bens culturais, apresenta inúmeras diferenciações na sua composição, caracterização que apresento em maiores detalhes no primeiro capítulo deste trabalho. Ao longo da tese também utilizarei a categoria população local no sentido de englobar os “nativos” e o “pessoal de fora”. Em relação aos mediadores culturais, estes tanto podem ser “nativos” quanto “pessoal de fora”, havendo diferenciações na ação de cada um devido às distintas referências culturais e trajetórias.

Por meio da observação das relações que têm lugar no “turismo”⁴ em Florianópolis,

³ Os “nativos” são aqueles nascidos na cidade e que compartilham de um modo de vida comum, ou seja, são as famílias de origem açoriana que ocuparam as regiões do interior da “Ilha” e inicialmente desenvolveram trabalho agrícola, tendo a pesca como um trabalho acessório (BECK, 1979). Da metade do século XX em diante a pesca torna-se a atividade principal, ao mesmo tempo em que outras possibilidades econômicas começam a surgir, como o “turismo” e trabalhos ligados a essa prática, assim como serviços como vigilantes, pedreiros, etc. (Ver CÓRDOVA, 1986). Já aqueles nascidos na região central, bairros próximos e “continente” não se autoidentificam como “nativos”, nem são assim considerados. Para estes, a denominação hoje utilizada e que inclui também grupos intelectualizados é “manezinho da Ilha”. Sobre essas categorias tratarei no primeiro capítulo.

⁴ “Turismo” é uma categoria utilizada pela população local para designar o movimento de pessoas como um todo que vêm para Florianópolis por um período determinado com a finalidade de descanso, lazer, e também é

abordo a mediação cultural, considerando-a como um fenômeno de interação sociocultural no qual temos a figura de um sujeito social que atua no sentido de interpretar outros códigos culturais (VELHO, 2001) e transpô-los para um universo comunicacional, ou seja, o mediador realiza uma leitura dos interesses de diferentes sujeitos e propõe-se a oferecer e negociar um determinado serviço ou bem, gerando uma rede de diálogos, na qual tem-se um ambiente de comunicação comum (SCHUTZ, 1979).

Os mediadores culturais inserem os “turistas” na cidade e também aprendem com estas formas de receber - o que e como oferecer os serviços. Neste contexto, vejo os espaços de uso turístico como espaços de intersecção cultural (BARROS, 2001), onde acontecem as interações entre categorias sociais e níveis culturais diferentes (VELHO, 2001). O estudo da mediação cultural, portanto, desloca o foco da investigação da relação hospedeiro/visitante para o processo de tradução cultural que se manifesta por meio de relações transversais e descentradas (MONTERO, 2000). Além disso, a relação entre os mediadores culturais e os “turistas” aponta para uma prática que foge a simples intermediação de serviços para estabelecer uma troca de afetos, idéias e diferentes experiências culturais, ou seja, o atendimento dos mediadores passa por diversos interesses – desde o econômico até o desejo de estabelecer uma relação amigável. O conflito é também um elemento continuamente presente nessas relações mediadas pelo sistema da dádiva⁵.

Nesse universo de interação, a reciprocidade, tema fundante da Antropologia, é tomada como essencial para entender a lógica da dádiva característica da atuação dos mediadores culturais, já apontada em estudos sobre modos de vida em Florianópolis e também no discurso do “pessoal de fora” que consideram a hospitalidade, o bem receber ao “turista”, como um elemento capaz de conquistar os visitantes. Essa forma de atuação perpassa as práticas turísticas em Florianópolis de um modo geral e evidencia a característica relacional da sociedade urbana brasileira (DAMATTA, 1997).

O processo de mediação cultural, portanto, permite depreender-se que além do valor de troca presente nas relações de mercado, o valor de vínculo (GODBOUT, 1999) é atualizado nas interações com os “turistas”, característica que qualifica positivamente, como

utilizada como uma personificação, uma subjetivação do movimento maior, assim, é comum ouvir-se frases como “o turismo foi gostando, foi vindo, foi comprando terreno e fazendo casa [...]”, “o turismo está bem mais exigente hoje”, “eu tinha duas lanchas e levava o turismo para passear comigo”, ou seja, usa-se como sinônimo de “turista”. Essa forma de expressão é comum entre os “nativos”, especialmente os mais velhos, embora eles também usem o termo “turista”. Já para as gerações mais novas a separação entre as categorias “turismo” como fluxo de pessoas e “turista” como o sujeito que realiza esse movimento é bem distinta.

no caso da hospitalidade oferecida aos visitantes, ou negativamente, quando surgem os conflitos nas localidades⁶, remetendo ao caráter agonístico da dádiva (MAUSS, 1974).

1.2 O LOCAL DA PESQUISA: UMA INCURSÃO SOBRE FLORIANÓPOLIS

Florianópolis localiza-se na região sul do Brasil⁷, possuindo uma área total de 436,5 km², dividida entre uma parte insular com área de 424,4 km² – a Ilha de Santa Catarina ou simplesmente “ilha” para os moradores locais, e uma parte continental chamada de “continente” com extensão de 12,1 km². É considerada uma cidade de porte médio e está inserida no aglomerado urbano, composto pelos municípios de Biguaçu, Palhoça, Santo Amaro da Imperatriz e São José (CECCA, 1996)⁸. Dentre estas cidades, São José e Florianópolis são as mais populosas.

Localização de Florianópolis em Santa Catarina e no Brasil:

⁵ A dádiva é qualificada como “qualquer prestação de bem ou de serviço, sem garantia de retorno, com vistas a criar, alimentar ou recriar os vínculos sociais entre as pessoas” (GODBOUT, 1999, p.29).

⁶ Entendo localidade como o cenário físico da atividade social situado geograficamente (GIDDENS, 1992).

⁷ Situa-se entre os paralelos de 27 10’ e 27 50’ de latitude sul e entre os meridianos de 48 20’ e 48 35’ de longitude oeste. Tem como limites geográficos o Oceano Atlântico a leste, a baía norte a norte e a baía sul ao sul e o “continente” a oeste. O “continente” limita-se com o município de São José a oeste (GUIA DIGITAL FLORIANÓPOLIS, 2001).

⁸ Aglomeração, segundo o IBGE, é uma micro-região com características que a aproxima de uma região metropolitana, ou seja, que sofre um crescimento urbano acelerado, decorrendo daí uma série de processos comuns e divisão de funções complementares entre as cidades que a compõem (CECCA, 1996).



Figura 1 – Localização de Florianópolis

Fonte: <http://www.guianet.com.br/guicidades/> - 06/03/2006

Atualmente, Florianópolis possui uma população de 386.913 mil pessoas⁹ que ocupa, em sua maior parte, o espaço urbano da área insular do município. O município de Florianópolis está dividido em doze distritos, formados por bairros ou localidades¹⁰ (Vide anexo 1), o que pode ser observado no mapa a seguir:

⁹ Dados de 2004, segundo o IBGE (www.ibge.gov.br), sendo que na zona urbana o total da população é 332.185 habitantes. De acordo com Cecca (1996), a população de Florianópolis teve o crescimento vertiginoso de 161% no período compreendido entre 1960 e 1991. Em relação ao crescimento anual, no período 1991/2000 Florianópolis apresentou o índice de 3,32%, superando capitais como São Paulo (0,85%), Porto Alegre (0,93%) e Curitiba (2,13%) (REIS, 2002).

¹⁰ Adoto a nomenclatura utilizada pelos órgãos oficiais da Prefeitura Municipal de Florianópolis, como o IPUF, para a denominação das diferentes divisões municipais. As localidades situadas à beira mar são também chamadas de “praias” pela população local.

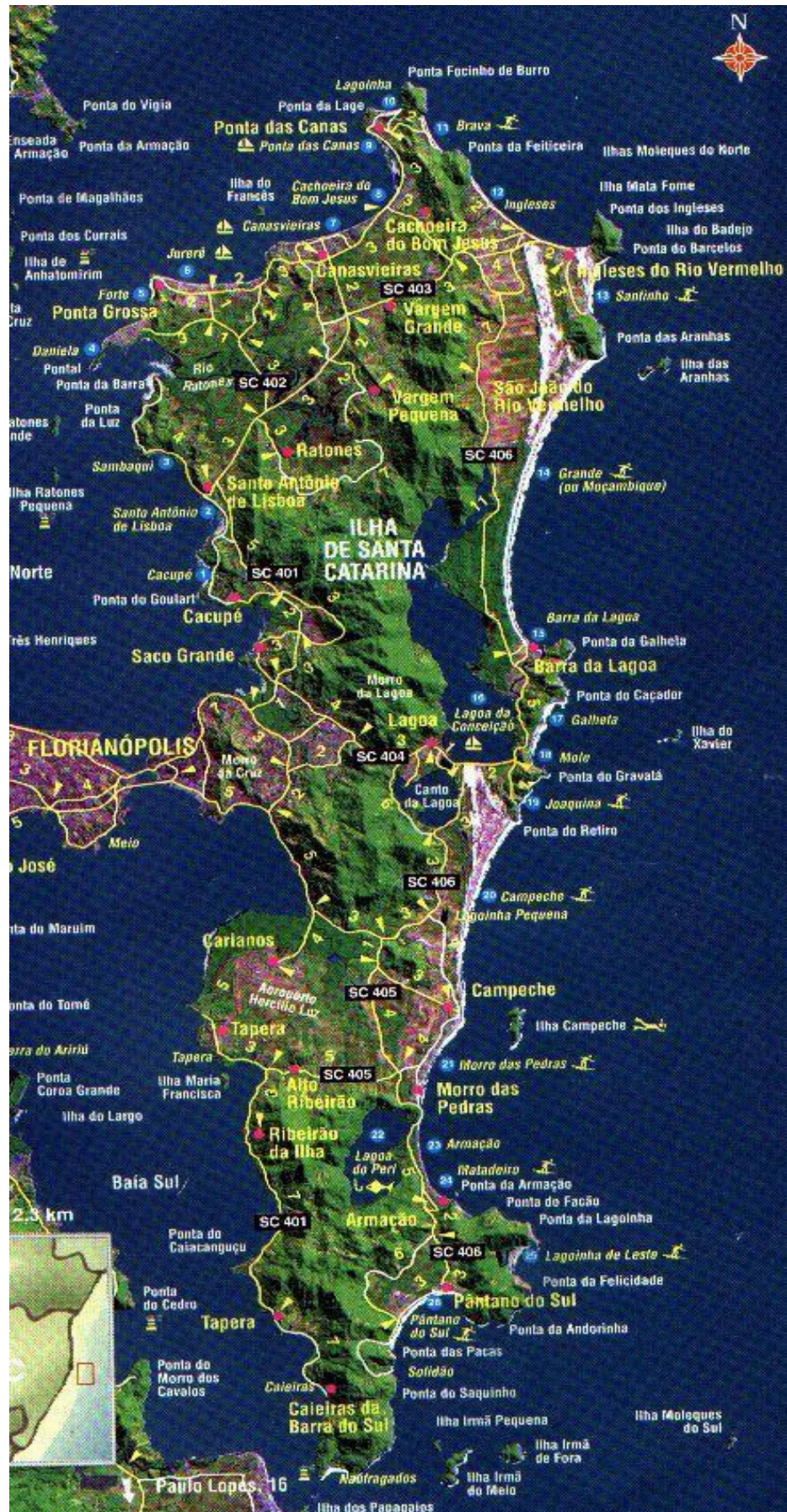


Figura 2 - Mapa de Florianópolis com distritos e localidades
 Fonte: www.abbra.eng.br/fpolis3.htm

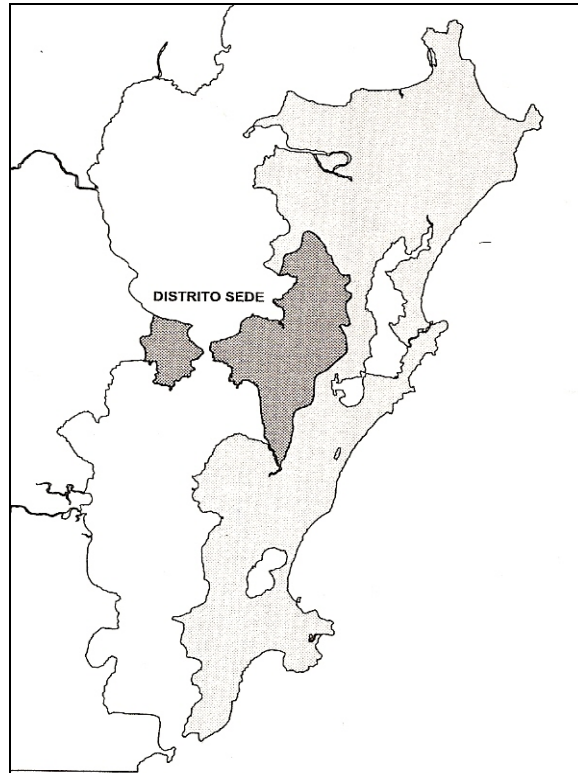


Figura 3 – Mapa de Florianópolis: distrito sede
Fonte: Reis, 2002.

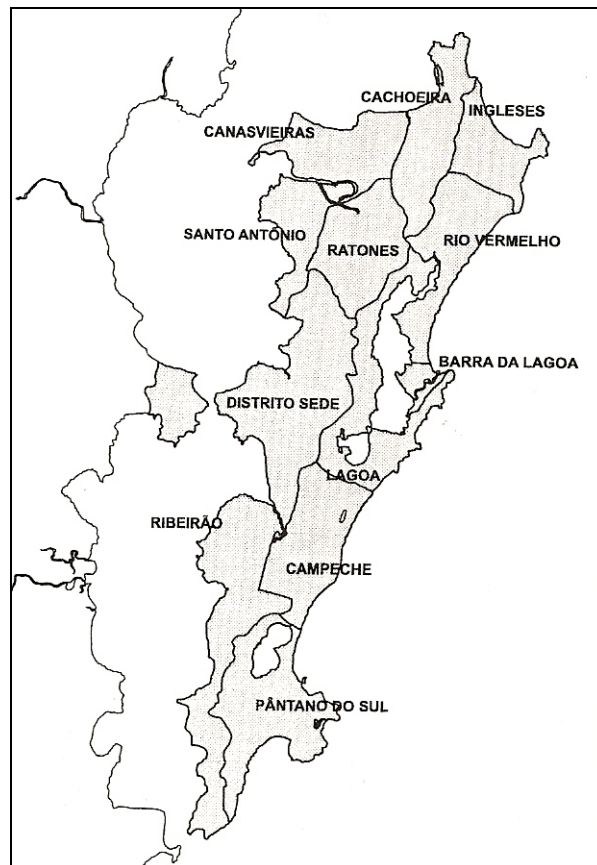


Figura 4 – Mapa de Florianópolis com seus distritos.
Fonte: Reis, 2002.

De um modo geral, os moradores do município referem-se a ele como dividido em duas partes: a “Ilha” e o “Continente”. Neste, há um comércio centralizado, especialmente no bairro Estreito, e os demais bairros caracterizam-se como residenciais. Para situar-se espacialmente, a população local divide a “Ilha” em três partes: o norte, o sul e o centro. Ao deslocarem-se para o centro, sejam vindos do norte ou sul da “Ilha”, os “nativos” dizem que vão “descer” e, ao fazerem o caminho inverso, “sobem”. O norte da “Ilha” caracteriza-se por apresentar um denso processo de urbanização resultante das atividades turísticas que, ao longo das últimas décadas, contou com a presença massiva de “turistas” estrangeiros, como os argentinos, e mesmo os “turistas” nacionais. Já no sul, esse processo não foi tão intenso e a ocupação para grandes empreendimentos voltados às atividades turísticas deu-se em proporções menores.

As praias ou balneários são os locais por excelência das práticas turísticas em Florianópolis. Anteriormente, havia o registro de 42 praias, o que por várias décadas constou nos folhetos turísticos sobre a cidade. Entretanto, Pereira (1999), realizou um levantamento sobre as praias do município, sob encomenda do IPUF (Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis), mapeando 100 praias reconhecidas pela população local¹¹. De acordo com o referido autor, as praias foram divididas em oito grupos, considerando a sua localização: praias do norte, do leste, do sul, da baía sul, da baía norte, do Continente, das ilhas vizinhas e das lagoas¹², o que pode ser observado no mapa seguinte:

¹¹ Trabalho realizado, segundo o autor, para cumprir uma lei municipal que determinou a sinalização de todas as praias.

¹² Reis (2002) salienta a grande variedade de praias existentes na “Ilha” em relação a sua configuração (comprimento, largura, inclinação, forma de enquadramento no relevo), tipologia das águas (calmas, agitadas, doces, salgadas), modo de apropriação (urbanizadas, rústicas, exóticas) e quanto à granulometria de areia. As diferenciações também se dão por serem praias tranquilas abrigadas nas baías ou lagoas em contraposição àquelas voltadas para o mar aberto, situação que ocorre na face leste.

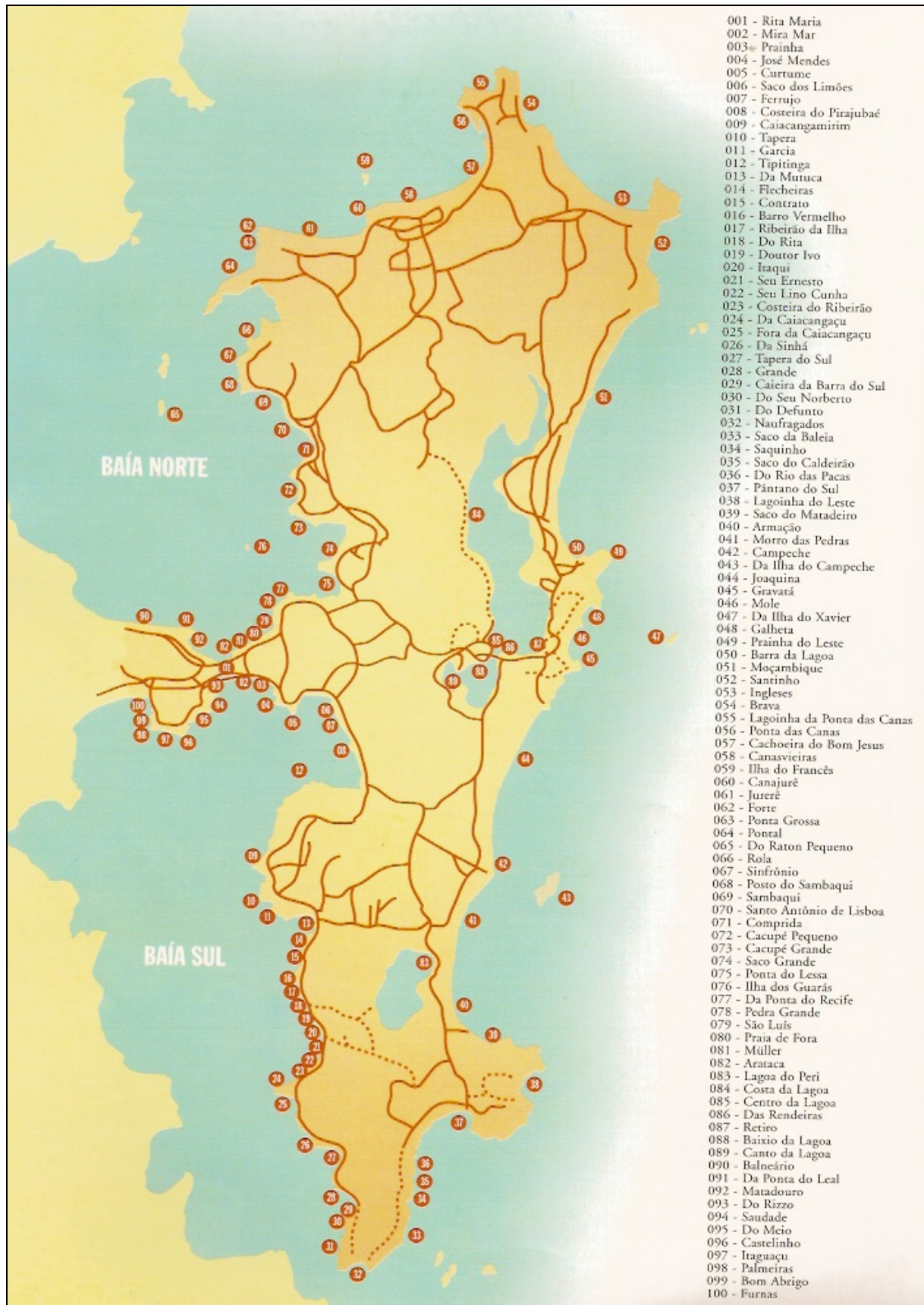


Figura 5 – Mapa com localização e lista de praias.
Fonte: Pereira, 1999.

Como cidade turística, Florianópolis tem recebido inúmeras denominações, “Terra de sol e mar”, “Capital Turística do Mercosul”¹³ e, mais recentemente, “Capital turística internacional”. A beleza escrita nos folhetos que convidam os turistas a visitar Florianópolis é também cantada por Zininho no “Rancho de Amor à Ilha”, “um pedacinho de terra perdido no mar![...]”, e é dada à nossa vista, no cotidiano, como moradores. Se a paisagem ainda pode ser considera deslumbrante, “dando sustos de beleza em seus moradores e visitantes”, como muito bem descreve Motta (2002, p.61), traz as contradições de uma cidade ainda com ares interioranos e que vem adquirindo características de metrópole (aterramento de áreas de baías, intenso crescimento urbano, ocupação de áreas verdes, instauração de favelas dos morros e municípios vizinhos, etc.), apesar de ser classificada como a segunda cidade e a primeira capital brasileira em qualidade de vida¹⁴.

A diminuição do trabalho na pesca levou a economia de Florianópolis a centrar-se nas atividades de comércio, indústria de transformação e serviços, assim como no “turismo”. Devido a isso, a maioria da população de Florianópolis e municípios vizinhos trabalham nesses setores, sendo a “Ilha” o centro dessas atividades na região¹⁵. As práticas turísticas, por se desenvolverem principalmente no verão, tendo o sol e o mar como importantes atrativos, caracterizam-se como uma atividade sazonal.

Na tabela seguinte pode-se observar os dados referentes aos “principais atrativos turísticos” da cidade, sendo que o principal motivo para a visita dos turistas nacionais e estrangeiros em Florianópolis tem sido os “atrativos naturais” que se referem ao cenário natural da “Ilha”, no qual se destacam as “praias”. De 1998 a 2000 foi incluído na pesquisa o item “visita a amigos/parentes” que apresentou um índice considerável. Este item, juntamente com “tratamento de saúde”, não havia nas pesquisas anteriores (1993 a 1997). Porém, figurava a opção “outros” que não contribui para esclarecer aspectos das práticas turísticas, sendo necessário relativizar os dados aqui apresentados:

¹³ Em 11/11/93 a Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina lhe outorga esse título (ZANELA, 1999)

¹⁴ Motta (2002) traz os dados publicados pela Revista Veja, em 07/04/99, no artigo “Aqui se vive melhor” em que é relatada a avaliação divulgada pela ONU em 1998, a partir dos critérios do IDHM, Índice de Desenvolvimento Humano Municipal, que qualificou Florianópolis como a capital de melhor qualidade de vida no Brasil. Esse resultado foi utilizado pela anterior administração de Florianópolis, Prefeita Ângela Amin, do Partido Progressista para atrair mais visitantes para a cidade. A autora assinala a precariedade da avaliação realizada, uma vez que situações como o déficit habitacional é praticamente desconsiderado. Fantin (2000) observa que o IDHM avalia três itens – longevidade, educação e renda familiar.

¹⁵ No “Continente” as “praias” têm sido ocupadas pela população que reside nos seus arredores, especialmente as camadas populares de vilas e morros, invertendo os antigos usos que essas “praias” tiveram como balneários da moda até a década de 1960 (Ver Capítulo 2). Não trato dessa situação na tese, que poderá ser desenvolvida em pesquisa posterior.

Tabela 1 - PRINCIPAIS ATRATIVOS TURÍSTICOS DE FLORIANÓPOLIS¹⁶

ATRATIVOS	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
ATRATIVOS NATURAIS	70,77 %	78,59 %	83,82%	83,33%	86,76%	69,59%	78,56%	81,91%
ATRATIVOS HIST./ CULTURAIS	25,44 %	16,38 %	4,41%	3,56%	4,14%	4,25%	3,61%	3,62%
MANIFESTAÇÕES POPULARES	2,03 %	1,28 %	1,79%	0,67%	1,30%	0,90%	0,49%	0,23%
EVENTOS	0,54 %	1,07 %	0,74%	1,33%	1,14%	2,96%	1,32%	1,13%
VISITA A AMIGOS/ PARENTES	-	-	-	-	-	21,78%	15,81%	12,38%
TRATAMENTO DE SAÚDE	-	-	-	-	-	0,52%	0,21%	0,73%
OUTROS	1,22 %	2,68 %	9,24%	11,11%	6,66%	-	-	-
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: SANTUR/GERÊNCIA DE PLANEJAMENTO

A ocupação da cidade no período do verão ou “temporada” traduz-se num significativo crescimento da população, ocasionado pelos fluxos turísticos que se deslocam para a região. Para citar um exemplo, segundo dados da SETUR (Secretaria de Turismo de Florianópolis) no período de janeiro a fevereiro de 2000, a população flutuante foi de 506.241 pessoas e, considerando o período de 15/12/1999 a 15/03/2000, o número chegou a 600.000 pessoas.

Para classificar as configurações espaciais e seu uso turístico na Ilha de Santa Catarina, aponto a existência de três tipos de territórios: os típicos, os planejados e os mistos que dizem respeito às formas pelas quais os espaços são apropriados e construídos como local

¹⁶ Paulo Lago (1996) afirma que o controle estatístico dos fluxos de turistas apresenta muitas dificuldades, pois uma parte dele, especialmente o nacional, alimentaria a economia informal, escapando das aferições estatísticas. Atualmente, as pesquisas sobre Florianópolis são realizadas nos postos de atendimento turístico quando o

de moradia e de trabalho pelos “nativos” e “pessoal de fora”. O território é aqui considerado a partir de dois aspectos – o material e o simbólico: “[...] todas as formas que o homem inventou para se apropriar das realidades naturais contêm e combinam, ao mesmo tempo e necessariamente, gestos e comportamentos “materiais” para agir sobre os aspectos visíveis, gestos e comportamentos que chamamos hoje de ‘simbólicos’ para agir sobre seu território invisível [...]” (GODELIER¹⁷, *apud* DIEGUES, 1998, p. 107). Como porção do espaço onde acontecem as práticas sociais e simbólicas, o território é, portanto, sempre particular e construído (DIEGUES, 1998). Nessa perspectiva, as formas sociais de ação sobre a natureza na Ilha de Santa Catarina têm produzido, de um modo geral, o que Santos (1988) denomina polinômios, ou seja, composições múltiplas de todos os elementos em todos os sentidos, ainda que alguns territórios apresentem predominância de um tipo de ocupação.

Nos territórios típicos há predominância dos “nativos” que compartilham um estilo de vida e uma forma específica de organização espacial e social. Estes territórios têm origem nos núcleos pesqueiros característicos de localidades do interior da “Ilha” que foram parcelados por meio de iniciativa individual, originando locais onde os espaços públicos (ruas, praças, etc.) são restritos e seguem o antigo traçado em que há um caminho principal e a partir dele pequenas ruas e becos sem saída, criando uma forma bastante peculiar de circulação, tanto de pessoas quanto de veículos. Apresentam uma infraestrutura insuficiente (falta de esgoto, pavimentação), as construções geralmente são feitas de forma autônoma e é comum a existência de casas de membros de uma mesma família num único lote, onde também são construídos os imóveis para aluguel. As construções destinadas para o aluguel são “casas” térreas; “kitinetes”; “apartamentos” (dois andares) que podem fazer parte de um conjunto denominado “residências”, “condomínios”, “pousadas” ou simplesmente são chamados de “apartamentos”. Tais empreendimentos, geralmente de pequeno porte (até dez unidades), são administrados pela família e, com exceção de algumas pousadas, não tem registro legal para funcionamento, situação de localidades como a Barra da Lagoa (leste da “Ilha”) e Armação do Pântano do Sul (sul da “Ilha”). Nesses territórios típicos localizados à beira mar, têm-se uma prática turística caracterizada pelo uso da “praia” como espaço de lazer e descanso por um grande número de visitantes. Os “turistas” que se deslocam para esses territórios são famílias e jovens de camadas médias e baixas que viajam em grupo ou individualmente, prática que pode ser chamada de “turismo” popular ou “turismo” doméstico,

“turista” solicita informações sobre a cidade e como nem todos os visitantes utilizam os postos, considero os dados apresentados apenas como um indicativo das práticas turísticas em Florianópolis.

¹⁷ GODELIER, M. *L'idéal et le matériel*. Paris: Fayard, 1984.

também responsável pela ocupação das formas de receptividade citadas¹⁸, caracterizando-se como um investimento de baixo capital econômico e alto capital social.

Os territórios planejados são bairros residenciais reservadas às camadas médias ou altas (guetos turísticos) como Daniela, Praia Brava, Jurerê Internacional, nos quais indivíduos, de elevado poder aquisitivo, ocupam, preferencialmente, lugares de certa forma protegidos e onde podem usufruir muito conforto, exclusividade e serviços altamente especializados. Este pode ser chamado de “turismo” empresarial ou “turismo de enclave” (CECCA, 1996) que se destina a uma elite e exige como investido um alto capital econômico e um baixo capital social.

Nas localidades consideradas como territórios mistos encontram-se investimentos de médio e grande porte, ou seja, hotéis, resorts, pousadas de alto padrão, condomínios fechados e casas de alto custo, ao mesmo tempo em que há casas simples, kitnetes, apartamentos, pousadas de médio e baixo investimento. Portanto, há espaços mais padronizados, como loteamentos que deram origem ao “centro” de localidades como Canasvieiras e empreendimentos que adotam padrões internacionais e têm característica elitista como o Costão do Santinho Resort¹⁹, ao lado de áreas de ocupação tradicional. Os territórios mistos caracterizam-se por uma alta concentração do “pessoal de fora” nas regiões mais próximas da “praia” enquanto a população “nativa” reside principalmente no interior da localidade ou em número reduzido na beira da “praia”, configuração existente em Canasvieiras, Ingleses, Ponta das Canas, Cachoeira do Bom Jesus, Santinho e Jurerê, no norte da “Ilha”; Campeche e Armação, no sul da “Ilha”. Nestas localidades há uma pluralidade de arranjos espaciais e a existência de vários “turismos” – o “turismo” doméstico e o “turismo” empresarial²⁰.

Nesta classificação quanto ao uso dos espaços sociais, os territórios típicos podem ser relacionados à idéia de *lugar* (AUGÉ, 1994). O *lugar* caracteriza-se como identitário, relacional e histórico, enquanto os *não-lugares* são “espaços constituídos em relação a certos fins (transporte, trânsito, comércio, lazer) e a relação que os indivíduos mantêm com esses espaços . [...] os não-lugares medeiam todo um conjunto de relações consigo e com os outros

¹⁸ Segundo Paulo Lago (1996, p. 269), “as formas de receptividade assumidas se definem pelo uso de residências próprias, por unidades hoteleiras, casas alugadas por empresas imobiliárias, acampamentos, casas alugadas segundo relação direta entre proprietário e meteóricos inquilinos, através de francos intermediários, e por hospedagem segundo relações de parentesco e amizade com residentes locais”.

¹⁹ Resort é o hotel que se localiza em área de conservação e equilíbrio ambientais (CAMPOS e GONÇALVES, 1998).

²⁰ Há uma diferença substancial na oferta de imóveis para aluguel nesses territórios em termos econômicos, pois enquanto em Jurerê Internacional uma casa pode ser alugada por US\$ 3 mil por dia, na “Barra” ou em Ponta das

que só diz respeito indiretamente a seus fins: assim como os lugares antropológicos criam um social orgânico, os não-lugares criam tensão solitária”²¹ (AUGÉ, 1994, p.87). Os territórios mistos contemplam o lugar e o não-lugar, pois se misturam, interpenetram-se, são polaridades fugidias que se opõem ou se atraem.

Além das práticas turísticas citadas, há uma situação que envolve um público restrito que busca a prática de atividades de esporte ou junto à natureza, como trilhas, que pode ser chamado de “ecoturismo” (SILVEIRA, 1996). Nesta prática, o principal público são indivíduos interessados em esportes radicais e de um contato com a natureza, buscam locais de hospedagens também integrados à natureza ou onde possam conviver com a população “nativa”.

Nesta tese darei ênfase ao estudo da mediação cultural nos territórios típicos e mistos²² onde se concentram os pequenos empreendimentos que atendem ao “turismo” doméstico. O capítulo em que construo um panorama sobre o “turismo” empresarial e os territórios planejados servirá como um contraponto para pensar as relações que envolvem um alto investimento social. As classificações apresentadas, entretanto, não pretendem ser definitivas, tratando-se de uma indicação para pensar o caso de Florianópolis, baseada na leitura dos trabalhos que tratam do tema “turismo” no município e no trabalho de campo desenvolvido, uma vez que a própria literatura sobre o assunto nos mostra a dificuldade para delimitar os diferentes grupos e situações em que se desenvolvem as práticas turísticas.

1.3. MINHA TRAJETÓRIA NO CAMPO

Durante o curso de Mestrado em Antropologia Social na Universidade Federal de Santa Catarina²³, realizei a pesquisa junto a uma localidade de pescadores situada ao sul do

Canas uma casa simples tem a diária média de US\$ 25. Mas o que quero salientar é o diferente investimento social em cada um desses territórios, conforme a origem social e trajetória dos empreendedores “nativos” e “de fora”.

²¹ Auto-estradas, postos de gasolina, lojas de departamento, cadeias de hotéis, aeroportos são exemplos de não-lugar.

²² Dentre os territórios que considero como típicos, concentrei o trabalho de campo na localidade da Barra da Lagoa e nos territórios mistos em Canasvieiras, Ingleses e Ponta das Canas.

²³ Dissertação defendida no Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, sob o título: “Pesca e Sazonalidade no Camacho/SC: um estudo de modos de vida em deslocamento”, fevereiro de 2001.

Estado de Santa Catarina que, dentre outros trabalhos, oferecem serviços aos “turistas”, como o aluguel de casas. Esta pesquisa apontou para a importância de observar a atividade turística como um elemento que tem trazido novas formas de sociabilidade e interação nas localidades litorâneas de Santa Catarina. Diante disso, optei por realizar uma pesquisa de doutorado que analisasse as práticas sociais no contexto das atividades turísticas em Florianópolis, focalizando a mediação cultural na tentativa de buscar um viés interpretativo que desloca o foco da relação dicotômica entre o visitante e aquele que recebe para perceber outras possibilidades de atuação dos sujeitos sociais.

Num primeiro momento da pesquisa de campo, ao longo do ano de 2002, examinei arquivos de Delegacias de Polícia, investigando os boletins de ocorrência, comumente chamados - BOs²⁴, na 7^a e 10^a delegacias²⁵ de Florianópolis²⁶ referente ao verão 2000/2001, com o objetivo de verificar os conflitos registrados que envolviam “turistas”. Nestas delegacias realizei visitas periódicas, geralmente num dos turnos do dia. Além de coletar os dados nos BOs tive oportunidade de conversar com policiais e delegados sobre os casos que se sobressaem nas relações entre população local e “turistas”, especialmente no norte da “Ilha”. Dos dados coletados²⁷, considerei os registros de furto em casa de aluguel ou pousada, perturbação do sossego público, atentado ao pudor - atos libidinosos, como emblemáticos nos conflitos entre “turistas” e população local e, embora esta não seja a principal parte do trabalho de campo, esses dados são relevantes para elucidar os conflitos que acontecem no período da “temporada” e em número menor no restante do ano, considerando que a intensidade da vida social durante o período do verão traz à tona as diferenças entre o modo de vida da população local e dos “turistas”, envolvendo especialmente as pessoas que alugam casas informalmente.

Ainda durante o ano de 2002 visitei vários pontos da Ilha, com o intuito de observar

²⁴ Principais dificuldades na leitura dos Bos: dados incompletos, não informatização de todos os documentos (existência de dois modelos); informações truncadas ou de difícil entendimento.

²⁵ A 7^a Delegacia Policial da Comarca (DPCO) de Florianópolis compreende as localidades do norte da Ilha, tendo uma Subdelegacia de Polícia em Ingleses e outra em Jurerê. A 10^a Delegacia de Polícia da Comarca (DPCO) de Florianópolis abrange as localidades do leste da Ilha e tem as Subdelegacias de Polícia (Sub-DP) de Barra da Lagoa e Rio Vermelho. Os documentos produzidos nas Subdelegacias ficam arquivados nas suas respectivas DPCOs.

²⁶ A negociação para a entrada nas Delegacias teve como mediadora a psicóloga da Delegacia Geral da Polícia Civil, Victória Regina dos Santos, mestre formada pelo PPGAS e que realiza um trabalho de integração entre a Secretaria da Segurança Pública e o PPGAS/UFSC. Iniciei o trabalho sem autorização formal (escrita), o que se fez necessário posteriormente em função da exigência de um dos delegados da 7^a DPCO.

²⁷ Nesta pesquisa de campo encontrei dados referentes aos seguintes tipos de “ocorrências”: furto, danos em veículo, porte de arma e drogas, difamação/calúnia, agressão com lesão corporal, agressão verbal/ameaça, apropriação indébita, perturbação do sossego público, atentado ao pudor/atos libidinosos, estelionato.

o ritmo das localidades no período de “baixa temporada”. Fora da estação turística, em locais como a Barra da Lagoa²⁸, a comunidade volta a ocupar toda a localidade e, ao se caminhar pelas ruas, observei que acontece algo semelhante ao que percebi no Lamin, em Canasvieiras²⁹ – todos prestam atenção em quem está passando. No verão, o grande número de “turistas” toma conta dos espaços e a forma como a população local olha também muda – aquele modo perscrutador de observar dá lugar a certo consentimento, a uma “naturalização” da presença do outro.

A parte principal do trabalho de campo ocorreu a partir do verão 2002/2003 com as primeiras observações em diferentes “praias”, assim como a realização de várias visitas por todas as regiões da “Ilha”, tentando verificar quais são os espaços ocupados pelos “turistas”. Durante o ano de 2003 continuaram as observações nos vários locais de atendimento aos “turistas” (rodoviária, aeroporto, portal turístico, Praça XV, etc.) e também nas localidades. Foram realizadas entrevistas com donos de pousadas, donos de casas, corretores de imóveis, indicados por uma das pessoas entrevistadas anteriormente ou que procurei por minha conta.

As entrevistas por mim realizadas (Vide Anexo 2) foram fundamentais para perceber a rede de atendimento aos turistas, uma vez que a pesquisa desenvolveu-se em toda a cidade de Florianópolis, com informantes não apenas das “praias”. Com isso também pude perceber a mobilidade dos “guias” que oferecem serviços em qualquer parte da cidade. Algumas entrevistas foram realizadas durante o verão, especialmente com os donos de pousadas. Já com os “guias” foram realizadas, em sua maioria, durante o período em que há menos turistas, pois dessa forma eles tinham tempo disponível para conversar, embora tivesse que interromper as conversas, como no caso dos “guias” da rodoviária que são muito solicitados até mesmo pelos colegas de trabalho. Apenas com um dos “guias” fomos para um bar na parte superior da rodoviária para realizar a entrevista.

O período em que realizei observação participante na rodoviária foi um pouco tenso, apesar de estabelecer uma relação bastante amigável com dois “guias”, um deles apresentado a mim pelo meu marido que já o tinha conhecido por meio de contato profissional. Estes dois “guias”, Rafael e João, permitiram que eu gravasse a entrevista, com os demais realizei conversas informais ao longo da observação. De início, houve certa desconfiança por parte

²⁸ A Barra da Lagoa situa-se no litoral leste da Ilha de Santa Catarina, a 24 km do centro do município, fazendo parte do distrito da Lagoa da Conceição. A localidade é conhecida como “Barra”, denominação utilizada pela população em geral e pelos visitantes.

²⁹ A praia de Canasvieiras localiza-se ao norte da ilha de SC, distando 27 km do centro do município. Tem uma extensão aproximada de 6 km

dos demais “guias” em relação ao meu interesse em conversar com eles, por aquele ser um local “ilegal” de trabalho, restrito a um grupo que já ocupa seu espaço há anos e não permite a entrada de novos “guias”. Inicialmente, eles insinuaram a possibilidade de eu estar também querendo alugar alguma coisa. Com o passar dos meses (fevereiro a setembro de 2003) e mesmo hoje quando vou até lá observar o movimento deles e dos “turistas”, sou recebida com simpatia e a desconfiança inicial deu lugar a certa curiosidade sobre a pesquisa e pelas minhas atividades profissionais.

Um fato interessante e enriquecedor do trabalho de campo foi realizar parte deste com outra pesquisadora, Vera³⁰, co-orientanda da professora Carmen Rial, que investigou os “turistas” na Barra da Lagoa. Fizemos algumas observações juntas na “praia” e no interior desta localidade. Inicialmente, como Vera estava hospedada no centro de Florianópolis e eu morava próximo à universidade, nos encontrávamos no antigo terminal urbano do centro da cidade e tomávamos o ônibus para a Barra da Lagoa, dividindo o espaço com moradores de Florianópolis e “turistas”, principalmente estrangeiros da América do Sul. Na localidade freqüentamos a “praia” e também caminhamos pelas ruas mais afastadas. Após procurar um local para ficar na “Barra”, Vera hospedou-se num “apartamento” e oportunamente apresentou-me para os proprietários, Seu Alberto e Marina³¹, a fim de que eu realizasse uma entrevista com eles.

Enquanto o foco da minha pesquisa era observar a prática dos mediadores culturais, a pesquisa de Vera investigava as práticas turísticas sob o ponto de vista dos próprios “turistas”³², sendo que tive oportunidade de acompanhá-la em uma das entrevistas que fez e ela participou em duas entrevistas que realizei. Nas discussões de campo nos defrontamos com várias questões, desde a validade e dificuldade na utilização dos métodos de pesquisa até a necessidade de distanciamento em relação aos nossos objetos de estudo, preocupação tão cara à Antropologia e amplamente discutida por inúmeros pesquisadores. Por estarmos realizando a pesquisa num universo no qual somos “turistas” em muitas ocasiões e, no meu caso, por ser moradora de Florianópolis, foi muito importante fazer algumas observações em

³⁰ Vera Maria Guimarães, aluna do Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas, orientanda do Prof. Dr. Héctor Reis.

³¹ Utilizo nomes fictícios para os entrevistados que atuam nas práticas turísticas.

³² Partindo da visão do turismo como uma prática da modernidade, as entrevistas feitas por Vera, a partir de um roteiro organizado por tópicos, versaram sobre a motivação, a preparação da viagem, a viagem em si, a estadia, o retorno para casa, os sentimentos que isso desperta, as impressões de viagem. E, embora meu objeto de pesquisa não seja a prática turística a partir do ponto de vista do “turista”, as informações obtidas nas conversas e reflexões com Vera durante três semanas do mês de janeiro de 2003, forneceram o contraponto para entender as motivações das pessoas que recebem os “turistas” e observar o próprio processo de interação.

conjunto.

A discussão dos métodos de pesquisa é uma prática que desde Malinowski tornou-se uma etapa importante e amplamente seguida pelos antropólogos em seus trabalhos. As experiências que lemos nas páginas de inúmeras teses e dissertações nos falam, entre outras coisas, sobre a construção e desenvolvimento do chamado *fieldwork*, confrontando-nos com as inúmeras questões e dilemas que surgem nessa etapa da pesquisa. Normalmente, discutimos aspectos relacionados ao como fazer a pesquisa com nossos orientadores e durante nossa formação nas disciplinas de “métodos e técnicas” e “seminários de pesquisa”. Nossa inserção no fazer antropológico passa por essa etapa de formação que, a meu ver, quanto mais socializada entre os grupos, mais nos capacita a descobrir nossa própria forma de conduzir o trabalho de campo, levando em conta o conhecimento formal que adquirimos e nossas características pessoais. Essas reflexões aparecem de maneira muito interessante no artigo de CEFAÏ (2000) sobre o *Field Training Project* (FTP), experiência coletiva realizada no Departamento de Sociologia da Universidade de Chicago no período 1951-52. O objetivo desse projeto foi ampliar a discussão sobre o trabalho de campo, repensando as antigas reflexões sobre observação participante realizada pela Escola de Chicago dos anos 20, mas que teriam acontecido de forma esporádica e indefinida, segundo o autor. O projeto de treinamento de campo configurou-se, conforme descreve CEFAÏ (2000), como o momento da invenção de uma metodologia interacionista no trabalho de campo, articulando com questões que ainda hoje são encontradas nos manuais sobre o assunto.

Mas o que quero salientar é que o artigo, além de trazer um extenso levantamento das pesquisas realizadas pela Escola de Chicago, discute amplamente estratégias para a realização da pesquisa de campo - desde a formação de pequenos grupos para a coleta de dados, a forma de lidar com as crises emocionais, até a própria validade dos métodos e técnicas empregados. Na experiência de campo realizada com Vera tivemos oportunidade de confrontar nossa forma de ver os objetos, compartilhando o que Hugues³³, citado por CEFAÏ (2000, p.37), chama de conhecimento coletivo e o repertório que cada pesquisador desenvolve para utilizar em inúmeros lugares e situações e que dependem também de nossas filiações no campo do conhecimento, à Sociologia e a uma proposta interdisciplinar na situação de Vera e à Antropologia na minha formação. Se o trabalho de campo é uma arte na qual o aprendiz (ou principiante) tem que disciplinar suas habilidades corporais e sentimentos (CEFAÏ, 2000), compartilhar as técnicas e experiências constitui-se numa boa forma de pensar sobre nossa

³³ HUGUES, Everett C. **Methods and training in field observation**. Cobb 101, March 26, 1952.

prática.

Durante o período de dezembro de 2003 a agosto de 2004 realizei estágio de Doutorado no Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa (ISCTE), em Lisboa/Portugal, sob a orientação do professor Doutor Pedro Prista. Neste período tomei contato com a bibliografia das Ciências Sociais disponível nesse instituto e noutras instituições de pesquisa, especialmente na Universidade de Lisboa. Participei em duas disciplinas – Espaço e Turismo e Antropologia do Turismo, discutindo sobre os referenciais teóricos dos estudos antropológicos nessa área e sobre as práticas turísticas em Portugal, o que foi de extrema importância no sentido de organizar e analisar os dados de campo sobre Florianópolis, trabalho que iniciei durante o estágio. As discussões realizadas nessas disciplinas aparecem ao longo da tese referenciadas como anotações de sala de aula e tentam trazer à tona questões cruciais sobre a investigação das práticas turísticas num enfoque relacional.

1.4. DESCRIÇÃO DE COMO A TESE FOI ORGANIZADA

Esta tese está dividida em três partes. Na parte I, *Aspectos teóricos sobre as práticas turísticas e suas características na Ilha de Santa Catarina* apresento dois capítulos que introduzem o leitor nas atuais reflexões teóricas da literatura antropológica sobre o tema e no modo como essas práticas turísticas têm se desenvolvido em Florianópolis. No capítulo 1 discuto as principais questões que têm se constituído como tema de debate no âmbito das Ciências Sociais – as categorias “turismo” e “turistas”, a característica relacional do fenômeno turístico, as práticas turísticas como objeto de estudo na Antropologia. Neste capítulo também abordo os trabalhos que discutem aspectos das práticas turísticas na “Ilha”, estudos que trazem à luz elementos sobre o impacto da atividade turística na cidade e como a presença de “pessoas de fora” e “turistas” trouxeram mudanças significativas para o contexto social florianopolitano. No último item deste capítulo descrevo como se desenvolveu a prática turística sob um ponto de vista histórico e a partir de uma perspectiva que a considera como um fenômeno relacional. No capítulo 2, reflito sobre as características das práticas turísticas em Florianópolis, descrevendo como socialmente seus habitantes utilizavam os locais à beira

mar, primeiramente como espaço de trabalho para os “nativos” e lazer esporádico para os habitantes urbanos e, por fim, a construção desses espaços como atrações turísticas da cidade freqüentadas durante a “temporada”, os principais aspectos do perfil dos turistas que têm visitado a cidade e o calendário marcadamente sazonal dessas práticas.

Na parte II, *As formas de mediação cultural no contexto das práticas turísticas*, apresento os dados de campo sobre a atuação dos mediadores culturais, considerando sua capacidade de transitar entre vários contextos sociais, inserindo os “turistas” nas localidades e no modo de vida na Ilha de Santa Catarina onde a população tradicional possui um passado agrícola-pesqueiro e, nas últimas décadas, defrontou-se com novas possibilidades de trabalho e acesso a diferentes capitais culturais. No capítulo 3 descrevo a mediação cultural realizada pelos “guias” que trabalham na rua ou locais de recepção a “turistas”. Neste capítulo também apresento dados sobre o trabalho dos primeiros mediadores, seus clientes preferenciais e a forma de organização de seus empreendimentos. O capítulo 4 descreve a forma como os pequenos empreendimentos foram constituindo-se como uma alternativa econômica que criou a atividade de “guia” na cidade e propiciou o trabalho dos “nativos” como fornecedores de serviços aos “turistas”, assim como a inclusão de pessoas de outros lugares do Brasil e mesmo estrangeiras. O capítulo 5 traz elementos para pensar como tem sido o papel do poder público, dos empresários do setor, os taxistas, corretores de imóveis e trabalhadores que atuam nas “praias”, como pequenos comerciantes e os ambulantes.

Na parte III, *Para além do negócio: quando a reciprocidade ganha lugar* desenvolvo dois capítulos que tratam sobre a relação entre a mediação cultural e o sistema da dádiva característico do modo de vida dos “nativos” e que está presente também no discurso de hospitalidade dos demais sujeitos que atuam no mercado turístico. A mediação cultural viabiliza a comunicação entre “turistas” e a população local, levando à troca que pode expressar-se em generosidade ou conflito. No capítulo 6 apresento uma reflexão sobre a presença da lógica da dádiva nas interações entre o mediador cultural e os “turistas”. A atuação do mediador dá-se no contexto de uma sociedade relacional em que a reciprocidade é um elemento essencial nas interações entre os diferentes atores das práticas turísticas. No capítulo 7, discuto aspectos relativos à comunicação nas práticas turísticas a partir de uma abordagem que vê a comunicação de forma ampla, evidenciando o papel do mediador como tradutor cultural. Igualmente apresento situações de conflito, levando em consideração que na interação entre “turistas” e a população local, oportunizada pela atuação dos mediadores, a reciprocidade está presente na troca de gentilezas, como também em momentos de disputa e

mesmo violência.

PARTE I

Aspectos teóricos e características das práticas turísticas na Ilha de Santa Catarina

Capítulo 1

Algumas notas teóricas sobre turismo

1.1 QUANDO O VIAJANTE TORNA-SE “TURISTA”: INTERPRETAÇÕES SOBRE OS DESLOCAMENTOS

“Turista ou não turista?”, esta é a pergunta inicial de Urbain (1991) no livro *L’idiot du voyage* que expressa a reputação negativa da condição de “turista”. O “turista” é um *mauvais voyager* que se desqualifica por deixar, precisamente, de viajar. Nesta distinção que a literatura faz entre o viajante e o “turista”, de que são exemplo autores como Urbain (1986, 1991), Fussel (1980) e Boorstin (1992), o “turista” é visto como inferior ao viajante³⁴. Numa inversão da viagem, o “turista” é adepto dos circuitos, não fazendo outra coisa a não ser circular. A essa visão do “turismo” como algo negativo contrapõe-se uma visão que o percebe como uma prática que faz parte de nosso cotidiano. Mas o que diferencia essas práticas? É possível separá-las do contexto histórico em que surgem?

Para Urbain (1986), o “turista” seria um falso viajante e o “turismo”, por conseguinte, uma deterioração de uma prática mítica ou uma falsificação pura e simples da arte de viajar³⁵. Enquanto os “turistas” atingem qualquer lugar do planeta num movimento incessante e superficial, não pretendendo integrarem-se nos locais de visitação, os antigos viajantes buscavam permanecer num lugar e o explorarem, praticando um ato de instalação (URBAIN, 1991). O termo “turista”, além disso, está associado, segundo o autor, ao *vacancier*, palavra que vem do latim *vacans*, de *vacare*, que significa: ser vazio.

Boorstin³⁶ (*apud* URRY, 1996), a partir da análise da sociedade americana e suas formas de consumo cultural, considera que a viagem   uma arte que foi sendo

³⁴ Ver Enzensberger (1985); Graburn (1995); Stagl (1995); Urry (1996); Santana (1997); Boyer (1996, 2003) sobre a prática das viagens e o surgimento do turismo; Aron, (1999); Corbin (1995) sobre a história da prática de férias; Lofgren, (1999) sobre lazer e Corbin (1989) a respeito da transformação do imaginário sobre o mar.

³⁵ O autor considera a existência de um “turista da primeira geração”, ainda próximo ao viajante e o “turista de segunda geração”, que teria comeado a se esboar a partir do século XVIII.

³⁶ BOORSTIN, D. **The image**: a guide to pseudo-events in America. New York: Harper, 1964.

descaracterizada pela sociedade moderna. Utiliza a categoria de pseudo-acontecimentos que se refere à artificialidade de experiências como a do “turismo” em que a realidade não é vivenciada diretamente. As visitas praticadas pelos “turistas” são feitas sob a proteção de bolhas ambientais (como os hotéis), isolando o “turista” da estranheza do ambiente que o cerca e o hospeda. Em outras palavras, as experiências são organizadas artificialmente, pré-fabricadas através de meios tecnológicos e impedem o “turista” de entrar em contato com o mundo real (BOORSTIN, *apud* ARAÚJO, 2001).

Fussel³⁷ (*apud* ARAÚJO, 2001) considera que a viagem é uma arte que foi perdida, e os “turistas” são movidos por fantasias que estão presentes na irrealidade turística. Essas fantasias são efetivadas especialmente nos *não-lugares*” por meio de um processo de facilitação do deslocamento e uma padronização da *linguagem turística*.

Entretanto, há posições contrárias a essa visão nostálgica da viagem, como a de Enzensberger (1985), ao afirmar que não era o sentido de aventura que fazia com que os chamados viajantes saíssem pelo mundo, pois até meados do século XVIII, as viagens, empreendidas por minorias, especialmente os comerciantes, tinham objetivos pragmáticos³⁸. Mesmo os viajantes míticos, como Odisseu, estavam fadados ao sofrimento, às dificuldades das viagens na Antiguidade. Na sua visão, pergunta-se qual a necessidade de isolar o “turismo” como uma situação particular se as pessoas sempre viajaram.

Várias questões observadas pela primeira visão podem ser associadas às práticas turísticas atuais, como o alcance de seu deslocamento, a criação de lugares próprios para o “turismo”, o isolamento de “turistas” em relação às localidades para as quais se deslocam. O “turista” foge do perigo, daquilo que não é programado, o que é muito bem ilustrado por Jacques Tati, no filme *Play Time*³⁹.

Embora as categorias apresentadas explicitem diferenciadas práticas sociais e formas de entendimentos dessas práticas, incitando-nos a pensar nas condições materiais e sociais que

³⁷ FUSSEL, P. **Abroad**: british literary traveling between the wars. Oxford: Oxford University Press, 1980.

³⁸ A única exceção, segundo o autor, ocorreu na Roma Imperial dos últimos tempos onde houve algo parecido ao “turismo”, pois havia uma homogeneização espacial do Império obtida com a construção de redes de estradas. Entretanto, seria ainda um “turismo” de minorias.

³⁹ Este filme, que foi escrito, dirigido e produzido por Jacques Tati em 1967, tem lugar numa cidade fabricada (Tativille). Nela, turistas em grupo passam de ônibus pelas principais avenidas e os pontos turísticos ícones do mundo moderno, como a torre Eiffel, são vistos apenas nas imagens que aparecem nas vidraças. De uma forma bastante crítica e irônica, o autor mostra a forma alienante do turismo de massa e como a circulação parece ser mais importante do que propriamente ver alguma coisa.

criaram o que comumente denomina-se turismo de massa⁴⁰, não vejo as práticas turísticas atuais como uma deterioração da viagem, mas sim como um fenômeno situado num determinado período histórico que pode ser analisado a partir das configurações que toma nos espaços sociais.

O surgimento do turismo de massa está associado a uma série de mudanças trazidas pela revolução industrial. Enzesberger (1985) afirma que no século XVIII houve um afrouxamento do pragmatismo das viagens e é no século seguinte que as condições políticas, sociais, econômicas, técnicas e intelectuais resultantes da revolução burguesa vão permitir as viagens por divertimento. A Inglaterra liderou práticas que possibilitaram o desenvolvimento do moderno “turismo”, como o *Grand Tour* realizado por jovens ingleses aristocratas e seus tutores (URRY, 1996; GRABURN, 1995; BOYER, 2003), colocando em evidência a figura do *sábio-gentleman-viajante*⁴¹ e as viagens populares (excursões de trem para grupos de baixa renda) organizadas no século XIX por Thomas Cook, um ministro metodista.

Na metade do século XIX, a construção de estradas por toda a Europa permitiu a viagem em massa, diferenciando os viajantes por classes. No século XX, as distinções passam a ser feitas em relação aos modos de transporte e nas diferentes formas que eles tomaram (scheduled/package air flights) (URRY 1995)⁴². Na modernidade, um dos precursores do “turista” - o pedestre *flâneur*⁴³, que circulava descompromissadamente entre os espaços urbanos, diluindo-se em meio às personagens transitórias da cidade, deixa de ser emblemático, dando lugar ao passageiro do trem, o condutor do carro, o passageiro do avião (URRY 1996).

A consolidação do “turismo” pode ser associada a uma série de condições, como as

⁴⁰ Dentre os estudos clássicos sobre as práticas turísticas, encontramos referência ao turista de massa na classificação proposta por Cohen (1972) quanto aos tipos de experiências turísticas, sendo o turista de massa (organizado ou individual), a forma institucionalizada de realizar esta prática; os outros dois tipos seriam o explorador e o aventureiro, considerados como não institucionalizados. Smith (1989) apresenta uma tabela que identifica cinco tipos de turistas e sua forma de adaptação às normas locais, estando entre eles o turista de massa que se caracteriza por um fluxo contínuo que espera encontrar no lugar de visita condições semelhantes àquelas de seu local de origem. Atualmente, a expressão turismo de massa é amplamente utilizada para se falar dos grandes fluxos de “turistas” que se deslocam invadindo determinados lugares, utilizam viagens programadas, não tem como objetivo envolver-se com a população local e seu deslocamento depende da conjuntura econômica de seu local de origem.

⁴¹ Urry (1996) diferencia dois tipos de *Grand Tour* – o clássico que se caracterizou pela busca de observações e registros neutros de galerias, museus e artefatos culturais; o romântico, no qual o turismo estava voltado para as paisagens.

⁴² Neste século os deslocamentos são facilitados com o surgimento do carro e os sistemas de estradas, vans, homes; avião (jet age), depois o Boeing 707 e DC-08, além de outras formas de hospedagem, como os motéis, meios que facilitam as viagens em pequenos grupos, famílias ou solitariamente, assim como a escolha de onde e como viajar (GRABURN, 1995).

⁴³ Ver Benjamin (1985, 1997, 2000) e Coelho (1988).

descritas por Prista (2004)⁴⁴: a alteração na tecnologia dos transportes que permitiu mais velocidade nos deslocamentos, mas principalmente o alcance a qualquer ponto no mundo; as férias pagas por um determinado tempo, cruzando o meio de alcance com o tempo possível para se gozar esse período; a formação dos Estados-Nação que marca profundamente o turismo moderno por formatar o destino turístico, transformando-o num produto a ser vendido, ou seja, o lugar para onde se vai precisa ter uma identidade; por fim, os serviços de agentes turísticos que passam a existir (como os guias turísticos) que têm o papel de mediar as relações entre população local e “turistas”. Outros elementos que teriam contribuído para a mudança de um turismo pré-industrial a industrial seriam o crescimento econômico dos países capitalistas, o processo mundial de concentração urbana, a liberação do movimento de pessoas entre os países capitalistas e a relativa estabilidade político social nos países emissores e, na maioria dos casos, nos receptores (SANTANA, 1997).

Como resultado desse processo, após a segunda guerra, praticamente todas as classes sociais tendem a praticar “turismo”, tendência que é absorvida pelo sistema capitalista e entra em sua fase de indústria de serviços, sendo controlada por agências ou operadores que dirigem e manipulam a oferta e demanda turística (SANTANA, 1997). Essa democratização do turismo ou da viagem trouxe consigo mudanças no próprio sentido do por que se viaja, assim, o “turista” do século XX estaria mais interessado em ver o que todos já viram do que buscar o novo. Esta seria uma das principais características do turismo de massa, assim como o que Lanquar (1985) chama de *modelo 3 s: sun, sea, sex* que foi adotado nos anos de 1950 e ainda hoje seria a fórmula de férias mais utilizada, que mais desloca “turistas” no mundo. Entretanto, o turismo de massa seria uma entre tantas possibilidades ou estilos de se fazer “turismo”.

1.2 CONTATOS MODERNOS: A PRÁTICA TURÍSTICA COMO UM ENCONTRO

Neste item apresento a contribuição de alguns autores que tem refletido sobre o “turismo” nas sociedades contemporâneas, tentando depreender como apresentam o encontro

⁴⁴ Anotações realizadas durante a disciplina “Espaço e Turismo” em meu estágio de doutorado no ISCTE – Portugal.

com o outro nos destinos turísticos. Situo esses estudos a partir de três ênfases na forma como analisam as práticas turísticas. A primeira ênfase dá-se sobre a assimetria nas relações entre “turistas” e população local que tem considerado o “turismo” como uma prática que impõe regras e um modo de vida diferente às sociedades não capitalistas, na periferia do capitalismo ou consideradas como tradicionais. Grande parte dos estudos sobre as práticas turísticas desenvolveu-se nesta linha de pesquisa, influenciados pelas teorias da aculturação. A segunda ênfase diz respeito à visão do “turismo” como uma experiência pessoal, ou seja, a investigação recai sobre as motivações e os desejos dos “turistas”, fatores determinantes do tipo de prática que realizam. A terceira ênfase procura abordar a complexidade das relações que têm lugar nos espaços turísticos, considerando-as sob o ponto de vista relacional, no qual a idéia de relações intermediárias surge como uma possibilidade de análise. Abandona-se, portanto, uma análise linear em busca das intersecções, dos “espaços de produção das relações de interação” (MONTERO, 2000)⁴⁵.

O livro *Hosts and Guests: the anthropology of tourism*, uma coletânea de artigos organizados por Valene Smith, nos anos 70⁴⁶, é um referencial para este tema de estudo e apresenta uma tentativa de delimitar o que seria a antropologia do turismo. Na introdução, a autora apresenta uma definição de “turismo” e classificações quanto aos tipos de práticas turísticas, as formas de envolvimento nos locais de recepção e suas conseqüências, tentando dar unidade ao conjunto da obra. O livro abarca distintas formas de observar as práticas turísticas, embora se possa perceber nele um viés interpretativo que põe em evidência seus impactos em inúmeras localidades mundiais, considerando as diferenças de capital econômico e cultural entre as sociedades. De modo geral, as análises recaem no par dicotômico *hosts/guests* ou num destes pólos. Duas questões interessantes apresentadas na obra que poderiam distanciar-se do que Bosseivain (1996) denomina *host-guest tourist continuum* é o papel dos *culture brokers* (NASH, 1989) ou *marginal men* (SMITH, 1989) que não ganham

⁴⁵ Na literatura internacional, Jafari (2001) assinala a existência de quatro plataformas ou posições a respeito do turismo: a plataforma de defesa, na qual os trabalhos estão voltados para os serviços oferecidos ao mercado; a plataforma de advertência que tem uma postura crítica, chamando atenção para problemas sociais, a plataforma de adaptação que considera que há tipos de turismos alternativos, como o ecoturismo, que tem um impacto menor do que o turismo de massa e a plataforma de conhecimento que tem por objetivo a construção de um corpo científico do conhecimento sobre turismo. No Brasil, Barreto (2000), afirma que a produção científica sobre o tema, circunscrita a três abordagens principais, dá mais ênfase na descrição do fenômeno turístico com o propósito de sua administração e gerenciamento. Em segundo lugar e com uma expressiva produção, estariam os estudos no âmbito das ciências humanas ou biológicas voltados para a questão do impacto ambiental. Por fim, os estudos que abordam o turismo como um fenômeno socioantropológico que fazem parte de um campo ainda em construção.

⁴⁶ A primeira edição da obra foi feita em 1977 como resultado de um simpósio sobre turismo realizado pela Associação Americana de Antropologia na Cidade do México, em 1974.

uma análise mais aprofundada; também há referência ao “turismo” como responsável pelo aprofundando das características locais de sociedades não ocidentais por incentivar que populações locais mostrem sua cultura.

Um dos autores da coletânea, Nash (1989), vê o “turismo” como uma forma de imperialismo, na qual os “turistas” ocupam uma posição hierarquicamente superior. Em sua interpretação utiliza o modelo de contato de Gluckman e Balandier, e considera a existência de um *sistema social turístico transitório* que emerge do contato turístico e é caracterizado por centrar-se nas relações *tourist-hosts* e demais envolvidos, nos papéis desempenhados e nas relações sociais associativas e dissociativas. Esses sistemas teriam um centro de poder para dirigi-los, uma vez que fariam parte de outro sistema, como o colonial. Nash (1989) considera o “turista” como próximo ao tipo-ideal proposto por Simmel em sua concepção do *estranho*, pois ele faz parte de um grupo externo que se coloca em confronto com um outro grupo culturalmente constituído.

Nesse envolvimento, onde há uma visível lacuna, o autor considera que especialistas intergrupais, como diplomatas, organizações, etc. são mobilizados para que as relações entre turistas e locais possam ter continuidade. Estes especialistas, comumente chamados de *culture brokers* são considerados como mediadores e têm como papel processar as diferenciações sociais. Para Nash (1989, p. 37), o “turista”, assim como o conquistador, o missionário, o comerciante, etc. “é visto como um agente de contato entre culturas e, direta ou indiretamente, a causa de mudanças, especialmente nas regiões menos desenvolvidas do mundo”. Embora apresente a figura do mediador, este tem papel quase que exclusivo de abrandar as diferenças entre os grupos, numa posição de conciliação e com o propósito de tornar a estadia dos “turistas” mais palatável, além de considerá-lo como a causa de mudanças⁴⁷.

Também no clássico *Hosts and Guests*, Greenwood (1989) defende a visão de que o “turismo” apropria-se da cultura transformando-a em mercadoria. Tal processo de mercantilização não se restringiria aos bens materiais (terra, trabalho e capitais), mas envolve a história, identidade étnica e a cultura de grupos sociais, numa prática em que a cultura é “empacotada” para ser vendida junto com outros recursos. O “turismo” estaria, assim, forçando as mudanças culturais em grupos que já estão sofrendo com a industrialização, urbanização e inflação. Essa perda da identidade cultural pela mercantilização da cultura seria

⁴⁷ Em artigo posterior, Nash (1995) afirma que a idéia de “turismo” como uma forma de imperialismo não seria aplicável hoje, pois muitas pessoas viajam somente dentro de seu país, ou seja, há outros fluxos e movimentos além daquele primeiramente considerado pelo autor, a saber, das metrópoles para as sociedades não ocidentais e menos desenvolvidas.

o resultado de uma distribuição desigual dos recursos advindos do desenvolvimento turístico. Por outro lado, o autor considera que esse processo pode também resultar num fortalecimento de culturas locais.

Outra forma de análise das práticas turísticas é a ênfase na experiência do “turista”, seja pela perspectiva que classifica o “turismo” a partir do modelo de ritos de transição⁴⁸ (GRABURN, 1989); o “turista” como um peregrino moderno que frequenta os santuários turísticos (MACCANNELL, 1989) ou o “turista” como um sujeito semiótico (URRY, 1996). Um dos autores que a desenvolve, Graburn (1989), considera o “turismo” como uma jornada sagrada, na qual há uma oposição entre o ordinário que se refere ao trabalho e ao estar fora de casa que se caracteriza como não-ordinário, um estado sagrado. Assim, os “turistas” passariam por três estágios – a separação (saída de seu local de residência), liminaridade (o período de estadia no local turístico); a reintegração (retorno à casa).

Também considero fazendo parte dessa forma de interpretação os estudos de Smith (1989) e Cohen (1974, 1979(a), 1979(b), 1984) que apresentam classificações sobre o tipo de “turismo” e de “turistas”, tentando delimitar as fronteiras, as personagens, a organização do “turismo”, taxonomias que seriam imensuráveis na perspectiva de Crick (1989).

A obra de Maccannell (1989), um dos mais importantes teóricos da área, está igualmente centrada no “turista”. O autor aponta dois significados para o termo “turista”. Inicialmente considera-o como o *sightseer*, sujeito principalmente de classe média, que se desloca por todo o planeta em busca de experiência, seria o peregrino moderno. No segundo sentido, o “turista” é percebido como um dos melhores modelos disponíveis para classificar o homem moderno de um modo geral, ou seja, o “turista” carrega consigo o espírito da sociedade moderna, os “turistas” são fornecedores de valores modernos. A expansão da sociedade moderna, para o autor, está intimamente ligada, de diversas formas, principalmente ao turismo internacional e ao circuito turístico do moderno lazer de massa.

Outra questão discutida por Maccannell (1989) é a autenticidade dos lugares turísticos. O “turista”, para o autor, está insatisfeito com o conhecimento superficial dos locais que visita e quer participar do que ocorre nos bastidores. Utilizando a classificação de Goffman - *front e back region* - para falar sobre a interação entre visitantes e anfitriões, Maccannell (1989) descreve a *back region* como o espaço da população local, o “turista” teria acesso somente a *front region* na qual a autenticidade é encenada. Entretanto, a autenticidade

⁴⁸ Ver Turner (1974) e Van Gennep (1978).

encenada não tem uma conotação negativa, pois é própria do mundo turístico e por meio dessas encenações se estabelece o contato com o outro.

Em seu livro, Urry (1996) centra-se sobre o olhar do turista, considerando-o socialmente organizado e sistematizado, variando de acordo com a sociedade, o grupo social e o período histórico. Tais olhares são construídos por meio da diferença, ou seja, não existiria apenas uma experiência universal verdadeira para todos os “turistas” e em todas as épocas. O autor também salienta que o olhar do turista é construído por meio do contraste com as experiências não-turísticas: “Esse olhar pressupõe, portanto, um sistema de atividades e signos sociais que localizam determinadas práticas turísticas, não em termos de algumas características intrínsecas, mas através dos contrastes implicados com práticas sociais não-turísticas, sobretudo aquelas baseadas no lar e no trabalho remunerado” (URRY 1996, p.16). A percepção visual é colocada como central na perspectiva deste autor, o que funciona como um limitante da análise, uma vez que outras experiências corporais e sensações estão envolvidas no encontro entre “turistas” e populações locais (ABRAM e WALDREN, 1997). Noutra produção teórica do autor, *Consuming place*, Urry (1995) sugere que os serviços relacionados ao “turismo” são uma forma de consumo que, indubitavelmente, é social e falar sobre o consumo de serviços turísticos não pode ser feito em separado das relações sociais pelas quais eles estão embebidos. Segundo o autor, a essência do “turismo” é multifacetada e particularmente ligada a muitos outros elementos sociais e culturais nas sociedades contemporâneas. Por isso, não seria possível planejar uma teoria do comportamento do turista. O que se requer é uma gama de conceitos e argumentos que captem aquilo que é específico do “turismo” e comum às suas práticas sociais e a certas práticas não-turísticas. Mesmo considerando o aspecto social do consumo turístico, sua análise parte da centralidade do “turista” como um consumidor de lugares, de signos, não problematizando como esse consumo atua empiricamente em termos de relações sociais.

Se para Maccannell (1989) o “turista” é o protótipo do homem moderno e sua peregrinação leva a modernidade aos mais diferentes locais do globo, Urry (1996) descreve o “turismo” como pós-moderno, devido a sua particular combinação do visual, do estético e do popular. Este autor afirma que no universo moderno o público era visto como uma massa homogênea, havendo um conjunto de valores concretos que unificavam as pessoas. No pós-modernismo, as pessoas recusam-se a serem tratadas como parte dessa massa homogênea.

Citando Feifer⁴⁹, Urry (1996), destaca três características do pós-turista de massa:

[...] o pós-turista não precisa deixar sua casa para ver muitos dos objetos típicos do olhar do turista, pois, graças à televisão e ao vídeo, todo tipo de lugar pode ser contemplado, comparado, contextualizado e novamente contemplado. É possível a alguém se imaginar realmente “lá”, ver de fato o pôr-do-sol, a cadeia de montanhas ou o sol cor de turquesa. [...] Em segundo lugar, o pós-turista tem consciência da multiplicidade de escolhas e deleita-se com ela. [...] Em terceiro lugar, o mais importante de tudo é que o pós-turista sabe que ele é um turista, que o turismo é um jogo, ou melhor, uma série de jogos com múltiplos textos, e não uma experiência turística singular.

O pós-turista, portanto, é o sujeito que quase se deleita com a não autenticidade e encontra prazer na multitude de jogos que podem ser jogados, sabendo que não há uma experiência turística autêntica. Em outras palavras, a figura do pós-turista representa a consciência de que tudo é espetáculo, é produzido para ser visto. Entretanto, essa seria apenas uma das vias pelas quais as práticas turísticas têm se desenvolvido, pois enfatiza o não-encontro com as populações locais, tende a utilizar os *não-lugares* (AUGÉ, 1994) quando, como veremos a seguir, existe um processo inverso de culturalização dessas práticas.

Dentre os autores que abordam o “turismo” sob a terceira ênfase descrita, destacam-se Boissevain (1996) e Abram e Waldren (1997). Em contraposição ao pós-turista, Boissevain (1996) refere-se a uma culturalização das práticas turísticas, ou seja, a cultura tem se tornado a principal mercadoria da indústria turística, pois os “turistas” mostram-se insatisfeitos com o que é padronizado e têm rejeitado os pacotes turísticos de massa tradicionais na busca de férias e feriados que lhes sacie o desejo por aprendizagem, nostalgia, patrimônio, simulação, ação, e um olhar atento sobre o outro. Não é o verão, a areia e o mar, mas a cultura, a natureza e a tradicional vida rural que têm se tornado objeto do “turista” pós-moderno. O turista cultural, segundo o autor, consegue encontrar a população nativa de forma muito mais ampla, embora esta nem sempre tenha habilidades desenvolvidas para lidar com os “turistas”, o que pode significar que sejam mais hospitaleiros, mas também mais vulneráveis e facilmente explorados. Quando a população familiariza-se com o “turismo”, consegue melhor defender seus interesses, o que pode se manifestar no desenvolvimento de estratégias para protegerem-se da tendência dos “turistas” penetrarem nas *back regions*. Enzensberger (1985) refere-se a uma substituição do *sight-seeing* pelo *life-seeing* - saber como de fato vivem as pessoas que

⁴⁹ FEIFER, M. **Going Places**. London: Macmillan, 1985.

estão sendo visitadas.

Abram e Waldren (1997) na coletânea *Tourism and tourists* questionam as categorias comumente utilizadas nas pesquisas nessa área. Para as autoras, “turismo” é uma palavra vagamente associada a um fenômeno. Mais do que isso, não diz respeito a um único fenômeno, mas a vários tipos de práticas que apresentam poucas fronteiras definidas. Não se trata, portanto, de fazer uma nova tipologia classificando as práticas turísticas e sim verificar as características comuns, as similaridades entre elas⁵⁰. Da mesma forma, as pesquisadoras afirmam que a categoria “turista” é extremamente flexível e é comum que os visitantes deixem sua posição como tal e transformem os locais em lugar de frequência constante ou moradia. Essa situação remete à inconstância das fronteiras das comunidades que podem ser constantemente reconfiguradas, tornando-se mais ou menos inclusivas. A comunidade não é, portanto, algo com existência independente, mas uma noção relacional que é articulada por meio de ações, discurso e símbolos. Nesta coletânea, os autores sublinham a concepção de que o “turismo” é um processo no qual há uma constante negociação de identidades que são utilizadas instrumentalmente a fim de promover diferentes interesses.

Essa dificuldade conceitual na análise do “turismo” também é problematizada por Quintela (1999). Concordo com a autora no sentido de que não existe “turismo”, mas práticas turísticas, já que podem expressar-se das mais variadas formas, como podemos perceber na literatura sobre o tema. Na reflexão antropológica sobre essa prática, o importante é percebê-la como um fenômeno relacional que só poderá ser compreendido por meio de uma investigação etnográfica (QUINTELA, 1999; PRISTA, 2004). Em suas reflexões sobre o tema, Prista (2004), alerta para o fato de que o “turismo” tem sido tomado como um objeto teórico quando se trata de um objeto empírico e somente a observação das práticas sociais e seu desvendamento pela etnografia permitem identificar e refletir a respeito do que está presente no que chamamos “turismo”. Portanto, antes de incorporá-lo, é preciso observar suas formas de manifestação numa dada sociedade, percebendo qual é o significado que lhes dão os grupos envolvidos. Em um texto que reflete sobre turismo rural em Portugal, o autor contrapõe-se à idéia de que o “turismo” acontece entre visitantes e destinos, ressaltando a idéia do “turismo” como uma prática que se faz a partir do encontro entre o “turista” e a

⁵⁰ Autores como Rojek e Urry (1997) ao escreverem sobre as *touring cultures*, afirmam que o turismo é um termo que espera ser construído, uma concepção caótica numa referência a Marx. Para esses autores, o termo abrange diferentes noções que são usadas como termos das Ciências Sociais e uma das razões para o status problemático seria o fato de seu sentido ter “raiz em outros, de outro termo ou termos com os quais é contrastado – travel, day-tripping, culture, excursion, voyaging e exploração” (Ib.,p.2).

população local, ou seja, é produto de uma relação localizada (PRISTA, 1995).

No caso da Antropologia, Prista (2004) observa que os estudos urbanos há poucos anos deram atenção ao “turismo”, pois os “turistas” são presença comum nas cidades, mas desaparecem em meio a todos os demais sujeitos que circulam nos espaços urbanos, sendo também transitórios, passageiros. Se num primeiro momento, segundo Prista (2004), as Ciências Sociais teriam ido a reboque do que a literatura de gestão e marketing propõe, ou seja, a visão do “turismo” como um negócio, temos, no caso do Brasil, vários trabalhos que pensam, sob diferentes ângulos, sobre as relações sociais nas práticas turísticas⁵¹. Em nosso país, a produção sobre “turismo” tem sido vista como insipiente e esparsa, avaliação que se tornou lugar comum nos comentários sobre esses estudos no Brasil. Cabe-nos mapear as contribuições etnográficas já apresentadas para, numa perspectiva comparativa, entendermos como as populações brasileiras situam-se nos lugares transformados em turísticos que, no tocante aos espaços litorâneos, apresentam muitas características em comum⁵², principalmente porque surgem em localidades pesqueiras ao longo da costa brasileira e vão se efetivando sem um planejamento prévio, pelo menos no âmbito das políticas públicas.

Portanto, a perspectiva na qual este trabalho se apóia é a investigação etnográfica que investiga as interações sociais a partir da perspectiva da mediação cultural nas práticas que comumente são denominadas “turismo”, na tentativa de implementar uma abordagem microsociológica (WINKIN, 1998). Podemos também considerar como ponto de apoio desta abordagem as teorias que discutem o processo de globalização no sentido de indicar que é necessário perceber os vários sentidos dos deslocamentos e como estes relacionam-se produzindo novos arranjos de identidade.

A assertiva de que hoje em dia estamos todos em movimento, desenvolvida por Bauman (1999) revela que a distância e o espaço deixam de ser obstáculos para o deslocamento. Assim, o autor afirma que pelo menos espiritualmente somos todos viajantes. Ele divide os viajantes entre aqueles que vivem *no alto* e os *de baixo*. Os habitantes do primeiro mundo vivem no tempo e o espaço não importa, pois transpõem rapidamente qualquer distância. Já os habitantes do segundo mundo viveriam num espaço que é pesado,

⁵¹ Referências obtidas no Banco de Teses da Capes no endereço eletrônico www.capes.gov.br, acrescida de outras bibliografias: Bindá (1995); Carvalho (1999); Fleischer (2003); Giovanni Junior (2002); Grünwald, (2001); Justus (1996); Lago (1983); Lehmann-Carpzov (1994); Martins (1995); Nery (1998); Schmeil (1994); Silveira (1996).

⁵² Isso pode ser observado na leitura de textos publicados, mas especialmente em momentos de troca de informações sobre os trabalhos que têm sido desenvolvidos nos encontros de Antropologia no Brasil em que grupos de trabalho discutem esse tema.

resistente e intocável e amarra o tempo sem deixar que o controlem. Enquanto os primeiros são seduzidos a viajar e são bem recebidos, os segundos viajam mais por outros motivos: trabalho, guerras, etc., muitas vezes às escondidas. O habitante que pode usufruir um mundo globalizado participa não de uma cultura local, mas de uma cultura do presente absoluto. Bauman (1999) afirma que a globalização gira em torno dos sonhos e desejos dos “turistas”. Os outros que se deslocam porque não tem outra opção, porque o mundo para eles é inóspito e não são bem recebidos para onde vão são os *vagabundos*. Estes seriam os turistas involuntários, viajantes a que se recusou o direito de serem “turistas”. O autor fala em termos de ser global ou local como resultado do pertencimento ao primeiro ou segundo mundo, pois ele acredita que “[...] alguns de nós tornam-se plena e verdadeiramente “globais”, alguns se fixam na sua “localidade” – transe que não é nem agradável nem suportável num mundo em que os ‘globais’ dão o tom e fazem as regras do jogo da vida” (BAUMAN, 1999, p.8). A visão deste autor, portanto, opera no sentido de uma divisão entre dois tipos de viajantes que são produzidos no mundo globalizado e por mais que estejam se encontrando nos espaços de deslocamento, parecem participar, cada um deles, de realidades distintas e inevitavelmente separadas. Também observa-se a assimetria entre esses sujeitos – o “turista” teme tornar-se um vagabundo e este ansiaria por buscar também o prazer no deslocamento.

Nesse sentido, mais do que considerar a dicotomia local/global, é preciso observar as novas localizações, tanto quanto as bordas e fronteiras, pensando não a partir de um simples lugar, mas sim considerando os circuitos (CLIFFORD, 1997). Segundo este autor, não se trata de substituir a figura cultural do “nativo” pela intercultural do viajante, pois a observação deve recair sobre as mediações concretas entre eles. Ambos seriam constitutivos da experiência cultural. Clifford (1997) afirma que não podemos fazer da margem um novo centro, mas sim perceber as dinâmicas específicas da interação entre *dwelling/traveling*.

Outra possibilidade de interpretação desses movimentos é encontrada em autores como Rojek e Urry (1997) que analisam a cultura dos fluxos como produtora de espaços *in-betweenness* que são habitados por vários tipos de viajantes e “turistas”. Essas culturas seriam mais fragmentadas, híbridas e desarticuladas do que as convencionais (como cultura francesa, por exemplo) e são refeitas continuamente como resultado do fluxo de pessoas, objetos e imagens. Appadurai (2000) também percebe os fluxos de objetos, pessoas, imagens e discursos como não coesos, convergentes, isomorfos ou espacialmente consistentes. Para o autor, tais fluxos estão em relações de disjunção e os caminhos ou vetores tomados por esse tipo de coisas têm diferentes velocidades, eixos, pontos de origem e términos de variadas

relações com as estruturas institucionais em diferentes regiões, nações ou sociedades.

Vejo o processo de mediação cultural nas práticas turísticas como um locus interessante para perceber os arranjos, as táticas e práticas diárias dos mediadores culturais em contato com os viajantes. Não se trata, como observa Clifford (1997), de privilegiar as relações de moradia em detrimento daquelas de viagem, mas perceber como nos espaços locais da “Ilha” os sujeitos sociais traduzem o envolvimento com os “turistas” e efetivamente apropriam-se do negócio turístico e o oferecem sob uma elaboração própria, considerando que essa elaboração está imbuída pela imaginação como um fato popular, social e coletivo (APPADURAI, 2000).

1.3 AS PESQUISAS SOBRE “TURISMO” NA ILHA DE SANTA CATARINA

Na produção teórica a respeito das práticas turísticas em Florianópolis vou deter-me nas pesquisas realizadas na Antropologia, tentando ressaltar os aspectos que são essenciais para compreender como se desenvolveu esse processo. Entretanto, ao longo da tese, citarei estudos de outras áreas ou disciplinas que podem ser classificadas nas seguintes vertentes: aquelas que tratam de assuntos relativos à administração, planejamento e marketing (MENEZES, 1979; SOSA, 1995; JANUÁRIO, 1997; ALEXANDRE, 1999; FERREIRA, 2002); ao desenvolvimento e impacto do turismo na organização da cidade (FERREIRA, 1992; NETO, 1993; SANTOS, 1993; GRANEMANN, 1999; MACHADO, 2000; ASSIS, 2000; MINGORI, 2001; ROCHA, 2001); a respeito de outras propostas de prática turística (ROSA, 2002).

Dentre as pesquisas na Antropologia, os trabalhos de Lago (1983), Schmeil (1994) e Silveira (1996) abordam aspectos relacionados às práticas turísticas em Florianópolis. Os estudos de Córdova (1986), Rial (1988), Maluf (1993), Bastos (1993), Franzoni (1993), Coradini (1995), Martins (1995), Mara Lago (1996), Cecca (1996)⁵³, Fantin (2000), Motta

⁵³ “Uma cidade numa ilha: relatório sobre os problemas sócio-ambientais da Ilha de Santa Catarina” que foi elaborado por uma equipe interdisciplinar do Centro de Estudos Cultura e Cidadania que contou com a presença de antropólogos.

(2002) e Lacerda (2003), embora não tratem especificamente sobre as práticas turísticas, serão citadas ao longo desta reflexão para resgatar aspectos do modo de vida e da transformação de Florianópolis, na qual o “turismo” é percebido como parte de um processo em que várias características da população local alteram-se. A partir da leitura desses textos, há três aspectos que podem ser elucidados: o impacto das práticas turísticas em Florianópolis; a forma como os “nativos” se inseriram no novo contexto social; os “nativos” e as novas personagens e relações advindas com as mudanças sociais.

1.4 O IMPACTO DAS PRÁTICAS TURÍSTICAS EM FLORIANÓPOLIS

No trabalho *Memória de uma comunidade que se transforma: de localidade agrícola-pesqueira a balneário* Lago (1983) analisa as transformações que ocorreram na localidade de Canasvieiras que, segundo a autora, foi a primeira praia da “Ilha” a sofrer o processo de transformação em balneário. A autora afirma que a expansão urbana na “Ilha” está diretamente vinculada ao “turismo”, fenômeno que ocorre de forma semelhante em outras cidades brasileiras litorâneas. Em Canasvieiras, a partir da década de 1950, começou a haver interesse pelos terrenos à beira mar e nessa época apenas alguns veranistas tinham casas e havia um hotel que ficava envolto pela vegetação. Na década seguinte e principalmente depois de 1970, quando o acesso até a praia foi asfaltado, essa configuração muda e os pescadores passam a perder seu espaço de trabalho na “praia”. Lago (1983) ressalta que, numa economia de subsistência, a escassez de dinheiro levou os “nativos” a venderem suas terras, inclusive os “pastos” e os poucos que conseguiram permanecer com as terras têm dificuldades para mantê-la⁵⁴.

Córdova (1986) realiza uma pesquisa sobre a localidade de Ingleses, abordando o processo de migração da população local para outras regiões da cidade ou municípios vizinhos. Para a autora, a migração é um “processo social conectado com outros, tais como urbanização, industrialização, terceirização, etc.” (Ib., p.27), resultando das mudanças que se processam na “praia”, ou seja, os pescadores não conseguem manter-se por meio da atividade pesqueira e fazem o deslocamento espacial que também é um deslocamento profissional.

⁵⁴ Ver Lago (1983,1996), Cecca (1996).

Esse processo de expulsão da população “nativa”, segundo Cecca (1996) atingiu primeiramente o norte da Ilha e mais tarde o sul:

O destino desses moradores foi diferenciado. Alguns permaneceram no próprio local, combinando a pesca artesanal e a produção artesanal com atividades como vigia noturno, policial, faxinas e empregos domésticos, de modo a suprir as antigas e novas necessidades, inserindo-se no mercado de consumo de forma marginal. Outros foram morar nas encostas do centro urbano, buscando um lugar mais próximo do emprego. Alguns ainda deslocaram-se para o Continente, em busca de regiões com custo de vida menor. (CECCA, 1996, p. 170-171)

No processo de urbanização vivido pela cidade, Martins (1995) considera a existência de muito contrastes, onde convivem o velho e o novo – pequenas vielas e grandes avenidas, arquitetura “açoriana”⁵⁵ e edifícios modernos, assim como outros exemplos referentes às manifestações culturais e bens de consumo diferentemente apropriados pelos “nativos” e pelos novos moradores. Houve, segundo Cecca (1996), um aprofundamento das diferenças sociais, uma diminuição da oferta de emprego e o aumento da população com as transformações urbanas ocorridas em Florianópolis, a partir da década de 1960. Mesmo as populações nativas teriam sentido essas transformações de forma diferente, como é o caso dos afro-descendentes que sofreram um processo de exclusão social mais acentuado.

Schmeil (1994, p.137) refere-se ao impacto do “turismo” na cidade, dizendo que “o turismo de alta temporada, tem se expressado de uma forma visivelmente desorganizada ou não planejada, transformando a vida da população local e da cidade num verdadeiro caos. Caos conseqüente da falta de infraestrutura urbana para receber a quantidade de turistas que chegam na temporada de verão”. Além disso, a autora enumera outros problemas causados pelo “turismo”, como falta de saneamento básico devido a construções irregulares, aproveitamento da areia de dunas para a construção civil, invasão de áreas de preservação permanente, praias e lagoas passam a dar espaço para esportes náuticos, trânsito estressante, aumento de preços na temporada, aumento da produção de lixo, aumento do número de assaltos. Por outro lado, os benefícios advindos deste convívio seriam a experiência cultural para a população local e para os “turistas” e o crescimento de uma consciência de preservação

⁵⁵ Os “nativos” de Florianópolis são reconhecidos como descendentes de povoadores vindos do Arquipélago de Açores para o Brasil em meados do século XVIII e a arquitetura encontrada em localidades do interior da “Ilha” e centro da cidade é um dos elementos que identifica esse pertencimento. Sobre isso ver Cabral (1950, 1970), Piazza (1992), Flores (1997b), Lacerda (2003).

natural e cultural da cidade.

Esses autores ressaltam aspectos do impacto da urbanização em Florianópolis e concordo com os mesmos no sentido de que as mudanças ocorridas fazem parte de um processo de modernização mais amplo que atinge a cidade e no qual os “nativos” estão inseridos. Recorrendo a Touraine (1994), pode-se falar numa sucessão de modernizações exógenas⁵⁶ que são impostas principalmente pelo poder econômico. Este movimento de modernização não ocorreu de forma homogênea em todas as localidades, nem foi vivido da mesma forma pelos moradores “nativos”, ou seja, há uma multiplicidade de domínios e experiências que são acionadas pelos sujeitos sociais que diferentemente se apropriam das novas situações.

Se pensarmos na atividade turística, temos diferentes características de um “turismo” realizado nas localidades do norte da “Ilha” de modo geral, nas quais houve uma presença massiva de “turistas” que individualmente ou por meio de grandes grupos empresariais adquiriram terras, em vários casos grandes espaços, e realizaram empreendimentos, tomando conta da orla marítima enquanto em localidades como Barra da Lagoa (leste) e Pântano do Sul (sul), o processo não foi tão avassalador e há uma grande ocupação dos espaços por “nativos”. Vê-se, entretanto, que os moradores “nativos” que conseguem manter as propriedades próximas à “praia” têm dificuldade para pagar impostos e outros encargos, principalmente devido à diminuição do número de “turistas” nos últimos anos, ocasionada pelas flutuações econômicas do maior emissor de turistas para a região sul – a Argentina. Vale lembrar que a especulação imobiliária também ocorre devido às novas levas de moradores que têm deixado cidades como São Paulo em busca de um lugar tranquilo para morar⁵⁷.

⁵⁶ O autor faz uma distinção entre modernização endógena, produto da razão científica e técnica, em contraposição à modernização exógena como aquela imposta por um poder nacional ou estrangeiro, de forma mais voluntarista do que racionalista.

⁵⁷ Como relatei na introdução, Florianópolis foi considerada pela ONU como a capital de melhor qualidade de vida no Brasil e o resultado da divulgação desse fato, segundo alguns entrevistados, é a vinda não apenas de “turistas” como a administração municipal almejava, mas sim de novos moradores que deixam os principais centros urbanos, como São Paulo, devido, principalmente, à violência.

1.5 OS NOVOS CONTEXTOS SOCIAIS

As dissertações de Rial (1988) e Martins (1995) dão exemplos da forma como os “nativos” têm conseguido reorganizam-se frente a mudanças, como aquelas descritas sobre Canasvieiras e Ingleses. Rial (1988), ao analisar as transformações do espaço social na Lagoa da Conceição, mostra que a modernidade insere-se na localidade sem arrasar os modos de vida antigos, especialmente em locais como Canto e Costa da Lagoa, como ressalta a autora: “ao contrário de boa parte da população que habita os bairros da periferia das grandes metrópoles, os nativos da Lagoa não se transferiram para a cidade: a cidade é quem está chegando” (Ib., p.40). Entretanto, se as gerações mais velhas estão menos em contato com o novo e tendem a manter seu estilo de vida, as gerações mais novas têm maior relação com a cultura dominante e possibilidade de aumentar seu capital cultural no sentido proposto por Bourdieu (2003). Tomando três gerações – a antiga, a intermediária e a nova, Rial (1988) mostra que na arqueologia do espaço da casa e da comunidade na Lagoa da Conceição, há uma articulação entre um ethos holístico característico das gerações mais velhas e presentes na geração intermediária, apesar de algumas mudanças, para um ethos individualista que se constitui no modo de vida das novas gerações. A geração intermediária, segundo a autora, começou a estabelecer os contatos com o “pessoal de fora” e posteriormente com os “turistas”, prestando inúmeros serviços ligados à atividade doméstica e ao “turismo”.

Entretanto, até o início da década de 1970, os balneários tiveram como modelo inicial de ocupação a segunda residência⁵⁸, (MARA LAGO, 1996) ou residências secundárias (VAZ, 1991) de propriedade dos habitantes de Florianópolis, como salienta Franzoni (1993, p.162):

Até fins da década de 1970, os veranistas eram, predominantemente, moradores da cidade e das redondezas. Construíram suas próprias casas de praia ou que alugaram casas de moradores do local para ‘passar o verão’. Havia entre os antigos veranistas e os ‘nativos’ uma relação mais fixa, à medida que os veranistas tendiam a voltar aos mesmos lugares, retomando, a cada verão, antigas relações.

Martins (1995) observa duas questões em sua pesquisa: a identidade e a mudança na

⁵⁸ Imóvel construído pelos próprios moradores da cidade num local diferente daquele de sua residência habitual, com a finalidade de passar as férias.

Praia do Santinho. Esta localidade, devido à crescente urbanização e à implementação do “turismo”, teve de utilizar certos mecanismos para assegurar elementos identitários de sua cultura, o que lhes permitiu reorganizarem-se e reordenarem-se frente às mudanças. O autor descreve o processo de implementação do “turismo” na praia do Santinho como voltado para a construção de vultosos empreendimentos, como o Costão do Santinho, sendo que nestes, grande parte dos “nativos” não usufruem os benefícios econômicos e culturais, quando muito ocupam atividades profissionais subalternas.

De acordo com Martins (1995), a relação entre “turismo” e cultura nativa tem introduzido os “nativos” num modo de vida moderno, como a prática do surf que se tornou um esporte também realizado por essa população. Dessa forma, a existência de novos moradores, de camadas médias, acirra as diferenças culturais entre esses grupos, segundo o autor: “Tal situação, ao mesmo tempo em que desestabiliza os processos de socialização característicos do lugar – agora marcado pela diversidade – implementa algumas situações sociais coletivas que permitem aos nativos assegurarem alguns elementos identitários de sua cultura” (MARTINS, p.213). Essas situações sociais coletivas às quais o autor refere-se são os rituais de fuga (roubo da noiva)⁵⁹, o terno de reis⁶⁰, a festa do Divino Espírito Santo⁶¹, o lance da tainha⁶², a farra do boi⁶³ e os campeonatos de surf em que os mais novos participam. Sobre o ritual da farra do boi, Lacerda (2003, p.131) afirma que “a Farra opera, reúne, nega e rememora aspectos importantes da organização social nativa”. A “farra”, juntamente com o “Divino” e a pesca da tainha, reconstitui o modo de vida dos açorianos-descendentes e suas formas de sociabilidade:

⁵⁹ Forma de união comum entre os “nativos” que consiste na fuga da noiva da casa de sua família para morar com o noivo, evitando os rituais formais de casamento no cartório e igreja.

⁶⁰ O Terno de Reis é formado por um trio de cantadores que circulam visitando casas, à noite, na véspera do dia da comemoração do dia de um santo, do nascimento de Cristo ou um outro evento religioso significativo (LACERDA, 2003).

⁶¹ A festa do Divino Espírito Santo, época de saldar as dívidas com o “santo”, segundo Lacerda (2003, p.152) “ocorre durante três dias em que há cortejos, missa festiva, decoração do Império, bailes, shows, barraquinhas, apresentações folclóricas, bingos e queima de fogos. No último dia são coroados o Imperador e a Imperatriz e por fim, sorteados ou eleitos o novo casal festeiro que coordenará as festividades do ano seguinte”.

⁶² Pesca de arrasto da tainha que tem sua safra entre os meses de maio a julho em Florianópolis. Ver Lacerda (2003) sobre os ciclos de trabalho na terra e no mar realizados pelos “nativos”.

⁶³ A Farra do Boi, Boi no Campo, Brincadeira do Boi é um ritual que se realiza em diversas localidades do litoral de SC, especialmente durante a Páscoa e o Natal. O ritual consiste em brincar com o boi, seja em locais abertos (ruas) ou fechados (espécie de arena, cercados) onde o boi é solto e os participantes correm do boi ou atrás do boi enquanto o animal tiver fôlego. Após, prendem novamente o boi, deixam-no descansar para matá-lo e dividir sua carne entre os que o compraram. Esta prática tem sido muito coibida pelos meios de comunicação e mesmo por grupos de proteção a animais que a consideram como violenta. Ver Bastos (1993), Flores (1997b) e Lacerda (1994, 2003).

[...] três eventos rituais emblemáticos aparecem na sociabilidade e na cultura ritual do ilhéu: a farra do boi, ligada ao mundo da diversão, do ócio e do sacrifício animal; o culto - festa do Divino, ligado ao mundo mágico-religioso e espaço privilegiado de execução das promessas; e a pesca artesanal da tainha, ligada ao mundo do trabalho, da hierarquia e da camaradagem. Nesta mesma perspectiva, aponto que o “Boi”, o “Divino” e a “Tainha” poderiam ser tomados como síntese da cosmologia ilhêa, isto é, como cifras da visão de mundo do ilhéu, informada por crenças em seres fantásticos que se metamorfoseiam, onde pontuam bruxas, lobisomens, borboletas, maus-olhados e bem-querências. (LACERDA, 2003, p.17).

Reportando-me a Maccannell (1989) que utiliza as categorias de *front e back region* para analisar as relações entre “turistas” e população local, pode-se relacioná-las às pesquisas sobre Florianópolis, alongando o significado colocado por esse autor, ou seja, se na prática turística a *front region* é o local de encontro entre “turistas” e população local, pesquisas como a de Lacerda (2003) descrevem o que se passa na *back region* onde os “nativos” não estão em contato direto com os “turistas” e vivenciam em momentos reservados seu modo de vida. Maccannell (1989) afirma que este seria o momento de relaxamento e de preparo para receber os “turistas” e dizem respeito a locais não penetrados por pessoas estranhas, como cozinhas, quartos, banheiros, etc., e incluiria também os momentos de realização dos rituais que são diacríticos identitários dos “nativos”, como a “farra do boi” que se constitui num ritual no qual prevalece a sua participação.

1.6 OS SUJEITOS SOCIAIS EM FLORIANÓPOLIS

1.6.1 Os “nativos” ou “manezinhos”

Na teoria antropológica sobre Florianópolis, autores citam a presença de três agentes sociais - os “nativos”⁶⁴, o “pessoal de fora”, moradores da cidade e os “turistas” que aparecem como categorias êmicas (RIAL, 1988; MARTINS, 1995; MOTTA, 2002). Por outro

⁶⁴ Pesquisadores adotaram outras denominações para os “nativos”, explicitando elementos de sua condição social, espacial e cultural - “grupos populares do litoral de Santa Catarina” (MOTTA, 2002) “Ilhéus” (BASTOS, 1993, LACERDA, 2003), ou relativos a sua origem - açoriano-brasileiros” (LACERDA, 1994, 2003) “açoriano descendentes” (LACERDA, 2003). Sobre aspectos da construção da açorianidade ver Leal (2000), Bastos (1993), Lacerda (2003), Flores (1997b), Severino (1998).

lado e sem excluir as categorias anteriores, Fantin (2000) e Motta (2002) assinalam também o uso da expressão “estrangeiros” que englobaria as categorias “turistas” e o “pessoal de fora”, dada a semelhança de estilos de vida e visões de mundo.

Os “nativos”, descendentes de açorianos⁶⁵, também são conhecidos como “manezinhos da ilha”, expressão que aparece, segundo Fantin (2000), a partir da década de 1980. Vale sublinhar que na cultura tradicional do litoral de Santa Catarina a açorianidade não envolve dupla pertença, ou seja, a transnacionalidade está presente numa dimensão simbólica em que Açores torna-se um parceiro coletivo da identidade do “nativo” (LEAL, 2001)⁶⁶.

Inicialmente de conotação negativa, o termo “manezinho” torna-se um elogio, sofrendo um processo de inversão simbólica: “‘Manezinho’ – ou simplesmente *mané* - na visão corrente é a terminologia utilizada para denominar o nativo da Ilha de Santa Catarina de origem açoriana, que se caracteriza por seu linguajar rápido, melodioso e muitas vezes incompreensível para ouvidos ‘estrangeiros’” (Ib.p.155)⁶⁷.

Ao problematizar essa questão, Rial (2001, p.17) afirma que manezinho:

Semanticamente, é diminutivo de “Mané” e quer dizer tolo e farinha grossa. Manezinho vem da palavra tupi (ma’nema) e não é um diminutivo do nome português Manoel ao qual tem sido associado, “Manezinho não é sinônimo de ilhéu e nem de catarinense ou barriga-verde. Ele equivale ao caipira dos paulistas ou o grosso dos gaúchos: quer dizer, um sujeito que vive isolado, que não conhece as coisas da cidade – e por isso é tolo [...].

Esta palavra, segundo Rial (2001, p.17) “[...] serve para identificar um Outro socialmente depreciado”. Entretanto, com o movimento açorianista, ser “manezinho” torna-se

⁶⁵ Ao transitarmos pelos bairros ou localidades de Florianópolis, há exemplos muito significativos em relação à auto-identificação dos ilhéus, assumindo-se como descendentes de açorianos, como estabelecimentos comerciais chamados Farmácia Açoriana, Supermercado Açoriano, Restaurante Rancho Açoriano, Edifício Açores, e até mesmo a existência de uma bandeira de Açores no “Bar do Arantes”, famoso restaurante de comida típica localizado no Pântano do Sul, uma das praias da ilha. Tal utilização de nomes de lugares ou de pessoas para se autoidentificar remete ao que Cardoso de Oliveira (1976, p. 37), aponta como “[...] mecanismos de identificação por contraste, como se os membros do grupo se representassem inequivocamente “semelhantes” entre si enquanto “diferentes” dos membros de outros grupos de referência, numa realização contínua de um “jogo dialético” [...]”.

⁶⁶ Anotações durante a disciplina “Globalização Cultural” no semestre 2001/01.

⁶⁷ Ver Fantin (2000) que descreve de forma minuciosa a construção da figura do manezinho.

positivo – “Ser Manezinho da Ilha é ser visto como mais ilhéu do que os outros ilhéus [...]. O que antes era motivo de vergonha, um desqualificador social, passou a ser visto como uma qualidade positiva” (Ib., p.19). Embora tenha sofrido um processo de inversão simbólica, como afirma Fantin (2000), e passe a ser positivo (RIAL, 2001), o termo ainda é utilizado como depreciador, segundo Lacerda (2003), mostrando seu caráter ambíguo.

Em recentes trabalhos que tratam sobre os modos de vida em Florianópolis (MOTTA, 2002; LACERDA, 2003), são apresentadas duas perspectivas na caracterização dos “nativos”. Motta (2002), ao discutir sobre gênero e reciprocidade numa localidade de Florianópolis, observa que o grupo social formado por descendentes de açorianos não poderia ser qualificado como urbano, açoriano, nativo ou trabalhadores, pois há heterogeneidade interna - o acesso ao mercado de trabalho, à escolarização e ao uso das terras que pertenciam às famílias é diferenciado, por isso, observa-se famílias com bons negócios e possibilidade de melhorar a vida de seus membros por meio da escolarização e outras famílias que perdem suas terras e empobrecem. Motta (2002, p.17) ressalta que o importante é sublinhar a “especificidade do grupo e não a homogeneidade ou falta de complexidade”:

A ascendência açoriana, nem sempre comprovável e, em geral, mais atribuída do que auto-identificada, é sugerida pelo local de residência, sugestão reforçada pelo sotaque, linguagem e predominância de vários hábitos, costumes, tradições e práticas reconhecidas – por especialistas e senso comum – como *açorianas* [grifo da autora].

A autora considera que o englobamento pela cultura abrangente e moderna os afasta da cultura tradicional e local, do trabalho como camponeses/pescadores, uma vez que se inserem no mercado de trabalho e consumo capitalista e têm acesso à educação e saúde como outros grupos populares urbanos. Em vista disso, Motta (2002) os qualifica como grupos populares do litoral de Santa Catarina que, em sua maior parte, possuem um passado pesqueiro-rural muito recente e, em alguns casos, presente e coexistente com o urbano-moderno. Portanto, a autora afirma que o grupo estudado apresenta especificidades culturais inegáveis, mas “a açorianidade só se estabelece e se reproduz como identidade quando é vinculado a valores, categorias, relações e princípios que são efetivamente relevantes no universo simbólico dessas pessoas” (MOTTA 2002,p.269).

O estudo de Lacerda (2003), por outro lado, realiza um mapeamento do calendário ilhéu, evidenciando as atividades de trabalho e momentos festivos, ao mesmo tempo em que

associa as populações do litoral de Santa Catarina à diáspora açoriana, mostrando o quanto a açorianidade, enquanto um processo de “invenção da tradição” (HOBSBAWM e RANGER, 1997), está presente nos “núcleos e espaços sagrados” (FANTIN, 2000).

Concordo com Motta (2002) no sentido de que este grupo sofre influências e vive dentro de uma cultura mais abrangente, assim como apresenta uma heterogeneidade interna ocasionada pelo diferente acesso a um modo de vida moderno, mas penso que a autora restringe a importância da identificação como “nativos” e “manezinhos”⁶⁸, pois eles compartilham uma tradição⁶⁹ que aparece em determinados fazeres e nos momentos festivos.

Já Lacerda (2003) leva ao outro extremo, homogeneizando esta população, deixando em segundo plano as intersecções existentes entre os inúmeros sujeitos sociais que têm interagido com os “nativos”. Assim, a primeira autora enfatiza a heterogeneidade do grupo, o segundo autor sublinha a homogeneidade. A perspectiva de Sahlins (1997) na análise das formas culturais que se manifestam nos grupos, mostra que nesses processos a homogeneidade e a heterogeneidade não são mutuamente exclusivas, não disputando um jogo histórico de soma zero, pois as culturas têm assumido uma variedade de novas configurações, nas quais “as semelhanças culturais da globalização se relacionam dialeticamente com as exigências opostas da indigenização” (Ib., p.57).

Considero, portanto, que os “nativos” compartilham um passado pesqueiro/rural e um modo de vida com crenças, concepção de mundo, organização espacial comuns, identificando-os como fazendo parte de uma cultura açoriana que persiste nas suas práticas cotidianas e os diferencia do “pessoal de fora”. Esse pertencimento a um modo de vida ilhéu permite-lhes, por outro lado, serem sujeitos que atuam no processo de modernização da cidade, praticando o que Sahlins (1997) denomina como indigenização da modernidade.

1.6.2 O “pessoal de fora”

É a partir da década de 1960 que a região de Florianópolis sofre mudanças significativas com um intenso processo de urbanização e aumento da população, contando, entre outras coisas, com a instalação de repartições administrativas estaduais e federais que

⁶⁸ Aquele que se considera um “nativo” também se autodenomina “manezinho”, diferente do morador urbano de Florianópolis que é identificado como “manezinho” por ser natural da cidade, mas não é “nativo” porque não compartilha um modo de vida relacionado às atividades agrícolas e pesqueiras.

fizeram surgir novas oportunidades de empregos e incentivaram as atividades comerciais e de serviços (CECCA, 1996). As transformações advindas desse processo alteraram o modo de vida dos “nativos”, passando do basicamente rural para o urbano.

O aumento populacional da cidade contou, segundo Cecca (1996) com dois tipos de fluxos migratórios. O primeiro deles, composto pelos funcionários das empresas estatais instaladas na Ilha⁷⁰ – famílias de nível médio, vindas do Rio Grande do Sul, Paraná e Rio de Janeiro, que passaram a morar principalmente em novas áreas urbanizadas nos atuais bairros do Pantanal, Córrego Grande, Trindade e Santa Mônica⁷¹, onde também foram instalados equipamentos urbanos como escolas e hospitais. Tal fluxo migratório traz consigo “um modo de vida, de organização do espaço e de valores eminentemente urbanos, criando *conjuntos residenciais, terrenos, cercas, bairros* e principalmente *propriedade privada* onde antes haviam *sítios, terras coletivas e muito verde*” [grifos do autor] (CECCA 1996, p.170)⁷². O segundo fluxo migratório constitui-se por famílias pobres agricultoras vindas do interior do Estado de Santa Catarina ou mesmo de áreas urbanas nas quais não estavam conseguindo suprir suas necessidades de subsistência. Essas famílias disputaram com as famílias pobres que já ocupavam os arredores do centro da cidade, muitas delas afro -descendentes, as encostas do Morro da Cruz⁷³, criando inúmeros conflitos e dificuldades ambientais, especialmente porque a cidade não se preparou para recebê-los.

Outra situação apontada por Cecca (1996) é o fato de que, nos últimos anos, o fluxo de “turistas” pobres que se tornaram moradores da cidade não tem encontrado lugar na “Ilha”, passando a ocupar bairros do “Continente” e dos municípios vizinhos de São José, Biguaçu e Palhoça. Também cabe ressaltar as migrações que ocorrem dentro do próprio município quando a população pobre desloca-se dos morros do centro da cidade, devido à ocupação destes por famílias de maior renda, para os morros da costeira e regiões próximas ao

⁶⁹ Utilizo o conceito de tradição segundo Sahlins (1997, p. 62): “a tradição consiste nos modos distintos como se dá a transformação: a transformação é necessariamente adaptada ao esquema cultural existente”.

⁷⁰ Funcionários da UFSC, Eletrosul, Celesc, Telesc (FANTIN, 2000).

⁷¹ Bairros que fazem parte do distrito sede e situam-se ao redor da Universidade Federal de Santa Catarina.

⁷² Para Cecca (1996, p.105), “os sítios, além de se constituírem como o espaço de suprimento de necessidade tais como alimentação e habitação, eram também um espaço de produção de vida simbólica, do modo de viver ilhéu”. Ainda segundo este relatório, a desarticulação das “antigas unidades de produção” (agricultura, pesca, produção de artefatos, farinha de mandioca e derivados da cana-de-açúcar) foi acelerada pelo desenvolvimento do turismo. Ver Rial (1988) a respeito das diferenças entre sítio e cidade para os “nativos”.

⁷³ Dentre os morros que fazem parte do maciço do Morro da Cruz há o Morro da Mariquinha, Morro da Caixa, Morro do Mocotó e Morro do Saco dos Limões. Há informações de que desde 1900 já havia casas no Morro do Mocotó constituídas por famílias de baixa renda, excluídas das áreas planas do centro da cidade (CECCA, 1996).

aeroporto. Isto revela um processo de *gentrificação* (SMITH, 1996)⁷⁴ que ocorre na cidade quando certas áreas são valorizadas subitamente, implicando em segregação espacial das populações de menos poder aquisitivo. Esse processo está em pleno andamento em Florianópolis, uma vez que vemos áreas extremamente valorizadas, procuradas pelos novos moradores de camadas altas que vão forçando a saída daqueles que não conseguem cumprir com as condições mínimas para ficar na terra, como o pagamento dos impostos.

Esses migrantes são chamados de “pessoal de fora”. Essa categoria, como afirma Fantin (2000), apresenta várias nuances, uma delas a classificação por condição de classe, havendo os ‘de fora’ que fazem parte das camadas médias universitárias, os que pertencem às camadas populares e, ainda, os mais empobrecidos⁷⁵. Para Rial o “pessoal de fora” são aqueles que moram há anos na cidade e mesmo que se considerem como moradores, ainda são vistos como estranhos pelos “nativos”⁷⁶. A chegada dos chamados “de fora”⁷⁷, segundo Fantin (2000, p.36), destituiu a cidade das antigas relações entre pessoas e lugares que eram partilhados por boa parte dos moradores:

A cidade não é mais só dos ‘seus’. Não é mais só daqueles que aqui nasceram. Ela passa a ter outros ‘donos’, passa a ser compartilhada por outros moradores; outros que encontram na cidade um lugar para realizar seus sonhos, viver utopias, buscar qualidade de vida, rareada nas metrópoles; outros que vieram em busca de um simples pedaço de chão e de um modo de ganhar a vida; outros que passam a disputar o amor pela e da cidade.

Essa relação com o “pessoal de fora” sempre foi marcada por inúmeros conflitos – “contraste nos modos de vida, confrontos de valores, disputa de mercado de trabalho, disputa

⁷⁴ Para o autor, “gentrification is the process, [...] by which poor and working class neighborhoods in the inner city are refurbished via an influx of private capital and middle-class homebuyers and renters – neighborhoods that had previously experienced disinvestment and a middle-class exodus. The poorest working-class neighborhoods are getting a remake, capital and the gentry are coming home, and for some in their wake it is not entirely a pretty sight” (SMITH, 1996, p.32).

⁷⁵ Para a autora, os primeiros são chamados de “estrangeiros” ou “de fora” e os últimos de “migrantes”, além disso, os “de fora” que fazem parte da classe alta são denominados “investidores” e “empreendedores” (FANTIN 2000, p. 43).

⁷⁶ Silveira (1996) refere-se aos migrantes alternativos (bichos-grilo) ou de camadas médias que buscam Florianópolis por ser um lugar calmo, bonito, longe do barulho das metrópoles e da violência e podem ter um maior contato com a natureza. Esses migrantes vêm de centros urbanos como Buenos Aires, Montevidéu, Porto Alegre, Curitiba, São Paulo, Rio de Janeiro.

⁷⁷ Além dos funcionários públicos também deslocaram-se para a cidade “profissionais liberais, arquitetos, engenheiros, médicos, aposentados, artistas, professores, estudantes vindos do interior do Estado e de outros Estados do país. Atraíu pequenos empresários, que vieram montar seu negócio, em especial aqueles ligados ao setor do turismo” (FANTIN, 2000, p. 37).

de terra e até mesmo aumento do custo de vida” (FANTIN, 2000, p.37). Embora dividam espaços de moradia próximos, ou seja, há bairros inteiros marcados pela heterogeneidade em sua composição, constituindo-se como territórios mistos, raramente os “nativos” e o “pessoal de fora” compartilham das mesmas atividades de lazer e mantêm relações mais íntimas, pois seus estilos de vida são diferentes. Um dado interessante trazido por Rial (1988) e Fantin (2000) é a existência de áreas de freqüentação ou mesmo de moradia do “pessoal de fora”, como a Lagoa da Conceição que concentra um grande número de pessoas de diferentes partes do Brasil, bairros como o Campeche onde há um significativo número de gaúchos e locais como Canasvieiras e Ingleses onde há muitos argentinos. Fantin (2000) refere-se à existência de locais chamados rua dos paulistas, rua dos gaúchos onde há concentração de moradores “de fora”. Por outro lado, essas situações também mostram que há uma mistura entre os “nativos” e os “de fora”, inexistindo uma segregação, um *apartheid* social. Entretanto, Motta (2002) adverte que a proximidade espacial não garante um convívio pacífico, pois mesmo que não haja um conflito aberto, a própria falta de comunicação entre os moradores faz-nos pensar na violência simbólica dessas relações.

Quando os “nativos” e o “pessoal de fora” compartilham entre si interesses comuns, como a prática de surf descrita por Martins (1995), há possibilidade de construir uma relação de amizade, mas quando isso não acontece, as relações resumem-se a uma troca de favores ou prestação de serviços para os “de fora” (FANTIN, 2000; MOTTA, 2002). Inúmeras situações de hostilidade acontecem quando há discordância nos encaminhamentos de questões relativas ao meio ambiente, nas quais os “de fora” são vistos como os “do contra” por questionarem qualquer empreendimento que venha a ser implementado sem a devida precaução e estudo de sua viabilidade para a cidade⁷⁸. Enfim, não é com tranquilidade que os “nativos” aceitam as opiniões do “pessoal de fora”⁷⁹ com a justificativa de que, por não serem da cidade, não poderiam dar palpite nas questões locais. Para Fantin (2000, p.46), essas diferentes percepções da cidade caracterizam a relação “nativos” x “estrangeiros” e nutrem a disputa entre os “autênticos ilhéus” e os “invasores”. Há, portanto, diferentes níveis de cultura, no sentido proposto por Bakhtin (1993), que se interpenetram⁸⁰.

⁷⁸ Segundo Fantin (2000), o uso do termo “do contra” refere-se aos “de fora” que participam do movimento ecológico e comunitário, compondo um campo político que questiona e contrapõe-se à visão hegemônica dos grupos que comandam a cidade.

⁷⁹ Ver Franzoni (1993) e Fantin (2000) que discutem com profundidade os conflitos políticos entre “nativos” e “pessoal de fora”.

⁸⁰ Bakhtin (1993) observa na Idade Média a existência de uma cultura cômica popular não oficial isolada em determinadas celebrações e festas paralelamente à cultura oficial séria, sendo que a primeira só consegue desenvolver-se quando as fronteiras entre ambas tornam-se frágeis e a cultura cômica penetra no que ele chama

1.6.3 Os “turistas”

Na literatura antropológica sobre Florianópolis, há dois trabalhos que enfocam o “turista” – a dissertação de Schmeil (1994) *Alquila-se una isla: turistas argentinos em Florianópolis* que analisa o “turismo” argentino, tendo como referência o verão de 1991/1992 e a dissertação de Silveira (1996) *Pelas trilhas da Ilha de Santa Catarina: ecoturismo e aventura* que aborda o ecoturismo como uma forma alternativa de prática turística.

A dissertação de Schmeil (1994), descreve o período em que os argentinos invadiram Florianópolis, décadas de 1980 e 1990, devido à liberalização econômica argentina neste período. Com a valorização cambial da sua moeda, os argentinos invadem o Brasil para fazer compras e “turismo”, levando inclusive eletrodomésticos. Schmeil (1994) afirma que depois desse *boom*, a vinda dos argentinos teve momentos de altos e baixos em função de uma inversão dessa situação. Quando a moeda brasileira esteve estável, foi a vez dos brasileiros irem na Argentina fazer suas compras. De 1983 em diante, o fluxo de turistas argentinos começou a crescer novamente, chegando até a maior temporada em número desses “turistas” que foi em 1993, segundo a autora.

Os argentinos observados por Schmeil (1994) eram provenientes de Buenos Aires, em sua maioria, e se hospedavam principalmente em Canasvieiras, local que a autora chama de reduto turístico exclusivamente argentino. Dentre suas observações, uma questão importante fornece elementos para pensar sobre o comportamento dos argentinos em Florianópolis, inúmeras vezes conflituoso com as práticas da população local e mesmo com outros “turistas” - suas representações a respeito do Brasil que os têm levado a uma relativa suspensão de seu cotidiano na Ilha de Santa Catarina. Esses turistas buscam em Florianópolis o Brasil – “[...] o brasileiro ou as brasileirices divulgadas a nível internacional. Essas brasileirices são características que dão ao Brasil uma maquiagem de liberalidade, soltura, sexualidade, musicalidade, entre outras” (Ib., p.68). A população anfitriã, segundo Schmeil (1994), vê o comportamento argentino como catártico ou extravasador, pois os “turistas” liberam-se, são espontâneos. Esta liberação é vista como um incômodo, como algo exagerado, o que pode ser observado, segundo a autora, nas falas da população em que o advérbio muito está ligado aos adjetivos que se referem aos argentinos.

de grande literatura, o que leva a uma nova visão de mundo. Neste caso, o caminho inverso também é válido no sentido que formas oficiais de literatura passam a fazer parte do cotidiano da praça pública.

Nos anos 80 e 90, os argentinos que freqüentavam Florianópolis eram de diversas faixas etárias, sendo que os jovens iam à praia mais tarde uma vez que passavam a noite acordados fazendo festa em bares e boates de Canasvieiras e dormindo durante o dia. A autora ressalta que “nas boates eles dançam, riem e berram muito. Em alguns momentos, no auge da descontração, eles aclamavam em coro o seu país gritando: *Argentina! Argentina! Argentina!*” (SCHMEIL 1994, p.59). Durante as madrugadas, esses jovens andavam pelas ruas centrais da localidade bebendo, chutando latas, dando gargalhadas e cantando.

Identificando o turismo praticado pelos argentinos como recreacional e de massa, Schmeil (1994) constata que o “turista” argentino costuma procurar locais urbanizados, com uma boa infraestrutura e conforto. Nos locais pesquisados pela autora, Canasvieiras e Barra da Lagoa há diferentes formas de interação desses turistas com a população local. Enquanto na primeira formam uma espécie de gueto e a localidade procura adaptar-se às suas necessidades urbanas, na Barra da Lagoa os “turistas” argentinos tenderiam a se adaptar ao modo de vida da localidade. Num dos quadros elaborados por Schmeil a respeito das características do “nativo/pescador – lavrador florianopolitano” indicadas nos discursos dos “turistas” argentinos, os “nativos” são classificados como tradicionais, provincianos, arredios, isolados, preconceituosos, fofoqueiros e invasores de privacidade. Ao mesmo tempo em possuem algumas características que os relaciona a uma idéia de brasilidade – quentes, bons, abertos, solidários, alegres, soltos e espontâneos:

Os nativos dão um toque mais ‘primitivo’ ou selvagem’ ao cenário florianopolitano, estimulando a percepção do turista no sentido da constatação da diferença ou da diversidade com relação a seu mundo. Eles se tornam um componente a mais para a confirmação da possibilidade de inversões, já que o mundo argentino é mais urbanizado, ou menos natural, e a natureza em seus discursos está quase sempre associada a espontaneidade ou ausência de regras. (Ib., p.82).

De um modo geral, pensando em argentinos x brasileiros, a autora afirma que para os argentinos os brasileiros são vistos como fanfarrões e ligeiros, já os brasileiros consideram os argentinos como economicamente superiores, orgulhosos, exigentes, soberbos, medrosos (SCHMEIL, 1994).

A fluxo significativo dos “gringos”⁸¹ durante um longo período, relação muitas vezes baseada em amizade, troca de favores, camaradagem, compadrio, encerra um caráter ambíguo – ao mesmo tempo em que a vinda do “turista” é desejada porque deixa dinheiro na cidade, havendo um discurso no sentido de recebê-lo bem e muitos assim o recebem, sua presença também é motivo de reclamações e transtornos – são os preços altos, o trânsito difícil, os problemas ecológicos advindos da sua presença em número excessivo e seu comportamento muitas vezes conflitivo. Entretanto, sua condição de vizinhança esporádica e efêmera (MALUF, 1993), os torna mais bem quistos do que o “pessoal de fora” que vem para ficar e roubar espaço do “nativo”. Embora Fantin (2000), afirme que a população de Florianópolis está refém do turismo e praticamente não foi produzida outra alternativa para obtenção de renda, considero que há uma série de trabalhos aos quais a população local, especialmente os “nativos”, recorrem, ao que se pode falar numa pluralidade de atividades.

No estudo que realiza sobre o espaço e sociabilidade na Praça XV, no centro de Florianópolis, Coradini (1995) refere-se aos “turistas” como eventuais freqüentadores, que chegam sozinhos ou em grupos, especialmente no verão quando a presença de argentinos, uruguaios e de pessoas dos Estados vizinhos é significativa. A autora observou que os “turistas” estão geralmente acompanhados por um guia de turismo: “Destacam-se os turistas que chegam em excursão: são facilmente identificados pela animação, pelas roupas claras, pele avermelhada do sol, máquina fotográfica, filmadora e, geralmente compram dos artesãos camisetas com estampas da Ilha” (Ib.,p.114). Além disso, olhavam a antiga feira de artesanato que havia na Praça e davam voltinhas em torno da figueira⁸².

A Praça XV, como outros locais históricos do centro de Florianópolis, fazem parte do roteiro turístico seguido pelos “guias” do Portal Turístico para as inúmeras excursões que passam a freqüentar a “Ilha” a partir do mês de outubro. Este é o mês das festas alemãs no Estado, como a Oktoberfest em Blumenau, e grupos que estão nesta cidade vêm conhecer

⁸¹ Denominação utilizada pela população local para denominar os “turistas” argentinos, uruguaios, paraguaios, etc., possuindo uma conotação negativa. Ao pesquisar sobre a etimologia desta palavra no idioma espanhol, encontrei versões muito interessantes. A primeira refere-se ao fato dos espanhóis chamarem de *griegos* (gregos, que também utilizamos para expressar algo que não conseguimos entender) aos estrangeiros e a palavra ter sido adaptada. Outras versões referem-se à guerra entre mexicanos e norte-americanos (1845-1847) na qual há três histórias diferentes sobre o uso da palavra: na guerra os americanos cantavam uma música chamada *Green grow the lilacs*; que os batalhões dos americanos identificavam-se por cores e no campo de batalha o comandante gritava *green go*; que os americanos usavam uniformes verdes e os mexicanos gritavam *Green go home*. No site <http://etimologias.dechile.net/?gringo> encontra-se ainda outras versões. Para o site <http://ask.yahoo.com>, a primeira versão seria a mais plausível.

⁸² No centro da Praça XV há uma figueira que teria sido plantada em 1891 ou transplantada para o local em 1906, referência importante na cidade e, segundo o imaginário da população, aquele que quiser voltar à

Florianópolis.

Em torno do tipo de “turista” que se quer na cidade, Fantin (2000) chama atenção para a mudança de concepção de “turismo” que começa a aparecer na década de 1990 – a idéia de se privilegiar um turismo de classe A (“turistas” de camadas altas, com nível educacional elevado) em detrimento do turismo de massa que tem sido a característica da cidade e reúne uma grande quantidade e diversidade de pessoas, geralmente de nível econômico e educacional baixo e médio, onde estariam incluídos também aqueles que se deslocam dentro da cidade e de municípios vizinhos.

Outros tipos de “turismo” têm sido fomentados pelos órgãos oficiais, como o ecoturismo⁸³, que é apresentado nos folhetos turísticos como uma opção na cidade. Silveira (1996) afirma que o ecoturismo é um fenômeno sócio-antropológico que tem origem nos centros urbanos e diz respeito ao deslocamento que os moradores desses centros fazem para as regiões naturais, habitadas ou não, por prazer e na busca de conhecimentos sobre a natureza e/ou às culturas que ocupam tais espaços. O autor o descreve como uma modalidade turística que tem encontrado um significativo espaço em Florianópolis a partir da década de 1990 por iniciativa de pessoas interessadas em questões ambientais, pressupondo a interação grupal e têm sido realizadas por dois tipos de ecoturistas: os moradores da ilha (“nativos” ou vindos “de fora”) e os visitantes em férias⁸⁴.

Silveira (1996) também ressalta que apesar de ser uma prática recente, tem se constituído no cenário internacional como uma atividade sócio-econômica promissora que abarca duas questões: “o turismo como uma importante prática de lazer; sua relação com o sistema econômico, mas também os seus impactos sócio-ambientais [sic] e a ecologia,

Florianópolis deve dar três voltinhas no sentido horário e aquele que quiser casar deve fazer o mesmo, mas no sentido anti-horário (CORADINI, 1995).

⁸³ Segundo Jafari (2001), as formas alternativas de turismo estariam incluídas na “plataforma de adaptação”: o como – e defendem formas alternativas de turismo ou tipos adaptados de turismo que poderiam ter menos ou poucas consequências negativas em relação a outras opções. Essa plataforma se formou na década de 80. Estas novas estratégias são conhecidas, por exemplo, como agroturismo, turismo apropriado, turismo cultural ou étnico, turismo indígena, turismo rural, ecoturismo, turismo de fazenda, turismo verde, turismo natural, paraturismo, turismo sustentável, etc. Em geral, estas formas de turismo são centradas na comunidade, empregam recursos locais, são mais fáceis de administrar, não são destrutivas, beneficiam aos locais e turistas, e também melhoram a comunicação entre eles. Uma das últimas alternativas - o ecoturismo tem atraído a atenção dos operadores e governos, assim como de pesquisadores e acadêmicos. A opção por um turismo menos impactante para as sociedades de acolhida mostra uma abertura às práticas turísticas, mas considerando as consequências negativas que essas práticas têm ocasionado.

⁸⁴ Silveira (1996) enumera as seguintes modalidades de práticas ecoturísticas e de esportes de aventura: trekking (caminhada em pequenos grupos por trilhas ao longo da ilha), escalada ou montanhismo, passeios de escuna, excursões espeleológicas e rafting (realizados geralmente em outros municípios, mas organizadas por agências de Florianópolis), saltos, paraplanagem, asa delta, mergulho, surf, windsurf, canoagem, mountain-bike. O trekking é

enquanto conhecimento científico e como uma força de percepção do mundo natural na atualidade” (Ib.,p.44).

Uma reflexão central proposta por Silveira (1996) é considerar a existência de ecoturismos, não sendo apropriada uma visão homogeneizante do fenômeno, uma vez que ele abarca uma série de atividades com diferentes envolvimento sociais, psicológicos e físicos. Da mesma forma, o autor revela que não é possível falar em perfil do ecoturistas, pois há uma variedade de inserções nesse universo e níveis de experiência ecoturística, sendo mais adequado falar em estilos de ecoturistas, ou seja, a prática deste “turismo” envolve diferentes estéticas na relação com a natureza, sem esquecer também a dimensão sócio-econômica que influencia na opção por esta ou aquela atividade.

Fazendo uma síntese a respeito dos estudos que tratam do tema “turismo”, várias idéias são recorrentes, como a dificuldade de utilização de algumas categorias, principalmente “turismo” e “turistas” que muitas vezes não são problematizadas, passando de objeto empírico a teórico. Esse problema é facilmente solucionado pela Antropologia que tem a etnografia como instrumento que permite captar os significados das relações sociais. Portanto, outra dificuldade geralmente apontada – a existência de poucos estudos sobre o tema e o caráter ainda em construção desse “campo de estudos” ou a necessidade de criar-se uma “antropologia aplicada” ao tema não me parecem pertinentes, pois assim estaremos essencializando seu significado, pois “turismo” é algo pouco palpável, não servindo para designar coisa alguma já que acontece de forma diferenciada em cada lugar. Assim, nas Ciências Sociais cabe mais questionar do que mesmo adotar qualquer tipo de classificação e definição que restrinja a riqueza dos dados coletados em campo. Há autores que consideram o “turismo” como uma deterioração da idéia de viagem, mas levando em conta as mudanças que tomaram corpo a partir do século XIX – desenvolvimento dos transportes que possibilitou menos tempo no deslocamento e alcance de qualquer ponto no mundo; as férias pagas; o nacionalismo que formata o destino turístico, criando uma identidade, um produto a ser vendido e também os serviços de agentes turísticos que passam a existir (como os guias turísticos), podemos considerá-lo como um produto da modernidade, acrescentando todas as críticas ao seu modo de acontecer – circular, superficial, mercantilizado, mas com a possibilidade de percebermos outros elementos, como a questão da mediação cultural que abordo nesta tese.

a prática mais freqüente entre os ecoturistas, os passeios de escuna também são populares e envolvem diferentes estilos de turistas, segundo o autor.

Na leitura da bibliografia sobre Florianópolis podem-se constatar duas situações que desencadearam transformações urbanas e sociais expressivas para os “nativos” - a chegada do “pessoal de fora” e as práticas turísticas, sendo a primeira delas a mais significativa no sentido de influenciar cotidianamente as relações, principalmente as disputas por espaço e confrontação de diferentes estilos de vida. Até a década de 1960, a cidade caracterizava-se pela existência de uma população rural dedicada à pesca e a agricultura (SANTOS, 1971) que foi entrando em contato com novos grupos que se tornaram moradores da cidade. Uma das situações responsáveis pelo grande crescimento populacional são as migrações de funcionários públicos que vieram para Florianópolis trabalhar em estatais instaladas a partir da década de 1960, além dos migrantes do interior de Santa Catarina. Esses migrantes ocuparam diferentes espaços na cidade, no primeiro caso as regiões mais nobres enquanto muitas famílias de agricultores vão ocupar morros nos bairros próximos ao centro da cidade. A presença dos “de fora” ocasiona inúmeros conflitos com a população “nativa”, o que evidencia o contraste entre um modo de vida urbano, característico de grandes centros, como Porto Alegre, Rio de Janeiro e São Paulo e o modo de vida dos “manezinhos”, voltado para as atividades primárias.

A consolidação do “turismo”, que acontece ao longo de três décadas, a partir de 1970, impõe novas marcas na urbanização da cidade - inúmeros espaços de uso comum dão lugar a loteamentos. Em algumas localidades os antigos moradores vendem suas terras próximas ao mar e se deslocam para o interior ou para cidades próximas. Situação que aconteceu nas áreas de maior uso turístico, como no norte e leste da Ilha, sendo a praia de Canasvieiras uma das primeiras a receber infra-estrutura voltada para os empreendimentos turísticos. O “turismo” praticado de forma sazonal e que demandou a construção de infra-estrutura para receber os visitantes, desenvolveu-se de forma não planejada, criando problemas em relação a saneamento básico, construções irregulares, desequilíbrio ambiental, entre outros. Entretanto, esses problemas são sentidos diferentemente nas praias da Ilha – o norte e leste têm um crescimento vertiginoso, o que acontece mais paulatinamente na região sul da cidade. Também se percebe diferentes configurações nas localidades devido a uma maior ou menor presença de população “nativa” que diferentemente convive com aspectos da modernidade trazidos pelos “de fora” e pelos “turistas”. O “turista”, mesmo sendo transitório na cidade, nem sempre é bem aceito, como o caso dos argentinos que se caracterizaram como o maior grupo de estrangeiros a visitar a Ilha desde o final dos anos de 1970, pois os conflitos aparecem continuamente em relação ao comportamento extravasador de muitos deles e a

forma “pacata” da população “nativa”. O norte da Ilha torna-se o lugar preferencial de freqüência dos argentinos que ao longo deste período, conforme as condições econômicas dos dois países vieram em maior ou menor número.

Capítulo 2

As práticas turísticas na Ilha de Santa Catarina

2.1 A CONSTRUÇÃO DE UMA CULTURA DE PRAIA EM FLORIANÓPOLIS

Dentre as atrações turísticas mais lembradas, as belezas naturais da “Ilha” são consideradas o principal atrativo para os visitantes. Como cidade marítima⁸⁵ e insular em quase todo o seu território, Florianópolis possui um conjunto de paisagens nas quais há um domínio do mar e das matas. Entretanto, o interesse dos “turistas” nas matas é mais visual do que propriamente para percorrê-las, a não ser no caso dos ecoturistas que procuram um convívio mais intenso com a natureza (SILVEIRA, 1996). Em vista disso, descrevo o modo pelo qual a “praia” transforma-se num espaço de lazer e na principal atração turística. A intensa relação com o mar não é uma característica somente do “pessoal de fora” e dos “turistas” e traduz-se em diferentes usos dos espaços à beira mar ao longo da formação e consolidação de Florianópolis como um espaço urbano. A leitura de várias reflexões sobre diferentes aspectos da cidade (CABRAL, 1971; SANTOS, 1971; BECK, 1979; SCHMEIL, 1994; CORADINI, 1995; MARTINS, 1995; MARA LAGO, 1996; CECCA, 1996; SILVEIRA, 1996; FERREIRA, 1998; FANTIN, 2000) permite estabelecer pelo menos três períodos pelos quais os campos de interação social são estruturados pela população local e “turistas” na sua convivência à beira mar⁸⁶.

⁸⁵ Na relação da cidade com o turismo podemos considerar três casos, segundo Prista (2004): a cidade antiga e seu patrimônio onde os visitantes vão à procura do consumo cultural e chamam atenção para o valor patrimonial da coisa edificada - além de visitar os locais, o próprio turismo cria os locais; a cidade fantasia que é “artificial”, edificada em função do uso turístico, lúdico, recreativo e que, em certos momentos, é habitada por turistas; a cidade marítima que se caracteriza por sua frente balneária, por suas avenidas à beira mar, sendo que Florianópolis pode ser considerada neste último caso.

⁸⁶ Rial (1988, p.347) divide a história do espaço na Ilha de Santa Catarina em quatro períodos: “No primeiro, a maior parte da paisagem era coberta por uma vasta floresta e seus habitantes majoritários eram os animais, seguidos pelos índios carijós e, depois de 1679, por algumas dezenas de homens brancos. O segundo que inicia em 1739, é o espaço militar, marcado pelo objetivo de defesa do território frente aos espanhóis e pela conseqüente edificação de quatro grandes fortalezas na Ilha. O terceiro, o espaço camponês, se constituiria de modo mais definido com a chegada dos açorianos em 1748 [...]”. Por fim, o quarto período seria o espaço contemporâneo a partir do qual iniciou esta descrição.

O primeiro período pode ser situado do século XIX até o início do século XX e caracterizou-se pelo uso do mar como espaço de trabalho - pesca e transporte de mercadorias (FERREIRA, 1998)⁸⁷, além de depósito de lixo. No texto que denomina “capítulo da sujeira” Cabral (1971, p.171) escreve que “não poderiam ter as casas suas frentes, suas fachadas abertas a tantos [...] ‘miasmas’ – o terror do século. Por isso, deitavam para eles os fundos, de cujas janelas os moradores também ajudavam a emporcalhar as praias”. Esses despejos eram feitos de forma diferente, conforme o adensamento da população⁸⁸. A região central, que não contava com qualquer sistema de saneamento, o fazia nas praias próximas⁸⁹:

[...] Praia era lugar de despejo, de cachorro morto, de lixo, lugar onde se derramavam as vasilhas de matéria fecal, para que tudo se diluísse na maré, para que tudo desaparecesse no refluxo. A praia foi o quintal mal cuidado das casas sem quintal, onde havia tudo o que fosse porcaria, tudo que não prestasse para coisa alguma. Reconhecia-se-lhe prioridade como lugar para tais despejos e, tão corriqueiro se tornou o hábito que, em 1830, as Posturas da Câmara Municipal de Desterro cuidavam que as imundícias e águas sujas que pudessem ‘exhalar miasmas pútridos e infectar o ar’ não fossem lançados à rua, mas, juntamente com os detritos dos cortumes, para ‘não infectar a athmosphera’, jogados ao mar. (CABRAL, 1971, p.169)

Cabral (1971) relata que esse fenômeno não era só local, pois a praia não desfrutava do menor prestígio. Essa situação perdurou até o período de transição do Império para a República, quando os administradores públicos começaram a ter uma maior preocupação com a higienização (saneamento, canalização de córregos, água encanada, energia elétrica, esgoto, etc.)⁹⁰ que trouxe uma nova forma de ver e utilizar o mar.

A partir do início do século XX, que pode ser considerada uma segunda fase, as “praias” ainda não eram utilizadas da forma como hoje conhecemos, sendo que a recreação ou diversão “estava imbricada no calendário litúrgico, na sazonalidade e no cotidiano das pessoas”, como observou Ferreira (1998) nos jornais da época. Neste período, aconteciam

⁸⁷ Estudo em que trata sobre o banho de mar em Florianópolis, tendo como objeto de pesquisa os jornais do período de 1900 a 1950.

⁸⁸ No centro da cidade, parte mais populosa de Desterro, essa situação agravava-se porque, diferente das chácaras, a grande quantidade de lixo e materiais fecais tornava as praias impróprias para qualquer outra atividade. Mesmo assim, na praia do Largo da Matriz, local onde transitavam as canoas com gêneros alimentícios e onde se fazia o comércio desses produtos, os despejos diários eram feitos (CABRAL, 1971).

⁸⁹ Cabral (1971) relata como surgiram tentativas de recolha de lixo em Desterro, muitas vezes barrada pela falta de investimento e, quando passaram a recolher os materiais fecais em caminhões, estes exalavam um terrível cheiro.

⁹⁰ No ano de 1919 foi iniciada a construção da primeira avenida da cidade, a Hercílio Luz, que na época foi chamada de Avenida do Saneamento, ao mesmo tempo em que houve a demolição de cortiços da região central que se constituía no casario miúdo ocupados por moradores pobres (ARAÚJO, 1989).

atividades à beira mar como piqueniques⁹¹. A palavra lazer não aparecia e o banho de mar era chamado de “desporto, divertimento, refrigério, gozo, etc.” (FERREIRA, 1998, p.10). Somente nas primeiras décadas deste século surgiu, por influência europeia, como ressalta Azevedo (1988), o uso do mar pelo valor terapêutico da água salgada, prática que no Brasil antecedeu os banhos batidos⁹² e a própria ocupação das praias como locais de lazer.



Figura 6 - Praça Fernando Machado, Capitania ao fundo, nos anos 20. (Hoje antigo Terminal Urbano)

Fonte: <http://aventurasfloripa.com.br/albuns>



Figura 7 - Praça Fernando Machado e o Miramar nos anos 20.

Fonte: <http://aventurasfloripa.com.br/albuns>

Numa das entrevistas realizadas, conversei com Sílvio⁹³, professor do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, natural de Florianópolis, intelectual que realizou

⁹¹ Azevedo (1988, p. 5), discutindo a praia como espaço de sociabilidade, lembra que antes do banho salgado ou banho de mar no país, “a diversão e o exercício em grupo, fugindo da rotina diária, se faziam no pic-nic, excursão de família, de parentela ou de amigos, colegas ou vizinhos a algum lugar aprazível nos arredores ou arrabaldes das cidades, fácil de alcançar pelos meios contemporâneos de transporte”.

⁹² A ida à maré consistia no banho de mar para tratamento de inúmeras doenças, o que desencadeou a valorização de terrenos à beira mar para instalação de casas aos que quisessem lá permanecer durante os banhos e também instalação de casas-de-saúde com este objetivo. O “banho batido” consistia em banhos no mar agitado e perigoso por prazer (AZEVEDO, 1988).

⁹³ Doutor Sílvio Coelho dos Santos, 67 anos, atualmente aposentado como docente da UFSC, mas que mantém uma efetiva participação em atividades educativas, de pesquisa e orientação de pós-graduandos. Embora natural da “Ilha”, não o considero como “nativo” porque se criou no meio urbano de Florianópolis e compartilha valores de uma camada intelectualizada em contraposição à vida do interior da “Ilha”, onde se desenvolviam atividades agrícolas e pesqueiras. Entrevista concedida em 25/11/2003.

inúmeros estudos sobre Santa Catarina. Na sala do Núcleo de Estudos de Populações Indígenas (NEPI) que coordena, relatou-me fatos a respeito de sua infância na “Ilha” que ajudam a reconstruir esse momento em que os benefícios da água salgada começam a ser valorizados na cidade:

[...] eu sou um jovem do ano de 1938, [...] acredito que lá por 1944 ou 45, não sei bem, eu e meus irmãos fomos acometidos de coqueluche. Nós morávamos no centro da cidade, onde hoje é a Mauro Ramos, [...] o nome era Rua Monsenhor Topp. Os médicos daquele tempo atendiam em casa e o médico recomendou para o meu pai que levasse os filhos para uma beira de praia. [...], meu pai alugou uma barca, uma casa bem na beira da Praia da Saudade porque o que eu me lembro, lembrança talvez mais contada pela família, é que nós passamos em torno de quinze dias na praia em função do surto de coqueluche, para mudar de ares, banho de mar e tudo o mais.

Em seu relato, vê-se que o espaço utilizado, a Praia da Saudade, localizada no “Continente”, já possuía uma estrutura mínima para receber banhistas. Entretanto, não se constituía no uso da “praia” por lazer. Nesse sentido, o entrevistado refere-se a outras atividades realizadas posteriormente pelos jovens moradores urbanos que se aventuravam nas localidades fora da região central da cidade. O exemplo apresentado por Sílvio refere-se a Lagoa da Conceição que, embora sem infraestrutura e transportes, ainda era um dos locais mais próximos, apesar da precariedade dos transportes:

Ir na lagoa para pescar siri, numa noite de verão, era passeio da cidade ou a garotada ia também independente. Já eu, quando tinha meus 16, 17 anos, ia passar na Lagoa - saía no sábado à tarde e voltava domingo, mas era uma marcha porque o ônibus era só até o Itacorubi, depois tinha que fazer tudo a pé. Estamos falando de um lugar que não tem luz, não tem água, não tem ônibus e a estrada é de barro, quer dizer, tudo é longe, cada excursão dessa era uma aventura [...].

Outra forma de diversão comum para esses jovens citadinos, segundo o entrevistado, era um banho de mar para refrescarem-se do calor, para brincar e nadar, o que não a caracterizava como uma atividade organizada da forma como conhecemos hoje, além de acontecer ocasionalmente: “[...] isso não é ir ao mar com a idéia de lazer [...]. O cara estava suado, chegava lá e caía n’água, nadava um pouco se soubesse, voltava, brincava e saía, muitas vezes sem roupa ou meninada de vestido, isso era comum”. É importante fazer uma

diferenciação entre as formas de uso do mar pela população urbana de Florianópolis, como descrita por Sílvio e a população do interior, os pescadores que, tradicionalmente, utilizaram o mar como espaço de trabalho.

Essa oposição fica evidente no relato de “Seu” Agostinho⁹⁴, 82 anos, “nativo” e morador da Barra da Lagoa, hoje pescador aposentado, que é muito solicitado por escolas, jornalistas e pesquisadores para dar depoimentos e entrevistas, pois além de ter boa memória e ser muito comunicativo, gosta de contar as histórias da “Barra” e dos pescadores. Nas suas histórias que relembram o cotidiano do pessoal “do seu lugar” faz a distinção entre o “turismo” que tomava banho de mar e a população “nativa” que não tinha esse hábito:

[...] e dantes as nossas mulheres brasileiras, aqui barrenças, nunca tomaram banho em praia, só tomavam banhozinho de gamela de pau porque a água era difícil, buscava o pote d’água no mato [...]. E as mulheres também se acostumaram a essa água boa, mas quem descobriu foi o turismo e as nossas não sabiam a beleza do ar, a beleza do sol. O trabalho delas era outro, elas escalavam peixe, elas batiam algodão, elas não eram aquelas mulheres perfeitas [...] Hoje a mulher usou o perfume do Avon e não quis mais pegar o café, ela quis se limpar e ela fez muito bem.

Em sua dissertação sobre a Lagoa da Conceição, Rial (1988) também se refere a esse fato no sentido de que os moradores do interior da Ilha só tomaram conhecimento da possibilidade do uso da praia como lugar de diversão, com a vinda do “pessoal de fora”, que introduziram, na década de 1950, o hábito de tomar sol e brincar na água, com pode ser percebido neste relato colhido pela autora:

Quando eu me criei aqui não se falava em praia. Praia não existia. Quer dizer, existia praia, mas para nós era praia para pescar, não para tomar banho. A primeira família que veio morar aqui, passando a ponte, eram os Arianos. Se passava ali para ir ao Retiro. As mulheres não passavam ali sozinhas, com medo dessa família, porque diziam que eles atacavam a gente. Quer dizer, eles é que andavam tomando banho. Eles eram do centro de Florianópolis. Para mulher passar só com três, quatro pessoas. (Seu José, 50 anos, morador do Canto da Lagoa) (Ib., p.74)

Segundo Rial (1988) tomar banho torna-se um diacrítico de identidade entre os “nativos” e o “pessoal de fora”. Há uma diferenciação entre “gente de praia” - os veranistas - e a população moradora do interior da Ilha. Se os “nativos” freqüentavam a praia somente

⁹⁴ Conversei com “Seu” Agostinho na casa onde reside com sua esposa. Entrevista concedida em 04/02/2003.

com o objetivo de trabalho, neste caso os homens, as mulheres das gerações mais velhas o faziam para acompanhar a chegada de um barco ou para ver o “pessoal de fora”, nunca desacompanhadas e, neste caso, a roupa que utilizavam era short e camiseta, nunca o maiô (RIAL, 1988). A população urbana, portanto, aos moldes de outros locais do Brasil, desenvolveu uma cultura de praia (AZEVEDO, 1988)⁹⁵.

A população urbana de Florianópolis começou a desenvolver o hábito de freqüentar as praias por volta da década 1930, inicialmente na parte continental da cidade – Coqueiros e Ponta do Leal, situação oportunizada pela construção da Ponte Hercílio Luz que levou inúmeras famílias a tornarem populares os banhos de mar com o intuito de “curtir a praia”. Na praia de Coqueiros houve um movimento de ocupação, durante a temporada, das casas já existentes, bem como a abertura de loteamentos para casas de veraneio. Entretanto, estava apenas iniciando-se uma “cultura da praia”, pois nesse período as férias não estavam direcionadas ao deslocamento para as mesmas, como podemos perceber no depoimento de Sílvio a respeito de sua família:

O turismo, no sentido de um fluxo de pessoas que vem com a idéia de lazer, eu acho que isso vale para o Brasil inteiro, não se tirava férias. Quando eu era garoto, dia de férias eram férias escolares. Meus pais, meus tios, que eram pequenos comerciantes, viajavam, [...] às vezes por lazer ou no sentido de fazer algum negócio, mas a idéia de se tirar férias, isso não existia. E funcionário público [...] não tinha essa coisa de viajar. Tirava férias para trabalhar em casa, para fazer alguma coisa – pintar a casa, fazer uma cerca, plantar uma roça, dependendo do terreno que o cara tivesse. A não ser que fosse um funcionário público de fora, [...], então ele tirava férias, fazia uma viagem para visitar algum parente, isso a cada cinco anos, uma coisa desse tipo.

O núcleo central de Desterro, neste período, caracterizava-se como residencial e comercial, a urbanização da cidade restringia-se praticamente à região central sem causar grandes mudanças no interior da “Ilha”. O porto de Florianópolis era o principal local de escoamento da produção e perdeu sua posição devido às mudanças tecnológicas dos transportes marítimos (navio a vapor e motores à explosão) que, por serem de maior volume, exigiam condições de manobras e atracação que não existiam na “Ilha”⁹⁶. Tal situação perdurou até a década de 1950, e só na década seguinte, a capital volta a participar das

⁹⁵ Segundo o autor “na verdade, os brasileiros têm, mais do que um verdadeiro culto da praia, fazendo da mesma pontos focais de sua existência, quer vivam na proximidade das mesmas ou no interior do país, uma autêntica cultura da praia” (AZEVEDO, 1988, p.31).

⁹⁶ A produção do interior da “Ilha”, que era voltada para a circulação de pequenas embarcações, diminui devido à falta de mercado consumidor.

atividades econômicas do Estado, havendo também nesse período uma intensificação do fluxo migratório para a cidade (CECCA, 1996).



Figura 8 - Centro da cidade nos anos 60
Fonte: <http://aventurasfloripa.com.br/albuns>

Nesta fase, os moradores ainda faziam um uso restrito das praias mais distantes do centro da cidade – as do norte e sul da “Ilha”, e costumavam freqüenta-las no sentido de fazer um passeio a um lugar diferente, pouco urbanizado, para onde também se deslocavam no inverno durante a safra da tainha. Sílvio relembra que durante a década de 1960 era comum a realização de um piquenique, pelo menos uma vez durante na “temporada”, atividade que poderia envolver a família e parentes que se deslocavam em vários carros até uma das praias do interior da “Ilha”. Nesses locais faziam, geralmente, um churrasco embaixo de uma árvore ou assavam um peixe. Era, segundo o entrevistado, o “lazer da praia”⁹⁷.

Até 1960 continuou a freqüência à parte continental da cidade, nos bairros: Balneário e Coqueiros (Praia da Saudade, Praia do Meio, Itaguaçu e Bom Abrigo) que se caracterizou como o fenômeno do veranismo no qual os moradores passavam o verão em suas casas de praia (SCHMEIL, 1994). Nas praias do continente houve a implementação de uma infraestrutura para o lazer, como o Clube 12 de agosto, na Praia da Saudade, que seria o local “chic” freqüentado pela alta sociedade da época.

Concomitante à freqüência às praias do continente, havia locais próximo ao centro da

⁹⁷ Silveira (1996) refere-se ao lazer manezinho citado por um de seus entrevistados que consistia em passeios de carro feitos em família, aos domingos, até “praias” mais distantes no interior da “Ilha”, como Ponta do Sambaqui, Campeche, Ribeirão da Ilha e a Jurerê na década de 1970 quando havia apenas uma mata de eucalipto e as pessoas faziam ali piqueniques. Sobre este aspecto Paulo Lago (1996, p.265) afirma que “antes da disseminação da segunda residência, o uso da praia de mar aberto era atraente, mas fugaz, excelente para eventuais piqueniques, com picanhas assadas em improvisadas churrasqueiras, ao ar livre, de preferência nos espaços semi-baldios de associações corporativas, à sombra fugidia de olandis, capiúvas e cambuís. Enfim, muitos filhos de boas famílias florianopolitanas têm no currículo um momento de desbravadores “farofeiros” [grifos do autor]”

“Ilha” que eram utilizados pelas camadas populares, que não tinham acesso aos locais badalados, ou simplesmente as utilizam como uma forma de lazer. Neste caso, pode ser colocada a Praia do Miller como a primeira estação balneária da Capital⁹⁸:

[...] uma outra praia que em dias muito quentes era freqüentada era a Praia do Miller, onde hoje é a Beira Mar norte. [...] No verão, em dias bonitos, num sábado, num domingo, período de férias, a garotada que não podia ir a Coqueiros [...] corria para lá. O que não significa que em outros pontos da baía norte e também da baía sul a molecada, mais uma rapaziada do que as moças, caíam n’água [...]. Não se trata de uma freqüência mais organizada em que já tinha um sentido de uma ideologia de curtir o mar, o mar sempre foi utilizado como local de recreio. (Sílvio, professor universitário)

A urbanização crescente das praias do continente, as tornou impróprias para banho, isso fez com que as praias do interior da Ilha de Santa Catarina fossem descobertas, ainda que de forma lenta, pois até a década de 1970 o acesso a elas era muito difícil.

Paralelo a esse processo, o uso comunal das terras⁹⁹ da “Ilha” pelos “nativos” começa a se modificar no século XIX, aprofundando-se nas décadas de 1930 e 1940 (CAMPOS, 1991) e, aos poucos, as terras de uso coletivo dão lugar a loteamentos para os apreciadores da “praia”, numa disputa pelo espaço à beira mar que, em várias localidades, resulta na construção de casas de veraneio e empreendimentos hoteleiros. Embora essas terras não tivessem valor econômico para a população local, se constituíam principalmente em espaço de trabalho¹⁰⁰.

Vários elementos contribuíram para a crescente utilização das “praias” da “Ilha”, como o “pessoal de fora” que vêm para a cidade a partir da década de 1950. Outro elemento importante foi a intervenção, desde o início do século XX, no sentido de melhorar as vias de comunicação com localidades do interior, possibilitando que praias como Canasvieiras e

⁹⁸Atualmente é o local onde se situa a Avenida Beira Mar Norte. Era chamada de Praia do Miller porque havia uma família que ali morava e tinha o sobrenome Miller. O bairro era chamado de Praia de Fora e constituía-se numa área habitacional voltada para as camadas altas de época (PEREIRA, 1999; REIS, 2002).

⁹⁹ Terras de uso comunal eram áreas abertas ao uso da população, especialmente a rural, servindo para a pastagem do gado, abastecimento de lenha, madeira, fonte de água, agricultura, coleta de frutos e plantas medicinais (CAMPOS, 1991).

¹⁰⁰ Os “nativos” ressaltam que na época em que os campos eram de uso coletivo, não havia um dono das terras. Então, aqueles que queriam fazer uma casa, cercavam, por exemplo, um pequeno terreno com 4 estacas, o suficiente para construir uma “casinha”. Os que trabalhavam com plantação cercaram um terreno grande para criar gado, ficando com mais terra. Posteriormente, por meio do Instituto de Reforma Agrária de Santa Catarina (IRASC), criado no início dos anos 60, o Estado concedeu títulos de terra. Os “nativos” se cadastraram e conseguiram a posse dos terrenos, assim como outras pessoas interessadas. Ver Campos (1991).

Inglese fossem mais visitadas, ações protagonizadas pela elite da cidade que tinha como intenção transformá-la num centro de turismo (FERREIRA, 1998). Além do incentivo às obras públicas, verifica-se a abertura de loteamentos em praias situadas no interior da “Ilha”, como relata Sílvio a respeito de uma oferta que recebeu para adquirir um terreno em Canasvieiras:

A Prefeitura começou a abrir, no final dos anos 50, um loteamento aonde hoje a gente chega em Canasvieiras. A Prefeitura vendia aqueles terrenos para funcionários públicos para descontar em 4 anos do salário. [...] me ofereceram: “– Ah, você não vai comprar? Tem muito lote lá”. Eu não quis saber de comprar terreno em Canasvieiras. Ir a Canasvieiras era uma distância, estrada ruim e não tinha carro [...].

Num período posterior, o entrevistado conta que mesmo com as dificuldades de acesso (falta de pavimentação da estrada, por exemplo) resolve adquirir um terreno em Cachoeira do Bom Jesus, localizada na região norte da “Ilha”, onde praticamente moravam apenas os “nativos”:

[...] eu acho que em 1970 eu me interessei em comprar um terreno na praia e acabei comprando na Cachoeira. Minha família dizia assim: “– Mas para chegar lá, a estrada é horrível!”. A minha casa praticamente estava perto da praia e ali tinha um terreno vago grande com uma casa velha ocupada pelo descendente do antigo proprietário. Era meio deserto, mas não era um lugar de risco porque era uma comunidade muito tranqüila. Eu fiz a casa em 72, a primeira versão [...].

Vaz (1991), analisando o centro histórico de Florianópolis como espaço público do ritual, vê o turismo como uma atividade de grande impacto espacial, decorrente da intervenção ‘rodoviarista’¹⁰¹ que abriu os caminhos para a “Ilha” e da ampliação das classes médias urbanas. O autor ressalta que “o turismo na ilha de Santa Catarina foi canalizado para as suas praias, onde se realizou através do consumo massificado da ‘natureza’ e, de certa forma, desprezando o consumo da ‘cultura’ local [...]” (VAZ 1991, p.52). Entretanto, situações como a anterior, narrada por Sílvio, indicam um intenso envolvimento com a cultura local nesta fase em que muitos “nativos” prestavam serviços aos “veranistas” e aos primeiros

¹⁰¹ O autor assinala duas fases na passagem do modo de transporte marítimo para o rodoviário. A primeira inicia-se na década de 20 com a construção da Ponte Hercílio Luz que coincide com a decadência do porto e vai até os anos 50; a segunda fase desenvolve-se a partir dos anos 60 “com a reintegração da capital às atividades econômicas do Estado” (Ib., p.51).

“turistas” que chegaram e foram “alcançando” os locais mais inexplorados da “Ilha”.

Situações como a de Florianópolis podem ser observadas ao longo do litoral brasileiro, de um modo geral, a partir do século XX enquanto em certos países da Europa a prática vem do século XV, segundo Macedo e Pellegrino (1996), e estrutura-se associada ao crescimento dos subúrbios das grandes cidades costeiras, configurando subúrbios de veraneio. O primeiro exemplo deste processo é a cidade do Rio de Janeiro¹⁰², onde o bairro de Copacabana é valorizado como balneário, tornando os banhos de mar hábito popular:

Tal hábito, à medida que se torna prática urbana da capital federal, se espalha pelos principais centros urbanos costeiros brasileiros e, a partir da segunda metade do século, por toda a costa do país. Essas práticas sociais induzem a formalização de dois tipos de ocupação urbana de característica residencial no litoral - o bairro ou subúrbio inserido dentro de um contexto urbano complexo, no caso das cidades como Rio de Janeiro, Vitória ou Santos, ou o bairro de segunda residência, destinado, basicamente a ser utilizado no período das férias de verão, ou nas épocas de grandes feriados (Ib., p.157)

Ao longo das décadas de 1970 e 1980 esse processo de ocupação e urbanização consolida-se no país. De acordo com Santiago (1995), temos no Brasil dois tipos de ocupação da costa: a ocupação intensiva que se deu em Estados como o Rio de Janeiro, São Paulo e Bahia e uma ocupação extensiva no restante da costa, incluindo Santa Catarina. Nesses modelos de urbanização, o estudo das práticas turísticas emerge como uma possibilidade de compreender a dinâmica social de localidades litorâneas.

Numa terceira fase, em que a cidade começa a orientar-se para receber aqueles que vêm em busca das “praias”, o que pode ser datada a partir da década de 1970, percebe-se mudanças significativas na organização espacial, principalmente da “Ilha”. No intuito de concretizar o turismo através de uma política pública de desenvolvimento para o setor, foi implementado um processo de urbanização, principalmente com a pavimentação de várias

¹⁰² Castro (1999) afirma que quando o turismo organizado passou a existir no Brasil, nas primeiras décadas do século XX, a cidade do Rio de Janeiro foi o principal centro dessa prática: “Surgiram os primeiros guias, hotéis turísticos, órgãos oficiais e agências de viagem destinados prioritariamente a atrair e a receber turistas. Alguns marcos históricos são a construção do hotel Copacabana Palace (em 1923) e a criação da Sociedade Brasileira de Turismo (hoje Touring Club do Brasil, em 1928)” (Ib., p. 81). O autor também assinala que ainda hoje o Rio de Janeiro é a cidade brasileira que mais recebe viajantes estrangeiros.

rodovias¹⁰³, ligando as localidades do norte e sul da ilha ao centro da cidade (SCHMEIL, 1994).

A utilização do litoral como local para lazer, mais precisamente a “praia”, produz, segundo Azevedo (1988), “Uma cultura, um modo de viver, mesmo uma ética pelos quais muitos pautam a existência e as cidades orientam seu crescimento”. Essa “cultura de praia” também é ocasionada por transformações nas relações de trabalho, ou seja, a atividade turística pressupõe a existência de um trabalho organizado e regulamentado (URRY, 1996). Essa possibilidade de “tirar férias” e deslocar-se para um local diferente daquele no qual se vive é norteado por uma ideologia que qualifica esse lazer como algo moderno, especialmente para alguns grupos da população, como as camadas médias, que começam a ver as férias como algo necessário.

Dentre as principais mudanças ocorridas neste período, o aterro da Baía Sul¹⁰⁴ alterou drasticamente a configuração do centro da cidade, modificando a relação da população com o mar. Este chegava até a Praça principal e ao Mercado Público, locais de troca de mercadorias e de informações (PRISTA, 2004), assim como de atividades de lazer e esporte, como a prática do remo que podia ser vista pelas pessoas que ali circulavam. Dentre as entrevistas realizadas, a conversa feita com Márcio de Souza, vereador de Florianópolis, natural da cidade¹⁰⁵, foi elucidativa para perceber o significado dessas modificações para os moradores da cidade que tinham o mar como um espaço integrado ao centro da “Ilha”. O entrevistado ressalta que essas mudanças tiveram um significado social muito profundo na vida cotidiana da população local:

[...] a presença do aterro da Baía Sul foi o grande acontecimento que mexeu na cidade e enterrou parte da história e dos hábitos. [...] a cidade, sempre muito influenciada pela proximidade do mar, perde o seu centro nervoso. O centro urbano da Praça XV, aquelas regiões todas – Francisco Tolentino, a região próxima ao antigo campo do manejo do Instituto Estadual de Educação até aquela região do Menino Deus, se constituía numa baía, eram as regiões banhadas pelo mar. [...] a

¹⁰³ Segundo Ferreira (1998), a partir do governo de Celso Ramos (1961-1966) as estradas estaduais começaram a ser construídas. A primeira delas foi a SC 401, ligando o centro a Canasvieiras que foi pavimentada somente no governo de Colombo Salles (1971-1975).

¹⁰⁴ O projeto inicial do aterro era de Burle Marx, mas foi desconfigurado ao longo de sua aplicação. Em 1997 houve um concurso público para remodelação do aterro tentando resgatar características da cidade antes do afastamento da linha d’água, o que também não foi concretizado pelo poder público (REIS, 2002).

¹⁰⁵ Márcio José Pereira de Souza, 44 anos, está no quarto mandato como vereador da cidade, tendo sido o primeiro negro a ocupar uma cadeira na Câmara Municipal de Florianópolis. Sua família há anos é moradora do bairro Agrônômica, próximo ao Hospital Infantil. Foi professor de Química no sistema estadual de ensino e como vereador é um ativista da causa negra na cidade e das lutas que dizem respeito à urbanização, educação e cultura em Florianópolis. Entrevista concedida em 03/12/2003 no seu gabinete de trabalho.

cidade tinha um adensamento considerável na região central, ela perde essa característica e com ela um conjunto de atividades que se relacionam à vida do mar.

A implementação de novos espaços¹⁰⁶ é em parte justificada pelo crescimento da população, mas principalmente pelo desejo de transformar a “Ilha”, modernizando-a, mesmo à custa do afastamento do mar, obrigando a população local a buscar outras formas de aproximação com este meio. Na verdade, o centro de Florianópolis dá lugar a outras atividades que não aquelas relacionadas ao mar. Dele têm-se somente a vista do alto dos prédios ou da Avenida Beira Mar, espaço elitizado:

[...] na natureza dessa mudança da cidade está amarrado o projeto de ocupação urbana desenvolvido pelo grupo do ex-governador Colombo Machado Sales. A intervenção no espaço urbano ditou a transformação daquela velha cidade dos casarios, de construções horizontalizadas para a cidade dos espigões, na década de 70, quando surgiu a grande explosão do mercado da construção civil. Exatamente nesse período é que surge a grande ponte Colombo Machado Sales [...]. (Márcio de Souza, vereador em Florianópolis)

Tais empreendimentos, segundo Márcio de Souza, foram potencializados com o desenvolvimento do “turismo” que se tornou central na economia do município. Nesse processo, o entrevistado salienta a presença de grupos econômicos, como o grupo Emedaux na construção civil que iniciou a verticalização da cidade, associada à especulação imobiliária propiciada pelo “turismo”, seja no setor urbano ou na região periférica da cidade, compreendendo as regiões próximas das “praias”. Ao falar sobre os planos, ações e experiências que transformaram a pacata Florianópolis em capital turística, Assis (2000) afirma que a construção da Florianópolis Capital Turística faz parte de um projeto político que se consolida nos anos de 1980. Como resultado desse processo, os aspectos provincianos da cidade vão sendo substituídos por um projeto desenvolvimentista que aposta numa cidade

¹⁰⁶ Ferreira e Castro (1999), ao descreverem o caso de Lisboa, Portugal, como uma *cidade de água* devido ao fato de ser uma cidade histórica com frente urbana marítima e fluvial, apontam que há 3 modelos principais em relação à renovação portuária: o modelo asiático no qual grandes operações de aterros originam vastas áreas urbanas multifuncionais em que os antigos portos são abandonados; o modelo americano cuja as transformações de pequenos espaços no interior de uma grande área levam à criação de imagens atrativas para o turismo de massa; o modelo europeu que passa pela discussão de opções mais gerais de renovação, desenvolvidas por fases. A manutenção do aspecto original do porto é, quase sempre, considerado como um valor acrescentado. Considerando a importância histórica de Florianópolis para Santa Catarina e o sul do Brasil, ela pode ser caracterizada como uma *cidade de água* que seguiu o modelo asiático na conformação de seu espaço antes portuário.

modernizada. O poder público foi o grande idealizador dessa mudança, também como uma forma de contrapor-la a cidades do interior catarinense que começaram a apresentar um maior desenvolvimento econômico devido à industrialização¹⁰⁷.



Figura 9 - Avenida Beira Mar Norte
Fonte: www.belasantacatarina.com.br

Paulo Lago (1996) ressalta que embora houvesse uma ampla oferta de lugares adequados ao turismo de veraneio nos anos sessenta, ainda não existiam condições de receptividade, o que exigia uma ação mais decisiva do setor público e empresarial. Este autor ressalta que mesmo no final dos anos sessenta, quando uso das praias era rarefeito, a receita para o bolo turístico estava pronta e em seguida receberiam a denominação de balneários. Mas a proposta do turismo teria ganhado efetivamente credibilidade nos anos setenta, quando houve investimentos públicos infra-estruturais que trouxeram os grandes investidores empresariais, interna e externa, e também os pequenos investidores.

Concomitante a essa modernização da cidade, a partir dos anos de 1970 há uma maior afluência de visitantes de outros locais do Brasil (São Paulo, Rio Grande do Sul e interior de Santa Catarina). Os visitantes estrangeiros, em especial os argentinos, passam a ser

¹⁰⁷ Em relação ao Estado de Santa Catarina, Zanela (1999) relata que as ações voltadas ao turismo tornam-se mais intensas quando Espiridião Amim assume o governo em 1983 e trata o turismo como uma fonte de empregos e arrecadação. É elaborado um Plano de Desenvolvimento Turístico (1983-1986) devido à solicitação de empresários. No próximo governo, de Ivo Campos, o turismo passa a ser considerado como um compromisso de governo. O governo seguinte – Wilson Kleinubing – (1991-1994) desenvolve a “Ação de Verão”, promovendo a integração entre as microregiões. No governo de Paulo Afonso (1995-1998) o que prevalece é o discurso de profissionalismo. O que se desprende da atuação desses governos é que não privilegiam uma ação integrada e a continuidade dos projetos.

os clientes preferenciais durante as décadas seguintes. Na declaração de “Seu” Agostinho pode-se perceber a dinâmica colocada pela vinda dos “turistas” que primeiramente são visitantes, depois passam a ocupar os espaços como moradores ou empreendedores: “[...] o turismo foi gostando, foi vindo, foi comprando terreno, foi fazendo casa [...]”.

Nas décadas seguintes consolida-se a transformação de Florianópolis numa cidade turística e em muitas localidades diminui o uso do mar como local de trabalho, pois cada vez mais há uma privatização do espaço público (OURIQUES, 1998), verticalização dos balneários, entrada do “pessoal de fora” e construção de grandes empreendimentos. Como aconteceu nas praias do Continente, a “Ilha” também começa a sofrer com a poluição, o despejo de esgoto no mar, as construções irregulares em áreas de preservação permanente (matas, mangues, por exemplo), mostrando que “a realidade da Ilha não é tão idílica como a paisagem” (MARA LAGO, 1996). Objetos de um crescimento desenfreado e desordenado, os balneários vão crescendo à própria sorte. Nesse sentido, os próprios textos dos folhetos turísticos falam de uma cidade de contrastes: o velho e o novo, o tradicional e o moderno, o local e o cosmopolita. Nesses contrastes lê-se diversas formas de ver e usar os espaços, percebendo-se diferenças marcantes entre as localidades da “Ilha”. Se antes prevalecia um valor de uso pelos “nativos”, faz-se hoje um valor de troca (LEFEBVRE, 1991).

No final dos anos 90, com o declínio da vinda dos turistas argentinos¹⁰⁸, principalmente a partir do verão de 1999/2000, vê-se drasticamente diminuída a ocupação de casas, apartamentos, hotéis, levando o poder público a pensar em alternativas para o “turismo” em Florianópolis, como o incentivo à busca de “turistas” para o ano inteiro, o turismo de eventos, a conquista de novos mercados ou incentivo daqueles mercados que não representam um número significativo. A ausência dos argentinos que vinham em grandes levadas para a “Ilha” desestrutura a organização turística, caracterizada pelo turismo de sol e praia (LINNAS, 2000), o que torna muitos lugares ociosos e sem uma destinação possível. A situação que hoje se coloca parece apontar para um novo período da cidade como local turístico, no qual administradores públicos e empreendedores têm que buscar alternativas para certos aspectos das práticas turísticas – informalidade, rotatividade de trabalhos¹⁰⁹ e

¹⁰⁸ Segundo Batista Junior. (2002) no início dos anos 90, no governo Menem, houve a implantação de um modelo econômico anacrônico que se converteu numa crise monetária: “[...] a partir de 1997-98 a Argentina, [...], sofreu uma sucessão de choques externos: a contração da oferta de capitais estrangeiros em decorrência das crises no leste da Ásia e da Rússia, um declínio dos termos de intercâmbio externo, a crise no Brasil e a desvalorização acentuada do real, a desaceleração marcada da economia dos EUA, entre outros” (Ib., p. 88).

¹⁰⁹ A possibilidade de geração de empregos para a população local e municípios vizinhos (São José, Palhoça e Biguaçu) tem sido uma justificativa para a expansão das práticas turísticas em Florianópolis, segundo Ouriques (1998). Entretanto, este autor assinala que, de acordo com dados do Sindicato dos Empregados do Comércio

sazonalidade, que têm sido comumente utilizados e incentivados por eles mesmos.

2.2 CARACTERÍSTICAS DAS PRÁTICAS TURÍSTICAS EM FLORIANÓPOLIS

2.2.1 Estilos de “turistas”

Quem é o sujeito social denominado “turista”? É possível delimitar as características dos inúmeros “turistas” que vêm à cidade, classificando-os em grupos? Esta diferenciação levaria em conta quais critérios, de gostos, faixa etária, tipos de diversão, sócio-econômicos, numéricos? Estes questionamentos indicam a dificuldade em caracterizar os agentes sociais denominados “turistas” que freqüentam Florianópolis e a considerar como não apropriado utilizar as categorias que tendem a generalizá-los. Embora os inúmeros manuais sobre o tema e alguns estudos sociológicos e antropológicos tenham tentado delimitar as diferentes “experiências turísticas”, como ressaltai no capítulo anterior, não devemos sucumbir a tentar enquadrar nossas observações de campo dentro de quadros esquemáticos que não dão conta da complexidade de experiências e intersecções observadas.

No estudo de Schmeil (1994) sobre os argentinos em Florianópolis, a autora denomina as práticas turísticas realizadas por eles como recreacionais e de massa, classificação baseada na proposta de Smith (1989) que enumera cinco tipos de turismo em relação às formas de lazer, dentre eles o turismo recreacional no qual as pessoas procuram areia, mar e sexo, sendo incentivadas por uma publicidade que privilegia as belas e coloridas cenas, fazendo com que se queira estar lá ¹¹⁰.

Entretanto, Schmeil (1994) observa na sua pesquisa outros tipos de “turistas”, como

Hoteleiros e Similares da Grande Florianópolis, no período 1990-1995, havia em torno de 30% de trabalhadores formais e 70% em situação clandestina. Além disso, são característicos os baixos salários e as intensas e longas jornadas de trabalho. Fantin (2000) assinala que o caráter informal ou familiar da mão de obra, muitas vezes negócios de famílias nativas, caracterizam-se por contratações provisórias que, além da sazonalidade, ficam à mercê de uma boa temporada.

¹¹⁰ Em relação às formas de lazer, os outros tipos são o turismo étnico, turismo cultural, turismo histórico, turismo de meio ambiente. A essa classificação, a autora acrescenta uma tipologia em relação à quantidade de turistas, seus objetivos e adaptação às normas locais: exploradores, os turistas de elite, os turistas *off-beat*, *unusual tourist*, turismo de massa insipiente e os turistas *charters*. O turismo de massa é caracterizado por um contínuo fluxo de visitantes, com impacto alto, é construído pela condição econômica e valores da classe média, mantendo o turista protegido.

casais e seus filhos, que constituem um mundo familiar em Canasvieiras. Cita também o caso dos jovens solteiros que andavam em grupos, tinham interesses comuns e certos traços específicos em sua aparência. Por outro lado, descreve os argentinos que freqüentavam a Barra da Lagoa como sendo de uma classe menos favorecida em termos financeiros, como jovens que usavam roupas e se comportavam de forma mais próxima ao mundo da pesquisadora, bem como procuravam integrar-se à localidade. Com essas observações é possível perceber outras possibilidades de “turismos” ou “turistas”, utilizando também como referência às classificações de Smith (1989). Da mesma forma, dentre os que visitavam Canasvieiras nesse período, eram constantes os deslocamentos por meios de vôos charters¹¹¹. Isso indica a fragilidade e transitoriedade das possíveis classificações, pois como outros sujeitos sociais contemporâneos, os “turistas” estão expostos a diferentes modelos culturais e inúmeras possibilidades de vivenciar suas experiências (VELHO, 1997).

Por sua vez, o estudo de Silveira (1996) restringe-se à qualificação do ecoturista, não problematizando a complexidade das relações que têm lugar nas práticas turísticas em Florianópolis. Sua contribuição vai ao sentido de afirmar a impossibilidade de identificar algo como um perfil do ecoturista, uma vez que diz respeito a um universo amplo, havendo inúmeras formas de interação com a natureza. Para resolver essa questão, o autor utiliza a categoria estilo a partir da qualificação proposta por Maffesoli (1995) que diz o seguinte: “o estilo pode ser compreendido como o ‘princípio da unidade’, o que une, em profundidade, a diversidade das coisas. O papel de vínculo que se atribui ao estilo é muito mais útil do que a fragmentação, a heterogeneização... o estilo, desse ponto de vista, liga em pontilhado os diversos elementos da realidade social”.

Pensar em estilos de “turistas” parece-me adequado pelo fato de qualificar de forma aberta os fluxos de visitantes, ao mesmo tempo em que aponta elementos básicos para identificar algumas características dos mesmos. Na caracterização quanto aos estilos de “turistas”, concordo com Silveira (1996) que adverte sobre a impossibilidade de dissociar o estilo de uma dimensão sócio-econômica. Não se trata, entretanto, de associar uma camada social a um tipo de prática turística. Nas suas reflexões sobre as condições de classes, Velho (1997, p.41) observa que, “dentro de um universo que segundo critérios sócio-econômicos como renda e ocupação poderia ser visto como homogêneo, encontram-se fortes discontinuidades em termos de *ethos* e visão de mundo”, assim, ao falar sobre estilos de “turistas”, a situação de classe social não pode ser tomada como determinante na sua

¹¹¹ Vôos em aviões fretados por um grupo, empresa, etc.

qualificação.

Em Florianópolis, percebo alguns estilos de “turistas” que podem ser associados à caracterização dos territórios da cidade que desenvolvi na introdução. Nos territórios típicos a tendência é encontrar um “turista” popular, voltado para o espaço público no sentido de apreciar o que a maioria das pessoas utiliza, ou seja, as inúmeras opções de “praias”, bares e restaurantes populares, acomoda-se nos serviços fornecidos pelo mercado do “turismo” doméstico, convive em geral com muitos “turistas” e a população local, investindo um alto capital social, tem um poder aquisitivo que lhe permite realizar viagens de férias, geralmente, mas com restrições porque seu capital econômico é baixo.

Nos territórios planejados, os “turistas” voltam-se para o privado – lugares segregados, onde mantêm seu status e modo de vida próprio de camadas médias e altas, também estão interessados em “curtir” as praias. Utilizam os espaços públicos, mas sem misturar-se às camadas populares. Neste caso, há muito mais controle em relação aos espaços sociais utilizados.

Um terceiro estilo refere-se ao “turista” que podemos chamar de alternativo, pois não quer vivenciar nenhuma das situações descritas acima, embora possa utilizar os mesmos recursos de hospedagem, por exemplo. O comum, aquilo que todos fazem, não é o que lhe atrai, por isso, procuram coisas como o contato com a natureza, os esportes radicais que mostram um estilo mais despojado, corajoso e livre de viver. Esses estilos de ser “turista” imbricam-se, são bastante permeáveis para alguns sujeitos sociais e mostram, sobretudo, as inúmeras variáveis presentes na caracterização das práticas turísticas.

Em minha pesquisa, observei que a primeira distinção entre os “turistas”, atribuída pelos entrevistados, é em relação à origem dos visitantes, compreendendo os “internos”, brasileiros de inúmeros Estados do país e os “internacionais” representados pelos maiores freqüentadores, os “turistas” da América do Sul (argentinos, uruguaios, paraguaios e chilenos), os europeus de um modo geral, os americanos e os israelenses.

Nas informações coletadas pela Secretaria de Turismo do município, há dados sobre o número de “turistas”, desde o período inicial das pesquisas (1986), até recentemente. Dentre essas duas categorias, os “turistas internos” aparecem em maior número no período de 1986 a 2004, com exceção do ano de 1994:

Tabela 2 - MOVIMENTO ESTIMADO DE TURISTAS EM FLORIANÓPOLIS - 1986 A 2004

Ano	Nacionais	Estrangeiros	Receita Estimada em US\$
1986	131.790	67.710	35.578.516,09
1987	126.811	82.034	129.962.213,00
1988	180.786	39.015	46.089.083,10
1989	*	*	152.051.181,19
1990	243.820	58.837	138.715.090,77
1991	269.133	61.456	84.920.325,01
1992	201.901	149.797	84.462.434,18
1993	238.282	178.332	176.091.054,78
1994	170.679	186.196	164.771.909,66
1995	172.623	83.105	109.863.451,84
1996	215.835	84.815	120.961.916,81
1997	270.189	154.591	215.508.608,92
1998	277.166	87.143	138.901.218,73
1999	287.859	147.631	129.520.526,02
2000	335.132	171.109	144.917.799,97
2001	319.901	232.987	163.149.590,98
2002	295.464	75.163	84.634.776,20
2003	233.425	74.769	56.000.054,43
2004	492.114	89.328	113.323.983,55

Fonte: Santur, 2004.

Observando a tabela a seguir, vê-se que os principais mercados emissores nacionais são o próprio estado de Santa Catarina, Rio Grande do Sul, São Paulo, Paraná e Rio de Janeiro, sendo que os maiores freqüentadores de Florianópolis são os gaúchos e paulistas:

Tabela 3 - PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES NACIONAIS DE TURISTAS EM FLORIANÓPOLIS - 1986 A 2004

Ano	Santa Catarina	Rio Grande do Sul	São Paulo	Paraná	Rio de Janeiro
1986	24,11	22,30	20,95	12,48	10,17
1987	16,91	20,63	23,23	10,78	12,27
1988	25,46	15,24	24,34	14,52	7,26
1989	*	*	*	*	*
1990	10,72	26,09	22,32	15,38	6,03
1991	14,17	21,00	28,33	12,66	9,50
1992	5,91	33,87	29,57	7,53	5,91
1993	11,15	31,53	18,15	15,29	8,60
1994	13,10	34,49	20,86	16,84	6,68
1995	18,09	57,03	10,66	8,24	3,23
1996	17,60	44,27	12,61	14,08	3,81
1997	7,28	43,04	20,31	14,81	7,41
1998	13,19	26,62	26,62	16,44	6,02
1999	7,05	43,34	20,27	11,98	4,70
2000	9,27	37,08	21,03	17,83	4,63
2001	12,56	35,37	20,05	18,78	3,46
2002	11,09	38,86	20,79	16,51	4,28
2003	7,70	40,96	19,31	13,17	5,92
2004	4,51	34,97	24,45	18,44	5,31

Fonte: Santur, 2004.

Já os mais significativos mercados emissores estrangeiros são os países da América do Sul – Argentina, Uruguai, Chile e Paraguai¹¹². Em relação aos demais estrangeiros, há dados somente em relação aos franceses e aos americanos nas pesquisas referentes aos anos de 1988, 1990, 1991 e 1996, embora de forma incompleta. Nos demais anos não há esclarecimento quanto à ausência de dados a respeito desses “turistas”. Aqueles provenientes de outros países europeus e os israelenses que têm visitado a “Ilha” nas últimas temporadas, não aparecem na tabela, como pode-se observar a seguir:

¹¹² No comentário sobre Florianópolis no site da EMBRATUR (www.embratur.org.br), há uma referência à cidade como o paraíso dos argentinos, uruguaios e chilenos.

Tabela 4 - PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES ESTRANGEIROS DE TURISTAS EM FLORIANÓPOLIS - 1986 A 2004

Ano	Argentina	Uruguai	Chile	Paraguai	EUA	França
1986	88,64	4,2	1,87	---	---	---
1987	89,95	6,90	---	---	---	---
1988	72,99	10,43	1,90	1,90	3,32	2,84
1989	*	*	*	*	*	*
1990	61,88	20,00	2,50	3,75	1,25	1,88
1991	71,53	9,49	---	2,92	5,84	---
1992	81,88	6,52	4,35	1,45	---	---
1993	93,62	3,83	2,13	---	---	---
1994	92,16	3,19	---	1,96	---	---
1995	84,23	5,09	4,70	3,02	---	---
1996	84,32	6,72	1,49	3,73	---	1,49
1997	84,60	6,70	3,13	2,46	---	---
1998	77,91	9,30	1,55	6,98	---	---
1999	83,04	4,78	2,17	4,78	---	---
2000	86,34	7,01	2,80	0,88	---	---
2001	87,38	6,78	0,95	4,26	---	---
2002	68,60	19,45	1,37	6,83	---	---
2003	70,38	8,71	4,88	8,01	---	---
2004	72,12	6,06	4,85	5,45	---	---

Fonte: Santur

Obs.: * Em 1989 não houve pesquisa. Dados em %

Dentre os “turistas” de língua espanhola, os argentinos são os que apresentam o maior índice de visitação a Florianópolis e, como veremos adiante, tornaram-se os “turistas” mais esperados a cada “temporada” e os que deixaram mais recursos econômicos em Florianópolis. Por outro lado, muitos argentinos também se tornaram moradores da cidade e proprietários de negócios turísticos. Os índices da tabela indicam, igualmente, oscilações nos números de argentinos ao longo das décadas pesquisadas e uma queda dos índices nos últimos três anos.

2.2.1.1. O “turismo” interno

Dentre os turistas brasileiros, os que mais freqüentam Florianópolis são os próprios catarinenses, os gaúchos, os paulistas e os paranaenses. “Seu” Agostinho, ao qual já me referi

no início deste capítulo, foi um dos primeiros a ter casa para alugar na Barra da Lagoa e salienta que os turistas brasileiros começaram a vir para a “Ilha” antes dos estrangeiros, sobretudo argentinos:

Rio Grande, São Paulo, não fora do Brasil. Argentino não vinha. O argentino viu pelo mapa do Brasil que já tinha estrada para navegar com o carro, então foi aonde ele veio, mas antes não precisava o argentino. Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Mato Grosso, todo Estado que tem no Brasil eram nossos amigos, eles vinham todos. Nós também íamos muito lá no Rio Grande. Eu mais a minha esposa tem passeio de 22 dias no norte, Bahia, Brasília, esses cantos todos. Eles vinham cá, com o dinheiro deles nós aproveitávamos e íamos lá.

Comparados aos estrangeiros, a grande parte dos “turistas internos” dispõe de um baixo capital econômico e procuram economizar em todos os aspectos – transporte, hospedagem, alimentação, caracterizando o que denominei como “turismo” doméstico. Em vista disso, há uma preferência pelos “turistas” internacionais, como salienta o entrevistado:

[...] o turista gaúcho, mato-grossense ou paranaense não traz a mesma alegria porque o pessoal sabe que eles têm pouco dinheiro. Você pode perguntar, em qualquer restaurante, qual é o turista que eles gostam de atender – o turista estrangeiro. O garçom vai dizer que a gorjeta é diferente e o turista brasileiro leva tudo na economia [...] (Sílvio, professor universitário)

Outro aspecto que determina a preferência pelo turista estrangeiro é o número de dias que permanecem na cidade. Um dos entrevistados, Rafael, 35 anos, natural de São Paulo, morador de Florianópolis há 20 anos e “guia” na rodoviária há 12 anos¹¹³, enfatiza a diferença entre os “turismos” - interno ou internacional, quanto aos serviços solicitados e os maiores ganhos com os “turistas internacionais” que ficam mais dias na cidade:

¹¹³ Rafael começou o trabalho na rodoviária, na época de verão, quando viu um amigo fazendo-o e achou interessante e fácil. Nesta época estava desempregado, trabalhou durante a “temporada”, gostou e continua na atividade mesmo na “baixa temporada”. Rafael mostrou-se sempre receptivo a minha presença depois que lhe fui apresentada por meu marido que o conhecia por meio de contatos profissionais. Dentre os “guias”, Rafael desempenha seu trabalho com bastante dedicação e se considera um bom profissional, mesmo sem formação na área. Consegue transitar muito bem no espaço que divide com os outros “guias”, bem como tem facilidade de se relacionar com os “turistas” e demais pessoas que trabalham na rodoviária, mas constantemente entra em conflito com os outros “guias”, pois não costuma aceitar situações que não concorda. Rafael tornou-se um dos informantes principais e com ele consegui discutir várias questões sobre a atuação dos “guias”. Entrevista concedida em 02/07/2003.

O turismo interno não é tão interessante quanto o turismo internacional porque o turista argentino vem para ficar, no mínimo, uma semana, 15 dias e o turista interno fica menos tempo – 3 dias, um final de semana, então para nós não é interessante, sem contar que o turista interno já vem com pacote pronto, não vem procurando esse tipo de serviço, ele já vem com reserva de hotel, de locadora. Se fosse mais divulgado o turismo que existe aqui dentro do Brasil, talvez viesse bem mais gente e seria importante para nós.

O que também caracteriza o “turista” interno é o tipo de relação estabelecida com os “guias” ou donos de pequenos empreendimentos no sentido de negociar, de obter vantagens nos preços dos aluguéis, situação relatada por Antônio, 63 anos, natural de Cuiabá, Mato Grosso, dono de uma pousada na Barra da Lagoa¹¹⁴ que considera que o “perfil” do brasileiro é tentar “levar vantagem” nos preços dos aluguéis e também na forma como utilizam os imóveis quanto ao risco de sumir alguma coisa que, na sua opinião é maior em relação aos brasileiros.

De outra forma, os informantes também enfatizam que os “turistas” internos, em geral, são menos exigentes quanto às condições dos imóveis, como salienta Jair¹¹⁵, 52 anos, que trabalha há 28 anos como “guia”: “[...] brasileiro, se tem uma lagartixa, ele espanta, vai embora, se tem uma barata ele vai lá e mata”.

Entretanto, se em algum momento a prioridade foi o atendimento aos “turistas” internacionais, hoje temos uma situação em que, com a diminuição principalmente de argentinos, os “turistas” brasileiros passam a ocupar um lugar de destaque e têm sido os responsáveis pela ocupação das “praias” na “temporada”. Isso indica uma diferença entre os “turistas internos”. Gaúchos, paulistas e paranaenses são os que costumam freqüentar a Ilha durante a “temporada”. Como ressaltou Rafael, esses “turistas” dificilmente vêm fora da “temporada” e se isso ocorrer enquadram-se num “turismo de eventos” que, segundo ele, adquirirão os “pacotes” ou fazem reservas antecipadamente.

¹¹⁴ Aposentado pelo Banco do Brasil, o entrevistado desenvolveu várias atividades, como avicultor, madeireiro, exportador de peixe, proprietário de restaurante, dono de bar e negócios com garimpo. Optou por ser proprietário de pousada visando, mais do que o aspecto financeiro, a forma de trabalho (recebimento de pessoas) e a gratificação pessoal que isso traz. Proprietário de uma pousada na Barra da Lagoa, mantém laços fortes com pessoas do seu Estado. Sua família está com ele: dois filhos e uma filha, a esposa. Todos ajudam na pousada, revezam-se na portaria. Antônio orgulha-se de ser diferente do pessoal “nativo” que, segundo ele, não tem muita criatividade para receber as pessoas de fora. Entrevistas concedidas em 28/01/2002 e 16/01/2003. Ainda no ano de 2003 o entrevistado faleceu devido a complicações cardíacas.

¹¹⁵ O entrevistado veio para Florianópolis em 1969, do interior de Santa Catarina, para exercer a atividade de pedreiro, contratado por uma empresa que faliu, mas resolveu continuar em Florianópolis e ser pedreiro por

Dentre os proprietários de pousadas e casas, geralmente a preferência ou escolha de um “turista” recai mais sobre o fato de ser uma família, a maioria evita os grupos de jovens. Mesmo que a nacionalidade não seja o fator determinante na escolha do “turista” há, entretanto, simpatias, ligações devido ao lugar comum de origem, como se pode observar neste depoimento de Antônio que valoriza os “turistas” vindos da mesma região da qual ele migrou, o Centro-oeste:

Sempre acreditei no paulista em segundo lugar, em primeiro lugar o centro-oeste pelo motivo de estarem literalmente afastados do mar, distanciados pela condição geográfica que é Goiás e Mato Grosso. Então nasce aquela apoteose das pessoas um dia poderem efetivamente pegar naquele mar tão falado através de imprensa, através de filmes, gera todo uma ‘mis en scene’ de conhecer. Eles têm um custo muito alto de passagem aérea e, geralmente, então o turismo deles nasce caro, o que é diferente do turista dos circunvizinhos, tipo o gaúcho, que tem facilidade de estar aqui toda semana, o que não gera aquele encanto, aquela busca do difícil, eles não valoram tanto quanto aquele que está longe com toda a dificuldade, o que é natural em todas as coisas da vida – o mais difícil se torna mais gostoso, o mais caro se torna mais valorizado.

No momento em que Antônio refere-se aos gaúchos como visitantes que não valorizariam tanto sua vinda para Florianópolis porque são vizinhos, há uma certa naturalização de sua presença em Santa Catarina. Segundo Ferreira (1998), o primeiro hotel de Canasvieiras, inaugurado em 1929, teve como objetivo atrair famílias abastadas de Rio Grande, Pelotas e Porto Alegre, oferecendo-lhes um lazer de caráter terapêutico. Então, os gaúchos, embora em pequeno número em décadas anteriores a 1970, já se faziam presentes nos espaços sociais da cidade. Nos dados expostos na tabela sobre os “mercados emissores nacionais” percebe-se que praticamente em todo o período deste levantamento estatístico os “turistas” provenientes do Rio Grande do Sul são em maior número, ficando em segundo lugar os paulistas. A convivência entre “nativos” e gaúchos é caracterizada por muitas situações de conflito, como esta em que “Dona” Áurea¹¹⁶, 62 anos, “nativa” da Barra da Lagoa e também moradora dessa localidade, proprietária de várias casas para aluguel, reclama do comportamento dos “gaúchos” de Porto Alegre: “[...] as únicas pessoas que fazem malvadeza mesmo é o pessoal de Porto Alegre. Porto Alegre destrói, tem alguns que só vêm para destruir. Não são todos, mas é bem difícil mesmo a gente lidar com eles. Eu gosto muito de

conta própria, o que também não deu certo. Depois disso, trabalhou como auxiliar de engraxate até comprar sua “cadeira” na Praça XV. Entrevista concedida em 29/11/2003.

¹¹⁶Entrevista realizada em 08/04/2003 em sua casa.

lidar com São Paulo e o argentino, também o pessoal do Paraná é muito bom, de Curitiba”.

Os conflitos entre os “nativos” e “gaúchos” são comuns na “Ilha”, como temos relatos em Franzoni (1993) e Fantin (2000) em relação aos que se tornam moradores da cidade, especialmente àqueles que participam nos movimentos sociais (associações de bairro, ongs), partidos políticos e tornam-se os “do contra”. De modo geral, para os “nativos” qualquer um é bem vindo, desde que “deixe dinheiro”, ao contrário dos que se tornam moradores e “tiram dinheiro”, pois ocupam postos de trabalho, vagas nas universidades, abrem negócios, etc., diminuindo a oferta ou possibilidades de empregos. Em vista disso, as diferenças culturais entre “gaúchos” (moradores ou “turistas”) e “nativos” nem sempre se manifestaram em relações cordiais e amigáveis, podendo, em muitos casos, ser apenas uma relação de tolerância. As hostilidades entre esses sujeitos não só preservam os limites no interior do grupo e seu desaparecimento, assim como podem ser usadas conscientemente para garantir as condições de sobrevivência (SIMMEL, 1983).

Também se percebe que o discurso regionalista utilizado pelos sujeitos sociais na definição das fronteiras identitárias é um “discurso performativo” que pretende que o grupo torne-se visível para ele próprio e para os outros (BOURDIEU, 1989). Trata-se, segundo o autor, de definir as fronteiras e fazer com que a região assim delimitada seja reconhecida como tal e essa definição terá êxito dependendo das estratégias adotadas no campo social de atuação dos sujeitos. O que importa, então, é mais o tempo e a história do que propriamente o espaço.

Outro grupo que se faz presente nas estatísticas do “turismo” em Florianópolis, mas de forma pouco acentuada, são os cariocas. Roberto, 42 anos¹¹⁷, natural do Rio de Janeiro, gerente comercial do “Praia Mole Park Hotel”¹¹⁸, há 13 anos trabalhando com turismo no Brasil (companhias aéreas, locadoras, etc.), compara cariocas e paulistas de camadas altas, considerando que os cariocas descobriram de novo Florianópolis, passaram a freqüentar a cidade e sua preferência é local de hospedagem como o hotel em que trabalha, já os paulistas preferem locais mais elitizados como Jurerê Internacional e Costão do Santinho Resort.

¹¹⁷ Conheci o entrevistado durante uma mesa sobre “turismo” em Florianópolis no Centro Federal de Educação Tecnológica – CEFET/Florianópolis na qual participamos como palestrantes. Roberto recebeu-me em sua sala de trabalho e falou-me sobre seu trabalho comercial que é mostrar o hotel. Vende seu produto para organizadores de eventos, órgãos públicos (UFSC faz 30 a 40 eventos por mês, sendo a que mais produz no Estado), empresas privadas, entidades que congregam terceira idade, colégios de SP e interior de SC. Para Roberto, o grande patrimônio de Florianópolis são as pessoas, mais do que as praias, por isso pensa que é fácil falar da cidade já que é um lugar especial. Ele ressalta que no campo do “turismo”, a área comercial é a que tem melhores salários. Entrevista concedida em 03/12/2003.

¹¹⁸ Roberto afirma que este era o melhor hotel da cidade antes do Costão do Santinho Resort.

A comparação de Florianópolis ao Rio de Janeiro, como cidades que possuem uma imagem turística semelhante, composta por belezas naturais, patrimônio histórico, singularidade cultural e festas como o Carnaval (FANTIN, 2000), teria base na busca de um “Rio de antigamente”¹¹⁹, como ressalta Roberto, comparando a vida que sua família tinha nesta cidade e que hoje pode ser encontrada na “Ilha”, devido à tranquilidade e segurança que ainda existem:

A ilha tem essa possibilidade de que turisticamente talvez volte um pouco no tempo, eu vejo as fotos do meu pai no RJ na década de 50, quando o meu pai chegou da Bahia e a minha mãe de Porto Alegre, você andava ali nas praias, meu pai de camisa arregaçada, minha mãe com aquelas saias (...). É isso aí que se pode fazer em Florianópolis - um passeio pela beira mar, andar aqui pelas rendeiras, quer dizer, sem destino, é esta coisa, é importante que isso se mantenha, que não fique só para o rico.

Os “turistas” paulistas também estariam interessados no sossego e segurança que a “Ilha” propicia, mas, como ressalta o entrevistado, preferem lugares padronizados que estariam mais próximo ao seu estilo de vida urbano.

2.2.1.2 O “turismo” internacional

Dentre os “turistas” estrangeiros, os fluxos mais significativos que visitaram a “Ilha” ao longo dessas décadas, foram os argentinos. Situação que pode ser percebida nas falas dos informantes, em notícias e comentários de jornais e no modelo que em geral a população adotou para as práticas turísticas em Florianópolis. Este fluxo desenvolveu-se numa cidade com pouca infraestrutura e na qual os moradores locais praticamente não dispunham de um capital turístico, fazendo referência ao que BOURDIEU (2003) chama de capital cultural que, no caso das práticas turísticas, refere-se ao domínio de conhecimentos, técnicas que constituem recursos para realizar a atividade. Moradores como Aroldo, 53 anos¹²⁰, morador de

¹¹⁹ O Professor Doutor Gilberto Velho, docente do Museu Nacional/UFRJ, numa reunião com os alunos do PPGAS para discussão de pesquisas em novembro/2001, ao comentar sobre meu tema, utilizou as expressões “Rio de antigamente” ou “mini-Rio” referindo-se à forma como os cariocas têm considerado Florianópolis.

¹²⁰ Aroldo é natural de uma cidade da grande Florianópolis e mudou-se para a “Ilha” na década de 1970 para estudar. Acompanhou o processo de crescimento da cidade, especialmente de Ponta das Canas quando foi morar lá no início dos anos 80 ao casar-se com uma moça da localidade. Conversei com ele no seu trabalho em 19/09/05.

Ponto das Canas, refere-se ao aluguel de casas desde 1975 e o início do fluxo de argentinos a partir do final da década de 1970 quando já havia acesso (estradas de terra) aos locais mais distantes do núcleo central. Aos poucos, os “turistas” argentinos foram “alcançando” os locais mais afastados, pois as famílias tinham preferência por “praias mais desertas e naturais”. Segundo Aroldo, nesta época “o pessoal não era de farra, agitação, folia”. Esse “turismo em família” mantém-se até aproximadamente 1990 e era comum alugarem casas por pelo menos trinta dias.

Nesse período há uma clara preferência pelos “turistas” argentinos, pois estes gastavam em dólar, permaneciam mais tempo na cidade e em alguns anos extrapolaram os gastos que costumavam fazer. Já os “turistas” nacionais circulam com autonomia e facilidade, pois, na maioria dos casos, vão diretamente para as localidades a fim de procurar um lugar para ficar ou fazem reservas por telefone e hoje também pela internet, mas o principal motivo para serem preteridos é o fato de utilizarem a moeda nacional, bem menos rentável do que o dólar, mesmo atualmente. Os “turistas” nacionais não teriam condições de competir com a moeda estrangeira. Neste caso, no mercado dos “aluguéis familiares”, há uma regulação entre a oferta e demanda de imóveis por meio da presença do “turista” nacional ou estrangeiro, ou seja, quando a procura da “Ilha” é maior por argentinos, afasta o “turista” nacional e quando o “turista” estrangeiro não vem, os brasileiros podem ocupar a “Ilha”. A presença massiva dos “turistas” estrangeiros, no caso de Florianópolis, os argentinos, inflaciona o mercado de aluguéis, de alimentação, entre outros serviços fornecidos.

A enorme frequência de argentinos expressou-se principalmente no norte da “Ilha”, o que ocasionou a utilização de frases, expressões em espanhol, mas que muitas vezes misturam-se com o português, formando o “portunhol”, que ainda podem ser percebidas em anúncios publicitários escritos em algumas lojas e agências de câmbio, apesar desta situação estar menos intensa atualmente. Um exemplo desse uso do espanhol é relatado por Schmeil (2002) que utilizou no título de sua dissertação a expressão “Alquila-se”, ainda hoje encontrada em placas na frente das casas para aluguel. Esta grafia, chama atenção a autora, é uma mistura do “aluga-se” da língua portuguesa com o “se alquila” do espanhol, estando incorreta nas duas línguas, mas representa a forma como a população local, especialmente os “nativos”, apropriaram-se dessa nova cultura com a qual começaram a conviver. A presença dos argentinos em Florianópolis não se reduziu apenas ao período do verão. Inúmeros deles passaram a ser moradores e comerciantes que adquiriram propriedades, abriram lojas, cafeterias, padarias, restaurantes, pousadas e são encontrados em qualquer lugar da “Ilha”,

mas especialmente nas localidades do norte.

Nos relatos dos “guias” da rodoviária, é possível perceber o que significou a acentuada presença de argentinos na cidade. Seus atendimentos eram feitos principalmente a esses “turistas” de forma muito intensa durante o verão. Como veremos mais adiante, atribuem a esse período o auge de seu trabalho em relação aos ganhos financeiros, ou seja, ao recebimento em dólares e com uma margem maior de lucros. Os atendimentos eram feitos a famílias que viajavam em carros, ônibus fretados e aos que chegavam em ônibus de linha, além de vôos charters. Uma peculiaridade era a vinda de casais em lua de mel.

A interação de longos anos de convivência com os falantes de espanhol dos principais mercados emissores estrangeiros para o Brasil, principalmente o argentino, possibilitou a aprendizagem da língua para ambos os lados, o atendimento aos gostos e exigências desses “turistas”, que se configurou, por exemplo, na construção de casas e apartamentos próprios para as necessidades de famílias. Seu relacionamento com os “nativos” também têm sido marcado por relações amigáveis expressas em trocas de favores, relações de compadrio, casamentos. Entretanto, a interação do “turista” argentino com a população local também manifestou-se em inúmeros conflitos, seja pelo comportamento extravasador dos jovens ou pela exigência nas condições de um imóvel para aluguel e, muitas vezes, arrogância desse “turista” de um modo geral:

Tem muito argentino que é bom de trabalhar, ele chega, estaciona e diz ‘vamos hablar’. O argentino quer aquele negócio por detalhe, como é que é, deixa de ser. Se eu oferecer uma casa ele quer saber como estão as condições dela - como é por dentro, como é por fora, como é o muro. Então, a gente tem que dizer para ele como é realmente. O gringo, quando aluga, ele não quer saber se tem carcaraca, que é barata, lagartixa, essas coisas. Se ele vir uma lagartixa correr não aluga mais o imóvel. Ele costuma dizer ‘não me gusta!’ [...] É cheio de coisa! (Jair, “guia” do centro da cidade)

A ausência dos argentinos torna a situação dos envolvidos com “turismo” muito difícil. Sua presença massiva ocasionava uma disputa por hospedagem e permitia o investimento na melhoria dos negócios. Nas localidades, a “crise” na Argentina é percebida de diferentes formas. Essa mudança geralmente é relacionada às casas que têm ficado ociosas, quando antigamente os informantes mencionam que alugavam muito. “Dona” Áurea, por exemplo, tem inúmeras casas na Barra da Lagoa e alega que nos últimos três anos tem tido

dificuldades em conduzir seu negócio pela falta de clientes. Disse-me que hospedava “inquilinos” da Argentina havia oito anos, mas nas duas últimas temporadas não apareceram. Não sabe explicar por que motivo isto tem acontecido, mas outros informantes, como “Seu” José, 61 anos, pescador aposentado, nascido na “Costa”¹²¹, associam esse quadro a uma crise na Argentina: “Deu esse rolo lá na Argentina já não veio ninguém [...]. Uma família que toda vez que vem para cá fica nessa casa aí, que eles gostam muito, não veio”.

Não bastassem as mudanças no número de “turistas” argentinos, há também alterações no estilo dos que estão deslocando-se para Florianópolis. Nas primeiras entrevistas realizadas, os informantes assinalaram que, se na década de 1980 e 1990, via-se famílias com filhos, “aquele argentino que usava meia branca, tênis de couro, bermuda, cabelo bem penteado e um bom perfume”, que faziam um “turismo para descanso” hoje a maioria são jovens que viajam sozinhos, com suas mochilas e pouco dinheiro para gastar e praticam um “turismo para diversão”, segundo o entrevistado:

Naquela época era programa da família, então os filhos vinham junto com os pais, um catolicismo muito tradicional [...]. No meu modo de ver, a família argentina mudou, a economia mudou, os argentinos hoje não vem mais com os filhos, as férias deles hoje são de uma semana ou de quinze dias, preferem ficar num hotel com as mordomias todas só para o casal [...]. Depois de 80, uma menina de 14 anos não quer vir mais com os pais para a praia, a não ser num caso de família de muito controle. (Sílvia, professor universitário)

O novo estilo dos “turistas” ocasiona uma diferente forma de consumo, seja pela redução do número de dias de hospedagem, pois segundo relata Aroldo, “o turismo não é mais mensal, devido ao baixo poder aquisitivo passou a quinzenal e hoje semanal”. Também ocorre a diminuição dos gastos diários, pois suas condições financeiras são inferiores, como pode ser percebida nesta fala de Gelson, 40 anos, “nativo”¹²², que atua como “guia” no Portal Turístico:

Hoje, uma família que vem da Argentina para ficar quinze dias, dez dias aqui em Florianópolis, o máximo que eles trazem é 2 mil dólares. Hoje em dia eles viajam mais no cartão porque argentino não trabalha com cheque ou, senão, dólar e o peso.

¹²¹ Localidade da Costa da Lagoa que fica no distrito da Lagoa da Conceição.

¹²² Gelson trabalha há 27 anos como “guia” de turismo e lembra quando tinha 12 anos e o mar chegava até o Mercado Público, lugar onde paravam os “turistas”. É morador de um dos morros próximos ao centro. Conversamos na Praça XV em 19/11/2003.

O peso, para nós, não tem valor, ninguém quer. O peso valia que nem o dólar, hoje vale menos de um real - 85, 90 centavos. Vê a diferença!

Essa alteração no estilo dos turistas argentinos, resultado de mudanças sociais, também é percebida por João¹²³, natural de Capinzal (oeste de SC), “guia” na rodoviária que atendia muitas famílias e hoje observa que mudou o perfil dos “turistas”. Segundo ele, eram comuns as famílias e os casais em lua de mel, o que o faz pensar que está havendo uma mudança de roteiro ou as pessoas têm ficado no seu país mesmo.

Evidentemente, também é preciso registrar que não é somente o que Schmeil (1994) classifica como turista de massa que frequenta Florianópolis. Há aqueles com melhores condições econômicas que buscam outras alternativas, como condomínios de alto padrão. Estes “turistas” buscam lugares elitizados, embora mais acessíveis do que balneários de seu próprio país. Entretanto, as pesquisas realizadas sobre as práticas turísticas em Florianópolis não dão ênfase a dados por camadas sociais. Neste depoimento podemos perceber um outro tipo de experiência turística que se converte também num negócio:

O poder aquisitivo deles é evidentemente algumas vezes maior do que o nosso. [...] ainda se diz hoje que, para os argentinos que saem, por exemplo, de Buenos Aires para ir para La Plata, ele vai gastar, vamos imaginar, 7 mil dólares para passar o mês, aqui em Florianópolis ele passa com 3. Então, ele acaba voltando com dinheiro. E tem argentino, de uma classe média alta com casas razoavelmente amplas, com piscina, etc., que vem para Florianópolis e muitas vezes aluga a casa dele lá para aqueles que tem que continuar trabalhando [...], mas não querem continuar no apartamento, querem para a família um período numa propriedade um pouco mais fresca, mais agradável. [...] Dizem que tem argentino que aluga a casa lá, vem para cá, paga tudo aqui e recebe dinheiro de volta no retorno. Digamos que ele aluga a casa dele por 5 mil dólares, chega aqui aluga por 3, passa a temporada dele, gastou 2, praticamente fez o encontro de contas. (Silvio, professor universitário)

Apesar das mudanças, as pessoas que trabalham com turismo esperam que a cada temporada essa situação possa mudar. A aposta na vinda dos argentinos remete à comparação entre a safra do peixe e a safra turística, nas quais está presente o risco, a incerteza, a espera.

¹²³ João foi criado na cidade de Joaçaba. Em 1986 veio para Florianópolis. Quando chegou a Florianópolis trabalhou no Hotel Jurerê, numa lanchonete, em consórcio, até começar a trabalhar como “guia” por meio da ajuda de um amigo que lhe apresentou para proprietários de imóveis, hotéis, etc. Orgulha-se de ter sido citado na revista “Lonely Planet” como um “guia” da cidade. Entrevista concedida em 17/07/2003 na rodoviária.

A qualquer momento pode-se ter uma “boa safra” e é comum, principalmente entre os “guias” expressarem a idéia de que “a temporada promete”, apesar de virem “chorões”, ou seja, negociando preços, como observa Gelson:

Essa temporada vai prometer. Eles vão vir, mas só que vão vir meio chorão depois de ter passado quase uma dúzia de presidentes, em duas semanas, na Argentina. Eu acho que eles não vão gastar tanto porque vão vir com aquele medo da crise. Mas, quem tem dinheiro vem, não vem aqueles que antigamente vinham com 4, 5, 6 filhos. Esses aí já não vêm mais.

Em relação aos demais turistas estrangeiros que têm vindo à Florianópolis, destacam-se os europeus e os israelenses, principalmente nos últimos três ou quatro anos. Os israelenses são tidos como visitantes inesperados, que despertam uma enorme curiosidade quanto ao motivo de escolherem Florianópolis e principalmente em relação as suas características culturais, como por exemplo, a língua e hábitos de alimentação:

No verão muitos vieram, até me surpreendeu a quantidade de israelenses que vieram na última temporada em Florianópolis. [...] Começou há uns três anos, mas neste ano veio muita gente, diferente do ano passado e do ano retrasado que eram alguns, lá de vez em quando aparecia um. Foi tanto israelense que veio a Florianópolis esse ano que eu até aprendi algumas palavras em hebraico [...]. (João, “guia” na rodoviária)

Os israelenses que têm passado por Santa Catarina são jovens, costumam andar em grupos, são “mochileiros”¹²⁴. Em seus locais de hospedagem, os donos de casas e pousadas, relatam situações em que grupos de israelenses alimentam-se com precariedade, passando uma semana a pão e ovo. No contato com a população local, especialmente com os mediadores, vários estereótipos são reforçados em relação aos israelenses, como a avareza. Dentre as várias controvérsias a respeito dos israelenses, pois a população local está

¹²⁴ Jovens, geralmente estrangeiros, que viajam com mochilas e, em alguns casos, equipamentos para camping (barraca e colchonete). Mundialmente, essa forma de viagem é conhecida como turismo *backpacker* ou *Backpacker tourism*. Segundo informações do site www.mochilabrasil.com.br, mochileiro não costuma comprar os “pacotes de excursão” e sim serviço no local – hospedagem, transporte e *tours*, economizando geralmente nesses itens para gastar em festas. Diferente do turismo convencional que se concentra em cidades turísticas e grandes complexos hoteleiros, os mochileiros utilizam hospedagem de pequenos e médios empreendedores que muitas vezes localizam-se em áreas mais afastadas e de menor interesse turístico. No site citado há referência a outros endereços sobre troca de informações entre viajantes, relatos de viagens, hospedagens, guias turísticos, revistas da área, transportes, feiras e associações para esses “turistas”.

aprendendo a conviver com eles, surgem relatos como o de João que tem realizado inúmeros atendimentos a esses “turistas” e os compara a outro grupo um pouco mais conhecido - os europeus:

Acho que todos estão procurando momentos de prazer, de alegria e de descontração, então não tem muita diferença. A diferença é que os europeus são, de uma certa forma, mais frios, não todos, e eles (israelenses) são mais divertidos. Existe uma palavra que eu aprendi a falar em hebreu que se chama “balagan, balagan”. “Balagan, balagan” significa desordem total. Então eles costumavam dizer assim: “balagan, balagan, iala, iala”, quer dizer, onde tem muita desordem é onde eles gostam. Pelo que eu pude notar, eles são mais parecidos com os brasileiros. Eles são muito divertidos, de muita festa, de muita alegria. [...] a gente não tem muito conhecimento deles, mas a primeira impressão que passa é isso.

Vera, pesquisadora com quem realizei parte do trabalho de campo, entrevistou alguns israelenses e um dos rapazes disse que havia aprendido espanhol em Israel porque estava planejando a viagem, embora a segunda língua que aprendem é o inglês. O rapaz entrevistado por Vera não estabeleceu nenhuma conexão entre eles e os outros grupos que estavam em Florianópolis. Em geral, os grupos vêm para conhecer a América do Sul e estão passando por vários países, onde ficam poucos dias (em média 3 ou 4). Segundo o entrevistado João, os jovens saem de Israel depois do serviço militar obrigatório (três anos para os homens e dois anos para as mulheres):

Todos eles servem o exército e a partir do momento que dão baixa, o governo israelense, no caso o atual, Ariel Sharon, dá um incentivo para as pessoas, acredito que para passear, para fugir um pouco daquela vida atômica que eles vivem que é bomba, guerra. É um povo guerreiro que desde o princípio, lá antes de Cristo, já guerreavam. Eu acredito que o governo dá incentivo para que eles possam se distrair, conhecer inúmeras cidades e pessoas, para fugir um pouco, tirar um pouco daquele stress, daquela coisa que eles vivem que deve ser terrível. Já pensou viver num país em que você é treinado para a guerra - o teu pai, a tua mãe, o teu avô, os teus filhos, os teus netos, os teus bisnetos, todos têm que estar preparados para a guerra. Acho que é uma forma de recompensarem a dedicação desses três anos que eles tem no exército com dinheiro para que as pessoas possam viajar e se distrair um pouco, até porque, de repente, estão sujeitos a voltar para o país deles e para a guerra.

Neste caso, Florianópolis estaria inserida numa rota turística que envolve outros

destinos do Brasil, assim como outros países da América do Sul. Romero (2003)¹²⁵ fala sobre a existência do corredor atlântico onde estariam incluídos locais como São Paulo, Curitiba, Porto Alegre, Uruguai, zona central da Argentina, Chile e acredito que Santa Catarina faria parte deste roteiro. Na fala do informante percebe-se a existência de alguns locais emblemáticos de visitação:

[...] eu acredito que Florianópolis, além de ser capital turística do Mercosul, já faz parte da rota do turismo na América do Sul. Quando você fala em América do Sul, principalmente em turismo pelo Brasil, o que vem em primeira mão   Foz do Iguaçu que ninguém deixa de conhecer, eu acredito. Foz do Iguaçu e, n  sei, Rio de Janeiro e Florianópolis, acho que   uma rota muito bem direcionada. (João, “guia” na rodoviária)

Nessa rota estariam incluídas também as festividades, como o Carnaval:

Os israelenses, por exemplo, são bem aventureiros. Muitos estiveram em Florianópolis antes do Carnaval e a maioria deles eu acredito que foram para o Carnaval da Bahia ou do Rio de Janeiro e depois disso teve muita gente que voltou para Florianópolis. Então você vê que eles se divertiram, mas para descanso e repouso acabaram voltando para Florianópolis. (João, “guia” na rodoviária)

Nas localidades e pontos de recep o dos “turistas” observa-se que há um significativo número de estrangeiros também da Europa e da América do Norte. Em rela o aos europeus, poucos vinham até Florianópolis, como ressalta João: “Europeu não aparecia muito, vinha uma vez ou outra e a gente conversava com pessoas vindas da Europa – da Su a, da França, mas era muito pouco mesmo. A maioria das pessoas vinha da Argentina e do Uruguai na época”. Durante o inverno, Rafael afirma que “pega” bastante europeu – “pessoas da Inglaterra, Espanha, Amsterdã, também de Israel e da  ndia, de todos os lugares do mundo”. Os “turistas” abordados são jovens, entre 20 a 30 anos, e geralmente são “mochileiros” que vêm para descobrir a cultura e aprender a falar o idioma do país.

Atualmente, são comuns os relatos com este de Alberto, 56 anos, “nativo” da Barra

¹²⁵ Segundo palestra apresentada durante o evento Fórum de Antropologia Urbana promovido pelo PPGAS em 01/12/2003

da Lagoa¹²⁶: “Agora essa semana saiu um casal de alemão daqui, veio um outro alemão, um americano que nós botamos na casa de uma vizinha também, ficou aqui também nesse mês passado o pessoal de Israel. Vem gente de vários países, vem bastante chileno também”.

Segundo o “guia” Rafael, esses “turistas” também vêm de Foz do Iguaçu ou do Rio de Janeiro e costumam ficar na cidade de três dias a uma semana. Geralmente estão viajando na América do Sul e vêm com um guia que se chama *South America*¹²⁷ e eles fazem o roteiro do livro, passando pela Bolívia, Argentina, Chile, Foz do Iguaçu, Brasil. Neste guia turístico há, segundo o informante, indicação da praia da Barra da Lagoa e do Santinho e para facilitar sua comunicação com esses “turistas” pergunta se possuem o guia turístico e já aproveita para indicar as praias citadas.

Em nosso país, costumam dividir sua viagem, visitando os locais turísticos da região, utilizando-se também de excursões quando chegam ao Estado de navio: “Os americanos estão vindo de navio, de cruzeiro. [...] Eles vem à Itajaí e de lá eles vem de ônibus a Florianópolis”, como afirma Gelson que os tem atendido no Portal Turístico da cidade ou é contratado por meio de hotéis. Dentre esses novos grupos, há que considerar a diferença entre aqueles que utilizam como transporte navio ou avião como principais meios de viagem, mesmo dentro do país e possuem um maior poder aquisitivo, pertencem também a outras faixas etárias em comparação àqueles que viajam utilizando meios de transporte de baixo custo, como ônibus. Estes buscam uma “hospedagem econômica”.

Outra característica especialmente dos europeus é a solicitação de diferentes serviços, como café da manhã, por exemplo, o que geralmente é oferecido por hotéis e, dependendo da localidade, por pousadas também. Os informantes dizem que os europeus podem até ser mais exigentes, mas sabem como solicitar, como exigir os seus direitos:

Os turistas estrangeiros são mais justos no pedirem e no cobrarem, quer dizer, eles querem receber o serviço pertinente àquele tipo de preço, àquilo que lhe foi oferecido. Não é a mesma tipicidade do brasileiro, que, na lei do Gerson, quer pagar uma estrela e receber quatro, cinco estrelas. Então, existe essa diferença. (Antônio, proprietário de pousada na Barra da Lagoa).

¹²⁶ Entrevista concedida em 04/02/2003.

¹²⁷ Não existe propriamente um guia denominado *South America* e sim guias na língua inglesa que possuem edições que tratam sobre a América do Sul, assim como de outras regiões do planeta. Mas, como o destaque na capa é feito para o assunto contido no guia, Rafael entendeu que este fosse o seu nome.

Antônio também se refere ao fato de que teriam mais respeito pelos bens materiais, pelas coisas que são de uso coletivo: “O europeu com certeza tem mais zelo com o imóvel e eles trazem muitos livros, nas férias tem uma prática de ler. Eles não levam de volta o livro, terminou é descartável, não é como para nós que passa a ser quase um patrimônio, uma coisa para guardar”.

Embora pouco expressivos em termos de quantidade, como se pode observar na tabela sobre os “mercados emissores internacionais”, os “turistas” europeus freqüentam a cidade no período de “baixa temporada” quando não existe uma demanda significativa para uso dos serviços turísticos, o que tem sido considerado pelos informantes como muito bom para a cidade, “uma renda a mais fora da temporada”. Além disso, estes “turistas” estariam dispostos a gastar mais, pois não necessariamente buscam uma “hospedagem econômica” como boa parte dos argentinos e principalmente os israelenses. Segundo um dos entrevistados, Rafael:

Os turistas israelenses são os que menos gastam, já o inglês, o alemão, o francês, o espanhol, gastam bastante e acham tudo muito barato, com esses turistas não existe problema com preço, com valor. Geralmente, o turista europeu não pede por valor, ele quer saber onde existem bons restaurantes, discotecas, bares e internet que é o meio de comunicação deles e, por último, o preço. Na verdade, a nossa hospedagem se torna muito mais barata do que um hotel que nessa época do ano costuma sair na faixa de R\$40,00, R\$50,00 por pessoa e nós, com um grupo de 4 pessoas a gente cobra R\$50,00, R\$60,00. Acaba saindo R\$15,00 por pessoa.

De outra parte, os “europeus” surpreendem-se com o tipo de hospedagem que é oferecida na Ilha (casas, pousadas, apartamentos):

Eles nem sabem que isso existe, eles costumam ficar bastante surpresos quando chegam e vêem aquilo tudo. Muitos perguntam se o local é só para eles, pois eles acham que de repente tem que repartir com uma outra pessoa que possa chegar; eu explico que aquilo ali é só para eles, é privativo. Eles não estão acostumados com esse tipo de hospedagem, estão acostumados com hotel que seria um quarto com banheiro, às vezes sem banheiro também e quando eles chegam e descobrem que é esse tipo de hospedagem, eles ficam bastante felizes. Tão felizes a ponto de dar uma propina para nós. A gente ganha a comissão e sempre ganha mais uma propina. É bastante gratificante trabalhar com o europeu. (Rafael, “guia” na rodoviária)

Segundo Vaz (1991), o turismo internacional ou de outras regiões do país, bem mais

exigente com os serviços de apoio, teria estabelecido um envolvimento exclusivamente comercial com a cidade devido à sazonalidade e à sua presença esporádica. Entretanto, nesta tese pretendo mostrar que o envolvimento dos “nativos” e com os “de fora” que passaram também a trabalhar na atividade turística abrange outros aspectos, como o da dádiva, não sendo de forma alguma exclusivamente comercial.

2.2.2 Calendário das práticas turísticas

O calendário das práticas turísticas em Florianópolis é dividido em praticamente dois períodos – o verão ou “temporada”, e o restante do ano em que um número restrito de “turistas” freqüentam a cidade. Nas palavras de um entrevistado, “o turismo vai deixando a Ilha a partir de março”, o que evidencia seu caráter sazonal¹²⁸ ou episódico (LINS, 2002). Outras denominações utilizadas são “alta temporada” para o verão e “baixa temporada” para o restante do ano, expressões que fazem parte principalmente do mercado formal de um modo geral (hotéis, pousadas, agentes de turismo, etc.).

A “temporada”, ou seja, o período em que a cidade concentra o maior número de “turistas”, começa no mês de dezembro, em torno do dia 20 e vai até o Carnaval, como salienta Roberto: “Em 2004 a alta temporada começa dia 21 de dezembro, passa o mês de janeiro todo e vai até o Carnaval. O Carnaval finda dia 24, 25. Então, dia 25 acabou a alta temporada e você vai perceber que o nível de turismo que estava em 100%, cai para 30, 20, é ridículo, as lojas fecham”.

As pessoas que trabalham com “turismo” em Florianópolis consideram que seu calendário é bastante restrito e pouco benéfico para a cidade por serem praticamente dois meses e meio com intensa atividade e o restante do ano pouco lucrativo. Além do mais, a data de término da “temporada” é móvel, dependendo do dia em que se realiza o Carnaval, isso faz com que alguns até desconsiderem o mês de fevereiro, pois como afirma Márcio de Souza “a mobilidade do Carnaval determina a expressão da temporada das férias ou da vida turística na cidade, é quando o pessoal diz que o turismo cai ou desce tudo”. Essa característica das práticas turísticas em Florianópolis traz preocupação para grupos que tentam pensar sobre as possibilidades que a cidade oferece em termos de propiciar melhores condições de vida para

¹²⁸ A respeito do caráter sazonal dessa prática, Lins (2002, p.318) afirma que “a sazonalidade significa que o aquecimento da economia a partir do turismo ocorre de forma concentrada no tempo, implicando contraste entre

boa parte da população que está inserida no mercado turístico e utiliza os rendimentos daí advindos para o sustento nos demais períodos do ano:

Para a cidade ser turística, ela pode ser vendida e ter uma vida de 12 meses de referência em ser visitada. Se a cidade conseguisse organizar de maneira sistêmica a sua potencialidade histórica, cultural e paisagística, esse tripé, ela poderia de fato criar um arranjo nacional, internacional de frequência [...]. Nós teríamos uma garantia de frequência ao longo de todo o ano se nós não tivéssemos desprezado o potencial e partido para um processo quase que auto-destrutivo, diferente de outros lugares do mundo onde as pessoas vão para visitar os monumentos, as tradições, para perceber a história e o povo dessas localidades. Então, não sendo o sol, não sendo o mar, o que tem Florianópolis a oferecer para as pessoas – visitar os arranha-céus da cidade? Visitar o asfalto de Florianópolis? (Márcio de Souza, vereador em Florianópolis)

Uma das características marcantes do calendário turístico de Florianópolis, portanto, é o pouco investimento no restante do ano devido à falta de interesse no sentido de despertar o visitante para outras coisas da cidade além do sol, do mar e das belas paisagens. De uma parte, é um alívio para a população local quando a cidade esvazia-se, mas com o fim do Carnaval também acabam os rendimentos e inúmeros postos de trabalho, mostrando que não há um planejamento que dê conta de outros recursos que a cidade oferece, situação vivenciada por aqueles que prestam serviços nessa área:

Não há uma captação para pós-Carnaval, uma mídia que pudesse continuar e não depender tanto do turismo de negócios e turismo de eventos. O poder público não tem esse interesse, nunca fez. As pessoas daqui querem que o turista vá embora para a cidade ficar menos congestionada, todo mundo fala isso e mesmo nós que estamos aqui, também estrangeiros, queremos que eles não voltem por quase um ano, mas é uma pena, poderíamos trabalhar, ainda há clima, há renda. Essa gente vai para Fortaleza, para Natal, o verão continua e você poderia continuar com tarifas boas, tendo uma proximidade de sustentabilidade mesmo no ramo. Por mais um mês e meio, dois meses, baixava um pouco a tarifa, fazia uma tarifa como tem na Europa, você opera a alta, média e baixa. O aumento das minhas tarifas aqui vai ser de 80% para a alta temporada. Eu saio de 100% para 180% e tanto. (Roberto, gerente comercial do Praia Mole Park Hotel)

Essa “média temporada” a qual Roberto refere-se seriam os meses “pós-temporada” março e abril ou antes da “temporada” – outubro e novembro em que, na prática, os hotéis já

breves períodos de intensa utilização dos elementos da oferta turística e longos intervalos de uma virtual ociosidade”.

operam com uma tarifa intermediária entre os preços mais altos e mais baixos, o que precisaria de um incentivo na divulgação:

[...] o governo do Estado poderia trabalhar, como trabalha o governo do Estado do Ceará que eu vi na época em SP, com a propaganda: “Sol o ano inteiro”. Então nós poderíamos dizer assim: “Nós não temos sol o ano inteiro, mas temos até abril” ou então divulgar: “Em Florianópolis hoje 29°, em Florianópolis hoje 27°”. Uma mídia, mas alguma maneira de propaganda, pois é possível uma captação pós alta-temporada. Então você ficaria com uma média temporada, os hotéis acabam fazendo isso na prática, mas não é uma coisa divulgada fortemente, então você acaba estimulando outros destinos.

Em vista dessa situação, a rentabilidade promovida pelas práticas turísticas concentra-se num período do ano e no restante muitos estabelecimentos fecham e apenas algumas localidades da Ilha recebem “turistas” na chamada “baixa ou média temporada”. No caso dos hotéis, estas empresas buscam formas alternativas de chamar hóspedes, como o “turismo” de negócios e eventos que se beneficia das taxas mais baixas fora do período da “temporada”. Além de preços mais baixos, haveria outros benefícios como o “pouco trânsito”, cidade “vazia”, um sol maravilhoso”.

A “baixa e média temporada” caracterizam-se por apresentarem situações pontuais de prática turística, como é o caso do mês de março em que a cidade recebe “turistas” da terceira idade e na Páscoa em que “turistas” do Uruguai vêm para Florianópolis ficar por uma semana¹²⁹. Também quando há ocorrência de feriados prolongados, ocorre a vinda de “turistas”, principalmente dos Estados próximos (Rio Grande do Sul, Paraná e São Paulo). Antônio, por exemplo, procura manter sua pousada ocupada nos finais de semana em geral, recorrendo a esses visitantes, tentando aproveitar uma parcela da população que realiza viagens rápidas ao longo do ano:

[...] criou-se uma convenção, um preconceito horrível, errado, de que o turista é só sol e praia. Não, pelo amor de Deus, se fosse só sol e praia não tinha turismo em Bariloche, não tinha turismo em outros lugares, nos Alpes italianos. Turismo é descanso, turismo é carinho, turismo é lazer, turismo é fuga, turismo é marketing, turismo são outras coisas, não é focar só praia e só verão. Isso dói, é uma aberração, então a gente tem conseguido manter um turismo efetivo durante o ano de quase 100% de lotação nos finais de semana, aí sim inserindo o turismo mais perto, natural, o pessoal mais circunvizinho - Curitiba, Porto Alegre, interior do Rio Grande do Sul, interior do Paraná. (Antônio, proprietário de pousada)

¹²⁹ Trata-se de uma Semana de férias dos uruguaios que coincide com nossa Semana Santa.

Outra situação específica é o caso dos “guias” que trabalham no Portal Turístico da cidade e atendem excursões que começam a chegar na cidade a partir de outubro, geralmente turistas do interior do Estado de Santa Catarina que fazem passeios escolares (comemoração de final de curso, por exemplo) para Blumenau na festa chamada Oktoberfest¹³⁰ e aproveitam a oportunidade para visitar a Capital. Essa situação seria peculiar a esse grupo, pois o maior número de “turistas” vêm para a cidade durante o período do verão.

Esses períodos são marcados por um diferente uso dos espaços oferecidos pela cidade¹³¹. Segundo o “guia” Rafael, no período do inverno, é difícil ter uma boa oferta de local para hospedagem, especialmente para os “turistas internacionais”:

Nessa época do ano não existe muito para oferecer, tem que se contentar com pouco. Na questão da estrutura existe bastante – apartamento, hotel, pousada, cabana, mas lazer são poucos. Além da praia não existem outras coisas atrativas. Se ele quiser praia tudo bem, se ele não quiser fica difícil. Geralmente esse turista não veio aqui para ir num shopping, ele quer coisas diferentes – bares, discotecas.

Os próprios “guias” indicam preferencialmente a região leste da Ilha (Lagoa da Conceição, Barra da Lagoa) como local de hospedagem no qual encontram possibilidade de divertimento e de encontrar outros “turistas”. As regiões norte e sul da Ilha estariam fora dessa sugestão por ficarem praticamente vazias, não sendo locais atraentes na “baixa temporada”. A praia preferida como indicação nesta época é a Barra da Lagoa, onde também não há diversão, mas existe a movimentação cotidiana da localidade, uma vez que a maioria dos moradores são “nativos”.

Outra alternativa sugerida pelos “guias” é a hospedagem no centro da cidade que permite deslocar-se para uma praia durante o dia e à noite optar por um lugar mais movimentado, tendo mais facilidade e um número maior de meios de transporte, assim como estão próximos à região da avenida Beira Mar Norte onde podem utilizar o shopping center,

¹³⁰ Sobre esta festa ver Flores (1997(a))

¹³¹ Lins (2002, p.318) observa que há “desigualdade na distribuição temporal do fluxo que se apresenta acompanhado por desequilíbrio na incidência geográfica do turismo – costas norte e leste é que são as mais envolvidas na movimentação turística devido à: - atratividades (melhores serviços e águas menos frias); infraestrutura (principalmente transportes e comunicações) e os investimentos privados.

inúmeros restaurantes e alguns bares.

Entretanto, mesmo na “temporada”, além do “sol e mar” como atrativos, muitas localidades não conseguem oferecer outras alternativas de lazer, especialmente à noite. Este continua concentrado na Lagoa da Conceição, no centro da cidade e surgem no norte da Ilha, em locais como Canasvieiras e Ingleses. Na fala de Alberto, proprietário de apartamentos na Barra da Lagoa, pode-se perceber essa dificuldade:

Eles perguntam o que tem à noite para fazer e a gente manda para a Lagoa. Não tem nada mesmo aqui na Barra. Nesse negócio de “Verão ao Vivo”, onde cercaram uma área, tem o futebolzinho de tarde, chega de noite não tem nada. Deveria ter um show porque o pessoal de noite toma um banho e quer sair.

Embora concentradas numa curta temporada, as práticas turísticas em Florianópolis começam a tomar corpo antes da chegada dos “turistas” - período de preparação para recebê-los que começa a partir dos meses de outubro/novembro, quando os moradores iniciam a arrumação das casas e estabelecimentos comerciais. Sílvio relata o que observou na região de Ingleses e Santinho (norte da Ilha) que se configura numa “euforia” pela vinda dos “turistas”:

Coincidiu que eu fui fazer esse passeio, isso já faz uns dez anos, e era mais ou menos nesse período – outubro, novembro que é um período que se começa a arrumar as casas, dar uma pintura, eventualmente trabalhar acelerado para fazer uma reforma ou até acabar uma casa nova e toda aquela estrada dos Ingleses em direção ao Costão do Santinho parecia que estava em festa, estava todo mundo trabalhando, era roupa na rua.

O entrevistado sugere uma semelhança desse período com aquele da espera da safra da tainha¹³², momento em que há muito trabalho e, possivelmente, fartura, o que se percebe no ambiente festivo que toma conta das localidades: “Chamou-me atenção e eu relatei aquele quadro com a época da tainha - a euforia daquela época da safra do peixe se transferiu para essa euforia da chegada do turista, mas do turista argentino”. A espera pelo “turista” argentino, tem se caracterizado como um aspecto importante das práticas turísticas em

¹³² Ver Lacerda (2003).

Florianópolis, apresentando altos e baixos ao longo do período que se inicia na década de 1970.

Nas observações e entrevistas realizadas percebe-se que diferentes grupos ocupam os vários períodos do ano. Na verdade, sempre há “turistas” em Florianópolis, o que varia é a quantidade e o tipo destes. Cada grupo teria preferência ou disponibilidade para estar na cidade num período do ano. No verão, a “Ilha” é freqüentada por um significativo número de pessoas do Brasil e dos países próximos (Argentina, Uruguai, Paraguai, Chile), época de férias escolares e de descanso do trabalho também nos demais países vizinhos. Já nos meses de julho e agosto são os meses em que se recebe mais “turistas” europeus, norte-americanos e, nos últimos anos, israelenses.

No caso da “temporada”, é em torno do dia 20 de dezembro que chegam as primeiras levadas para passar o Natal e/ou o Ano Novo. Depois dessas datas entram outros grupos que vêm com a intenção de aproveitar o verão e, por fim, o Carnaval. Outra especificidade do calendário são as datas de entrada e saída dos locais de hospedagem durante o verão - há datas de entrada e saída de hóspedes que são nos dias primeiro e quinze de cada mês - sai uma leva, entra outra. O que também muda é o tipo de “turista”, o que se hospeda no Carnaval é jovem, depois de fevereiro vem os de maior idade. No dia 31 de dezembro há um esvaziamento e no dia primeiro de janeiro começa a lotar novamente, como explica Antônio:

Durante o verão há uma troca por quinzena geralmente, as pessoas vêm no dia 1º, dia 15 há uma troca, aí no dia 31 de janeiro há outra troca. Dia 31 de janeiro é bem radical, esvazia tudo. Toda ilha praticamente fica vazia. E 1º, 2 de fevereiro vem outra turma que também troca dia 15 e vai até o Carnaval. Aí há outra troca e entra um público específico voltado para o Carnaval que é a juventude, badalação. Termina o Carnaval há outra troca, aí realmente já entra um turismo mais velho, sempre trocando nesse turismo num perfil geralmente de mais de 40 anos que vão até próximo à Semana Santa quando é invadida por uruguaios da Semana do Turismo que eles têm lá [...].

Essas trocas de “turistas” variam, geralmente, conforme a possibilidade econômica deles. Na época de auge da presença argentina, por exemplo, os “turistas” ficavam hospedados por 30 dias, em alguns casos até por 60 dias. Atualmente, esse tempo tem diminuído e a média de estadia tem ficado entre 10 e 20 dias. Outra situação que tem ocorrido é a divisão do período de férias em outras localidades, diminuindo o tempo de estadia em Florianópolis para em torno de 5 e no máximo 8 dias devido aos altos custos das férias na

“Ilha”. Os “turistas” estariam passando alguns dias em locais como Balneário Camboriú, Itapema e Bombinhas¹³³, onde os imóveis seriam mais baratos.

Como vemos, portanto, na primeira parte deste capítulo aponto a existência de três fases em relação ao uso que os moradores locais fizeram do mar. Num primeiro momento, o mar constitui-se como um espaço apropriado para descarte de materiais indesejáveis visto que as modernas formas de saneamento eram desconhecidas pela população. Especialmente no interior da Ilha o mar também era utilizado como um espaço para o trabalho de pesca. No início do século XX inicia-se um processo de higienização das cidades protagonizado pelo poder público e o mar passa a ser utilizado como uma forma de lazer ligada ao calendário litúrgico das localidades, configurando-se como a segunda fase. A população urbana da cidade aos poucos vai se interessando pelo valor terapêutico da água salgada para tratamento de saúde, ao mesmo tempo em que se torna um lugar de lazer à beira mar. Influenciados por práticas de lazer realizadas na Europa e que vão chegar ao Brasil numa das principais metrópoles da época – o Rio de Janeiro, começa a existir uma cultura de praia em Florianópolis que se localiza, até meados da década de 1960 nas praias continentais da cidade. Quando os anos seguintes trazem inovações significativas para a “Ilha”, como estradas para as localidades do interior, os moradores passam a freqüenta-las, percorrendo os caminhos que logo serão utilizados por “turistas” vindos de outras partes do Brasil, especialmente os vizinhos gaúchos, paranaenses e paulistas, seguidos pelos “turistas” estrangeiros, também vizinhos, vindos da Argentina, Uruguai, Paraguai, Chile. Essa freqüência dos “turistas” nacionais e estrangeiros marca a terceira fase na relação com o mar que cada vez mais passa de valor de uso a valor de troca, já que os espaços à beira mar são amplamente requisitados para as práticas turísticas.

Essa cultura de praia traz mudanças significativas na orla marítima de Florianópolis, principalmente a partir dos anos 80, período em que a cidade configurando-se como “ilha turística”. As práticas turísticas nas inúmeras localidades tornaram-se um dos elementos importantes, gerando novas relações, trabalhos e uma diferente organização do espaço. É notável a expansão do setor imobiliário que faz com que as populações locais deixem as terras próximas à praia para nestes lugares surgirem os balneários. Os novos proprietários fomentam uma privatização do espaço público, o que mostra o caráter excludente da prática turística.

Entretanto, o desenvolvimento das práticas turísticas tem se caracterizado por

¹³³ Praias localizadas no litoral norte de Santa Catarina.

concentrar-se num período em torno de dois meses e meio durante o verão – a “temporada” , revelando, entre outras coisas, seu caráter sazonal, uma vez que é pouco incentivada nos demais meses do ano. Desde o final dos anos de 1970 os “gringos” têm sido o grupo mais expressivo a visitar a cidade, mais em termos econômicos do que propriamente pela quantidade de “turistas” que muitas vezes não superou os números do “turismo” interno. Atualmente, além de mudar o estilo dos argentinos que têm viajado para Florianópolis, outros “turistas” são freqüentadores da Ilha, como europeus, norte-americanos e israelenses, trazendo novos contornos para as relações entre “nativos” e “pessoal de fora”.

PARTE II

AS FORMAS DE MEDIAÇÃO CULTURAL NO CONTEXTO DAS PRÁTICAS TURÍSTICAS

Capítulo 3

A mediação cultural

3.1 A MEDIAÇÃO CULTURAL NA ANTROPOLOGIA BRASILEIRA

Dentro das duas grandes tradições da Antropologia brasileira, descritas por Cardoso de Oliveira (1988) – a Etnologia indígena e a Antropologia da Sociedade Nacional¹³⁴, o enfoque sobre a mediação cultural tem sido uma abordagem recente. Na etnologia indígena surge como uma alternativa às investigações que analisam o encontro entre indígenas e sociedades envolventes por meio do contato em si mesmo e não direcionam seu olhar para a forma como os “nativos” estão lendo e interpretando os elementos de outra cultura. Ao comentar a respeito desses estudos, Wiik (2003, p.01) chama atenção para o fato de que “ao longo da produção antropológica, nunca foi atribuída ênfase significativa à investigação sobre como os sistemas nativos respondiam ao contato, ou à investigação do *native point of view* [grifo do autor]. Este tipo de abordagem e análise tornou-se clássica e têm marcado, até os dias de hoje, os estudos sobre o contato das sociedades indígenas com o cristianismo”.

Nos estudos de etnologia indígena, as teorias do contato e aculturação foram importantes instrumentos de análise do encontro com o outro. Parte desses trabalhos interpretaram o contato como uma situação de mudança social como Malinowski (tradição britânica) ou aculturação (tradição norte-americana), como Redfield, em que os “nativos” estariam submetidos à influência dos colonizadores. Outra forma de interpretação sobre o contato, foi proposta por Balandier que o enfocou a partir da noção de situação colonial¹³⁵ e Gluckmann que analisou a situação social a partir dos novos campos de relações criados pelo

¹³⁴ A primeira tradição, a Etnologia Indígena, compreende as seguintes linhas de pesquisa: Organização Social, Religião e Cosmologia, Relações Interétnicas e Etnicidade, Indigenismo enquanto a Antropologia da Sociedade Nacional focaliza a Sociedade Agrária e Campesinato, a Antropologia urbana, as Minorias sociais e étnicas, a Família, os Movimentos Sociais, as Religiões Populares e a Cultura Nacional (CARDOSO DE OLIVEIRA, 1988).

¹³⁵ Esta abordagem propõe o estudo da sociedade como uma totalidade (*totalité*), na qual observa-se as relações de domínio e submissão, analisadas historicamente para compreender os processos de interação social (CARDOSO DE OLIVEIRA, 1996).

processo de colonização¹³⁶. Essa forma da Antropologia pensar o outro foi extremamente questionada e serviu como um marco para repensar as próprias bases em que se constituiu. A partir do processo de descolonização que se inicia na década de 1950, Montero (2000) observa que há o deslocamento de uma episteme civilizatória para um processo voltado para a própria construção da disciplina, no qual são repensados seus procedimentos metodológicos, analíticos e textuais, levando ao surgimento de uma antropologia pós-moderna. A crise vivida pela disciplina, a partir desses questionamentos, faz com que o foco dos estudos passe a ser o encontro colonial, o que dá origem a uma antropologia do colonialismo que acaba por fragilizar as bases da própria disciplina em que o trabalho de campo e o ato de etnografar são considerados por intelectuais dos países colonizados como uma intrusão na vida de suas populações. Montero (2000) assinala que após os anos de 1960, uma nova corrente teórica de análise passa a denunciar os modos de dominação empregados no colonialismo no sentido de analisar os impactos desse sistema, tendo como base a teoria marxista.

Embora as produções etnográficas dos anos 80 passem a observar as sociedades indígenas não apenas como receptoras de um sistema exógeno colonialista, mas como atores sociais historicamente situados que podem, inclusive, utilizar-se deste sistema para reforçar seu próprio sistema, Wiik (2003) observa que essa corrente teórica não dá conta dos processos sócio-culturais que entram em jogo no contato com o “outro” por carecer de uma concepção mais dinâmica de cultura.

Atualmente, alguns estudos de etnologia indígena têm utilizado a categoria de mediação cultural ao tratarem de questões como alteridade cultural e tradução cultural (MONTERO, 2000 e ALMEIDA, 200?) ou processos sócio-culturais (WIİK, 2003), em relação aos atuais processos de evangelização de grupos indígenas, buscando uma análise do contato além de uma relação dualista, considerando o papel dos sujeitos sociais que atuam

¹³⁶ No Brasil, os estudos de etnologia indígena tiveram uma influência muito significativa da escola americana com o conceito de aculturação. Mas, autores como Darcy Ribeiro e Roberto Cardoso de Oliveira contribuíram com novas reflexões para esse campo de estudos, trazendo, no caso do primeiro autor, o conceito de transfiguração étnica, processo no qual há uma compulsória integração dos indígenas à cultura do branco. Já Cardoso de Oliveira propõe a noção de fricção étnica e, posteriormente, de contato interétnico, passando pelas teorias da identidade e etnicidade, numa leitura teórica que amplia o quadro de compreensão do processo de interação social, embora mantenha a interpretação dualista dos novos processos sociais. Segundo Viveiros de Castro (1999), a produção teórica atual da etnologia brasileira pode ser classificada em duas linhas de pesquisa que se afirmam no final da década de 1960: “a linha dos estudos preocupados em descrever etnograficamente as formas socioculturais nativas, mais tarde identificadas como ‘etnologia clássica’; e a linha dos estudos de aculturação ou mudança social, mais tarde associada à noção-emblema de ‘contato interétnico’ e seus derivados, chamada de ‘teoria do contato’ ou ‘escola contatualista’ ” (Ib.; p.137). Já Peirano (1999) situa os estudos de etnologia indígena em alteridade radical para os estudos *de* grupos indígenas e contato com a alteridade para aqueles que focalizam a relação da sociedade nacional *com* grupos indígenas. Ver também Cardoso de Oliveira (1996).

com o objetivo de viabilizar a tradução cultural.

Para Montero (2000), deve-se investigar as produções culturais que fazem sentido e dão sentido à experiência e às práticas culturais, verificando as relações transversais e descentradas que são o foco da tradução cultural que busca os nexos materiais e simbólicos entre o local e o global.

Almeida (200?), enfoca a atuação dos missionários como agentes no processo de mediação cultural da religião evangélica para grupos indígenas. O autor afirma que a tradução cultural ocorre como um processo desigual de mediações em diferentes planos da vida social e faz-se necessário um ajuste sucessivo dos códigos culturais envolvidos para que haja eficácia na evangelização. Uma questão interessante é o fato de que o mediador usaria chaves interpretativas devido a sua sobreposição de perspectivas (catolicismo / tradições indígenas). Além disso, o mediador é um ponto nodal pela qual “perpassam vários planos com diferentes circuitos de reciprocidade, o que gera maior compreensão e, por conseguinte, maior capacidade de tradução em meio a um emaranhado de sistemas de significação” (ALMEIDA 200?, p.24).

Wiik (2003) propõe a análise dos referidos contextos por meio do conceito de mediação cultural que seria “o principal agente operativo e presente entre atores sociais que vivem, experimentam e respondem ao contato e aos processos a ele decorrentes” (Ib.,p.09). O autor investiga que meios culturais (cultural media), operam durante o processo de mediação cultural, instrumentalizando as ações e os conceitos utilizados pelos sujeitos que dele participam, “a cultura ganha o papel de mediadora não somente na manutenção de sistemas vigentes e operativos em uma dada sociedade, mas também, principalmente, instrumentalizando mudanças das formas e sistemas” (WIJK, 2003, p.16).

Nesse quadro de referências, onde se situam os estudos de Antropologia Urbana? Qual a relação deles com os estudos de contato? Os estudos de contato no Brasil também chegam às fronteiras de expansão, tornando tópicos importantes de pesquisa o colonialismo interno, os camponeses e o desenvolvimento do capitalismo, constituindo-se em estudos de “alteridade próxima” que começam a expressar-se desde os anos de 1970 (PEIRANO, 1999). Dentre os estudos urbanos, a pesquisa de Gilberto Velho sobre um edifício no bairro de Copacabana, Rio de Janeiro, é considerada a primeira pesquisa antropológica no Brasil que pensa sobre as relações entre os diferentes grupos sociais que circulam e se põe em contato no universo das grandes cidades.

Nos estudos de Antropologia Urbana, o tema da mediação cultural também passa a ser um foco interessante de análise das intrincadas relações que têm lugar nas sociedades moderno-contemporâneas. Na abordagem do “turismo”, por exemplo, não podemos pensar numa relação linear entre população local e “turistas” quando a observação empírica nos mostra que há uma série de indivíduos que vivem precisamente desses contatos, agindo como tradutores culturais.

Em suas análises mais recentes Velho (1994) utiliza a categoria sociedade moderno-contemporânea para explicitar um universo onde uma multiplicidade de fenômenos faz-se presente e caracteriza um modo de vida pautado num processo de diferenciação:

[...] na sociedade moderno-contemporânea os indivíduos transitam não entre dois *sistemas* mas entre *n* domínios e/ou níveis sócio-culturais. Por outro lado, quando se fala em ajustamento, sabemos que é altamente problemático pensarmos tendo apenas um sistema como referência, desde que, por definição, os indivíduos transitam entre mundos e esferas diferenciados, cujas relações não só não são lineares como não são regulares, aproximando-se, em sua extrema complexidade, de modelos caóticos. (VELHO, 1994, p. 80)

Em estudo urbano clássico, Simmel (1997, p. 34) afirma que

As relações e preocupações do habitante da metrópole típico são tão variadas e complexas que, especialmente como resultado da aglomeração de tantas pessoas com interesses tão diferenciados, as suas relações e atividades se interlaçam umas com as outras num único organismo multifacetado.

Este autor também assinala que devido aos diferentes interesses, os indivíduos participam de vários grupos diversificados que são tangenciais ou intersectam-se das mais variadas formas, havendo uma multiplicidade de experiências que se cruzam na metrópole. Velho (1994) ressalta que a multiplicidade de experiências cria modalidades de adaptação e sociabilidade que são descritas por Simmel como a atitude “*blasé*”, por Baudelaire e Benjamin como o “*flâneur*” e por Musil como o “homem sem qualidades” (ceticismo radical). O autor aponta a existência de outras modalidades de combinação e trânsito na esfera cultural para a própria concepção de indivíduo, marginal ou não, produzida pelas “redes de

significado” - o mediador cultural¹³⁷ que desempenha o papel de propiciar o contato e interação entre diferentes sujeitos culturais:

Um outro papel que assume importância extrema dentro da complexidade sociocultural analisada, é o *mediador cultural*. Trata-se do papel desempenhado por indivíduos que são intérpretes e transitam entre diferentes segmentos e domínios sociais. De certa forma, é o oposto sociológico do homem marginal esmagado entre dois sistemas culturais. Esses *brokers*, mediadores, tornam-se especialistas na interação entre diferentes estilos de vida e visões de mundo. Embora, na origem, pertençam a um grupo, bairro ou região moral específicos, desenvolvem o talento e a capacidade de intermediarem mundos diferentes. (Ib., p. 81)

Para Velho (1994), os mediadores não são seres desenraizados ou marginais no sentido clássico, pois conseguem articular dois ou mais códigos e terão sucesso na medida em que tiverem a capacidade de lidar com diferentes contextos, o que o autor chama de “potencial de metamorfose”, característica que permite que os indivíduos transitem por diferentes situações sem que sofra abalos psicológicos e sociais, considerando-se uma visão menos estática de identidade.

O autor afirma que nesse contexto, todos potencialmente têm capacidade para desempenhar o papel de “*brokers*”, transitando em diferentes mundos e trabalhando com n códigos, o que se constitui numa característica da sociabilidade contemporânea. Velho (1994) ainda ressalta que as diferenças que possam existir na atuação dos mediadores são decorrentes da história de cada um, de sua trajetória pessoal. Esse processo, dependendo das características de seus participantes pode ou não trazer inovações: “as mediações nem sempre se caracterizam como inovadoras, pois muitas vezes elas “[...] mantém o *status quo*, num processo mesmo de controle de informações e preservação de valores, sendo uma mediação tradicional [...]” (Ib., p. 27).

¹³⁷ Dorneles (2001) denomina intermediadores culturais àqueles que trabalham direta ou indiretamente com o turismo e têm como atividade elaborar, criar e manipular idéias, valores e símbolos que dizem respeito à construção de um local turístico. Considero que a categoria mediador cultural vai além da categoria proposta por este autor porque supõe uma maior capacidade e intenção de atuar de forma criativa, contando com sua capacidade de elaborar respostas a diferentes e inesperadas situações decorrentes da interação social.

3.2 A ATUAÇÃO DOS MEDIADORES CULTURAIS NA “ILHA” DE SANTA CATARINA

Nas práticas turísticas em Florianópolis, existem sujeitos sociais que estabelecem os contatos entre os visitantes e a população local. Os “guias”¹³⁸, os proprietários de pequenos e grandes empreendimentos que oferecem hospedagem e alimentação, os corretores de imóveis, os agentes turísticos e os taxistas atuam como mediadores culturais que, mais do que introduzir os visitantes no modo de vida das localidades da cidade, os inserem na forma de se fazer turismo na “Ilha”. Esse fazer turismo tem a ver com a produção de encantamento (WINKIN, 1998). Para este autor, é na interação entre o “turista” e o “guia” que nasce o comportamento turístico que não passa, na maior parte do tempo, de uma ilusão compartilhada entre ambos. O “turista e seu duplo” seriam uma das formas de se pensar essa interação em que o olhar do turista é sempre mediado, “o turista nunca está sozinho, num cara a cara direto com o Outro” (Ib., p.175). Na produção do encantamento, os mediadores culturais são essenciais por ajudarem a criar as condições de interação, por viabilizarem a forma como a experiência turística toma corpo nos espaços sociais.

No quadro abaixo, faço um resumo dos principais mediadores culturais que atuam nas atividades turísticas em Florianópolis. A situação de autorizado ou não para realizar sua atividade geralmente determina o local de atuação e também a forma de aproximação às pessoas que recebe:

¹³⁸ Indivíduos que não têm licença e o respectivo curso para atender aos turistas. A denominação “guia” é utilizada tanto para denominar o guia licenciado quanto o informal, ambos costumam alugar casas, por exemplo, ou fazer passeios pela cidade, mas o licenciado porta uma carteira que o identifica, podendo atuar sem represálias para a realização de passeios. Outra denominação utilizada nas localidades é “guia de rua” ou “intermediário”.

Tabela 5 - PRINCIPAIS MEDIADORES CULTURAIS NO ATENDIMENTO AOS “TURISTAS”

	Local de atuação	Atividade	Forma de aproximação
“Guias”	Aeroporto, terminal rodoviário, centro da cidade, “praias”	Aluguel de imóveis, locação de carros realização de passeios com carro, fornecendo alguns dados culturais e históricos, acompanhamento na compra de objetos diversos	Abordagem direta
“Guias” licenciados	Portal Turístico e demais postos de atendimento, imobiliárias, agências de turismo, hotéis	Aluguel de imóveis, locação de carros, realização de passeios com carro e excursões, informando de forma padronizada sobre aspectos culturais e históricos da cidade	Abordagem direta, por iniciativa do “turista” ou por meio de indicação de hotéis e comerciantes
Proprietários de imóveis	No próprio imóvel, na rua	Aluguel de imóveis, indicação de locais para lazer	Abordagem direta, intermediação dos “guias”; por iniciativa do “turista”, divulgação em sites e revistas no caso das pousadas
Agentes de turismo	Agências de turismo	Prestação de serviços como viagens, translados, passeios	Indicação de hotéis, etc. ou por iniciativa do “turista”, divulgação em sites e revistas
Taxistas	Aeroporto, terminal rodoviário, centro da cidade, “praias”	Transporte de passageiros, aluguel de imóveis, realização de passeios	Abordagem direta no momento do transporte
Corretores de imóveis	Terminal rodoviário, “praias”	Aluguel de imóveis	Abordagem direta ou por iniciativa do “turista”, divulgação em sites e revistas

Fonte: Da própria autora, 2006.

Dentre esses mediadores, há várias formas de lidar com a heterogeneidade cultural que, em última instância, tem a ver com as possibilidades que cada um desses sujeitos apresenta na sua relação com os “turistas”. Neste quadro indicativo dos mediadores culturais

transitamos entre práticas autorizadas, como a dos corretores de imóveis, dos agentes de turismo, dos “guias” e proprietários de imóveis licenciados e, por outro lado, nas situações de clandestinidade dos “guias” não licenciados e proprietários de casas. A caracterização como licenciados ou não licenciados não pode ser tomada como uma realidade linear, pois as duas situações fazem-se presentes praticamente em todos os espaços da cidade e atuam de forma conjunta. Dessa forma, o mais importante a ser ressaltado na atuação dos mediadores culturais é os recursos que acionam no convencimento de um “turista”, ou seja, a forma como se utiliza uma capital turística para criar as condições de inserção dos visitantes na cidade. Contrapondo-me a Barreto (2004, p. 45), que afirma que na relação entre visitantes e visitados, ambos não se enxergam como pessoas e sim como consumidor e mercadoria, portadoras de uma função precisa e determinada, considero que os mediadores lidam com as diferenças culturais e isso requer uma intervenção capaz de transitar entre essas diferenças e valores sociais mais do que a simples proposta de um serviço, de um negócio em si mesmo.

Neste capítulo vou deter-me na atuação dos “guias” não licenciados nos locais de atendimento aos “turistas”. No próximo capítulo trato sobre o “turismo” doméstico no qual atuam principalmente os “nativos” que são proprietários de pequenos empreendimentos. No capítulo 5, abordo o “turismo empresarial” no qual atuam os proprietários de médios e grandes empreendimentos, agentes de turismo, taxistas e corretores de imóveis.

3.2.1 Os “guias” como os mediadores culturais por excelência

Dentre os mediadores culturais, as atividades desenvolvidas pelos “guias” constituem-se como importantes formas de viabilizar as práticas turísticas em Florianópolis, sendo um dos campos privilegiados de encontro com o “turista” devido a sua fluidez, trânsito por toda a cidade e capacidade de reinventar sua atuação frente aos mais inusitados desafios. Tomando os tipos ideais construídos por Schutz (1979) quanto à distribuição social do conhecimento, podemos classificar os “guias” como sujeitos que transitam e utilizam os conhecimentos na perspectiva do *experto* e do *homem da rua*. O *experto* domina um campo de conhecimentos restrito, mas de forma clara e distinta enquanto o *homem da rua* possui um conhecimento que abrange muitos campos, não necessariamente coerentes um com o outro, seriam, segundo Schutz (1979, p. 234), “receitas que indicam como provocar, em situações típicas, resultados típicos, através de meios típicos”. Como *expertos*, os “guias” possuem um

conhecimento consistente sobre a oferta de serviços turísticos na “Ilha” e como *homens da rua* dominam outros campos de saberes que lhes permitem transitar entre inúmeras possibilidades de interações. Assim, os mediadores culturais dispõem de referências múltiplas para produzir o encantamento.

Nas práticas turísticas em Florianópolis, há uma diferenciação entre os “guias” que são licenciados ou não, mas o trabalho que realizam apresenta muitos pontos em comum. Mesmo aqueles que dispõem de formação e estão ligados a um órgão de turismo realizam atividades para as quais não estão habilitados, como o aluguel de casas que, na verdade, é a sua maior fonte de renda. Os “guias”¹³⁹ trabalham por conta própria ou são contratadas por meio de contatos na rua ou em espaços de recebimento dos “turistas” para alugar casas, apartamentos, pousadas e para realizar passeios pela Ilha. Os “guias” não possuem licença formalizada para realizar o aluguel de casas¹⁴⁰, pois não estão registradas junto ao CRECI (Conselho Regional de Corretores de Imóveis) e somente as imobiliárias teriam condições legais para isso. Também não tem uma formação específica para exercer a atividade de guia de turismo, sendo necessário fazer um curso por meio do SENAC e EMBRATUR. Segundo Gelson, um dos “guias” que recebe os “turistas” no Portal Turístico da cidade, o guia turístico “é aquele que guia, que conhece a ilha de ponta a ponta”, mas principalmente aquele que está registrado junto a um órgão oficial da área turística.

Próximo ao período da “temporada” já é comum ver-se os “guias” em vários pontos de algumas localidades da Ilha, como Canasvieiras, Ingleses, Barra da Lagoa e no centro da cidade. Para “pegar o turista”, postam-se em locais estratégicos, desde a entrada da cidade, no centro ou em um ponto qualquer de uma localidade: na parada de ônibus, próximo a uma casa, na avenida principal. Os “turistas” que chegam na cidade sem a reserva de hospedagem, possivelmente serão “pegos” entre seu desembarque na cidade, no deslocamento ou na chegada ao local desejado. Na disputa pelos “turistas”, aquele “guia” que for mais rápido e eficiente consegue fechar o negócio. Para tanto, é preciso “dar no preço” para todos os envolvidos na transação: o “turista”, o proprietário e o “guia”, ou seja, o “turista” precisa ser convencido a pagar o valor estipulado, que dê conta do que o proprietário solicitou, fornecendo ainda uma boa comissão para o “guia”.

¹³⁹ Durante a pesquisa de campo entrevistei dois “guias” que atuam no centro de Florianópolis, três “guias” que trabalham em suas localidades, cinco “guias” que atuam no Terminal Rodoviário Rita Maria e um “guia” do Aeroporto. Todas as entrevistas foram realizadas nos locais de trabalho dos informantes.

¹⁴⁰ Entre os “guias” licenciados há também aqueles que atuam oferecendo serviços que não tem autorização para realizar, como o aluguel de imóveis que deveria ser negociado exclusivamente pelos corretores de imóveis, mas pode-se encontrar situações em que um taxista ou mesmo o proprietário de um hotel aluga casas e apartamentos.

De modo geral, os “guias” não licenciados não têm nenhum tipo de formação para exercer essa atividade. Um dos motivos para que não consigam realizar um treinamento, mesmo por conta própria, é a baixa escolaridade da maioria deles que sequer concluiu o ensino médio, pré-requisito para a realização dos cursos. Um dos “guias” entrevistados na rodoviária, João, reporta-se a essa situação para explicar o porquê de não possuir uma licença para desempenhar seu trabalho. Mesmo sem ter conseguido a “carteirinha” de guia de turismo, ele afirma que essa falta de preparação profissional não impediria, em sua avaliação, o bom atendimento aos “turistas”: “se você pegar todos os turistas que eu já falei do mundo inteiro, vai ter mais gente contente que descontente, com certeza”.

Para a maioria dos “guias” que trabalham na rua e em locais como a rodoviária e aeroporto, o aprendizado deu-se no dia a dia, observando seus próprios conhecidos que já atuavam desde o final da década de 1970 e os iniciou nessa atividade, conforme salienta o entrevistado:

Foi o Elson, meu amigo, que me incentivou, me chamou, já que na época eu estava sem nada para fazer e eu tinha trabalhado no Hotel Jurerê quando eu vim para Florianópolis, depois eu trabalhei com lanchonete e com o consórcio do Koerich. Eu comecei a conversar com ele que trabalhava nisso há mais tempo que eu e ele me apresentou para os hotéis, para os proprietários de carro para alugar. Aí foi o início de tudo, eu comecei a me interessar pelo assunto, a trabalhar e a gente começa a ganhar um dinheirinho e se incentiva mais ainda, a partir daí não parei mais.

Uma das reclamações expressa pelos “guias” é o fato de que a Prefeitura Municipal de Florianópolis não tem se preocupado com esta questão e nunca receberam qualquer proposta para realização de cursos e treinamentos a fim de profissionalizarem-se. Da mesma forma, acham que não tem força suficiente para pressionar as autoridades para que os incluam no mercado formal, ao contrário daqueles que estão estabelecidos, como os “comerciantes da praia”, que podem conquistar melhorias. Uma das razões para receberem ajuda da Secretaria Municipal de Turismo seria o fato dos “guias” acreditarem que seu trabalho é imprescindível para a cidade, uma vez que muitos “turistas” são recebidos por eles. Sua reivindicação é pelo reconhecimento do trabalho que realizam, como “profissionais do turismo”, e, por conseguinte, ao acesso a incentivos governamentais. Enquanto são muitas vezes vistos como “vagabundos”, segundo seus próprios relatos, atendem a “turistas” estrangeiros que aceitam seus serviços, inclusive os que demandam maior confiança:

[...] eu acho que deveria haver um interesse deles em nos dar uma chance de fazer um cursinho como guia local, uma espécie de reciclagem. Vem uma pessoa de um país de primeiro mundo, como Inglaterra, e dá atenção e confiam em nós, a gente pega a pessoa, sai daqui, leva num banco para pegar dinheiro com cartão internacional porque eles não costumam portar dinheiro. A gente já explica para eles que geralmente nas praias não existe bancos com caixas eletrônicos. Eles fazem a retirada do dinheiro e nós os colocamos dentro de um carro, de um táxi ou de um ônibus e os levamos até a praia, mostramos um apartamento para eles ou um chalé, casa, pousada e acabamos fechando um negócio. Então, esse é o lado gratificante do trabalho que a gente faz e o resto é bastante triste porque você está há doze anos fazendo um negócio igual a esse e não ser reconhecido, ser maltratado. (Rafael – “guia” da rodoviária)

Essa fala mostra a condição de informalidade desses mediadores culturais que têm uma ampla gama de serviços a oferecer ao “turista” e, embora seu principal objetivo seja o aluguel de imóveis, atuam também como tradutores culturais. Seu trabalho é mais aceito pelos “turistas” do que pelas demais pessoas que atuam nas práticas turísticas. Nessa fala, João refere-se de forma contundente à condição social dos “guias”:

Nós somos vistos como uns “nada”. Se você for fazer uma pesquisa aqui na rodoviária, por exemplo, as pessoas não vão ter queixa nenhuma de nós para dizer assim: o fulano roubou, o fulano isso, aquilo e aquele outro, mas eles não gostam, agora o porquê disso vai ter que perguntar para eles. Então, nós somos vistos como uma coisa negativa, mas isso é por causa de umas pessoas que criam essa imagem, agora não quer dizer que por causa de uma ou duas pessoas, todos são iguais.

O fato de atenderem a um número expressivo de “turistas” não faz com que sua presença seja mais bem aceita. Ao contrário, o discurso de pessoas que atuam legalmente na área é no sentido de que eles sejam afastados, pois “pegam” seus clientes e seus lucros. No “discurso acusatório” (VELHO, 1997), adjetivos pouco lisonjeiros são utilizados para denominar os “guias” informais - “atravessadores”, “bandidos”, “pessoas desqualificadas” porque as atividades desenvolvidas por eles não seguem as regras impostas para os profissionais que atuam legalmente.

Smith (1989), no artigo *Eskimo Tourism: micro-models and marginal men*” qualifica o trabalho dos guias locais não licenciados como fazendo parte de uma prática turística em pequena escala. Esses sujeitos estão presentes nas destinações turísticas mostrando-as aos

visitantes, mas se configuram como um grupo à margem de sua sociedade, como num exemplo citado pela autora em que um guia local atua numa localidade diferente daquela em que nasceu e isso o desqualifica perante os “nativos” para falar sobre sua história e cultura. A autora ressalta que o *marginal men* precisa apresentar algumas características pessoais como carisma, charme, humor, sociabilidade, e fazer com que as atrações turísticas sejam interessantes para quem os visita.

Becker (1977), numa perspectiva interacionista, propõe a categoria desviante ou marginal para caracterizar os comportamentos que fogem aos padrões sociais, levando em conta a dimensão não patológica das interações. Segundo o autor, o desvio é criado pela própria sociedade, fazendo parte do processo político de luta pelo poder. No caso dos “guias” informais, pode-se dizer que são desviantes em relação aos guias que atuam formalmente e também em relação aos corretores de imóveis. O ato de alugar imóveis e fazer passeios turísticos é desviante porque as pessoas que tem licença para fazê-lo e outros sujeitos envolvidos na situação assim o consideram, ou seja, “[...] o comportamento desviante é o comportamento que as pessoas rotulam como tal”. (Ib., p. 60), é resultado do próprio processo de interação. Os sujeitos estigmatizados como desviantes tem em comum, portanto, seu desvio, “um sentido de destino comum, de estar no mesmo barco” pelo fato de passarem por experiência semelhante (BECKER, 1977).

Este autor sugere duas características para um grupo desviante. A primeira delas é a racionalização de seus membros, ou seja, uma justificativa para a continuação de sua atividade que, no caso dos “guias”, parece-me ser expressa na idéia de que o trabalho deles é necessário porque há poucos profissionais na sua área e que estão trabalhando honestamente, mas os órgãos públicos não têm interesse em ajudá-los. A segunda característica diz respeito à aprendizagem de formas de continuar seu trabalho com um mínimo de dificuldades, pois os grupos vão formando um repertório de soluções para os problemas decorrentes da quebra das regras, como por exemplo, o fato de deslocarem-se para o espaço exterior à rodoviária quando sofrem perseguição.

Em situações que tenham a ver com profissão, a existência do desviante cria o que Velho (1997) chama de área perigosa. No campo de atuação dos “guias” a entrada de qualquer pessoa é controlada, proibida. Assim, “o desviante funciona como um marco delimitador de fronteiras, símbolo diferenciador de identidade, permitindo que a sociedade se descubra, se perceba pelo que não é ou pelo que não quer ser” (Ib., p.59).

Embora as características colocadas por Becker (1977) e Smith (1989) a respeito do

marginal ou desviante sejam pertinentes para descrever alguns aspectos da forma como os “guias” atuam e estabelecem as relações com os profissionais ou a sociedade, essa categoria é insuficiente para abarcar o papel que desempenham como mediadores culturais. Qualificá-los como marginais ou desviantes é simplificar sua atuação como atores que transitam entre universos culturais diferenciados e que desempenham um papel primordial na interação entre “turistas” e população local.

3.2.2. Os “guias” no Terminal Rodoviário Rita Maria

No terminal rodoviário de Florianópolis há em torno de 30 “guias” que formam um grupo heterogêneo composto por homens¹⁴¹ entre 30 e 45 anos aproximadamente, de diferentes origens. Dentre eles trabalham os “nativos” e o “pessoal de fora” (catarinenses do interior do Estado, paulistas, uruguaios, argentinos). Há mais de quinze anos atuam na rodoviária de Florianópolis. No início, vários “guias” tinham como ponto de apoio a “Pensão Flora”, localizada numa das ruas do centro, em frente ao terminal. Alguns ali residiam e além dos moradores, outros faziam as refeições neste local. Entre eles era comum a organização de jogos de futebol, assim como de festas que eventualmente até hoje são realizadas em que se reúnem para fazer um churrasco. Essas informações me foram passadas por um dos “guias”, com quem tive apenas uma conversa informal. Ele alertou-me sobre a dificuldade de relacionamento entre eles, levando a conflitos sérios, mesmo durante seus encontros fora da rodoviária. Mais do que isso, falou-me sobre a truculência de alguns e atos violentos para com os estranhos que tentam iniciar o trabalho como “guias”.

A maioria dos “guias” atua durante todo o período do ano, alugando casas, pousadas, carros, passeios pela “Ilha” de acordo com o pedido dos “turistas” e também atendem inúmeras outras solicitações, como compra de materiais diversos (desde roupas a pranchas de surf que os “turistas” levam para o exterior), ou seja, qualquer coisa pode ser um negócio e qualquer valor é bem vindo, como a comissão de um aluguel de carro por três dias, especialmente na baixa temporada. Abordam qualquer “turista”, mas tem preferência pelos

¹⁴¹ Durante a pesquisa de campo tive contato e fiquei bastante próxima à Marília, a única mulher que presenciei nesta atividade na rodoviária. Entretanto, somente aluga um carro de sua propriedade por meio dos serviços de um “guia” ou através de seus próprios contatos. Geralmente ela senta-se na lanchonete do desembarque e conversa com os “guias”, trabalha de forma discreta, sem abordar “turistas”, tendo dificuldade de relacionamento com alguns “guias”, como presenciei um conflito entre ela e um rapaz que trabalha como cambista durante a “temporada”.

visitantes estrangeiros. No período do verão o número de “guias” dobra¹⁴², mas também há uma maior demanda por seus serviços. Também atua nesse espaço um cambista que permanece no período da temporada¹⁴³.

Eles trabalham principalmente no espaço do desembarque. Permanecem em pé, atrás das cadeiras que estão dispostas na frente da porta por onde passam os passageiros recém chegados na cidade. Os “guias” utilizam o espaço de uma lancheria que se situa à direita de quem entra no desembarque para esperar a chegada de um ônibus, onde conversam entre si e também ficam próximo ao posto turístico da SETUR.

Os “guias” costumam deslocar-se constantemente para outros locais da rodoviária no momento em que não estão atendendo aos “turistas”. Às vezes se reúnem em dois ou três e conversam enquanto esperam a chegada dos ônibus, mas são bastante móveis. Por isso, é possível chegar ao desembarque e não ver nenhum deles. Permanecendo ali por uns momentos, logo começam a aparecer. No momento em que chega algum ônibus, especialmente os que vêm do Rio de Janeiro, Paraná, Rio Grande do Sul, Argentina ou Uruguai, os “guias” se posicionam de frente para a porta por onde os passageiros que desembarcam dos ônibus entram e, à medida que um deles se aproxima, oferecem seus serviços perguntando se precisam de local para se hospedar. Nesse momento, já tem na mão folhetos turísticos de praias e mapa da cidade. O mapa da cidade é um dos principais instrumentos de trabalho, mas os “guias” relatam que no local onde poderiam obtê-lo, no posto de informação turística, eles costumam ser impedidos de entrar e não tem esse tipo de material disponível para eles:

Uma das principais ferramentas do nosso trabalho é o mapa da Florianópolis. É muito interessante, inclusive a gente tem bem pouco acesso a esses mapas, deveria ser mais liberado pela Prefeitura ou pela Secretaria de Turismo, os órgãos competentes do turismo de Florianópolis, mas é restrito para os postos de informações turísticas, para os hotéis, para os órgãos competentes [...] (João, “guia” na rodoviária)

No momento em que abordam o “turista” e mostram o mapa da cidade, os “guias”

¹⁴² Durante a “temporada”, o número de “guias” aumenta com aqueles que já trabalham a um tempo considerável e durante a baixa temporada realizam outras atividades (biscates, vendas, etc.), sendo que podem retornar a qualquer momento.

¹⁴³ Este fica mais retirado dos demais e geralmente encostado a um dos pilares da parte posterior do desembarque, próxima à porta de saída..

realizam o que Schutz (1979) chama de ato aberto para o mundo exterior com o objetivo de comunicar-se com o visitante. O movimento corporal de mostrar o mapa é interpretado pelo outro como um sinal de que o “guia” conhece a cidade e tem algo a oferecer. No momento em que o intérprete deste ato percebe a intenção de comunicação do “guia” e o escuta, passam a compartilhar um presente vívido comum, no qual ambos voltam-se para o pensamento que pode ser realizado no e através do processo comunicativo. Nem todos os passageiros respondem positivamente à iniciativa do “guia”, como ressalta João. Vários agradecem a oferta e dirigem-se para o posto de informações turísticas ou para um dos meios de transporte oferecidos pela cidade (táxi, carro de aluguel, ônibus) ou serviço de transfer, anteriormente contratado:

A gente praticamente aborda a pessoa, oferece, algumas ficam meio desconfiadas, mas como ela está dentro de um lugar que é seguro, então pára e dá uma atenção. Alguns não, preferem não arriscar, mas com os que param para dar atenção, a gente sempre consegue realizar um negócio – alugar uma casa, um carro, levar para fazer um passeio.

Aqueles que aceitam a abordagem são saudados por um cumprimento como “Bom dia”, “Boa tarde”, dependendo da língua utilizada pelo “turista”, que geralmente já é identificado antes pelo “guia”. Se o “turista” falar em espanhol, por exemplo, o mediador continua a conversa em espanhol e pergunta se ele precisa de informações turísticas, especialmente hospedagem e já informa que conhece muitos locais em praias ou próximo delas, também fala sobre os serviços que são oferecidos, como internet. No caso de estrangeiros, o “guia” pode utilizar-se da estratégia de perguntar se a pessoa possui um guia de viagem, como relatei no capítulo 1, para fazer a indicação das praias que constam ali.

A maioria deles trabalha de segunda a sexta-feira, apenas alguns trabalham no final de semana, uma vez que alegam que não gostam de passar sábado e domingo na rodoviária. Geraldo, 50 anos, “nativo” da Ilha, há mais de dez anos trabalhando como “guia”, ressalta que na baixa temporada vêm poucos turistas, “de vez em quando chega algum, nessa época fora da temporada é assim, pouca gente, no verão sim, chegam muitos”. Portanto, no período fora da “temporada”, o movimento é considerado ruim.

Esse atendimento aos “turistas” tem algumas regras mais ou menos estabelecidas, cada um se encaminha na sua vez – aquele que chega primeiro à rodoviária terá a preferência e assim sucessivamente ou se “tiver a sorte” de ver o “turista” e este for em sua direção, como

salienta um dos “guias”:

Geralmente, quem chega mais cedo é o que aborda preferencialmente o turista quando ele sai do desembarque. Nós tentamos sempre estar revezando, então fala um, logo em seguida fala o outro e assim por diante. Antes não era assim, queriam falar todos de uma única vez, mas hoje em dia já não se enfrenta esse problema, mudou bastante a situação, antes era bem desorganizado, existia muita briga física mesmo e o que falava mais alto era o que se dava melhor, agora já existe um certo respeito. (Rafael, “guia” na rodoviária)

No caso de um “guia” estar atendendo um “turista”, os demais não costumam tomar parte nessa negociação, o que seria visto como uma intromissão no trabalho do colega e uma atitude não profissional, mas, se a negociação não der resultado, outro “guia” poderá retomar a conversa com a pessoa que estava sendo atendida no sentido de tentar “convencer” o “turista”, levando-o para uma das praias ou mesmo para uma hospedagem no centro da cidade. O que estava atendendo antes não deverá incomodar-se com essa atitude do outro “guia”, uma vez que a mesma pressupõe que o “turista” não quis entrar em acordo com o primeiro envolvido.

Quanto ao tipo de serviço oferecido, o “guia” utiliza-se de todas as possibilidades da cidade e tenta atender a qualquer pedido dos “turistas” – desde o que eles chamam de uma “hospedagem econômica” (casas, pousadas, etc.) até hotéis de luxo, o que mostra a capacidade de metamorfose e trânsito dos “guias”, uma vez que articulam diferentes grupos e estilos de vida.

A gente oferece as hospedagens em geral, tanto os hotéis como pousadas e também aluguéis de apartamento por temporada, só que isso eu deixo mais na conta do turista. Eu não vou pegar o turista e obrigá-lo. Eu dou todas as possibilidades para ele, se ele preferir se hospedar num hotel de luxo, mais caro, um hotel mais econômico, uma pousada ou uma opção ainda mais econômica - residências e apartamentos que são de particular e, em geral, são sempre mais baratos que os hotéis. Ele escolhe para onde quer ir, depois a gente vê qual é o melhor meio de se locomover para esse local que ele escolheu. (João, “guia” na rodoviária)

Os serviços também são oferecidos em praticamente todas as regiões da cidade durante a “temporada”, mas os locais preferenciais de indicação são o norte e leste da Ilha. No período de “baixa temporada” o mesmo acontece, os serviços são direcionados pelos “guias”

a poucas localidades da Ilha, especialmente a região leste, como salientei ao falar sobre o calendário da prática turística na cidade. Assim, em qualquer período do ano, “o sul é vendido depois do norte e leste”. Porém, os entrevistados ressaltam que mais importante do que isso seria ver qual é a melhor opção para o “turista”, ou seja, mostrar tudo que a cidade oferece e deixar que ele escolha.

Para poder oferecer esses serviços, os “guias” possuem uma lista de locais para alugar e estão atualizados sobre a ocupação dos imóveis. Essa lista constitui-se em cartõezinhos ou nos números dos telefones de pousadas, dos donos de casa e de hotéis que estão gravados em agenda pessoal ou de seu celular. Quando um “turista” interessa-se por um local, o “guia” entra em contato com o proprietário e acerta os detalhes, como o preço, por exemplo. Este acerto de preço pode fazer com que tenha que ligar para mais de um lugar até que o “turista” esteja de acordo e o “guia” possa também ganhar uma comissão que seja suficiente:

Antes de sair com o “turista”, é importante que o valor do aluguel já esteja acertado com o proprietário para não negociar na frente de seu cliente. Como observam os “guias”, “quando o turista sai daqui já sai com o valor, já sabe onde está indo, o que tem nesta praia, qual é a distância de lá até o centro, o horário de ônibus”. Isso não garante, entretanto, que o “turista” goste do local sugerido pelo “guia”, o que pode fazer com que tenham que se deslocar pela localidade em busca de outra opção de hospedagem, ou mesmo que tenham que ir para outra praia ou região da cidade.

O fato de trabalhar a anos como “guia” lhes possibilita criar vínculos e até mesmo amizade com as pessoas que são proprietárias e se dispõe a receber os “turistas”, bem como conhecer os diferentes locais e que condições oferecem:

[...] muitas vezes o número está gravado na memória, não é necessário nem papel para saber o número, mas geralmente eu procuro levar no bolso os cartõezinhos dos locais que eu tenho [...] para hospedar os turistas e das pessoas que a gente conhece. Os locais que eu procuro levar os turistas são locais que eu já conheço, que eu sei que ele vai estar seguro, que não vão roubar nada dele lá. Geralmente são as mesmas pessoas, que não são nem uma nem duas, são várias. A gente procura sempre ir naqueles locais que a gente conhece, que a gente sabe que está tudo bem, [...] que eu já levei turistas outras vezes e não teve problema. (João, “guia” na rodoviária)

Há situações relatadas pelos “guias” de rompimento dessas relações no momento em que alguns “nativos” conseguem melhor organizar seu pequeno negócio por meio da

construção de novas casas e deixam de usar seus serviços. É o caso de uma situação relatada por um dos “guias” em que uma senhora “bem pobrezinha” da “Barra” saía de sua própria casa e a alugava, e depois que conseguiu construir uma outra casa passa a dispensar o serviço do “guia” pelo fato de ter “feito clientela” e as pessoas a procuram diretamente em sua residência.

Apesar da falta de uma preparação formal para realizar a atividade de “guia”, aqueles que têm experiência na função e tem seu ponto de trabalho determinado, podem desempenhar sua tarefa com tranquilidade, o mesmo não valendo para os que resolvem iniciar esse trabalho atualmente, pois precisam da “licença” dos que já atuam. Há um fechamento do grupo, não permitindo a entrada de pessoas novas em qualquer um dos locais citados anteriormente. Os novos têm seu trabalho boicotado e podem mesmo ser agredidas pelo grupo, trazendo à tona a ação corporativa e de reserva de mercado na intermediação de serviços turísticos nos locais onde o grupo já está definido. Tal situação pode ser percebida na fala de Jair: “A gente trabalha como clandestino, sem autorização de ninguém, trabalha por si próprio, mas isso hoje é só para conhecido, para pessoa estranha não tem serviço, para quem está iniciando não tem serviço”.

Durante a “temporada”, o número de “guias” tende a aumentar com o retorno daqueles que no período da “baixa temporada” estavam realizando outras atividades. Na verdade, eles podem retornar a qualquer momento, pois têm seu lugar assegurado. Apesar de reconhecerem que a rodoviária é um espaço aberto, público, no qual qualquer pessoa pode atuar como “guia”, o grupo exerce um controle. Entretanto, o controle é feito pelo grupo e nem todos pensam dessa forma:

Aumenta muito o número de pessoas porque eles vêm o turista como dinheiro, então eles vêm, a gente também... ou seja, a rodoviária não é nossa, eu não sou o dono da rodoviária, apesar de eu trabalhar aqui há 13 anos. Suponhamos que você resolva vir aqui trabalhar e leve alguém para algum hotel, para algum lugar, não vou ser eu que vou te impedir e brigar contigo para que você não leve porque eu não tenho esse direito, assim como eu posso estar, você também pode [...] (João, “guia” da rodoviária)

Como resultado desse conflito e por realizarem trabalho ilegal, os “guias” foram expulsos de dentro da rodoviária em alguns momentos:

Eu peguei época que eles botaram segurança aqui dentro da rodoviária e a gente

tinha que driblar a segurança. A gente vive do turismo, trabalha com isso, tem amor pelo trabalho que a gente faz, então, a gente procurava falar quando o segurança não estava perto ou esperava os turistas fazerem tudo que tinham que fazer dentro da rodoviária e sair para poder falar. Infelizmente, é dura a realidade, eu já passei por isso também, já teve ano de eu trabalhar lá embaixo da passarela. Não podia ficar dentro da rodoviária porque os seguranças contratados pela administração e também os próprios funcionários do DETER às vezes eram instruídos para não deixar a gente dentro da rodoviária falar com o turista, o que é um absurdo. Do jeito que eles atacavam, dava impressão que a gente era ladrão ou que você ia chegar perto do turista para sacanear ou para roubar ele. Isso, de uma certa forma, cria uma má imagem de Florianópolis. (João, “guia” da rodoviária)

Outra situação que se verifica na rodoviária é um atendimento feito quase que exclusivamente por homens. A ausência das mulheres é percebida por eles como uma dificuldade de agüentarem a situação de tensão e conflito a que continuamente estão expostos e na qual também seriam agressores, impedindo a entrada de pessoas novas em seu grupo.

O tipo de negócio que realizam e o fato de serem chamados de “guias” recebem críticas dos profissionais credenciados da área, como os atendentes dos postos de informações turísticas e “guias de turismo” porque não teriam qualificação para mostrar os pontos turísticos, além de dedicarem-se mais ao aluguel do que propriamente à atividade que lhes fornece a denominação. Entretanto, mesmo os “guias” que trabalham no Portal Turístico e que são qualificados para mostrar a cidade, alugam imóveis, o que indica que esse é um dos meios viáveis para obtenção de renda no contexto atual das atividades turísticas em Florianópolis.

3.2.3 Os “guias” no aeroporto

Outro local onde há trabalho informal e não permitido, pelo menos oficialmente, é no aeroporto. Lá o número de pessoas é bem mais restrito, sendo em torno de cinco na baixa temporada e dez “guias” na alta temporada, mas a fiscalização realizada pela Infraero faz com que os “guias” limitem-se a entregar cartões de aluguel de carros e grande parte do trabalho dá-se numa rede já formada de fregueses que viajam constantemente para a cidade, em atividade profissional.

No aeroporto de Florianópolis os “guias” posicionam-se de frente para o desembarque, fora do grupo de pessoas que geralmente estão esperando os passageiros. Cada vez que chega um vôo eles aproximam-se para entregar cartões de aluguel de carro. Nos outros momentos podem ficar pelo aeroporto ou saem e retornam nos horários de chegada de

aviões.

Diferente do trabalho realizado pelos “guias” na rodoviária e outros locais da cidade, no aeroporto sua atuação é bastante discreta: circulam pouco, falam baixo, entregam os cartões para as pessoas que vão em sua direção.

Numa das observações que fiz no aeroporto, conversei com Marcelo, 25 anos, natural da Bahia, trabalha com aluguel de carros há 6 anos. Ele foi-me indicado por um dos guias da rodoviária e no dia em que o entrevistei, estavam trabalhando quatro pessoas no desembarque entregando cartões: dois rapazes (incluindo o Marcelo), um senhor de mais ou menos 60 anos e um outro em torno de 45 anos¹⁴⁴. Conforme o informante salientou, “no aeroporto é calmo para trabalhar” e há vários anos atuam nesse tipo de atividade. Porém, o controle é bem maior do que na rodoviária, por exemplo. Sendo um número restrito de pessoas que ali atuam, dificilmente alguém “estranho” pode oferecer alguma coisa sem que seja pego pela Polícia Federal que faz a fiscalização do local, utilizando-se de presença física e de um sistema de câmeras. No caso de ser pego, o “guia” recebe uma advertência para sair.

Outra forma de coibir a atuação dos “guias” é os anúncios sonoros que constantemente são dados para os passageiros não alugarem carros fora dos guichês de locadoras. Advertência que também já foi dada por escrito aos passageiros, conforme me informou o informante.

Em relação à remuneração recebida, o informante ressaltou que não possui um vínculo empregatício com a empresa para a qual aluga carros. Na baixa temporada ganha em torno de R\$600,00/700,00, sendo que a empresa paga um salário fixo de R\$300,00 e o restante é obtido com a comissão de 20% no aluguel de cada carro¹⁴⁵. Geralmente atende quatro a cinco clientes por dia na baixa temporada. Costuma trabalhar pela manhã até a tarde, atendendo os vôos da manhã e início da tarde. Neste período, atende aos clientes que já o conhecem, especialmente aqueles que viajam periodicamente para a cidade.

Na alta temporada tem possibilidade de ganhar em torno de R\$800,00/900,00 por mês. Segundo o entrevistado, é inviável para ele oferecer outros serviços como aluguel de casas, pois teria que se deslocar com o cliente, demandando muito tempo para ganhar pouco,

¹⁴⁴ Este senhor, Ronaldo, também me foi indicado por um dos “guias” da rodoviária. Cheguei a fazer o contato com ele para uma entrevista, marcamos um horário, mas ele não apareceu. Fiquei sabendo quem era através de Marcelo. Além de alugar carros, soube que “Seu Ronaldo” possui alguns apartamentos na Barra da Lagoa que aluga para os passageiros do aeroporto, especialmente na “temporada”, quando ele traz outras pessoas para trabalharem (filho, sobrinho, enfim, parentes).

ainda correndo o risco do cliente não gostar do lugar. Nesse tempo que “perderia” consegue entregar cartões a muitas pessoas. Na “temporada” estende o trabalho até às 18 h ou 20 h e seus clientes passam a ser os “turistas”. Segundo ele, até 1998, 1999 atendia muitos argentinos que vinham principalmente em vôos charter. No verão, devido à enorme demanda, faltam carros em todas as locadoras para aluguel. Nessas situações, ele eventualmente oferece “serviço de van” (de um amigo) ou indica outras agências de aluguel de carros, conforme a necessidade do cliente. Segundo o informante, o procedimento para o aluguel de um carro é buscar o cliente no desembarque com um veículo da própria locadora que tem sua sede em frente ao aeroporto. Seu trabalho é exclusivo para uma locadora até que todos os seus carros sejam locados¹⁴⁶ para então ele alugar carros de outra empresa.

Embora haja um certo “consentimento” da INFRAERO para trabalharem no aeroporto, os “guias” enfrentam conflitos especialmente com as locadoras que têm agências nesse local, pois pagam em torno de 13 mil reais para terem seu guichê enquanto eles não pagam absolutamente nada para estar ali. Já houve, segundo o informante, tentativas de negociar com a administração do local para permitir legalmente o trabalho deles, mas tal permissão não foi concedida¹⁴⁷.

João faz um paralelo entre a “recepção” feita no aeroporto e na rodoviária, onde trabalha, assinalando as significativas diferenças entre os dois locais: “Através de contatos aqui da rodoviária, até franceses eu recepcionei no aeroporto. Não tive problema nenhum, só fiz uma plaquinha com o nome deles e esperei. Só que se você quiser ficar muito tempo eu acho que vai ter problema, apesar de que existe uma ou duas pessoas que ficam lá assim mesmo, mas não é tão liberado quanto aqui na rodoviária”.

Mesmo com dificuldades diferentes, em locais como a rodoviária e o aeroporto há uma constante tensão devido à situação precária de trabalho, sem apoio formal dos órgãos de turismo do município. Nesses locais públicos de atuação dos “guias” a permanência deles depende de uma certa liberalização dos administradores, o que se altera em alguns momentos específicos.

¹⁴⁵ Ronaldo está numa situação privilegiada porque é o proprietário de vários carros, tendo o rendimento total dos aluguéis e quando coloca outras pessoas para trabalhar na “temporada” são seus familiares.

¹⁴⁶ A locadora para a qual trabalha durante todo o ano possui 50 carros.

¹⁴⁷ Uma das dificuldades para obterem essa licença seria a situação de pessoas que ali trabalham, como Ronaldo que teria, segundo os “guias” da rodoviária, vários processos contra ele colocados pela Infraero.

3.2.4 Os “guias” de rua

Além disso, há aqueles que trabalham somente no centro da cidade, especialmente na Avenida Hercílio Luz. Segundo os informantes, tais pontos foram criados por serem um local de passagem dos que entram na centro da cidade e estão “perdidos”:

Fomos nós que fizemos aquele ponto ali porque o turista quando passa pela ponte se perde muito. Antigamente tinha aquela entrada para a Hercílio Luz aqui, hoje já não tem mais, tens que ir lá no aterro, fazer o contorno para poder entrar na Hercílio Luz, para poder entrar no centro. Então, nós ficamos ali porque é onde passam os turistas perdidos, tu já conhece, de noite, eles passam devagarzinho tu já sabe que é turista. Que os nativo, eles passam numa correria federal. (Gelson – “guia” do Portal Turístico)

Neste caso, também é utilizado um mapa da cidade para chamar a atenção dos turistas e são apresentados os panfletos de propaganda de hotel:

Nós temos mapa da cidade, mapa de hotel, aqueles panfletozinho de hotel, a gente tem uma agenda. Na agenda temos os preços dos hotéis marcados. Então, quando eu vou conversar eu faço sinal e pergunto para você – Tá procurando, quer informações ou hotel? Se você está interessado dá uma paradinha ou vai pedir informações, aí você já encosta mais o carro e a gente fica conversando. Aí já começa a sair todo mundo, conversar para ver como é o preço, como é que se faz para chegar naquele local. (Jair, “guia” do centro da cidade)

Além da Avenida Hercílio Luz, alguns “guias” costumam ficar nos hotéis, especialmente quando estes estão lotados para atender aos “turistas” e levá-los para outro local de hospedagem. Nesta situação, os próprios funcionários dos hotéis os recomendam. Outra possibilidade nestes casos é “rodar” com o “turista”, passear pela Ilha:

O meu ponto é no Hotel Royal ou aqui embaixo na Avenida Hercílio Luz. Depois eu fico correndo nos hotéis. Quando você fala para mim que o hotel está lotado e não precisa trazer mais ninguém, então eu fico nesse hotel. Daqui a pouco o turista chega lá “– Tem um cidadão aí que é o guia, ele sabe de muitas coisas aqui na cidade, se tem vaga você diz o que você quer, ele sabe de tudo”. Aí você me apresenta para o turista e eu posso rodar, passear e o turista fica mais à vontade, já está andando com a pessoa que conhece. (Jair, “guia” do centro da cidade)

Entretanto, uma das reclamações dos “guias” atualmente é a falta de segurança¹⁴⁸ que tem atingido a cidade e a dificuldade que isso ocasiona na abordagem ao “turista”:

Hoje a polícia diz assim: “Fecha o vidro do carro, não para para qualquer um, passa com a sinaleira fechada”. Isso aí estragou muito o nosso trabalho. Não é que nós não sejamos iguais aos outros, nós trabalhamos nisso e hoje em dia já não dá mais para trabalhar turismo. Se trabalhar é só na frente de uma casa dizendo a chave está aqui, mostrando para eles para alugar porque realmente eles não vão pegar mais guia, só informações turísticas no portal. Eles param lá, mesmo assim ficam cabreiro para sair com os cara que tem curso, que tem tudo. (Jair, “guia” do centro da cidade)

Há os “guias” que trabalham nas localidades e ficam em pontos estratégicos, como paradas e terminais de ônibus e principais avenidas ou circulando de “moto”¹⁴⁹. Estes “guias” abordam os “turistas” que estão descendo dos ônibus, no primeiro caso, e aqueles que estão passando de carro ou mesmo à pé. Oferecem o aluguel de casas e pousadas. Em alguns locais tem consigo molhos de chaves que mostram aos “turistas” e também podem utilizar placas oferecendo os aluguéis, especialmente no verão quando a oferta de imóveis aumenta. Algumas imobiliárias utilizam-se dos “guias” para levar o cliente até elas e, com isso, eles recebem uma parte da comissão, em torno de 10%, o mesmo também acontecendo quando levam diretamente ao proprietário. Esse trabalho é bastante criticado por aqueles que são agentes imobiliários, pois os “guias” estão exercendo uma atividade para a qual não tem licença e preparação e também pelos “guias” ligados à Cooperativa do Portal Turístico.

Nas praias há uma acirrada concorrência entre estes “guias”, sendo que cada “turista” é disputado em função de um melhor preço e local mais próximo da praia. Pude observar momentos de conflito entre vários “guias” no ponto de ônibus final da Barra da Lagoa em que se acusavam devido a diferenças na cobrança dos valores dos aluguéis. Aqueles que oferecem por um preço considerado como inferior ao de mercado são considerados trapaceiros.

¹⁴⁸ Alguns informantes manifestaram preocupação com a questão da segurança na cidade, exprimindo a opinião de que falta um bom policiamento na Ilha a fim de encaminhar os problemas de tráfego durante a “temporada” e proteger o “turista” de assaltos porque no verão é o período em que esses fatos mais ocorrem. Os informantes ressaltam que até hoje, o sucesso da prática turística em Florianópolis deve-se ao fato de ser uma das mais tranquilas capitais do Brasil, o que pode ser associado à qualidade de vida, mas este “produto” não é vendido como deveria – “[...] a segurança é muito mais valor do que a praia, do que o clima, do que o paisagismo. Primeiro segurança, mas não conseguem ver isso, talvez só vão ver se perderem, é o que dá efetivamente a tranquilidade, esse é o carro chefe do turismo” (Antônio, proprietário de pousada).

¹⁴⁹ Motocicletas, geralmente de 125 cilindradas.

Outra situação que aparece é o próprio dono da casa oferecendo seu imóvel nas ruas das localidades para evitar o pagamento a um “guia”, especialmente aqueles que têm casa longe da praia, como ressalta Gelson, “guia” do Portal Turístico: “A maioria dos donos, para não pagar uma comissão ou para não ter problema com alugador, ficam na rua eles mesmos, mas a polícia de vez em quando corre com o pessoal de lá também”.

Outrossim, o que pude perceber é que, em geral, alguns “guias” são tidos como os responsáveis pela enorme quantidade de furtos que acontecem principalmente no norte da Ilha, pois costumam ficar com as chaves dos imóveis e teriam uma cópia delas, podendo entrar nas casas sem arrombar. Isto poderá ser percebido nos registros de ocorrência policial que apresento no último capítulo.

3.3 O DÓLAR COMO A MOEDA DAS PRÁTICAS TURÍSTICAS EM FLORIANÓPOLIS

No período de enorme presença dos argentinos, pode-se perceber o entusiasmo dos “guias” em sua recepção devido à demanda de trabalho e, por conseguinte, a possibilidade de realização de inúmeros negócios:

[...] na época era bom para nós porque a gente se enturmava com os argentinos e eu poderia chegar tanto 9 horas da manhã como 2, 3 horas da manhã na rodoviária e tinha duas, três horas assim de quinze, vinte argentinos em cada câmbio da rodoviária, era muita gente mesmo. (João, “guia da rodoviária”)

Esse entusiasmo deveu-se principalmente ao pagamento em dólares realizado pelos argentinos. Como indiquei no capítulo 2, em praticamente todos os anos, a partir de 1986, os “turistas” nacionais vinham em maior número para a Ilha, mas o pagamento em moeda nacional não conseguia sobrepor-se ao dólar. Nas histórias que contam sobre esse período, não faltam relatos de numerosos “gringos” que atendiam por dia e das enormes quantias de dinheiro que deixavam seus bolsos puídos pelo constante movimento de tirar e colocar o maço de dólares, além de engordarem os cofres improvisados que tinham em casa. Nesse sentido, Rafael, “guia” da rodoviária, relatou que na época dos argentinos chegava a ganhar

US\$500,00 por dia, alugando facilmente muitos imóveis e por vários dias. Nessa época conta que guardava os dólares da “temporada” enrolados numa lata. Ia gastando ao longo do ano esses valores, às vezes com a compra de um carro quase novo para uso pessoal ou aluguel e quando precisava de dinheiro trocava esse automóvel por um mais velho. Relatou que em um ano chegou a trocar seis vezes de carro, o que indica que os valores obtidos na “temporada” eram utilizados no restante do ano, propiciando a realização de investimentos comerciais que completavam as necessidades financeiras das famílias envolvidas com “turismo”.

Outros relatos, como o de Jair que atendia no centro da cidade, referem-se à “invasão” de “gringos” em Florianópolis e os benefícios financeiros que obteve com isso, especialmente durante a década de 1980. Neste período a cidade não estava preparada para receber os visitantes e havia pouca oferta de imóveis para aluguel, o que fazia com que muitos aguardassem uma casa dormindo em seus carros:

[...] quando eu chegava, os gringos estavam dormindo nos carros porque antigamente, isso aí era em 74, que era tudo mais tranquilo, podia dormir no carro, não tinha perigo nenhum, estava com a família, filhos, ninguém mexia em nada. A população aqui era bem menor, os prédios eram bem poucos.

Jair também relata que nesse período os moradores de Florianópolis e mesmo alguns envolvidos com “turismo” desconheciam o dólar:

Quando eu comecei o aluguel era em dólar. A gente não sabia o valor do dólar, a gente não estava informado, esse pessoal que era nato da ilha, barriga verde mesmo, também não sabia. Mas ninguém passava trabalho porque depois nós fomos nos informando. Não havia cambista, antigamente era o Banco do Brasil que lidava com isso.

Neste período era preciso convencer os “nativos” a alugarem suas casas, pois havia um certo receio antes de perceberem o quanto poderiam ganhar com o dólar:

[...]eu comecei a gritar para eles que é dólar e isso salientava em Canasvieiras porque tinha um matão. Então aquele pessoal ali não acreditava e ficava com medo de alugar casa, depois foram alugando, aí foram crescendo os olhos [...] (Jair, “guia” do centro da cidade)

Um dos “guias” da rodoviária, Geraldo, também disse-me que nos primeiros anos das práticas turísticas, os donos das casas não queriam receber a inusitada moeda porque nunca a tinham visto. Por isso, exigiam que o pagamento fosse feito na moeda nacional, então, Geraldo trocava o dinheiro, dava o que eles pediam e ficava com um lucro muito além do que deveria receber. Depois os proprietários começaram a se dar conta disso e já não desprezavam mais a moeda estrangeira. A respeito disso é comum histórias sobre o modo peculiar como os “nativos” lidavam com a nova moeda que estava circulando nas localidades, ou melhor, que permanecia guardada em suas casas, provavelmente “embaixo do colchão”. À medida que resolveram trocá-lo já tinham acumulado boas quantias em casa e puderam realizar inúmeros empreendimentos. Uma das dificuldades era a troca dos dólares, pois como pode ser lido no relato de Jair, acima, não havia lojas de câmbio nem cambistas atuando nas localidades. Somente os bancos e os hotéis do centro da cidade podiam realizar as trocas legalmente. Para os argentinos a dificuldade era a mesma, também não encontravam onde trocar nas localidades e nos estabelecimentos apropriados havia uma cota máxima¹⁵⁰.

Quando os “guias” perceberam o valor do dólar, a situação de desconhecimento logo se tornou uma fonte de rendimentos para eles. Hoje relatam os períodos em que as comissões lhes rendiam muitos dólares, o que causava surpresa com a quantidade significativa que passaram a dispor, com o valor de cada dólar e uma certa facilidade de obtê-los:

Depois que nós nos entrosamos com o dólar, eu andava com 2 mil dólares porque cada negócio era cem, outro era cinquenta, então a gente contava e não sabia o valor que tinha aquilo ali, depois eu fui saber que o valor era dois cruzeiros e cinquenta, hoje passou para essa barbaridade. Eu ganhava muito dinheiro, ainda mais quando começou a evoluir mais a cidade e ter mais hotéis. Até 85 eu ganhei muito dinheiro aqui. (Jair, “guia” do centro da cidade)

O recebimento dos dólares tornou-se um dos principais motivos para a desejada vinda dos “turistas” argentinos e a relação que estes tinham com o dinheiro, a forma de gastá-lo, causava estranhamento e propiciava muitos lucros para os que estavam envolvidos na sua recepção:

¹⁵⁰ Aroldo, morador de Ponta das Canas, lembra o fato de que até 1985, devido ao regime militar, o câmbio não podia ser feito na rua e quando isto acontecia tinha-se o chamado câmbio negro.

Eles não estavam conscientes de quanto valia um dólar, talvez porque a situação financeira deles era bem melhor do que é hoje, então eles não ligavam muito para o dinheiro, o mais importante para eles era a diversão, a alegria, o prazer de estar de férias e aproveitar o máximo das férias. (João, “guia” da rodoviária)

Essa situação reflete-se na comunidade que, assim como os “guias”, começa a ter preferência pelos “turistas” estrangeiros em detrimento àqueles que se deslocavam de outros locais do Brasil: “[...] os gaúchos já não faziam isso, preferiam vir na hora, alugar e pagar em reais [...] em dinheiro que desvalorizava, enquanto que os demais pagavam em dólar” (Sílvio, professor universitário)

O aluguel de casas tornou-se um negócio muito lucrativo para os guias, uma forma de “dar-se bem”. Em suas falas, citam altas cifras de ganhos na “temporada”, que é corroborado também pelos proprietários de casas:

Quando surgiu o aluguel das casas estava me dando bem. Por um lado eu aproveitei, por outro lado não aproveitei porque quando se ganha dinheiro fácil a gente faz muita festa, se fosse na data de hoje a gente até guardaria. Eu saía de casa de manhã, durinho, três, quatro horas da tarde, estava com 3, 2 mil dólares no bolso ou meia noite, uma hora da manhã já estava com mais 2 mil dólares no bolso. Então, trabalhava à noite e para agüentar dormia de dia. Estava me dando bem. (Jair, “guia” do centro da cidade)

E quando os proprietários de casa perceberam que seria um negócio mais lucrativo alugar com a moeda estrangeira, tal situação levou a um crescimento também no trabalho dos “guias” e a moeda estrangeira passou a ser a referência para o aluguel de imóveis:

Era tudo em dólar, todo mundo alugava só em dólar. Depois que o dólar começou a aumentar, a última vez em que eu tive dólar no bolso era C\$ 17,50 cruzeiros! E eu era o cara que estava sempre atupetado, com o bolso cheio de dólar, essa penujinha da calça aqui, do bolso, isso aqui comia tudo. Eu andava com aquela barbaridade de dólares no bolso e eu achava que estava ganhando dinheiro adoidado e realmente estava faturando bem. (Jair, “guia” do centro da cidade)

Esse período de altos rendimentos com o “turismo” é trazido à tona com muita veemência e saudosismo quando os mediadores falam de seu trabalho, o consideram como um tempo em que tiveram nas mãos muito dinheiro e que não vai se repetir. Nas suas falas dizem

que “não souberam aproveitar” a oportunidade ímpar e lidaram com isso como se fosse uma fonte sem limites, que nunca iria extinguir-se. Certamente por isso, antes de cada verão, anunciam que “essa temporada promete”, acreditando que os “gringos” vão vir ou que num futuro próximo terão os bons tempos de volta.

3.4 OS VALORES COBRADOS NO ALUGUEL DE IMÓVEIS

O preço a ser cobrado no caso das pousadas e casas de aluguel variam conforme a qualidade do local e a comissão que o “guia” vai receber. Há o que os “guias” chamam de 1º preço, isto é, o que o dono do imóvel cobra e o 2º preço que se refere ao valor do aluguel acrescido da comissão do “guia”. Num “apartamento com tudo”, para um casal, o preço da diária fica em torno de R\$45,00 e para uma pessoa em torno de R\$25,00. Porém, esses valores não são fixos e vão depender das negociações feitas com o proprietário, como salienta um dos “guias”:

Isso varia muito de proprietário para proprietário, não tem um número X estabelecido da comissão. A comissão pode ser desde 10% até 20%. Pode ser negociado diretamente com o proprietário um valor X para ele e um valor X para você, desde que não pese para o turista e também não pese para o proprietário te pagar. Se ambos estão de acordo, acho que é válido. É bem negociável, com certeza. Às vezes é mais, às vezes é menos, não tem uma coisa bem definida. (João, “guia” da rodoviária)

O fato de não haver um valor determinado para a comissão, especialmente na baixa temporada, pode levar o “guia” a ceder no valor que vai receber:

[...] acho que é legal porque você não perde o negócio, não perde o turista, ou você ganha mais ou você ganha menos, mas você faz. Então, se você tiver pensando pelo menos um pouco no turista, você cede um pouquinho e o proprietário cede também, assim o turista fica e está tudo bem. (Jair, “guia” do centro da cidade)

Um dos “guias” que já trabalha há mais de dez anos no aluguel de imóveis, referiu-se ao fato de que alguns colegas na rodoviária cobram preços diferenciados e costumam cobrar mais dos turistas nacionais e menos dos estrangeiros e expressa seu desconforto com essa situação: “Não entendo por que, até achava que poderia acontecer ao contrário”, sendo que afirma que seu preço é um só para qualquer pessoa, o qual fica em torno de R\$20,00 por pessoa. (Rafael)

Depois de acertado o valor, os “guias” indicam o caminho ou levam os “turistas” até o local. Geralmente, o pagamento das diárias é feito na entrada e o proprietário entrega uma parte ao “guia”. Portanto, o valor referente à comissão costuma ser recebido pelo “guia” no momento em que o negócio é fechado:

[...] geralmente isso é um acerto entre ambas as partes que a gente procura passar para o turista. É feito tudo na hora até porque a gente leva, acompanha e não força a pessoa a ficar em lugar nenhum. Ele vai olhar e a partir do momento que ele gostar e disser que é ali que ele quer ficar, você já fecha o negócio na hora com o proprietário. Não te digo que tem que ser todo o pagamento porque também acontecem casos em que o turista fica uns dias e depois renova por mais dias. Mas geralmente é acertado na hora. (Jair, “guia” do centro da cidade)

Em relação aos argentinos, nos últimos verões, com a crise econômica em seu país e a evidente diminuição de sua capacidade de consumo, o dólar deixa de ser usado e os “guias” e proprietários tentam adaptar-se a esta situação:

Hoje, para ficar 15 dias, tem a choradeira porque ninguém fala mais em dólar. Eles pagam em dólar, mas não falam em dólar. [...] Antigamente a coisa era bem melhor. Então, o aluguel de um imóvel hoje é o seguinte – se você alugava aquela casa por 50 dólares, hoje você está alugando por 50 reais. (Jair, “guia” do centro da cidade)

Entretanto, é evidente a oscilação de ganhos que tem havido nas últimas temporadas, como salienta este guia:

Tem temporada em que tenho que fazer uns bicos, mas tem temporada que dá boa. Em 2002, por exemplo, o movimento foi fraco. Em 2001, em 4 meses de temporada, eu arrumei 8 mil dólares com aluguel, comissão de restaurante, comissão de loja porque tem loja que dá comissão para nós. Já no ano passado eu fiz 3 mil e

quinhentos dólares. (Gelson, “guia” do Portal Turístico)

Com a finalidade de aumentar os ganhos, alguns truques sempre foram utilizados: “Eu realmente sempre disse que não ganho comissão. A gente ganha comissão do hotel, mais 10 reais que o turista dá, se ele achar que ele deve dar. O que nós ganhamos da diária do hotel é 20 %. (Jair, “guia” do centro da cidade)

Geraldo, na sua atuação como “guia” que trabalha na rodoviária, considera difícil a negociação do preço do aluguel, pois ele avalia que depois que houve uma melhora nas condições de localidades como a “Barra”, os proprietários não querem abrir mão de seu lucro, às vezes preferem não alugar a fazê-lo por um preço menor. Durante essas negociações, há um tensionamento de ambas as partes – “guia” e proprietário - quanto a quem vai abrir mão ou baixar seu preço, assim, enquanto o proprietário quer que o “guia” tire de sua parte, este acha que o primeiro deve fazer isso. Os proprietários também alegam que os “guias” ganham o “dinheiro limpo”, pois não precisam pagar água e luz, por exemplo. Isso faz com que muitos proprietários e corretores de imóveis tenham inúmeras restrições ao trabalho realizado pelos “guias” que são acusados de determinarem sua própria comissão, uma vez que primeiramente oferecem o aluguel por um preço ao “turista” e somente depois ligam para o proprietário pressionando para que o aluguel seja acertado por um valor inferior ao que valeria. Os proprietários também alegam que a comissão do “guia” inflaciona o valor do aluguel e que estes exploram o “turista” desde sua entrada na cidade. Mesmo com tais restrições, muitos proprietários de imóveis utilizam os serviços dos “guias”, sendo uma forma de garantir clientes, uma vez que conseguem “pegar” o “turista” em sua chegada na cidade.

Já os “guias” pensam que os proprietários querem ganhar além do que é possível. Esse conflito pode levar a um acordo plausível, segundo os informantes, desde que ambos saibam que às vezes “é preciso abrir mão de alguma coisa para que todos possam ganhar, trata-se de repartir o dinheiro”.

Finalizando, neste capítulo trouxe algumas considerações sobre as teorias do contato e aculturação que marcaram a produção antropológica inicial, interpretando a relação entre diferentes culturas de forma etnocêntrica. Essa vertente de estudos sofreu mudanças significativas em meados dos anos de 1980 com teorias que começaram a pensar na problemática da alteridade a partir de um ponto de vista que priorizou a visão dos grupos como atores sociais e históricos. Ainda insuficientes, essas teorias têm sido problematizadas e

autores apontam para a observação da mediação cultural como uma interpretação dos processos sócio-culturais que têm lugar no campo de interação entre diferentes culturas.

Os estudos sobre as práticas turísticas também se desenvolveram tendo como ponto de partida a visão de que o “turismo” é negativo para as sociedades em que se instalou. Contrapondo-me a essa visão maniqueísta dos processos sociais e observando que nas sociedades moderno-contemporâneas temos a atuação de sujeitos que transitam entre diferentes sistemas culturais, proponho a análise das práticas turísticas a partir do movimento desses sujeitos – os mediadores culturais.

Na construção de um capital turístico, os primeiros mediadores foram cruciais para a aprendizagem de como se fazer “turismo” – apresentaram aos “nativos” as práticas turísticas por meio do aluguel de casas, possibilitando que a própria cidade fosse respondendo às demandas dos visitantes. Entretanto, os mediadores não só ensinaram como também aprenderam com os “turistas” como oferecer os serviços. A atuação dos mediadores está incluída num processo mais amplo no qual Florianópolis inseriu-se a partir dos anos de 1970 que colocou os “nativos” em contato com modos de ser e agir de outros grupos e camadas sociais, possibilitando a descoberta de outros elementos culturais, como as moedas estrangeiras, em especial o dólar, quase desconhecido entre a população local, o hábito de tomar banho de sol e de mar (uma cultura de praia) e a possibilidade de utilizar línguas diferentes.

Em Florianópolis, investigo as ações dos “guias” no processo de mediação cultural, enfatizando a figura do mediador como uma personagem característica das sociedades contemporâneas. Os “guias” desempenham seu trabalho no campo do “turismo” em locais públicos da cidade. Em alguns momentos, os “guias” não licenciados são vítimas de represálias advindas dessa situação de clandestinidade e noutros momentos associam-se com aqueles que trabalham na formalidade. O tipo de negócio que realizam e o fato de serem chamados de “guias” recebe críticas dessas pessoas, pois dedicam-se mais ao aluguel do que propriamente a mostrar a cidade. Tal crítica é feita também por seus próprios colegas de profissão. Essa situação gera uma constante tensão em locais como a rodoviária e o aeroporto devido à situação precária de trabalho, sem apoio formal dos órgãos de turismo do município. Nesses locais públicos de atuação dos “guias” a permanência deles depende de uma certa liberalização dos administradores, o que se altera em alguns momentos específicos. Entretanto, na fala dos entrevistados percebe-se que há uma discriminação em relação ao seu trabalho, pois na medida em que fazem vários serviços para os quais não tem licença, estão

excluídos do grupo dos corretores e também daquele dos guias de turismo.

Outra questão que chama atenção é a reserva de mercado no campo de atuação dos “guias”, impedindo a entrada de novas pessoas interessadas em realizar um trabalho de intermediação de serviços que se revela em hostilidades para com os estranhos ao grupo. Também vale notar a aposta neste trabalho, mesmo em época de baixa temporada, quando o número de turistas é bastante restrito e faz com que a competição entre eles seja maior, situação que se inverte durante os meses de verão.

Capítulo 4

O “turismo” doméstico

Neste capítulo apresento os dados de campo sobre a oferta de serviços no “turismo” doméstico ou popular que ocorre nos territórios típicos e mistos. Nos territórios típicos, os “nativos” passaram a apropriar-se do “turismo” principalmente por meio do aluguel de “casas”, “kitinetes” e “apartamentos”, tornando-se o negócio turístico por excelência, no qual qualquer família pode participar, bastando possuir uma casa. A apropriação do negócio turístico ocorreu ao mesmo tempo em que os “nativos” dedicavam-se à pesca. Como deu-se a inserção dessa população? Que estratégias foram utilizadas no sentido de conciliar essas práticas com seu modo de vida?

Entre a população “nativa”, a conjugação de pelo menos dois tipos de trabalho - um principal e outro acessório (BECK, 1979) é uma prática que data desde o século XIX. Na literatura que aborda vários aspectos do modo de vida dos “nativos” (BECK, 1979; ALBUQUERQUE, 1983; LAGO, 1983; CÓRDOVA, 1986; RIAL, 1988; MALUF, 1993) há descrição de um modo tradicional no qual a atividade agrícola, realizada até a metade do século XX, vai aos poucos perdendo seu lugar na economia regional, surgindo a pesca como uma atividade acessória.

A decadência do trabalho agrícola¹⁵¹ leva a pesca a tornar-se a atividade principal até o turismo transformar-se numa outra alternativa de trabalho, na qual inicialmente os “nativos” envolviam-se prestando serviços como caseiros, na limpeza e conservação de residências de veranistas, tornando-se empregados numa terra que até pouco tempo era sua (RIAL, 1988). A ascensão do “turismo” e transformação das comunidades pesqueiras em balneários faz com que esta seja uma alternativa importante de rendimentos.

Portanto, nos territórios típicos, a inserção da população nas práticas turísticas deu-se de forma paulatina e boa parte dos “nativos” alia o trabalho na pesca com as atividades

¹⁵¹ A decadência do trabalho agrícola ocorre a partir do século XX devido ao desenvolvimento das formas de produção capitalistas, esgotamento dos solos, competição com produtos agrícolas do interior e constantes pragas nas lavouras de mandioca, segundo Córdova (1986).

voltadas ao “turismo”. Nestes territórios e nos mistos, o tipo de hospedagem que oferecem aos “turistas” possui características muito específicas, como veremos mais adiante. Nos territórios mistos, entretanto, há uma presença maior do “pessoal de fora”, ao mesmo tempo em que ocorre o “turismo” empresarial. Em ambos os territórios, a atuação dos mediadores culturais foi decisiva no processo de construção de um capital turístico.

A seguir, descrevo alguns exemplos etnográficos sobre a inserção de grupos tradicionais no mercado turístico, a forma como a população local inventou-se nessas práticas, bem como o papel dos mediadores culturais na construção desse patrimônio turístico.

4.1 O “TURISMO” EM PEQUENA ESCALA: “QUANDO O EMPREENDEDOR É O NATIVO”

Smith (2002), no artigo em que analisa os “empreendimentos privados no terceiro mundo: empresas de turismo em pequena escala”¹⁵², afirma que praticamente inexistente uma literatura a esse respeito, porém, há algumas referências (MENDONSA, 1982; PRISTA, 1991; BOISSEVAIN, 1996; ESCALLIER, 1999) a comunidades que se utilizam do aluguel de seus próprios imóveis ou fazem pequenos investimentos na construção de casas, apartamentos e pousadas para obter rendimentos nos períodos de atividade turística. Geralmente, essas famílias não têm o aluguel como única fonte de renda, podem dispor de uma pluralidade de opções (pesca e comércio dos produtos daí advindos, por exemplo), como descreve Escallier (1999) sobre uma localidade no interior de Portugal e Farias (2001), a respeito de uma localidade de Santa Catarina.

Os trabalhos de Mendonsa (1982) e Escallier (1999) têm como objeto de estudo Nazaré, uma vila de pescadores em Portugal. Enquanto o primeiro investiga as relações entre turismo e estratificação na localidade, o segundo observa o papel das mulheres na economia haliêutica, na qual está inserido o “turismo” como uma atividade econômica central.

¹⁵² A autora associa a relação entre população local e seus hóspedes à privatização no Terceiro Mundo ou nos países em desenvolvimento ocasionada pelo turismo. Smith (2002, p.220) afirma que “o termo ‘privatização’ é entendido como iniciativa privada e refere-se a pequenos empreendimentos turísticos familiares, que operam com pousadas e instalações para hóspedes [...]”.

Mendonça (1982) classifica e descreve o turismo em Nazaré como turismo de massa, a saber, uma clientela constituída por famílias de classe média e trabalhadores interessados no sol e no mar. Em relação às formas de hospedagem e alimentação, o autor diz que procuram alojamentos baratos e muitas vezes preparam as suas próprias refeições com produtos que compram no mercado da vila. Assim, os estabelecimentos hoteleiros baratos, as pensões e os cidadãos locais que alugam as suas casas aos turistas fazem bons negócios:

o arrendamento a turistas é uma forma de uma família que não pertence à *elite* tirar proveito do turismo. [...] Se a família tem uma casa num local desejável pode optar entre várias formas de libertar espaço para alugar. A estratégia mais frequentemente adotada (64,75%) consiste em encaixar a família toda numa parte apenas dos alojamentos que normalmente ocupa e alugar os restantes. Fazem-no famílias que habitam casa própria e também outras que vivem em casa alugada, desde que o senhorio não se oponha (Ib.p.324).

O autor ressalta que há outras estratégias, como se mudar para a casa de parentes para alugar a sua (15,7%); tomar de aluguel uma “casa mais fraca” para viver no período do verão e alugar a sua (13,7%); o dono de mais de uma casa aluga uma ou mais a turistas (9,8%); a família vive numa parte da pensão que explora tanto no verão quanto no inverno (3,9%)¹⁵³.

Escallier (1999) descreve o papel das mulheres nesse universo, observando a importância das “mulheres dos *chambres*” que criaram um “mercado negro” de hospedagem turística que concorre com o oficial¹⁵⁴. Comparando “turismo” e pesca, a autora considera que o dinheiro do “turismo” é facilmente ganho devido ao alto custo das hospedagens e da alimentação no verão, permitindo economizar muito dinheiro num curto espaço de tempo. Desde a década de 1970, essas mulheres começaram a oferecer “*chambres*” (quartos, em francês), em locais de passagem dos turistas, como na avenida beira-mar, ou no terminal de ônibus. A estratégia mais antiga e corrente entre os nazarenos é alugar a sua própria habitação, para isso, “as famílias amontoam-se num compartimento da casa para alugar os outros, ou vão morar na cabana do pescador onde fica armazenado o material de pesca, as salmouras e o peixe” (Ib., p.302).

¹⁵³ O autor entrevistou 104 moradores da localidade.

¹⁵⁴ A Câmara Municipal da Nazaré possui um “Regulamento dos alojamentos particulares” que se aplica aos estabelecimentos de hospedagem, classificados como hospedarias, casas de hóspedes e quartos particulares. O regulamento define as formas de licenciamento e de condições materiais desses estabelecimentos. Mais informações no site: www.cm-nazare.pt/Alojamento_particular.pdf

Embora não seja um tema amplamente tratado, no litoral de Santa Catarina, a prática de aluguel de casas pelas populações locais é corrente, sendo um interessante assunto de pesquisa. Em minha dissertação de mestrado (FARIAS, 2001) observei essa prática na localidade do Camacho (Jaguaruna), bem como em localidades vizinhas, como o Farol de Santa Marta. No Camacho, o aluguel é tarefa principalmente das mulheres e é realizado durante o verão quando é comum a colocação de placas de “aluga-se” na frente das residências. Tanto as famílias que migram para a pesca no RS, como aquelas que permanecem no local alugam as suas casa para turistas. Em geral, mudam-se para peças ou casas dentro do próprio pátio deixando seus melhores pertences e, em alguns casos, vivem de forma precária¹⁵⁵.

Boissevain (1996), ao discutir questões relativas ao “turismo de massa”, chama atenção para os inúmeros arranjos para viabilizar o aluguel de casas. Segundo o autor, geralmente as comunidades aproveitam as oportunidades comerciais oferecidas pelo turismo, mas essa adaptação comercial pode tomar formas aparentemente bizarras, como famílias que passam a viver em um único quarto para alugar o outro. O autor salienta que os rendimentos obtidos seriam mais importantes que a tranqüilidade e privacidade. E isto, segundo ele, não acontece somente em comunidades pobres de camponeses, “it is evident that tourist money can buy private domestic space in developing as well as developed communities. Just as domestic arrangements are adapted to accommodate tourist demands, so too is the annual cycle of leisure and work”(Ib., p. 11) ¹⁵⁶. Na Região do Algarve, ao sul de Portugal, Prista (1991) refere-se à ausência de hotéis e casas de hóspedes no início do século XX que levava os banhistas a hospedarem-se em partes de casa, partilhando a intimidade com os donos ou alugando a casa dos pescadores enquanto estes iam para as “barracas de colmo” onde ficavam todos misturados.

A troca de residência no período de “temporada” em Florianópolis sugere uma situação de “nomadismo” associada à própria característica do modo de vida na pesca em que a transitoriedade é um elemento marcante. Para as famílias de pescadores era comum a migração sazonal para outros Estados do Brasil, como RS, SP, RJ para onde várias famílias foram residir por algum tempo ou apenas passavam o período da safra, acompanhando os

¹⁵⁵ Britto (1999) também se refere ao aluguel de imóveis praticado pelos pescadores de Arraial do Cabo – RJ, que representa a oportunidade de “fazer o pé de meia”, obtendo um rendimento suplementar ao da pesca.

¹⁵⁶ É evidente que o dinheiro advindo do turismo pode comprar o espaço doméstico privado tanto em comunidades em desenvolvimento com nas desenvolvidas. Os arranjos domésticos são feitos para suprir as demandas dos turistas, tamanha a importância do ciclo de lazer e trabalho (Tradução: própria).

pescadores e vivendo em barracões, casas precárias ou até mesmo barracas, dependendo do tipo de pesca. Outra questão importante é que, como “extrativistas”, os pescadores sempre dependeram dos recursos da natureza que, no caso da pesca, tem se tornado exíguos. O “turismo” encerra a idéia de safra pela sua característica sazonal, levando a uma certa atitude de não medir esforços, de apostar todas as forças e recursos num determinado período para obter aquela renda. Entretanto, se entre as décadas de 1980 e 1990, a enorme demanda de aluguéis fazia com que mesmo casas simples fossem alugadas a preços razoáveis, essa situação hoje está mudando e têm deixado principalmente as casas dos “nativos” desocupadas.

4.2 OS PRIMEIROS IMÓVEIS PARA ALUGUEL – AS CASAS DOS “NATIVOS”

O grande fluxo de “turistas internacionais”, somado àqueles dos Estados vizinhos a Santa Catarina, ocasionou uma enorme demanda por serviços de hospedagem que em parte foram supridos pelos primeiros “guias” da cidade. O aluguel de casas iniciou com as primeiras levas de “turistas”, especialmente a presença massiva de argentinos nos períodos de “temporada”. Em decorrência disso, há situações curiosas como a que foi descrita por Aroldo, morador de Ponta das Canas. Nesta localidade havia uma igreja antiga que foi derrubada no ano de 1981 porque era pequena e não comportava o elevado número de argentinos que queriam participar das missas. Os próprios argentinos ajudaram na construção da nova igreja.

Esses “turistas” eram atendidos pelos “guias” que trabalhavam no centro da cidade e também por moradores das localidades. Dentre os entrevistados, vou trazer a história de Jair, “guia” que começou a envolver-se com as atividades turísticas na cidade por volta de 1973 e, além de relatar suas experiências de trabalho, o entrevistado recupera parte da história das práticas turísticas em Florianópolis:

[...] o turismo era só na temporada, só no mês de janeiro. Eu me entrosava com tudo, tomei conhecimento de hotéis porque aqui na ilha tinha só o Hotel Oscar, Hotel Royal e o Hotel Querência. Isso foi o início da coisa. Os hotéis ofereciam comissão: “– Oh, traz aqui o pessoal e tu vais ganhar tanto”. Nesta época, eram uns cinco ou seis guias. Então, trabalhei definitivamente com turismo na Ponte Hercílio Luz que era a única. Nós parávamos lá na cabeceira e todo mundo passava ali e parava ou, se não parava, nós os fazíamos parar.

Quando aterraram a Baía Sul, na década de 1970, Jair trabalhava na banca de engraxate e num estacionamento lavando carro e, embora já estivesse “entrosado com o turismo”, pensava que essa atividade não rendia tanto como os outros trabalhos que desempenhava. Com o aumento da demanda, percebeu que “o turismo” estava rendendo mais, o que se acentuou depois da construção da nova ponte, a Colombo Machado Sales, que fez com que ele e os “guias” passassem a atender os “turistas” no novo local. Em torno do final dos anos de 1970, a “Ilha” já era bastante freqüentada, mas as condições de acesso às localidades mais distantes eram difíceis. Jair, há poucos anos na cidade, ao mesmo tempo em que indicava os lugares, também aproveitava a oportunidade para conhecer a “Ilha”: Eu começava a passear, uma que eu queria conhecer mais a ilha. Então, quando eu ia para Canasvieiras era estrada de chão, uma pedreira, uma poeirada desgranida! Eu trazia dois, três, quatro carros atrás e não dava para ver os carros, só via as pedras pulando para o outro lado”.

Jair também revela que foram os próprios visitantes que sugeriram o aluguel de casas mobiliadas, ensinando a forma de se fazer “turismo”, conforme afirma o entrevistado: “Hoje a gente vê tudo mais moderno e naquela época a gente chegava lá para alugar e não tinha um hotel. Aí um gringo me puxou essa idéia de que é bom alugar uma casa toda mobiliada”.

Os mediadores tiveram um importante papel no sentido de incentivar o aluguel de casas. A idéia de alugar casas servia como um meio de suprir as vagas que a cidade não oferecia, assim como se constituiu num meio viável para obter maiores rendimentos. Para atender a enorme demanda por alojamento, os “guias” começaram a procurar casas em localidades como Canasvieiras. Mas havia dificuldades em alojar os “turistas” nas praias, pois além das estradas de acesso não serem pavimentadas, ao chegar na praia, as casas não estavam disponíveis para alugar, pois isso não era visto como um negócio: “eu levava todo mundo para a praia, chegava lá e mostrava a praia de dia. E agora esgravatar casa para alugar? Era difícil porque a maioria não queria sair de casa” (Jair).

No final dos anos 70, portanto, a única possibilidade de aluguel, nas localidades que possuíam praia, eram as casas dos “nativos”, com exceção de Canasvieiras onde já havia um hotel. Nesse período, os “turistas” também se deslocavam por conta própria até as praias. Enquanto não conseguiam casa, os “gringos” ficavam esperando nos carros e usando até mesmo os “ranchos de canoa”¹⁵⁷. Tal situação foi fazendo com que os “nativos” construíssem

¹⁵⁷ Construções de madeira feitas à beira mar para guardar as canoas e apetrechos de pesca.

inclusive barracos para se alojar ou utilizassem os ranchinhos construídos no fundo da casa¹⁵⁸, como relata Alberto sobre a Barra da Lagoa:

[...] quando o turismo veio para a Barra eles não tinham apartamento para alugar para o turista, eles alugavam as próprias casas. A pessoa tinha uma casinha de madeira atrás onde fazia um fogãozinho à lenha. Na época era assim: as casas todas tinham um ranchinho atrás e um pedacinho de cozinha e faziam um fogão à lenha que era para fritar ou assar peixe. Foi quando veio o turismo para a Barra, então eles alugavam as casas e se acomodavam ali naqueles pedacinhos de casa.

Esse modelo de casa descrito por Alberto caracterizava-se por possuir, segundo Rial (1988), duas cozinhas – o ranchinho ou rancho afastado da casa e uma outra junto à moradia. A autora, ao analisar as transformações no espaço social na Lagoa da Conceição, parte da observação das cozinhas nas casas dos “nativos” para perceber a existência de três modelos de construção ou arranjo das moradias que correspondem a três gerações: a antiga, a intermediária e a mais nova. A autora observa que a cozinha para a geração antiga fazia parte da casa¹⁵⁹ e foi dividida e afastada da mesma pela geração intermediária, surgindo o “rancho”¹⁶⁰ que se constitui como uma área de preparação dos alimentos. Na geração nova a cozinha volta a fazer parte do corpo da casa. Rial (1988) enfatiza que houve uma transição lenta entre a cozinha de antigamente e a geração nova, transição que foi realizada pela geração intermediária. E no caso das práticas turísticas, é a geração intermediária que primeiramente deixa sua casa para alugar e ocupa os ranchos ou vai para a casa de um parente.

Entretanto, inicialmente houve resistência por parte dos “nativos” em deixar sua residência com todos os móveis e outros bens pessoais para cedê-la a um estranho, sendo necessário convencê-las a desocuparem suas casas e passarem os meses do verão morando

¹⁵⁸ Um entrevistado de Ponta das Canas, Aroldo, relata que durante os anos de 1979 a 1981 construiu sua casa, já no ano de 1982 começou a alugá-la, enquanto ocupou um quarto construído ao lado para passar a “temporada”. Ressalta que na época “o turismo” era de dois meses e conseguiram obter entre 4 a 5 mil dólares pelo aluguel da casa.

¹⁵⁹ Rial (1988) assinala que a cozinha da geração antiga ocupava toda a extensão da parte do fundo da casa, possuía teto inclinado, era o lugar do fogão a lenha, possuía piso de terra batida. Além de lugar de preparação dos alimentos, era também um espaço de sociabilidade e de representação da mulher, um espaço intermediário entre a casa (interior) e a rua (exterior).

¹⁶⁰ Rial (1988, p. 248) define os ranchos como: “construções de madeira – mesmo quando a casa é de alvenaria – e situam-se de 2 a 5 metros da casa. É um lugar de viver, não de mostrar: os visitantes são sistematicamente mantidos afastados dele”. O rancho é considerado pelos “nativos” como um lugar sujo, esfumaçado onde preparam e às vezes até consomem as refeições. É, segundo a autora, a simulação da cozinha de antigamente, porém em menor tamanho e menos iluminado.

nos ranchos – os “pedacinhos de casa” nada confortáveis, como relata Jair:

Quando chegava lá eu dizia – Dona, a senhora quer alugar a sua casa? - Ah, mas alugar a minha casa como, está toda cheia? - A senhora não tem parente? - Tenho. - Você não precisa de dinheiro? Aluga para 10 dias, 8 dias. - Mas sabe que é uma boa idéia essa aí, mas aluga hoje? Eu dizia: - Agora! Pega o que tiver aí, deixa tudo dentro de casa, sai e aluga. E aí foi acontecendo, comecei a arrumar casa e alugar casa. Então os “nativos” começaram a ganhar dinheiro.

De qualquer forma, Jair afirma que a oferta dos imóveis ainda não estava organizada como hoje conhecemos em que o negócio é praticamente realizado por telefone, naquela época o contato era direto, embora já estivessem surgindo algumas estratégias para oferecer o imóvel, como ficar na frente das casas ou na beira da estrada aguardando os “guias”. O aluguel das casas passa a ser visto como uma alternativa de rendimentos, o que facilitou o trabalho dos “guias” porque no momento em que algum morador mostrava a sua casa, logo apareciam outros interessados em fazer negócios.

O entrevistado também se refere à enorme concorrência que havia naquele período devido a pouca oferta de imóveis e o grande número de “turistas”. Os que tinham uma casa melhor para alugar podiam pedir um valor mais alto:

Naquela época não tinha placa. Agora você entra em Canasvieiras e vê: Aluga-se. Muitas vezes a casa está alugada e eles não tiram nem a placa. Naquele tempo era melhor, a gente tinha uma concorrência tremenda, se você tinha uma casa bonita você pedia 50 dólares, a outra ali também era bonita, havia concorrência e aquele monte de argentinos para alugar.

Mesmo as casas mais simples eram alugadas. Alberto fala de uma casa que possuía no terreno de sua família na “Barra” que era alugada todos os anos na “temporada” no período em que morou no RJ. Quem realizava o aluguel era o seu pai:

[...] eu tinha uma casa de madeira, inclusive essa casa ainda existe, ela tem 32 anos, e vou demolir agora depois da Páscoa. Quando chega na época da temporada eles se hospedam lá e quando termina a temporada eles voltam e a casa fica vazia porque é um terreno de herdeiro, [...] e a minha mãe não permite que as pessoas morem lá.

Neste período inicial do aluguel, os “guias” também recorreram a formas alternativas para hospedar os inúmeros “gringos” que chegavam à cidade com suas famílias, geralmente de carro:

[...] eu alugava no motel e não davam comissão para mim. Eu nunca deixava os gringos mal, eu dizia assim: – Pode ficar com a família no motel, não tem problema, explicava para eles, é um quarto bom, - Mas levar tico (criança)? - Não tem problema. O motel naquela época não era bem movimentado e eu cansei de lotar os motéis. Eu levava os gringos lá porque eles estavam dormindo ainda nos carros e tinham que tomar banho, então eu apelei para o motel. Levava para o motel Meimbipe, no caminho de Canasvieiras, o motel mais antigo de Florianópolis. (Jair, “guia” no centro da cidade)

À primeira vista, parece inusitado levar famílias com crianças para um motel, lugar imaginariamente e de fato relacionado com atos licenciosos e libidinosos e, por isso, associado a relações clandestinas. Mas no próprio site do motel Meimbipe, citado por Jair, há um pequeno histórico sobre a sua fase inicial na qual a hospedagem tinha como propósito oferecer quartos nos mesmos moldes que os motéis americanos, ou seja, para viajantes. Entretanto, tal objetivo não deu certo, segundo os proprietários do motel, porque no Brasil este tipo de alojamento destina-se a encontros amorosos.

Outras situações de mediação surgiram nas localidades, envolvendo “turistas” internos e internacionais, que são narradas por três entrevistados. A primeira delas foi descrita por Jair que levava os “turistas” até a localidade de Canasvieiras e outra pessoa os recebia e oferecia as “casas” anteriormente negociadas com os proprietários. Os dois outros exemplos foram relatados por proprietários de casas. O primeiro deles, professor Sílvio, que possuía uma casa de veraneio na localidade de Cachoeira do Bom Jesus e o segundo, Seu Agostinho, “nativo” da Barra da Lagoa que dispunha de casa para aluguel junto a sua residência.

Jair refere-se a uma moradora de Canasvieiras que percebeu os benefícios do negócio e começou a intermediar o aluguel de casas. Nessa situação, o entrevistado ora tratava os aluguéis diretamente com os proprietários, ora contava com os serviços dessa pessoa. Embora ganhasse menos no segundo caso, por outro lado, podia retornar mais rapidamente para o centro da cidade e atender um número maior de “turistas”, já que não precisava procurar casas. Para Jair, ela agiu com muita esperteza e conseguiu tornar-se uma importante

comerciante na localidade. A fim de viabilizar isso, teria se utilizado da boa fé e ignorância dos proprietários de casas, que não tinham a menor noção do valor de mercado dos serviços que estavam fornecendo, como salienta o entrevistado:

Ela morava em Canasvieiras naqueles eucaliptos do trevo que vai para Ponta das Canas, numa casinha velha. ela conhecia o local, dizia que podia levar o turista que ela daria um jeito. Quem levava gente lá para ela alugar eram os guias. Em 74, 75 era baratinho e ela começou a juntar dinheiro e a comprar tudo por ali. Naquela época, se você pedia 20 dólares, ela alugava por 40, 100 e dava o que você pedia. Aquele pessoal não sabia disso e ela 'se criou' nisso aí. Foi a primeira mulher que cresceu os olhos, uma mulher inteligente.

Em outros momentos, a referida pessoa fazia a intermediação do aluguel pagando 10% ao “guia”. Do contrário, se o “guia” fosse diretamente negociar com o proprietário, obtinha um lucro maior, como me disse Jair: “Se você quisesse 30 dólares por um imóvel bonito eu pedia 60. Aí o gringo dava 50 – eu dava 30 para o proprietário e ficava com 20 para mim. Naquela época alugava por 30 dias, 28 dias, 25 dias, um aluguel atrás do outro. Eu chegava e dizia: ‘vamos todo mundo’ (faz a entonação dos turistas argentinos). Não tinha nada para alugar, mas eu dava um jeito”.

No exemplo descrito pelo professor Sílvio, Luiza, uma argentina que veio para Florianópolis com o marido e amigos que praticavam pesca submarina e era sua vizinha em Cachoeira do Bom Jesus, o aluguel de imóveis era feito para seus próprios conterrâneos. O professor Sílvio conta que no início o aluguel de casa era um negócio muito acanhado porque os moradores das localidades do interior da “Ilha” e mesmo aqueles que poderiam investir na construção de casas, não acreditavam na possibilidade de alugar casas para argentinos. O entrevistado ressalta que naquela época os argentinos viajavam de carro e vinha a família – o casal e três ou quatro filhos e precisavam arrumar um local para hospedagem, sob pena de ficarem na rua, como nos exemplos antes descritos por Jair, já que havia poucas opções na cidade. Nesse sentido, Luiza criou um serviço de intermediação de imóveis que funcionava da seguinte forma, segundo relato do entrevistado:

[...]o papel dela era ser corretora lá e ela servia também de referência porque era uma pessoa séria. Ela examinava e dava todas as garantias no sentido de que a casa estava boa. Para fazer esse acerto, ela vinha para cá às vezes em julho, agosto, o mais tardar em setembro, levava uma relação de casas, o valor e fechava o negócio lá. Quando ela vinha de volta em novembro, mais tardar início de dezembro ou, se

ela não viesse, mandava por um portador uma parte do aluguel que, às vezes, chegava a 50%. Então, ela fazia exigências – que a roupa de cama fosse boa, que a casa fosse aquela mesma que ela viu. Ela olhava a casa e, se necessário, exigia que pintassem, trocassem eletrodomésticos, por exemplo.

O entrevistado também passou pela experiência de alugar sua casa de veraneio a partir dos serviços realizados por essa senhora, embora não possua o imóvel para essa finalidade. Como utiliza a casa para seu próprio descanso e lazer, enfatiza que não tem sentido alugá-la se vai passar o verão na cidade, mas no caso de realizar uma viagem nesse período, contexto em que sua residência foi alugada por Luiza, como será descrito abaixo, refere-se a um sentido prático em fazer o negócio, deixando de lado a posição de que “aquilo que eu uso ninguém usa”. No caso de uma viagem, a casa ficaria fechada e sujeita à depredação e se é alugada, alguém cuidará dela, ao mesmo tempo em que o aluguel contribui para as despesas da viagem:

[...] no ano de 1980 eu tive um convite para ir aos Estados Unidos ficar dois meses. Luiza esteve na minha casa e falou que tinha uns conhecidos que queriam vir para Florianópolis. Então, ela disse que se eu quisesse alugar, era só deixar com ela que alugaria para pessoas que cuidariam da casa. A casa era bem simples, para 4 pessoas, com um quarto de casal e um quarto de criança, juntos, depois eu ampliei. Na época, mês de janeiro, ela alugou a casa por mil dólares e o mês de fevereiro, um pouco mais baixo, cerca de 800 dólares. Quando eu voltei, tinha dinheiro em caixa. Isso dá uma idéia do porque deu-se um boom, ou seja, o dinheiro dos aluguéis era muito. Os argentinos tinham que sair de lá, não tinham hospedagem, precisavam de alguma casa e o padrão econômico de Buenos Aires nessa altura era muito mais alto que o nosso padrão. Eles tinham, digamos assim, referências internacionais e custos que nós não tínhamos.

O trabalho realizado por Luiza, além de trazer muitos argentinos para Florianópolis, despertou os próprios moradores para o mercado de aluguéis de imóveis¹⁶¹ e investimento em outras possibilidades de hospedagem, como pequenas pousadas, etc., que foram sendo construídas pelos “nativos” e também por moradores de maior poder aquisitivo, como profissionais liberais. Nesse sentido, o entrevistado, afirma que havia uma diferença essencial entre os “turistas” internos e internacionais. Enquanto os paulistas e gaúchos conheciam o mercado brasileiro de aluguéis, os argentinos o desconheciam e acabavam pagando um preço

maior, até porque o aluguel era feito em dólar. Além disso, Luiza teria percebido o potencial turístico da “Ilha” e agiu como corretora¹⁶², investindo em empreendimentos como a urbanização da Praia Brava.

A intermediação de negócios de aluguel transformou-se num grande mercado de investimentos na “Ilha” que despertou a atenção de muitas pessoas, como nos dois casos relatados. Esses papéis muitas vezes inverteram-se, como na situação narrada por Seu Agostinho, um dos primeiros a alugar casa na Barra da Lagoa, em que “turistas” algumas vezes faziam o papel de intermediários:

O argentino tem uma coisa que é ladina – vem aqui na minha casa e pergunta se está alugada e quanto custa. Ele tira retrato da minha casa e vai embora para Porto Alegre. Na fronteira ele espera os argentinos e oferece a casa. Vem um argentino para a minha casa e o outro argentino passeia com o meu dinheiro na América do Norte, nos Estados Unidos. Eu também aluguei muita casa aqui da Barra para um rapaz. Ele fez um barraquinho na frente da casa e alugou para o pessoal da justiça, do Rio, Porto Alegre, trouxe tudo gente grande. Foi uma maravilha para mim, no outro ano, as outras casas que eu tinha foram alugadas para o Tribunal de Justiça, outros lugares, cantos de Porto Alegre, me deram muito dinheiro, peguei uma amizade muito grande. Então, tem gente que vive do aluguel do outro, aluga o seu carro para o outro e aluga o carro do outro mais barato, tudo é comércio, comércio fácil.

4.3 AS FORMAS DE HOSPEDAGENS NO “TURISMO” DOMÉSTICO

Este item tem como objetivo descrever o que considero como pequenos empreendimentos¹⁶³ de hospedagem – as “casas”, geralmente unitárias; os “kitinetes” e “apartamentos” que no conjunto recebem a denominação de residenciais, condomínios,

¹⁶¹ Esse despertar passou pelos altos valores recebidos, pois o entrevistado observa que se sua casa, ainda pequena na época, foi negociada por mil dólares, equivalente em 2003 (data da entrevista) a mais de 3 mil reais, que rendimentos não poderiam ser obtidos na construção de imóveis especialmente para aluguel.

¹⁶² Professor Sílvio ressalta que em certos momentos ela teve conflitos com o CRECI porque ela alugava na Argentina e colocava uma placa no imóvel alugado. Por meio de amigos influentes na política local, regularizou sua situação, obtendo o título de cidadania e uma carteira como corretora de imóveis.

¹⁶³ Utilizo a expressão “pequenos empreendimentos” em detrimento a pequenas empresas ou “empresas de turismo em pequena escala” (SMITH, 2002) com o propósito de englobar tanto os negócios registrados quanto os não registrados. As “casas” não possuem registro para funcionamento, já as pousadas e residenciais pagam uma taxa.

pousadas; e por fim os camping”¹⁶⁴, conforme nomenclatura utilizada nas localidades, que, em sua maioria, são empresas administradas pela própria família, “nativos” ou “pessoal de fora”.

Na pesquisa realizada anualmente pela SANTUR sobre os meios de hospedagem utilizados em Florianópolis, observa-se a seguinte classificação e taxas de ocupação:

Tabela 6 - MEIOS DE HOSPEDAGEM UTILIZADOS (%)

MEIO DE HOSPEDAGEM	1992	1993	1994	1995	1998	1999	2000	2002	2003	2004
HOTEL	36,20	28,15	23,77	16,96	21,80	21,46	21,07	18,14	24,26	18,03
POUSADA	*	*	*	*	5,15	6,04	6,91	8,75	12,38	11,93
MOTEL/PENSÃO	0,31	2,19	1,42	7,77	*	*	*	*	*	*
HOSPEDARIA, PENSÃO DORMITÓRIO	*	*	*	*	0,44	1,79	0,65	0,91	0,68	1,20
CASA PRÓPRIA	3,37	5,48	4,26	4,92	4,12	6,71	5,14	8,33	7,12	7,81
CASA DE AMIGOS / PARENTES	22,70	19,74	13,95	28,12	29,31	23,32	26,86	31,31	26,80	29,79
CASA/ APTO. DE ALUGUEL	29,45	36,38	50,52	37,20	35,65	36,06	34,83	29,27	27,24	27,55
CAMPING	6,75	6,22	4,91	3,83	2,50	3,20	2,89	2,52	0,59	2,83
ALBERGUES/ALOJAMENTOS	1,23	1,83	1,16	1,20	1,03	1,42	1,65	0,77	0,93	0,86
TOTAL	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00

Obs.:*Não realizada pesquisa nesta modalidade

Fonte: SANTUR/GERÊNCIA DE PLANEJAMENTO

Dentre os “meios de hospedagem”, aqueles que mais concentram ocupação são a

¹⁶⁴ No “turismo” doméstico as casas geralmente são térreas, os apartamentos são feitos em blocos de dois andares (quatro unidades em cima e quatro embaixo, por exemplo) geralmente com corredor comum de circulação no andar superior, possui uma cozinha que pode ser conjugada com a sala, pelo menos um banheiro, variando quanto ao número de quartos, à existência de sacada, de churrasqueira e área de serviço; as “kitinetes” são uma peça única com cozinha, quarto e sala conjugados, um banheiro. Nos residenciais, condomínios e pousadas podem existir espaços de uso coletivo, como área de serviço, de lazer e alimentação (churrasqueiras). Em relação a outros meios de hospedagem, Andrade e Neto (2000), qualifica o albergue como dirigido ao público jovem e oferece espaço de hospedagem e estrutura coletiva para a realização de refeições, higiene pessoal e de vestuário; o camping oferece espaço dotado de pontos de energia, água tratada e coleta de águas sujas.

“casa ou apartamento de aluguel” e a “casa de amigos/parentes”. A “casa ou apartamento de aluguel” são locais de hospedagem oferecidos pela população local que vão desde a casa simples de um “nativo”, uma casa de veraneio pertencente a um profissional liberal até uma casa luxuosa num condomínio de alto padrão. Principalmente no primeiro caso, esses empreendimentos não são registrados ou declarados em imposto de renda. Vê-se que a “casa ou apartamento de aluguel” apresenta um elevado índice de uso, sobrepondo-se, geralmente, ao “hotel”. Enquanto os “hotéis” caracterizam-se como empresas do setor de serviços reconhecidas no mercado, os outros meios são informais.

As pousadas, que também se caracterizam por uma ampla oferta de estilos e de serviços, apresentam um baixo índice de ocupação e somente num período mais recente constam nas pesquisas, apresentando, nesses anos, um crescimento significativo em suas taxas de ocupação. A “casa ou apartamento de aluguel” superou em vários anos o índice de mais de 30% de ocupação, atingindo 50% no ano de 1994, o que evidencia sua importância na forma de se “fazer turismo” em Florianópolis. Os dados referentes a esse meio de ocupação servem para informar a importância dos pequenos empreendimentos na economia relacionada ao “turismo” e todas as práticas culturais que advém dessa situação, dentre elas a mediação cultural centrada na ação de “guias” e pequenos proprietários caracterizados como informais. O mercado que se pode considerar como formal (hotéis, pousadas, hospedaria/pensão/dormitório) está permeado pela atuação dos “guias” que aqui serão vistos como mediadores culturais. Por meio destes dados também se pode ter uma idéia sobre o público que preferencialmente ocupa cada um dos meios de hospedagem como, por exemplo, o caso dos albergues e camping onde se encontra usuários mais jovens.

4.3.1 O patrimônio turístico nos territórios típicos e mistos

Como qualquer atividade não planejada e que depende de condições favoráveis externas para que ocorra, a construção dos imóveis para aluguel foi feita paulatinamente. Alberto ressalta a dificuldade que os “nativos” da “Barra” tiveram para construir seu pequeno empreendimento:

O nosso nativo ficou aqui na Barra mesmo, é por isso que na Barra não saem umas obras bonitas porque os pescadores têm pouco dinheiro, então é assim - um ano ele faz um pedacinho, outro ano ele faz outro, não tem condições de fazer um prédio ou uma pousada bonita, a pessoa pode até fazer, mas vai levar dez, doze anos para fazer alguma coisa.

Essas obras foram sendo realizadas, no caso dos “nativos, a partir dos recursos obtidos com a vinda de um número significativo de “turistas” que alugavam as casas e possibilitaram a construção de algumas unidades que mais tarde transformaram-se numa pousada, condomínio, etc., especialmente nas décadas de 1970 a 1990, fase de expansão do turismo em Florianópolis. Além disso, o investimento em novas construções deu-se de forma ilegal, como chama atenção um dos entrevistados:

Nota-se que foi um processo meio “ao Deus dará” – cada um foi improvisando, sentindo o felling de uma determinada maneira [...]. Essas construções realizadas por pessoas de camadas mais baixas, nesse quadro de aproveitar a oportunidade são, em sua maioria, ilegais, ninguém foi pedir autorização à Prefeitura para construir. (Sílvio, professor universitário)

A observação das primeiras casas para aluguel construídas nas localidades permite visualizar as casas da geração considerada como nova por Rial (1988) que se constituem em construções de alvenaria, térreas, compostas geralmente por sala e mais de um quarto, onde a cozinha e também o banheiro estão incorporados à casa. Portanto, no início, muitos “nativos” construíram casas iguais as suas para o aluguel, normalmente para receber famílias. Já as construções seguintes, voltadas para a prática turística, são compostas por dois pisos (ocupando menos espaço e aumentando o número de unidades), cozinha e sala conjugadas (com sofá cama em boa parte delas), um quarto e um banheiro próximo a este último. Algumas têm uma pequena sacada e, eventualmente, área de serviço. De modo geral, a área de serviço e churrasqueira são comunitárias.



Figura 10 - Casa para aluguel na temporada, oferecida pela Pousada Paulista, Barra da Lagoa
Fonte: www.belasantacatarina.com.br



Figura 11 - Casa oferecida pela pousada Julia Karoline, Barra da Lagoa.
Fonte: <http://juliakaroline.zeta.8x.com.br/>



Figura 12 - Casa para aluguel por temporada, oferecida pela Pousada Paulista.
Fonte: www.belasantacatarina.com.br



Figura 13 - Cozinha oferecida em apartamento/Pousada Paulista.
Fonte: www.belasantacatarina.com.br



Figura 14 - Quarto de casal oferecido em apartamento/Pousada Paulista.
Fonte:www.belasantacatarina.com.br

Ao contrário dos empreendedores de fora da cidade que geralmente possuem um maior capital para investimento e, em inúmeros casos, constroem pousadas ou hotéis de forma padronizada, utilizando-se de projetos que incluem o aproveitamento de recursos naturais – o convívio próximo à natureza – como um mote para campanhas publicitárias, as construções realizadas pelos “nativos” caracterizam-se por certa improvisação, melhoria ou pequenas adaptações e reformas das casas ao longo dos anos, construção de uma ou mais casas no terreno, utilizando a mão de obra da família, com o rendimento do turismo, seja com o aluguel inicial das casas ou por meio de outros serviços prestados aos turistas, como neste caso relatado:

[...] havia uma senhora chamada Maria que às vezes fazia faxina na minha casa [...]. O marido era pedreiro e ela entrou nesse esquema de fazer faxina para o argentino. Então, se eu não me engano, ela está com quatro casas para alugar, não é bem casa porque ela fez uma em cima da outra, espécie de apartamentos num terreno que era da família. Só que aquilo é um bequinho, essas casas são pobres, mal acabadas, não estão inteiramente rebocadas e, como era uma família meio grande, um fez de um jeito, outro fez doutro, ficou uma favela melhorada. Mas é claro que ela fez isso partindo do marido que era mão de obra, fazia no sábado e domingo e ela e os filhos ajudavam. No verão ela trabalhava e o marido assumia a manutenção de algum hotel, de alguma coisa, ganhava também um pouco de dinheiro, juntaram tudo e fizeram a primeira casa e alugaram. Hoje está mal, se ir lá fazer uma entrevista com ela, vai se saber que um filho casou e está morando ali. (Sílvia, professor universitário)

A possibilidade de construir de acordo com um projeto ou fazer a obra completa é sinônimo de progresso, de prosperidade. Mesmo entre os “nativos” ficam claras as diferenças. Aqueles que tinham um negócio de maior vulto com a pesca tiveram condições de construir prédios de forma mais padronizada e melhor acabada. Nestes casos, alguns proprietários

conseguem ter apenas o escritório na pousada e morar num outro local. A partir disso é possível comparar ao exemplo de Nazaré antes transcrito, pois tanto lá como aqui, conforme a condição social dos moradores observa-se a existência de diferentes possibilidades na organização das casas para aluguel.

No caso de Florianópolis, são vários os arranjos na construção dos empreendimentos de baixo custo, dentre os quais pode-se destacar a existência de uma ou mais casas num mesmo terreno onde geralmente o proprietário tem sua própria casa e aluga as demais. Há situações nas quais o proprietário ocupa a melhor casa durante o ano e no período da temporada muda-se para a segunda casa ou ranchinho no fundo do terreno, espaço geralmente exíguo e precário. Encontramos também situações em que uma casa é alugada na temporada enquanto o proprietário vai para a casa de um parente. Aparecem os casos em que o proprietário tem uma casa, geralmente na frente do terreno, e possui alguns apartamentos no fundo do terreno que são alugados na temporada e, muitas vezes, no restante do ano, principalmente para estudantes.

Esses diferentes arranjos ou tipos de construções dos pequenos empreendimentos levam a uma classificação numa escala de valoração que começa com o negócio mais simples, o aluguel de uma casa que o proprietário desocupa no período da temporada, as kitinetes, os residenciais e condomínios que estariam num mesmo patamar e, por fim, as pousadas. Em cada elemento dessa escala há vários tipos de construções, arranjos, que culminam com a empresa registrada, já mais próxima de empreendimentos maiores como hotéis e resorts. Em termos de tamanho do empreendimento, a diferença entre residenciais/condomínios e pousadas não chega a ser muito significativa, o que os diferencia é o tipo de serviços oferecidos. Algumas pousadas não tem cozinha para o hóspede, servem café da manhã, oferecem roupas de cama e banho enquanto os demais oferecem apenas a roupa de cama e funcionam como unidades domiciliares de forma independente.

Outra diferenciação significativa é o tipo de turista que ocupa os diversos empreendimentos – as casas geralmente são ocupadas pelos turistas de menor renda, como “mochileiros” que viajam em grupos, passando pelas famílias que optam por lugares com cozinha enquanto as pousadas são usadas por aqueles que preferem usufruir serviços especializados, como o serviço de café da manhã e podem fazer o restante das refeições fora da hospedagem, o que implica num maior gasto.

No caso de Florianópolis, “nativos” como “Seu” José, morador da “Barra”¹⁶⁵ desde

¹⁶⁵ Localidade da Barra da Lagoa, no distrito de mesmo nome.

1975, e sua esposa, “Dona” Irene¹⁶⁶, dona de casa, 60 anos, natural da Barra da Lagoa, observaram as mudanças na localidade, inicialmente com a venda de terrenos entre moradores da própria cidade; construção de residências para veraneio; construção de imóveis para aluguel que modificaram a ocupação da “praia” – nos lugares dos ranchos para pesca, foram construídos bares e restaurantes na areia e a praia passa a ser utilizada para a pesca somente no inverno. “Seu” José salienta a forma como a terra foi repartida e negociada na localidade que seria um processo que Rial (1988) chama de “fragmentação da terra e escassez ocasionada não apenas pelo crescimento populacional dos nativos e a divisão da herança entre os filhos, mas, principalmente, pela venda dos terrenos para o ‘pessoal de fora’”, onde incluem os grandes empreendedores, como a empresa que pretendia construir o Porto da Barra e não teve sucesso¹⁶⁷.

“Seu” José e “Dona” Irene alugam casa para turistas desde a década de 1980. Hoje possuem várias casas construídas num terreno onde habita o casal, dois de seus filhos, além de dividirem o espaço com os turistas na “temporada” ou inquilinos durante o ano. Neste caso, temos o que Rial (1988) classifica como “segmentos residenciais familiares”, nos quais “diversas casas são construídas dentro de um mesmo terreno, habitadas cada uma por uma família nuclear, ligadas entre si por laços de parentesco” (Ib., p.139). Esse tipo de organização residencial dos “nativos” torna-se, a meu ver, um espaço não só de relações familiares, mas também de relações econômicas que sustentam, senão todas, boa parte das famílias com os valores obtidos nos aluguéis. A família de “Seu” José e “Dona” Irene é emblemática para mostrar esse arranjo residencial que também passa a ser um tipo de empreendimento muito comum entre os “nativos”:

Nós temos a nossa casa, que a gente não aluga. Nós alugamos uma kitinete, que era uma parte da nossa casa que nós fechamos, fizemos um banheiro. A gente alugava só na temporada até o ano passado, mas agora a Ivone disse que não quer alugar mais. E tem essa casa aqui do lado, tem mais uma kitinetizinha ali no fundo dessa casa e tem mais uma casinha lá nos fundos. Dos meus filhos que tem casa aqui, só quem aluga é o Nato que foi morar no Rio Vermelho, o Valmir fez uma casa, mora em cima e aluga a debaixo.

Na frente da casa há uma placa de aluguel sem o número do telefone. Eles não costumam “ir para a estrada” para alugar. Geralmente as pessoas batem para solicitar

¹⁶⁶ Conversei com o casal na residência deles em 09/08/2003. “Seu” José era pescador, hoje está aposentado e tem algumas casas para aluguel em sua propriedade. Vindo da localidade da Costa da Lagoa, acompanhou todo o processo de tomada dos terrenos na “Barra” e a urbanização da localidade. Dona Irene é dona de casa e sempre ficou responsável pelo aluguel das casas.

informações. Esse exemplo repete-se com inúmeras famílias que alugam casas com o propósito de obter ganhos, especialmente durante o verão: “Aqui na Barra 99,9% aluga as casas para turistas. Se fores fazer uma pesquisa vais ter esse número porque quem tem uma casinha só também aluga e vai morar num ranchinho que fez atrás de casa ou vai morar com a filha, todo mundo aluga”. (“Seu” José, proprietário de casa na Barra da Lagoa).

Outro casal da Barra da Lagoa, Alberto e Marina, ambos em torno de 55 anos, também naturais dessa localidade, são proprietários de uma casa e alguns apartamentos para aluguel. Alberto é pescador aposentado que trabalhou no Rio de Janeiro por dezessete anos. Marina, dona da casa, lá residiu por treze anos. Retornaram em 1994 e há seis anos trabalham com aluguel. O aluguel de casas começou, segundo Alberto, no início da década de 1980 quando eles mudaram-se. Mesmo quando estavam no Rio de Janeiro, o pai de Alberto alugava na “temporada” uma casa de madeira que eles possuíam. Nesse ínterim, ele também aproveitou para construir uma nova casa em Florianópolis. Quando retornou para esta cidade, vendeu um apartamento no Rio de Janeiro e fez quatro apartamentos para aluguel no mesmo terreno da casa construída durante sua ausência da localidade porque não teria condições de sobreviver somente com a aposentadoria. Alberto ressalta a importância da atividade turística para os pescadores da localidade:

Eu diria para você que se não fosse o turismo, se fôssemos depender da pesca não tinha como a gente sobreviver porque a pesca está falida. A Barra ainda é uma zona pesqueira, mas não dá para sobreviver porque quem depende da pesca às vezes passa dois, três meses sem receber um centavo. Então, a sorte é o turismo, o pescador tem uma casa, duas, três que ele aluga e é aquele negócio - é igual ao lagarto, trabalha no verão para comer no inverno.

“Seu” Agostinho, outro morador da Barra da Lagoa, relata que ganhou muito dinheiro com o aluguel e o investiu na construção de várias casas, mais precisamente dezoito, sendo que, atualmente, na impossibilidade de administrá-las, as distribuiu para seus filhos que podem residir nelas ou alugá-las também para turistas:

Mas o turismo para mim é muito bom. As minhas casas foram alugadas sempre, agora é que eu já estou de idade e a minha mulher não quer trocar lençol, ter o

¹⁶⁷ Projeto que previa a construção de uma marina com um núcleo residencial. Ver capítulo sobre mediação formal.

trabalho de lavar, então é pouquinha que eu tenho. Eu tinha mais casa, mas eu tenho nove filhos homens e duas mulheres, muita família, aí chamei os meus filhos – Filho, o pai não quer mais as casas, [...] o pai quer deitar descansado, a minha barriga já comeu, estou pegando menos comida agora, [...] fica com aquela casa, fica com aquela outra. O meu inventário foi feito em vida para o Tribunal de Justiça não comer o dinheiro deles. Meus filhos estão muito bem, vem aqui me abraçar, é uma maravilha! [...].

“Seu” Agostinho identifica-se como pioneiro no aluguel de casas. Segundo ele, no início da atividade turística teve muitos ganhos, especialmente com os gaúchos, o que lhe permitiu realizar esse empreendimento.

“Dona” Áurea, filha de pescador e lavrador, trabalhava como “tiradeira” de roça. Conseguiu adquirir o extenso terreno onde tem aproximadamente 15 casas para alugar quando vendeu uma casa que possuía e comprou do pai dela o terreno onde hoje reside. No início começou a alugar a primeira casa que construiu enquanto morava numa casa de madeira que já havia no terreno. Com o dinheiro que ia ganhando e o que recebia de seu marido que viajava para pescar em SP ou RS, construiu as demais casas. Há 26 anos trabalha com o aluguel de casas. O marido de “Dona” Áurea, “Seu” Adolfo, 74 anos, também “nativo” da Barra da Lagoa, é pescador aposentado e atualmente trabalha com sua esposa cuidando das casas.

Principalmente “Dona” Áurea afirma que não quer mais construir e gostaria de vender tudo, pois se preocupa com quem irá cuidar de seu negócio quando estiver impossibilitada de fazê-lo, ao mesmo tempo em que tem tido dificuldades para pagar os gastos na manutenção das casas (água, energia elétrica, IPTU), uma vez que nos últimos tempos não tem conseguido alugar como antigamente. “Dona” Áurea comentou que algumas pessoas que por anos alugaram com ela não apareceram no verão 2002/2003, o que ela atribui ao fato de “alguém” ter dito aos “turistas” que suas casas já estavam todas ocupadas, o que demonstra a fragilidade da rede informal de aluguel de “casas” e a competitividade existente entre os próprios “nativos” e pessoal de fora.

No terreno, há a casa ocupada por sua família, que é térrea e construída à direita de quem entra pelo portão da frente, à esquerda existe uma casa de dois pisos para aluguel. Passando-se entre sua casa e a construção ao lado, podemos olhar para o restante do longo terreno com construções ao seu redor e gramado no meio. A maior parte das “casas” fica do lado esquerdo de quem entra e se percebe dois tipos de construção, as mais antigas, localizadas mais para o fundo do terreno, que possuem aberturas de madeira e as mais

recentes em que foram colocadas janelas e grades de alumínio.

A maioria das “casas” na “Ilha”, forma como a população local refere-se às construções simples, são de dois quartos com camas de casal em cada um deles. As casas são entregues com roupa de cama (lençóis, colchas, cobertores ou edredons) material de limpeza e o papel higiênico que restou do inquilino anterior ou apenas um rolo novo. Nas duas casas de três quartos que ficam ao lado de sua casa, há sala com sofá e tapete, cortinas duplas, guarda-roupas grandes e novos. Quando elogia a limpeza e organização das casas, “Dona” Áurea afirma que “fica tudo bonito porque eu limpo muito”, e também mostra o estado em que vão ficando os móveis com o uso: lascados, manchados, coisas queimadas com cigarro. Para ajudá-la nesse serviço, todos os apartamentos têm um interessante kit de limpeza – uma vassoura, um rodo, um pano de chão que “Dona” Áurea deixa dentro de um balde na cozinha. Na cozinha também há dois cartazes – um com uma mensagem do tipo “se abriu, feche...” e o outro com as orientações seguintes: silêncio depois das 22 horas, não pendurar toalhas molhadas nas portas dos guarda-roupas, lavar roupa nos tanques, se quebrar ou danificar alguma coisa repor.

Quanto aos objetos que constam numa casa além dos móveis, os entrevistados relatam que “o necessário de uma casa a gente já deixa”: para o quarto são fornecidos os travesseiros, lençóis e cobertas, na cozinha, de modo geral, “deixam” a louça, talheres, panelas. Na maioria das casas, principalmente na dos “nativos”, há vários eletrodomésticos: geladeira, televisão, liquidificador, ventilador, às vezes espremedor de fruta, utensílios domésticos¹⁶⁸. Pode-se também encontrar toalhas de mesa e cortinas. Geladeira e televisão são itens imprescindíveis nas casas e apartamentos em geral.

Os “nativos” utilizam como meio de controle do número de ocupantes da casa, os jogos de talheres, pratos de mesa, copos, os colchões, ou seja, se alugam a casa ou apartamento para um número X de pessoas, haverá um jogo de talher, etc. um colchão para cada uma. Portanto, o fornecimento desses jogos tem o sentido não só de servir ao “turista”, mas também de garantir que mais pessoas além do que foi tratado, não fiquem hospedadas, mesmo que a casa as comporte, pois isso implica mais gastos com energia elétrica, água, além do desgaste material da casa, comprometimento na quantia de água disponível (caixa d’água, por exemplo), descarte de lixo e dejetos de banheiro e cozinha. Casos de fornecimento de “kit de limpeza”, como descrevi nas casas de “Dona” Áurea, são exceções, assim como o

¹⁶⁸ Pratos, copos, xícaras, panelas, talheres, bule, chaleira, ou seja, tudo o que consideram básico para cozinhar e servir uma refeição, pensando a partir de sua própria experiência como dona de casa.

fornecimento de cadeiras de praia e guarda-sóis, relatado por um informante que alugou uma casa em Canasvieiras. Em geral, quem aluga acaba tendo objetos sobressalentes que vão sendo adquiridos ao longo do período e seu uso depende do tipo de família ou grupo que se hospeda, como é o caso de itens como berço e cadeirinha para crianças que eventualmente são necessários.

Percebo as cozinhas das casas alugadas pelos “nativos” como emblemáticas para se analisar o modo como fornecem os serviços para os “turistas”. A cozinha é um dos espaços mais cuidados pelas donas de casa que alugam, pois além dos eletrodomésticos que servem como motivo de orgulho, classificando a casa ou apartamento como um espaço que “tem tudo”¹⁶⁹, também na cozinha encontra-se enfeites, como guardanapos em cima do fogão, quadros e arranjos de flores ou vasos. Objetos específicos como bule e suporte para coador de café, chaleira que geralmente fica em cima do fogão, remetendo ao hábito de tomar café comum aos “nativos”, fazem parte dos itens de uma cozinha. O fato de alugarem “só umas casinhas” ou “apartamentozinhos”, como normalmente referem-se aos seus imóveis, mostra o quão próximo de suas próprias casas estão seus empreendimentos.

Reportando-me novamente à classificação das gerações da “Lagoa” proposta por Rial (1988), essa autora chama atenção para a importância do doméstico que se traduz nos atos decorativos das mulheres das classes populares, propiciando o contato da família com o mundo industrial. As famílias da geração intermediária, têm acesso a bens de consumo próprios da modernidade (fogão à gás, azulejos, refrigerador, liquidificador, armários de fórmica, etc.) e a geração mais nova incorpora esses objetos às suas práticas, obtendo vantagens de seu uso, inclusive pelo aluguel das casas, ainda que haja a permanência de valores culturais¹⁷⁰. Os “nativos” que começaram a alugar casas já estavam, portanto, em contato com esses objetos da modernidade e passam a dividi-los com seus “inquilinos” e também a receber influência de hábitos e exigências diferentes. Entretanto, os objetos presentes na casa e a casa em si continuam a ser valorizados e cuidados pelos “nativos” como um patrimônio, como um “símbolo distintivo” que lhes confere uma diferenciação na localidade conforme a capacidade que tenham tido de investir. Esse cuidado com a casa

¹⁶⁹ Isso não impede que falem objetos, como um saca-rolhas, por exemplo.

¹⁷⁰ Nas casas construídas pela geração mais nova, Rial (1988) afirma que predominam superfícies lisas e assépticas dos azulejos, pisos vitrificados que não só seriam considerados mais higiênicos, mas seria símbolo também de beleza, além dos ‘conjuntos completos’ de mesa, cadeiras e armários geralmente de fórmica. A autora também assinala a existência de inúmeros objetos de enfeite na cozinha que, nas casas para aluguel estarão presentes de forma mais discreta, como um “porta alguma coisa”, um guardanapo de renda sobre a mesa, algum quadrinho na parede.

inclui, muitas vezes, atitudes de extrema proteção aos seus bens, levando-os a invadirem a privacidade de seus “inquilinos” e determinarem regras de conduta que se contrapõe aos direitos de quem está pagando pela casa.

Outra situação existente nas localidades é o aluguel de casas de veraneio ou “segunda residência” (PAULO LAGO, 1996) construídas pelos próprios moradores ou alugadas para “passar o verão” (FRANZONI, 1993) que se caracterizam por uma outra origem social. Esses veranistas, advindos de Florianópolis ou de cidades próximas, dividiram, até fins da década de 1970, a ocupação das localidades com os “nativos”. Segundo Franzoni (1993) “[...] havia entre os antigos veranistas e os ‘nativos’ uma relação mais fixa, à medida que os veranistas tendiam a voltar aos mesmos lugares, retomando, a cada verão, antigas relações”. Com a chegada dos “turistas”, essas relações passam a acontecer entre os moradores e as famílias que ano a ano retornam para a mesma casa e localidade e formam uma “clientela” relativamente fixa. Essa situação espalhou-se por praticamente todas as praias da cidade e com o passar do tempo e possibilidade de obter ganhos com sua casa de praia, as casas deixam de ser usadas para veraneio.

Os aluguéis não se restringem às regiões próximas das praias. No interior de algumas localidades, como no Canto do Lamin, em Canasvieiras e Muquém no Rio Vermelho, há oferta de casas por meio de placas, evidenciando o que Paulo Lago (1996) define como “dispersão espacial dos locais de receptividade” que se constituem em “lugares de permanência variável dos turistas” e estão localizados em inúmeros locais da Ilha e não somente nos balneários do Norte, leste e sul que seriam os maiores concentradores de visitantes. Este é o caso do Canto do Lamin, situado na região de Canasvieiras mais distanciada da praia. Segundo Dona Bia¹⁷¹, “nativa” da Vargem Grande e moradora de Canasvieiras há mais de trinta anos, nas “temporadas” que considerou boas e não na mais recente (2002/2003) em que havia, segundo ela, “crise na Argentina”, até em sua casa localizada no Lamin batiam para alugar um quarto. Normalmente, ela cuida da casa e dos cinco netos, lava roupa “para fora” cobrando R\$0,50 centavos por peça, como informa uma pequena placa em frente a sua casa, trabalho que realiza durante todo o ano. Nos momentos de folga faz renda de bilro. No verão costuma ter mais serviço porque muitas pessoas que vem de outros Estados (Paraná, São Paulo) para “arrumar” trabalho em Canasvieiras entregam as roupas para que ela lave. Como renda fixa a família tem o salário de seu esposo que é aposentado e costuma trabalhar também com pequenos serviços de jardinagem, capina, etc.

¹⁷¹ Entrevista concedida em 16/07/2002.

Neste caso, os imóveis oferecidos em locais mais distantes têm outro público - as pessoas que vêm de outros Estados para trabalhar em restaurantes, hotéis, etc., que procuram algo com preço mais acessível - quanto mais distante da praia, menor o preço.

4.4 OS DEMAIS PEQUENOS EMPREENDIMENTOS: RESIDENCIAIS/CONDOMÍNIOS E POUSADAS

Esses empreendimentos seguem, na maioria das vezes, o padrão de uma casa com cozinha e sala conjugadas, quartos e banheiro. Nessa espécie de apartamento também há eletrodomésticos, louças, lençóis, em alguns locais os proprietários colocam material de limpeza e higiene (papel higiênico) e fornecem toalhas de banho. Em geral, esses apartamentos têm um ou dois quartos, espaço apropriado para receber famílias ou grupos que fazem suas refeições em casa. Hoje, este modelo está ficando defasado devido a mudanças no tipo de turista que está vindo para as localidades¹⁷².

Nem sempre os “apartamentos” se transformam em pousadas, para isso é preciso um maior investimento tanto em infraestrutura, além do domínio de outros campos de saberes, como a publicidade e a ciber-cultura para a realização da divulgação do empreendimento— as pousadas possuem placas onde se vê o nome da firma, telefone, podendo também aparecer a homepage e, embora o proprietário possa morar no mesmo local, na parte debaixo do prédio, por exemplo, há uma maior padronização do imóvel e mesmo organização no sentido de propiciar um ar mais formal, como negócio, o que basicamente os difere das casas e apartamentos descritos no item anterior. À grosso modo, pode-se mapear duas situações em relação às pousadas: aquelas em que o proprietário reside junto ao imóvel e possui um pequeno escritório e aquelas onde no terreno só existe a pousada com um escritório, podendo o proprietário residir próximo ao local, morar noutra localidade e para ali deslocar-se diariamente ou ter alguém que administre a pousada. Entretanto, o mais comum de se observar é a primeira situação.

¹⁷² Turistas de maior poder aquisitivo, dentre eles europeus, americanos, etc., não tem interesse em alugar um imóvel com cozinha, pois preferem o serviço de café da manhã, o que é oferecido somente nas pousadas e hotéis.



Figura 15 - Pousada Paulista, Barra da Lagoa.
Fonte: www.belasantacatarina.com.br



Figura 16 - Pousada Natália, Barra da Lagoa.
Fonte: www.belasantacatarina.com.br



Figura 17 - Pousada Julia Karoline, Barra da Lagoa.
Fonte: <http://juliakaroline.zeta.8x.com.br/>

Outra diferenciação entre as pousadas diz respeito ao tipo de registro legal. Grande parte das pequenas pousadas não são registradas como micro empresas, o que o proprietário faz é um pagamento anual de taxas para a Prefeitura Municipal a fim de obter a licença para o funcionamento no período da temporada (dezembro a fevereiro) como pessoa física e depois continuam o trabalho no restante do ano¹⁷³. Dessa forma, quando fornecem um recibo, por

¹⁷³ Licença concedida junto a SUSP (Secretaria Municipal de Urbanismo e Serviços Públicos). O valor desse imposto vai depender do tamanho do empreendimento. Uma das reivindicações do Fórum Permanente de Turismo, entidade empresarial de caráter organizacional (Ver capítulo sobre turismo empresarial) é legalizar o aluguel de temporada de casas e apartamentos segundo critérios do setor turístico organizado (JANUÁRIO, 1997).

exemplo, o fazem em seu próprio nome, como tive oportunidade de presenciar ao me hospedar numa pousada em Canasvieiras.

Em algumas localidades da Ilha podemos encontrar essas situações, especialmente naquelas em que há presença da população “nativa” próxima à praia, como na Barra da Lagoa, Cachoeira, Santinho, Campeche, Pântano do Sul. Em várias localidades, especialmente no norte da Ilha, a população local vendeu muitas de suas propriedades e poucos conseguiram concorrer com a especulação imobiliária que teve sua tônica com pessoas e grupos que vieram de fora. A praia de Canasvieiras, pode ser tomada como um exemplo dessa situação, como assinala Lago (1983), esta foi a primeira localidade da Ilha a sofrer o processo urbanizador que a transformou em balneário.

Assis (2000) chama atenção para o fato de que a concorrência com as pessoas que vem de fora e abrem negócios é difícil de ser superada devido as diferenças financeiras que permitem aos segundos abrir um negócio de forma mais estruturada. Isto aconteceu em relação a um número significativo de argentinos que compraram imóveis no norte da Ilha. Lago (1983) refere-se à Praia da Lagoinha, Cachoeira do Bom Jesus e Ponta das Canas como redutos dos argentinos que construíram residências e hotéis.

No caso dos “nativos”, as pousadas foram construídas por aqueles que tinham uma melhor situação financeira¹⁷⁴ e tiveram oportunidade de investir mais nas construções transformando, muitas vezes, as precárias construções iniciais em uma pequena pousada que costuma ser gerida pela própria família:

[...] nós podemos tentar perceber o que poderia ser uma travessia de uma temporada de verão, a potencialização dessa vinda que alguns pescadores conseguiram organizar com o aparecimento das pensões, das casas de aluguéis, das pousadas, muitas delas são de pescadores que conseguiram manter a terra promoveram investimento, começaram modestamente com uma casinha, progrediram, com esses recursos investiram, reinvestiram e conseguiram consolidar a idéia de pousadas. Como as economias são em grande parte determinadas pela produção da família, acho que é uma economia bastante familiar, a parte da família poderia ter essa ocupação de administrar esse tipo de serviço, poderia, compatibilizar-se isso. (Márcio de Souza, vereador de Florianópolis)

O tipo de investimento feito pelos moradores é marcado pelos diversos processos de urbanização que ocorreram em Florianópolis. Na fala do informante observa-se a idéia de

¹⁷⁴ Isto inclui aqueles que conseguiram ter um certo sucesso na pesca e aplicaram seus lucros na localidade.

desenvolvimento associada a uma ocupação do espaço por pessoas de fora que investiram em construções maiores, também percebe-se na comparação entre Ingleses e Barra da Lagoa a possibilidade de melhores condições sociais para os “nativos” que conseguiram manter suas terras de beira de praia e construíram imóveis para aluguel:

Você vê a diferença do Ingleses para a Barra, Ingleses se desenvolveu porque o pescador de Ingleses vendeu a beira da praia e saiu para outra parte de cima onde era Aranhas, que agora é o Santinho. [...] você vê ali na beira da praia bastante prédios e o pessoal de Ingleses poderia estar numa situação melhor se tivessem feito pousadas deles mesmos (dos nativos) na beira da praia. (Alberto, proprietário de pousada)

A Barra da Lagoa, diferente de Ingleses, é tida como menos desenvolvida porque os pescadores não venderam seus terrenos próximos à praia e seu investimento em obras caracterizou-se em pequenas construções, sendo que as melhorias que a maioria conseguiu realizar foram feitas ao longo de muitos anos com o dinheiro que iam juntando. O desenvolvimento indica que houve uma ruptura com um padrão de construção local e o belo, para os “nativos” estaria associado ao moderno:

O nosso nativo ficou aqui na Barra mesmo, é por isso que na Barra não sai umas obras bonitas porque o pescador tem pouco dinheiro, ganha pouco. Então é assim - um ano ele faz um pedacinho, outro ano ele faz outro, não tem condições de fazer um prédio bonito, uma pousada bonita, quer dizer, a pessoa pode até fazer, mas isso leva dez, doze anos para fazer alguma coisa. (Alberto, proprietário de pousada)

Outra situação encontrada é o caso de famílias de pescadores que, devido ao trabalho na pesca, se deslocaram para outras cidades e após a aposentadoria, retornam para a Ilha:

Eu sempre pesquei. Então, eu me aposentei e vim para a Barra, mas não tem como sobreviver de aposentadoria, a não ser que a gente ganhe 5, 6 mil reais, mas é difícil. Então a gente tem que ter um outro meio de sobrevivência e na época em que a gente veio, como até hoje, esse é um ramo de vida que dá para a gente sobreviver e foi assim que começou. Eu trabalhava no Rio e construí essa casa na Barra, tinha um apartamento também no Rio, vendi e fiz aqueles quatro apartamentos e assim a gente foi indo, isso que levou a gente a trabalhar com aluguel. (Alberto, proprietário de pousada)

Um casal que hoje administra dois residências em Canasvieiras, Tânia e Dirceu, em torno de 50 anos, ela gaúcha e ele argentino, contam que chegaram em 1984 na cidade e construíram em seguida a pousada onde moram. No início dos anos 90 construíram a outra, numa travessa próxima, a qual tem um acabamento melhor, ar condicionado e costumam colocar uma pessoa para cuidar no verão. Tânia reclama de como as pessoas ficam alojadas e estragam móveis, põe peças fora, estragam os eletrodomésticos, em especial o fogão. Ao final de cada temporada é preciso apertar parafusos de camas, cadeiras, olhar as maçanetas, enfim, verificar tudo. Dentre as dificuldades que enfrentam na administração do empreendimentos, referem-se aos conflitos na própria localidade por não serem “nativos” da “Ilha”, isso impede com que possam se unir com outras pessoas que também têm negócio a fim de lutar por melhorias em Canasvieiras. Também nesse ramo de atividade há uma reserva de mercado que diferencia os que são “de fora”.

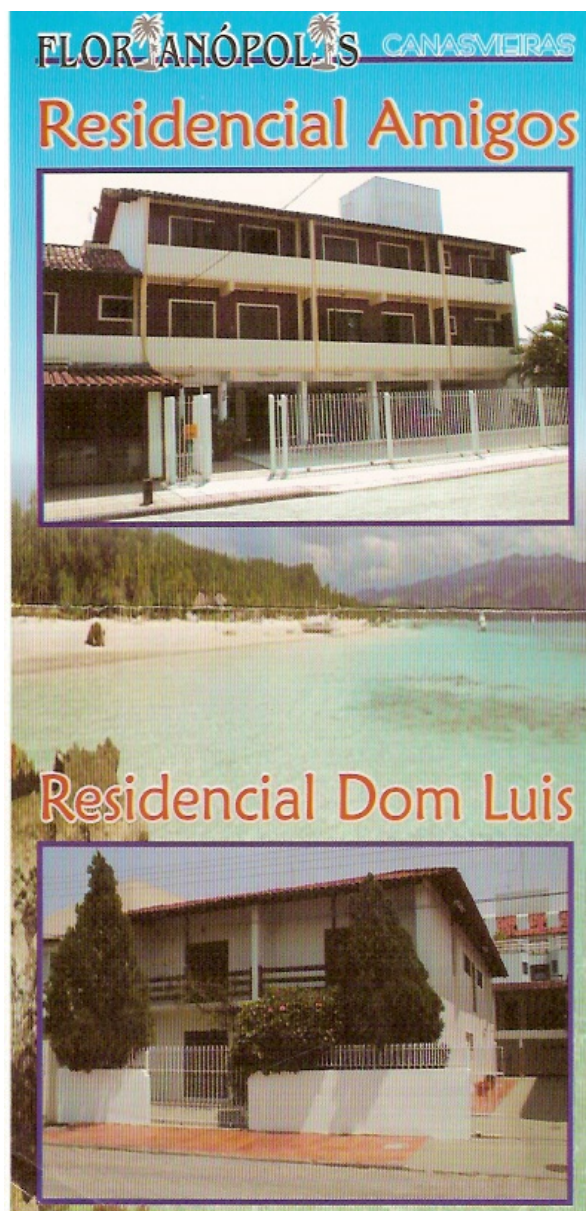


Figura 18 – Folheto publicitário de locais para aluguel em Canasvieiras.
Fonte: Residencial Amigos/Dom Luis

Antônio, já mencionado no capítulo 2, é proprietário de pousada na Barra da Lagoa. Sua família trabalha na pousada, revezando-se na portaria e nos demais atendimentos aos clientes. Nesse sentido, Antônio critica os empreendimentos realizados pelos “nativos” que, segundo ele, não tem muita criatividade para receber os “turistas”. Ele acha que há pousadas mal construídas (janelas para o corredor, por exemplo). Antônio mostrou os apartamentos e como organiza sua pousada. Uma das primeiras coisas que mostrou foi a forma como construiu o chuveiro de rua. Este fica junto ao muro da frente da pousada e, para o lado de

dentro do pátio, foi construída uma parede alta, para o lado de fora (estrada) foi feito apenas um muro baixo. A parede para a pousada, segundo ele, permite que as mulheres tomem banho de forma mais resguardada dos olhos de seus próprios “parentes” (sogro, por exemplo) que seriam aqueles que mais despertam sentimentos de vergonha e podem ser vistas por quem passa na rua, pois não teriam tanta vergonha dos estranhos.

Também falou de algumas coisas que faz pelos hóspedes, como deixar sobre a mesa da peça da churrasqueira cartões postais já selados que a pessoa manda para os amigos, parentes e já é feita a propaganda da pousada. Em frente à pousada há uma caixa de correio solicitada por ele para facilitar aos que querem aproveitar a oportunidade e mandar a correspondência. Na peça da churrasqueira também há espetos, sabão, fósforo, fio dental, farinha e outros temperos que são brindes da casa para quem quer fazer um churrasco. Essas coisas “simples” que oferece diferenciam, segundo ele, do que é oferecido pelos “nativos” que estariam mais interessados em conseguir ganhos rápidos do que propriamente oferecer conforto e bem estar aos “turistas”. Mais uma vez, aparece a disputa entre os “de fora” e os “nativos”.

4.5 OS ALUGUÉIS NA “BAIXA TEMPORADA”

O aluguel das casas e pousadas é feito preferencialmente para os “turistas” no período da “temporada”. Muitos donos de casas e pousadas podiam prescindir de aluguéis ao longo do ano, mas, atualmente, essa tem sido mais uma possibilidade de ganhos. Para eles, se a “temporada” for “boa”, preferem alugar o imóvel durante apenas dois meses, pois obtêm nesse período o que ganhariam ao longo do ano, além de não exporem a casa e ficarem com o compromisso de dar conta das solicitações de seus inquilinos.

Uma outra situação que se coloca é a comodidade do aluguel mensal durante todo o ano, comparado ao aluguel por diária no sentido de permitir que os donos da casa tenham mais liberdade e possam sair sem a preocupação de que a mesma irá desocupar e terão que esperar por um novo inquilino:

Eu não gosto de alugar na temporada, eu gosto de alugar por mês porque quando chega a temporada a gente está com essa casa alugada. Se o pessoal sai, tem que esperar que venha mais gente, apesar de nós não alugarmos na estrada e sim mais por telefone, mas às vezes aparece, então a gente não pode sair de casa, tem que ficar preso. Por isso, eu gosto muito de alugar por mês, mas a Irene não gosta. (“Seu” José, proprietário de casas)

Por outro lado, para que seja viável o aluguel mensal, é preciso possuir um espaço adequado, uma vez que os “inquilinos” ocuparão a casa por vários meses e o contato será diário, o que faz com que percam a privacidade. Além disso, a maioria dos proprietários “nativos” são bastante rígidos quanto ao comportamento que esperam de seus “inquilinos” no sentido de não receberem pessoas estranhas na casa, não colocarem carros de outras pessoas na garagem, não a utilizarem para realizar festas ou para atividades ilícitas, como o uso de drogas.

Às vezes a casa está alugada e dá um problema, como num chuveiro ou outra coisa e a gente tem que estar ali para dar assistência e alugar por mês é diferente. O ano passado a gente não alugou aquela lá na temporada porque eles estavam morando, mas não deu certo porque acabou o verão eles saíram. A gente perdeu o verão e a casa está fechada agora. [...] Só que essa aqui é um pouco ruim de alugar porque é muito em cima da gente, é muito aqui pertinho e é uma casa grande, para uma família de 4 a 6 pessoas [...]. Está muito no costado de nós, então a gente não gosta de alugar por mês, mas as outra eu gosto. (“Seu” José, proprietário de casas)

Fora da temporada, muitas pessoas costumam alugar de março a novembro ou no máximo até 20 de dezembro quando inicia a “temporada”. Alguns permitem que o inquilino permaneça nos meses de dezembro, janeiro e fevereiro, mas os preços aumentam¹⁷⁵. O aluguel mensal inicia-se, geralmente, após o Carnaval, quando a maioria dos imóveis é desocupada pelos “turistas” e não há mais perspectiva de fazer o aluguel por diária.

As famílias que se dispõem a fazer contratos anuais de aluguel, têm como clientes principalmente estudantes e demais interessados em morar na praia. Os estudantes de fora da cidade optam por alugar os imóveis no período de baixa temporada porque costumam ter férias nos meses de verão e pelo fato de muitos deles serem surfistas. Se resolverem permanecer no imóvel, geralmente o aluguel é alterado por meio de um acordo entre

proprietário e o inquilino: “Aquela casinha ali de trás a gente alugou para dois garotos lá de Pelotas que estavam fazendo mestrado. Tiveram um ano aí[...] a gente fez um trato com eles, a gente aumentou um pouquinho na temporada e eles ficaram” (“Seu” José, proprietário de casas)

“Dona” Áurea costuma alugar casas para estudantes de março a novembro. Também há o caso de um senhor que mora há três anos num dos apartamentos mais antigos de sua propriedade, situado no fundo do pátio. O aluguel também sofre um reajuste em torno de cem por cento nos meses de temporada. Diferente de boa parte dos proprietários, ela considera que o dinheiro do “turista” ou de alguém da cidade é o mesmo, por isso, não faz distinção em alugar para um ou outro desde que paguem o que ela está pedindo. De qualquer forma, dificilmente os proprietários abrem mão da elevação dos preços do aluguel durante a “temporada”.

4.6 A ADMINISTRAÇÃO DOS PEQUENOS EMPREENDIMENTOS

Os pequenos empreendimentos geralmente são administrados pela própria família - o casal e também os filhos. As filhas costumam ajudar nos serviços de limpeza. A maioria dos casais entrevistados trabalham em conjunto, como relata Alberto: “Eu, a minha mulher e agora a minha filha dá uma força, mas eu e a Marina é que pegamos firme. Trabalhamos assim: se a Marina sai, eu fico em casa, se eu saio ela fica, quando desocupa um apartamento, uma casa, aí não sai nenhum dos dois porque nós pegamos juntos”.

O preço do aluguel também é combinado entre o casal, considerando que, embora não haja uma tabela oficial de preços nas localidades ou como explica um dos informantes, “não tem unidade entre si em relação aos preços e alugam de acordo com cada um”, há uma média de preços conforme o tamanho e a qualidade da casa¹⁷⁵. O “mercado de aluguéis familiares é muito fechado”, segundo os informantes, no sentido de que as famílias têm o

¹⁷⁵ Numa das pousadas em que este procedimento é feito, o apartamento com dois quartos, banheiro, cozinha e sala conjugadas sai por R\$450,00 de março a novembro. Em dezembro o preço sobe para R\$550,00 e nos meses de janeiro e fevereiro o aluguel fica entre R\$600,00 a R\$650,00.

¹⁷⁶ Um apartamento com um quarto ou casa tem o preço médio de R\$50,00 para um casal, mas na “baixa temporada” é alugado para mais de duas pessoas e a diária pode descer a R\$35,00.

meio próprio de controlar os preços utilizando-se de algumas estratégias que incluem “camaradagem”, ou seja, “não tirar o aluguel do outro” fazendo um preço mais baixo. As famílias trabalham cooperativamente quando possuem várias casas próximas uma das outras e aquele que estiver em casa recebe os “turistas”, mostra as casas ou apartamentos e acerta o preço. Assim, o proprietário que estiver recebendo o provável “inquilino” deve mostrar todos os imóveis, sem tentar priorizar o aluguel de sua casa. No caso de grande demanda de alugueis, como na “alta temporada”, estar responsável por mostrar os imóveis permite escolher o inquilino e fazer um “bom aluguel”.

A dona da casa tem um papel muito importante nessa negociação porque em muitas famílias o marido saía para trabalhar na pesca e ela ficava em casa, tomando a frente do negócio. Por isso, geralmente é a mulher quem organiza a limpeza e arrumação das casas/apartamentos, além de ficar responsável pelo aluguel, pela comunicação com os turistas:

Quem trata mais do aluguel é ela. Todo mundo que liga para cá pede para falar com a Dona Irene porque antes eu trabalhava em barco de pesca então quem cuidava era ela. Então todo mundo se acostumou com ela. É ela quem dá o voto ‘de minerva’. Quem aluga sempre é ela. Às vezes, quando eu me meto, dá rolo, então deixei isso por conta dela. (“Seu” José, proprietário de casas)

No aluguel de casas, apartamentos ou kitinetes dificilmente é feito um controle dos hóspedes que realizam o mesmo, pois os serviços são acertados informalmente, sem a existência de qualquer contrato por escrito ou ficha com os dados dos “inquilinos”. Já no caso das pousadas, os proprietários preenchem fichas cadastrais ou podem fazer o controle por meio de mensagens recebidas pela internet¹⁷⁷.

Em relação à conservação da casa, o proprietário a entrega limpa para o “turista” e costuma limpá-la somente após sua saída. Eventualmente realizam uma limpeza, mas não estaria incluída no valor do aluguel, constituindo-se num pagamento extra:

Eles saem e deixam tudo conforme [...], a casa suja. A gente também não vai reclamar. Eles saem e se não quiserem limpar não tem problema. Realmente acontece isso. Tem família que quando a gente vai lá – puxa, deixaram a casa limpinha, mas não foram obrigados a deixar, eles deixaram porque, como eles pegaram limpa, tem mulher que gosta de arranjar tudo limpinho, mas a maioria não

¹⁷⁷ O Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis fornece para os estabelecimentos associados um modelo da ficha cadastral de acordo com a Embratur.

deixa limpo. (Alberto, proprietário de pousada)

Em alguns casos, é feita uma limpeza durante o período da estadia do “turista”:

Eles me respeitam muito bem porque eu não vou todo dia fazer faxina na casa deles. Eu arrumo as casas a cada 15 dias. Se quiserem que eu vá lá, eu vou e faço a limpeza para eles, quem não quiser que faça. Mas tem pessoas maravilhosas. Tive uma moça durante uma semana na minha casa e não acredito que ela ficou porque parece que não morou ninguém no apartamento. Era um amor de pessoa, mas ela deixou a casa igualmente limpa [...]. (“Dona” Áurea, proprietário de casas)

Contudo, há casos em que os donos de pousada contratam uma pessoa para trabalhar na limpeza, principalmente no período da “temporada”. Entretanto, por alegarem que seu lucro é pouco, as despesas com empregados são altas e pelo fato de terem um empreendimento pequeno recorrem ao serviço de toda a família e, em vários casos, os homens participam no serviço de limpeza das casas, como é o caso de Alberto e do marido de “Dona” Áurea que falam que costumam fazer tudo o que é necessário em casa – lavar louça, limpar chão, etc., não havendo serviço só de homem ou de mulher.

Identifico nesse trabalho realizado em conjunto entre homem e mulher uma divisão de tarefas mais solidária que outros autores já tem observado em Florianópolis mais recentemente. Motta (2002) assinala a possibilidade dos casais desenvolverem “relações menos hierárquicas e mais igualitárias”, embora haja o reconhecimento da autoridade de homem que continua sendo visto como provedor e responsável por decisões importantes, sem com isso deixar de prescindir da mediação da mulher. A autora ainda afirma que “os limites entre os chamados papéis femininos e masculinos não são tão rígidos assim como aquela ‘incorporação da dominação’” (Ib., p.110) e utiliza a expressão proposta por Lacerda (1994) “circularidade complementar” para caracterizar a relação homem/mulher que também é marcada pela reciprocidade (MOTTA, 2002). Nessa relação considerada pelos autores citados como “fluida”, há uma centralidade do casal que distribui, entre si, poderes e atribuições:

A figura do casal é central na vida familiar e traz a marca da reciprocidade e da complementariedade (o que não significa ausência de conflito). Se há uma relativa circularidade nas atribuições e tarefas masculinas e femininas, ocorre também uma certa circularidade do poder do homem e da mulher na relação conjugal e com os

filhos. [...] Em geral, assim como há distribuição de tarefas e papéis femininos e masculinos, há também instâncias de poder diferenciadas de acordo com o sexo do cônjuge” (Ib., p.112)

Também não podemos deixar de considerar nesse trabalho em conjunto o interesse de conseguir manter o negócio já que não possuem condições econômicas de contratar empregados, mas também porque o “nativo” mantém seu negócio de “aluguéis familiares bem fechado”, como ressaltei anteriormente, na tentativa de não dispersar capital, mantendo-o entre os seus. Outra situação que pode ser associada a isso é o fato de muitas mulheres dessas famílias serem donas de casa e poderem dedicar-se ao serviço dos aluguéis.

Não há uma organização formal entre os donos de casas e pousadas no sentido de participarem de uma associação ou algo que tenha como principal objetivo reivindicações a respeito da atividade turística. Essa falta de organização causaria, segundo os donos de pousada, oscilação nos preços, que chega a ser gritante. Segundo o relato de Alberto, muitas vezes casas de mesmo tamanho e condição são alugadas por preços muito diferentes e acontecem casos em que, por exemplo, um apartamento que vale R\$ 50,00 tem seu preço diminuído para R\$ 30,00 porque o movimento está fraco: “Enquanto nós alugamos um apartamento de um quarto, outras pessoas alugam um apartamento de dois quartos pelo mesmo preço e isso é prejuízo porque nós investimos muito e a margem de lucro é muito pequena.”. Alberto acredita que se houvesse uma organização dos proprietários os preços não baixariam tanto. A maioria das pousadas também não pagam o imposto de “temporada”, mas tem todos os gastos de gás, energia elétrica, água, IPTU que tem seu preço e consumo aumentados durante o verão, segundo os informantes.

Antônio, que tem pousada e participa também do centro comunitário da Barra da Lagoa, relata que algumas iniciativas individuais têm sido feitas. Na sua pousada, por exemplo, quando está lotada, eles passam os “turistas” para pousadas ou “casas” em volta já que no verão geralmente tem excesso de demanda. Essa tarefa é realizada por sua filha com o intuito de segurar o pessoal na “Barra”. Nos relatos de pessoas que trabalham em outras regiões da cidade, como em Ingleses, isso também acontece – hotéis que lotam indicam outros locais do mesmo tipo ou até mesmo “casas”. Outra situação relatada por Antônio é a “troca de cortesias internas” na qual pousadas e hotéis trocam estadias entre si para hospedarem os próprios familiares ou alguma pessoa indicada.

4.7 A FORMA DE DIVULGAÇÃO DOS PEQUENOS EMPREENDIMENTOS

Na maioria das casas a divulgação dá-se por meio de placas colocadas na frente da moradia. Geralmente não aparece o número do telefone nestas placas, obrigando o visitante a ir até o local e falar com o proprietário, como relata Seu José acerca de “turistas” franceses que alugaram uma de suas casas: “Vieram de avião para Florianópolis, alugaram um carro, passaram aqui, chegaram na frente e alugaram a casa”.

Na tabela abaixo estão colocadas as principais formas de divulgação utilizadas em Florianópolis para trazer “turistas”:

Tabela 7 - VEÍCULO DE PROPAGANDA QUE INFLUENCIOU NA VIAGEM

<i>VEÍCULO</i>	<i>1998</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2002</i>	<i>2003</i>	<i>2004</i>
FOLHETO, FOLDER, CARTAZ, ETC.	5,14%	7,06%	16,16%	4,01%	5,91%	9,62%
REVISTA	6,19%	12,02%	8,69%	7,11%	8,13%	8,36%
JORNAL	4,38%	4,32%	3,68%	5,39%	3,17%	8,44%
RÁDIO	3,02%	1,22%	1,05%	0,55%	0,86%	2,13%
TELEVISÃO	11,18%	9,36%	6,88%	12,64%	5,57%	10,80%
FILME	0,45%	0,43%	0,47%	-	0,34%	0,87%
INTERNET	-	-	-	3,31%	6,59%	0,55%
AMIGOS OU PARENTES	69,64%	65,59%	63,07%	66,99%	69,43%	59,23%
TOTAL	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: SANTUR/GERÊNCIA DE PLANEJAMENTO

Dentre essas formas de divulgação, a indicação de “amigos ou parentes” é a responsável por atrair a maior parte dos “turistas” que se deslocam para a cidade. Essa indicação é considerada pelos pequenos empreendedores como a forma de divulgação que mais atrai visitantes para a “Ilha” que seria feita por aqueles que já passaram pela experiência de ficar em Florianópolis e indicam o local de hospedagem onde ficaram. Nos pequenos

empreendimentos, depois da primeira estadia, geralmente as pessoas levam o número do telefone ou cartão com as principais informações (nome do local, endereço, telefone, página na internet, se possuir) que podem utilizar posteriormente para realizar uma reserva por telefone ou por e-mail como resultado de pesquisa na internet, mesmo indicar para amigos e parentes. Outras formas importantes de divulgação são os meios de comunicação de massa, como jornais, revistas e televisão nos quais são apresentadas propagandas normalmente institucionais que abrangem todo o Estado de Santa Catarina, inserindo Florianópolis no circuito litorâneo. Também são importantes os folhetos, folders e cartazes apresentados e distribuídos em feiras de turismo e festas típicas no Brasil e mesmo noutros países. Internacionalmente, fica por conta da Embratur divulgar o material produzido pelos Estados brasileiros. Outra forma de divulgação é a internet, porém, ainda é recente (de 1998 a 2000 não houve sequer coleta desses dados) e têm usuários específicos, como “estrangeiros” e pessoas de outros Estados do Brasil, destacando-se os “turistas” paulistas.

Depois que os “turistas” estão na cidade, uma das formas de divulgação que não aparece nos meios oficiais e também é pouco referida pelos proprietários de casas, parecendo de extrema importância é o aluguel por meio dos “guias” de rua que atuam na localidade em pontos estratégicos (paradas de ônibus, principais avenidas), na rodoviária, na entrada da cidade, em avenidas do centro da cidade como foi descrito no capítulo anterior. Uma vez que atendem durante todo o ano e tem acesso a um grande número de turistas, os “guias” possibilitam a concretização de inúmeros negócios. Em função disso, grande parte dos proprietários de pousadas e de casas para aluguel utilizam seus serviços para obter os clientes:

Daqui dessa bifurcação para cima o pessoal tem mais dificuldade de alugar porque a procura é mais perto da praia. Se você vem dessa bifurcação para cá não são os donos das casas que ficam na rua, são outras pessoas que trabalham oferecendo casas e ganhando 10% em cima. Esses 10% atrapalham os nossos aluguéis porque se você vem alugar um apartamento, o valor é 50 reais, mas se você vem com um guia eu tenho que pedir 60 para dar 10% para ele. Eles cobram 10 reais ou 10%, então eu sou obrigado a pedir 60 reais. 50 reais estava nas suas condições e era o que eu queria também, mas você não fica porque eu pedi 60. Isso atrapalha muito os aluguéis, a gente às vezes deixa de fazer muitos aluguéis por causa deles. Os donos de pousada, pessoas que alugam casa, até comentam que tinham que tirar esse pessoal da rua, mas a gente tem que ver que é um trabalho para eles e não tem como a gente obrigar esse pessoal a sair. (Alberto, proprietário de pousada)

Essa situação se vê modificada quando o dono de pousada ou casa já tem uma rede

de clientes que foi construída ao longo dos anos de trabalho, sendo que essa era uma realidade de “temporadas” anteriores, atualmente, os informantes dizem que “ninguém tem clientela certa, é tudo na hora”. O cliente também pode ir direto a uma localidade procurar um lugar para ficar ou, ainda, utilizar os serviços dos proprietários que têm casas mais afastadas da praia e oferecem seu imóvel nas principais avenidas da localidade, portando placas, como observa Antônio a respeito da Barra da Lagoa: “É peculiar das casas a plaquetinha. Eles não têm um esquema, por exemplo, rodoviária, aeroporto, além dessas triviais de homepage. Então, pegam a plaquetinha de papelão e ficam ali – Aluga-se casas. Geralmente é o dono da casa que fica ou algum familiar”¹⁷⁸.

Em relação à localização dos imóveis, aqueles que se situam na “beira da praia” são os primeiros a serem ocupados, “depois vai subindo”, ou seja, os mais distantes são os últimos¹⁷⁹ a serem alugados. Assim, se aqueles situados na “beira da praia” geralmente são procurados pelos “turistas”, os proprietários dos demais precisam, muitas vezes, ir para a rua oferecê-los e tentar “pegar” um “turista”.

Além disso, há a opção de utilizar os serviços de uma imobiliária para alugar os imóveis, o que é menos utilizado pelos “nativos”, uma vez que tem receio de entregar a chave de sua propriedade para ser administrada por outras pessoas e mesmo nesta situação continuam exercendo controle sobre os inquilinos, o que é possibilitado pelo fato de morarem numa casa junto a que estão alugando.

No caso das pousadas, a indicação também é muito utilizada como forma de divulgação, formando uma rede de fregueses:

Nós conseguimos fazer divulgação através de aeromoças, foi uma coisa que acho que acertada e essa aeromoça se incumbiu de divulgar muito bem a pousada. Hoje, no momento em que nós estamos falando – 16 de janeiro, estamos com turistas sui generis, a maioria são estrangeiros, sendo egípcios, israelenses e gregos, coisa que não é típico aqui da ilha, mas tudo leva a crer que foi através dessas aeromoças. (Antônio, proprietário de pousada)¹⁸⁰

¹⁷⁸ Quando o entrevistado usa o adjetivo “trivial” em relação ao fato de sua pousada possuir uma homepage, compara-se aos empreendedores “nativos” e vêem-se muito à frente nos negócios por dominar esse tipo de recurso.

¹⁷⁹ Nesse caso, os mais distantes da praia têm o menor preço.

¹⁸⁰ No capítulo 6 descreverei o atendimento realizado a essas aeromoças que o entrevistado acredita que lhe trouxe excelentes rendimentos.

Junto com a divulgação “boca a boca”, o cartão de visita tem sido bastante utilizado:

A nossa propaganda é assim: chega uma pessoa aqui para alugar e mesmo não dando certo porque os apartamentos estão ocupados ou por algum motivo ele não ficou, a gente dá um cartão. Outra vez que ele queira vir, ele liga e por telefone a gente já reserva. Às vezes é indicado por outras pessoas também. (Alberto, proprietário de pousada)

Adriano, 55 anos, “nativo” da “Barra”, proprietário de uma pousada e uma imobiliária junto a mesma¹⁸¹, também enfatiza o meio mais comum de divulgação – o cartão. A divulgação “boca a boca”, no dizer dos donos de pousada, alcança uma grande quantidade de pessoas em diferentes locais do planeta: “Eles levam um cartão desses que eu lhe dei e simplesmente vão passando as informações para os outros, gente de diversos países, como Áustria, Austrália, Dinamarca, Alemanha, Japão, os próprios americanos, os países do Mercosul e da América do Sul. Também vêm brasileiros que são gente querida e muito boa. Muitas vezes os turistas vêm com uma informação de um amigo deles, até de outros países”.

Atualmente, a maioria das pousadas possui uma homepage própria na internet ou participam de alguma página que divulga formas de hospedagem na cidade e mesmo aquelas que não a possuem, podem, de uma certa forma, beneficiar-se da divulgação feita por outros estabelecimentos: “[...] eu tenho um vizinho que tem internet. Às vezes ali está ocupado e ele faz o aluguel para nós, outras vezes ali está ocupado e a gente hospeda. É assim a maneira da gente trabalhar. (Alberto, proprietário de pousada)

Também há a possibilidade de divulgar a pousada num guia turístico nacional ou internacional ou revista da área. Há ainda outras formas de divulgação que dependem da criatividade, como salienta um dono de pousada que investiu na publicidade em um site direcionado a homossexuais:

¹⁸¹ Conversei com Adriano na imobiliária que fica na parte da frente de sua pousada. É corretor de imóveis há 25 anos e proprietário de pousada há 8 anos. É um militante na localidade, sendo presidente do Centro Comunitário. Como corretor de imóveis tem muitas restrições ao trabalho dos “guias” na cidade, especialmente aqueles que usam motos e abordam os “turistas” de forma muitas vezes ofensivas, além de receberem comissões muito altas em relação à tabela de corretagem. Entrevista concedida em 03/04/2003.

Nós inserimos a pousada no Guia Gay¹⁸² privilegiando os homossexuais, até porque a própria praia de nudismo da Galheta favoreceu a vinda deles. Acho que saímos na frente quando a maioria absoluta dos empresários da área tinha todo o estigma em relação aos homossexuais. Eu vejo exatamente ao contrário, eu os privilegiei em todos os sentidos a nível de absorvê-los e foi excelente, está indo muito bem. (Antônio, proprietário de pousada)

Esse mesmo proprietário também adotou algumas inovações para os que estão hospedados na pousada, utilizando-as como meio de divulgação de seu negócio:

Além do convencional – do e-mail, homepage que praticamente todos têm, nós praticamos mais algumas coisas: [...], fizemos postais da pousada, onde a metade era a pousada, um quarto era a Ponte Hercílio Luz que é o símbolo da Ilha e um quarto era a região da Lagoa. Esses postais ficavam selados, gratuitos, ao lado da churrasqueira, com caneta e durante esse glamour, todo aquele clima da festa, eles tinham a caixa coletora do correio muito próxima também, o que favorecia e facilitava que eles emitissem os cartões do próprio punho para os seus parentes, para as suas pessoas queridas, amigos, namoradas, sobrinhos e, com certeza, no bojo disso aí vai a divulgação da própria pousada avalizada pelo carinho intrafamiliar, quero crer que foi uma sacada legal.

Os proprietários de pousadas que têm site na internet acreditam que a grande diversidade de estrangeiros dos últimos três anos se deve a isso, aliado à divulgação em guias de viagem e revistas da área. Entretanto, nem sempre há uma unanimidade no sentido de considerar como positivo o uso de sites que mostram imóveis para alugar pela Internet. Na fala de Jair percebemos uma certa desconfiança com esse mais recente meio de divulgação porque não localizaria com precisão nem daria o contexto de localização de um local tão bem como os “guias” fazem. Com a possibilidade de fazer uma reserva por e-mail, os “guias” perdem fregueses, os quais caracterizam-se por virem para a cidade diretamente, sem fazer uma previsão de lugar para ficar, o que interfere no seu trabalho:

Eu acho que para o meu trabalho de turismo o que estragou muito foi o computador. O computador faz propaganda muito enganosa porque você tem uma casa lá na Praia Mole com a propaganda de que a vista é boa, fica perto do supermercado, o que acaba convencendo você. Quando você chega na Praia Mole, o supermercado fica a três, quatro quilômetros de distância. O computador não vai mostrar isso. O guia dá uma boa informação e o projeto de Internet não dá boas informações, você escreve tudo ali, mas não está vendo nada daquilo. Então, eu acho que sempre tem que ter

¹⁸² Guia turístico virtual voltado ao público homossexual.

confiança no guia, no cara que está conduzindo. Nós damos boas informações porque a gente vive desse serviço. A gente tem que mostrar alguma coisa boa para agradar o turista para ele voltar e também para fazer uma propaganda do nosso trabalho na terra dele. (Jair, “guia” do centro da cidade)

Por outro lado, numa das recentes conversas que tive com Rafael, um dos “guias” da rodoviária, este relatou que com a ajuda de amigos está elaborando uma homepage própria a fim de oferecer seus serviços na indicação de locais de hospedagem e demais necessidades dos “turistas”, especialmente para o público estrangeiro. Com isso, conseguiria seus fregueses de antemão, alargando as possibilidades de “pegar” não só aqueles que viajam de ônibus e evitando também a concorrência com os demais “guias”. Além disso, seria uma forma de oferecer um serviço mais confiável, uma vez que as pessoas poderiam comunicar-se com ele antes de realizarem a viagem.

Os exemplos citados mostram que o trabalho de intermediação de imóveis além de ser realizado pelos “nativos” de Florianópolis, traz pessoas de outros lugares do Brasil e mesmo estrangeiros, às vezes até os próprios “turistas” que vêm passar as férias e também realizam negócios. Como falou o informante “tudo é comércio, comércio fácil”, pois com a vinda de enormes fluxos de visitantes para a Ilha, praticamente todos que possuíam imóveis próximo à praia realizaram construções para o aluguel na “temporada”.

As situações em que os “nativos” passavam a morar em “ranchinhos”, peças próximas à casa ou iam para a casa de parentes, eram comuns no período inicial dos aluguéis em Florianópolis, como ressalta um informante da Barra da Lagoa, dizendo que “nativo da Barra se amontoa, mas não sai”. Embora, atualmente, apenas saem de suas casas aqueles que não tiveram condições econômicas de construir outras unidades, a tranquilidade e privacidade podem ser deixadas de lado quando isso significa rendimentos significativos para a manutenção das famílias por alguns meses durante o ano, a possibilidade de construir outra casa para morar, alugar ou adquirir algum bem durável (eletrodomésticos, por exemplo). O que comumente acontecia é que os “turistas” entravam na casa ou apartamento “só com a roupa do corpo” e os donos das casas saíam também “só com a roupa do corpo” e umas poucas “tralhas” (lençóis e toalhas velhas), numa prática em que o objetivo é oferecer para o turismo as melhores coisas, ceder o que eles têm de melhor. Hoje também observa-se que as pessoas que antes sempre saíam de sua própria casa, se negam a fazer isso porque conseguiram melhorar sua situação e vários deles tem casas consideradas ótimas, bem

mobiliadas e “com tudo do melhor”, segundo os padrões dos “nativos”.

Como relatei neste capítulo, o “turismo” doméstico aparece nos territórios típicos e mistos. Uma das formas significativas pelas quais está presente nas localidades é o negócio turístico oferecido pelos “nativos”. As casas dos “nativos”, além dos hotéis que haviam no centro de Florianópolis e Canasvieiras, foram os meios de hospedagem oferecidos aos visitantes antes de haver um intenso turismo empresarial na “Ilha”. Na construção de um capital turístico, a ação dos mediadores culturais foi essencial no sentido de que se defrontaram com as necessidades das pessoas que estavam chegando na cidade e, por influência destas, fizeram contatos com os moradores das “praias”, especialmente no norte da “Ilha”, levando os “turistas” para essas localidades. Além dos “guias”, outras pessoas destacaram-se na intermediação de negócios e tiveram oportunidade de abrir empresas, como imobiliárias ou fazer parte de grandes empreendimentos voltados para o turismo empresarial. Também cito o caso de “turistas” que ofereciam aluguéis, atuando como mediadores entre os “nativos” e seus conterrâneos.

Os pequenos empreendimentos são sustentados pela mão de obra familiar e marcados pela proximidade entre o “inquilino” e o proprietário. Nos segmentos residenciais familiares, forma de ocupação onde o uso do espaço é organizado tendo como referência as relações familiares, os “nativos” alugam sua própria casa e vão morar num local improvisado ou na casa de um parente, como também possuem outras casas, apartamentos ou kitinetes, para aluguel no mesmo terreno.

As construções realizadas pelos “nativos” foram feitas ao longo dos períodos de intensas práticas turísticas, utilizando principalmente a mão de obra da família e o rendimento dos aluguéis. No turismo doméstico o que caracteriza as obras é uma certa improvisação, melhoria ou pequenas adaptações e reformas das casas, construção de uma ou mais casas num mesmo terreno, o que marca de forma significativa este tipo de negócio, caracterizando-o como um lugar onde os “turistas” passam a fazer parte do universo familiar dos “nativos”. A construção das pousadas já implica num maior capital econômico e mesmo cultural, uma vez que, em grande parte, a proposta é não só oferecer um espaço de alojamento, mas uma forma alternativa de contato com a localidade, dispensando um atendimento especial aos hóspedes em termos de conforto e oferta de serviços.

Nesse sentido, a hospitalidade é um recurso que os proprietários de pousadas utilizam para chamar clientes. Entre os “nativos”, há também aqueles que conseguem fazer de seu pequeno negócio um empreendimento mais organizado e legalizado, o que os aproxima

do “pessoal de fora” que, muitas vezes, vem para Florianópolis abrir um negócio e possui mais capital econômico. Portanto, a construção de uma pousada ou residencial a partir de um projeto e com a possibilidade de fazer uma obra completa é sinônimo de boa situação financeira para os “nativos”. Os empreendimentos de melhor padrão realizados pelos “nativos” são feitos por aqueles que tinham um negócio de maior vulto com a pesca ou possuíam trabalhos diferenciados e construíram seu negócio após a aposentadoria, por exemplo. Nestes casos, alguns proprietários conseguem ter apenas o escritório na pousada e morar num outro local. O capital econômico dos moradores vai determinar, em parte, o tipo de construção a ser realizada e qual público ocupará seu imóvel. Há, portanto, uma hierarquia na ocupação dos imóveis determinada pela proximidade ou não da praia e do tipo de construção realizada.

Nos inúmeros arranjos possíveis a partir das unidades para aluguel, existem várias redes de organização - entre “guias” e proprietários, entre os proprietários ou entre os corretores e “guias” que trabalham para eles e ordenam a oferta de imóveis. Também há circulação de “guias” da localidade e dos “guias” que atuam no centro da cidade. Além de contar com a atuação do “guia”, que é acusado de trabalho ilegal por alguns proprietários, os donos de imóveis consideram uma das principais formas de divulgação a indicação de pessoas que já visitaram a cidade e gostaram da estadia. Um dos instrumentos para essa divulgação “boca a boca” é a distribuição de cartão de visita com as principais informações (nome do local, endereço, telefone, página na internet, se possuir), o que possibilita realizar uma reserva por telefone ou passar as informações para outras pessoas. Outra forma de divulgação é a construção de uma página para figurar na internet, meio cada vez mais utilizado pelas pousadas. O aluguel de casas, devido a sua clandestinidade, dificilmente utiliza os meios formais de divulgação. Geralmente, o proprietário coloca uma placa na frente de sua residência ou oferece seu imóvel na avenida de entrada da localidade.

A maioria das pousadas, por outro lado, possuem uma homepage própria na internet ou participam de alguma página que divulga formas de hospedagem na cidade. Assim como também figuram em guias de serviço da própria cidade ou revista da área. A inserção da cidade nos meios de comunicação de massa (jornais, revistas e televisão), nos quais são apresentadas propagandas, normalmente institucionais, que abrangem todo o Estado de Santa Catarina, colocam Florianópolis no circuito litorâneo, assim como os folhetos, folders e cartazes apresentados e distribuídos em feiras de turismo e festas típicas no Brasil e mesmo noutros países. Internacionalmente, fica por conta da Embratur divulgar o material produzido

pelos Estados brasileiros.

Capítulo 5

O “turismo” empresarial na Ilha de Santa Catarina

5.1 DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO VERSUS UMA CIDADE PARA SEUS MORADORES

Embora não vá apresentar uma análise mais aprofundada do “turismo” empresarial, uma vez que direcionei a pesquisa para o fenômeno da mediação cultural nos territórios que denominei típicos e mistos, privilegiando os pequenos empreendimentos e trabalho realizado pelos “guias” não licenciados no “turismo” doméstico, dialoguei com algumas pessoas que trabalham no mercado formal e nos grandes empreendimentos da cidade. Portanto, ainda que de forma limitada, tento compor um quadro que apresente as principais características do setor empresarial na cidade e dos órgãos públicos, considerando que há uma atuação conjunta de ambos.

Nesse sentido, quais são os interesses do setor empresarial em Florianópolis? Como o setor privado e o setor público conciliam seus objetivos em relação às práticas turísticas? Como a população da cidade trata as questões relacionadas ao “turismo” e às suas necessidades como moradores? Observa-se pelos meios de comunicação e na bibliografia consultada que há entre a população em geral, empresários do setor e órgãos oficiais um discurso corrente de que o “turismo” é a melhor e mais viável fonte de renda na maioria das localidades balneárias ou a “salvação de Florianópolis” (OURIQUES, 1998). Porém, diversos autores (MARA LAGO, 1996; OURIQUES, 1998; FANTIN, 2000; ASSIS, 2000; MOTTA, 2002), já chamaram a atenção para a fragilidade dessa idéia, para o impacto do “turismo” na “Ilha” que, embora seja vendida como “capital da melhor qualidade de vida” e paraíso para todos os gostos, sofre com a falta de planejamento do setor e apresenta sérios problemas de urbanização.

Entretanto, o empresariado ligado ao setor turístico em Florianópolis tem realizado

ações no sentido de consolidar a cidade como turística. Uma das estratégias dos empresários é manter várias entidades com o objetivo de definir a forma de atuação e planejamento voltados principalmente para seus interesses (JANUÁRIO, 1997). Segundo este autor, o empresariado no mercado turístico da cidade teria o papel de conduzir o planejamento e a ação voltada a seus interesses a fim de influenciar o Estado e para concretizar esses objetivos, as “elites orgânicas locais” formam redes de ação e representação empresarial, que tomam corpo nas diversas entidades que podemos observar no quadro abaixo. Essas “redes de ação e representação empresarial” surgiram na década de 1970, a partir de três organizações empresariais, a primeira delas em 1975, e as demais entidades tomam corpo principalmente nos anos de 1980, como pode ser observado na tabela elaborada pelo autor:

Tabela 8 - ENTIDADES EMPRESARIAIS 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 (a)	FPT
1995	Fórum das Entidades Econômicas Patronais (b)	

Obs.: (a) Esta entidade encontra-se ainda em processo de discussão para posterior fundação; (b) Não tem personalidade jurídica.

Fonte: JANUÁRIO, Sérgio Saturnino. **Organização, Ação e Representação de Interesses do Empresariado do Setor Turístico em Florianópolis**. Florianópolis: UFSC, 1997.

Esta tabela explicita o que o autor considera como dois níveis de relacionamento e representação do empresariado na ação política para desenvolvimento do “turismo” em Florianópolis – no primeiro deles estão as entidades em que participam os empresários, sendo de caráter corporativo e/ou extracorporativo; no segundo nível estão as organizações empresariais constituídas por outras entidades, além de empresários e agências do setor público (municipal e estadual).

Dentre essas organizações, destacam-se aquelas de composição mista – o PROTUR e o Fórum Permanente de Turismo¹⁸³ que desenvolvem ação política no sentido de trabalhar ao lado do Estado ou colocando-se em seu lugar na execução de serviços voltados às atividades turísticas. Essas entidades acabam tendo uma força significativa no sentido de efetivarem suas metas na cidade, muitas vezes contrapondo-se a grupos de oposição que questionam suas ações. Tais organizações contam com a presença de empresários que há anos vem atuando na cidade na construção de grandes empreendimentos turísticos, como é o caso do grupo ligado ao Costão do Santinho Resort.

O objetivo da PROTUR, segundo Januario (1997)¹⁸⁴, é fomentar o desenvolvimento turístico de Florianópolis com o intuito de diminuir a sazonalidade e aumentar o fluxo turístico no período da “temporada”. Tendo como slogan “Florianópolis um pólo turístico internacional” e “Florianópolis vale a pena”, apresenta-se como um fórum de debates e ação de caráter privado ou de negociação privado/público”. Já o Fórum Permanente de Turismo¹⁸⁵ é um espaço de debates entre empresários e agências do Estado, com hegemonia do primeiro, sobre o “turismo” local. De forma resumida, enquanto a PROTUR tem o papel de executar ações, o Fórum tem como finalidade elaborar o planejamento de todo setor turístico, público e privado, havendo complementaridade ou mesmo sobreposição entre seus objetivos.

¹⁸³ Composição da PROTUR: organizações empresariais (13%), agências públicas (8%), empresas de construção civil (21%), empresas ou grupos hoteleiros (10%), empresas privadas em geral (33%), empresas de comunicação (15%). Composição do Fórum Permanente de Turismo: empresas privadas 14,71%; empresas ou agências públicas – 14,71%; uma entidade relacionada a movimentos sociais – 2,94% e entidades diversas – 5,88% (JANUÁRIO, 1997).

¹⁸⁴ Januario (1997) traz o depoimento de um líder empresarial que expressa os objetivos e forma de atuação da PROTUR: “[...] somar os interesses dos empresários que aportariam recursos a partir da definição de que (a) iniciativa privada tinha que se organizar melhor; arrecadar recursos para 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”.

¹⁸⁵ Surgiu no I Fórum Internacional de Planejamento Turístico da Grande Florianópolis, promovido pela UFSC (JANUÁRIO, 1997).

A forma como as relações entre empresários e setor público convivem no contexto do “turismo” em Florianópolis, pode ser relacionada à observação de Lanna (1995) sobre os “entrepeneur”, no sentido de que no Brasil não temos o “entrepeneur puro”, ou seja, não há aqueles que não tenham recebido privilégios, favorecimentos, incentivos fiscais e tantas outras “prestações do Estado”. Dentro dessa perspectiva, os padrões têm conexões entre si e com o Estado, formando um capitalismo burocrático-patronal, constituído tanto pela racionalidade quanto pela hierarquia.

Nas críticas que têm sido feitas ao modo de condução da atividade turística em Florianópolis, Ouriques (1998) questiona as concepções ideológicas que defendem o “turismo” como uma solução para os problemas econômicos e sociais. O autor mostra que o mercado de trabalho voltado às atividades turísticas é marcado pela sazonalidade e informalidade das ocupações, sua contribuição por meio de impostos é pequena e está longe de ser uma alternativa viável para a cidade.

Fazendo uma avaliação dos dados trazidos sobre a história de Florianópolis e as modalidades turísticas praticadas, podemos observar que a cidade não teve um planejamento à longo prazo para o “turismo”. O que houve foram medidas pontuais realizadas por seus governantes no sentido de desenvolver o projeto de determinados grupos, especialmente aqueles que apóiam uma visão empresarial que muitas vezes entrou em conflito com o grupo “dos contra” (FANTIN, 2000). Uma das instâncias de poder que teria condições de encaminhar projetos nesta área é a Câmara Municipal de Vereadores de Florianópolis, entretanto, Márcio de Souza, em seus mandatos como vereador, tem observado a forma fragmentada como o legislativo encaminha as questões referentes ao “turismo” na cidade. O entrevistado comenta que os projetos são pontuais, como a construção de um pier para os navios que vêm à costa da Ilha e não podem atracar, a construção de um teleférico, a abertura dos canais da Lagoa da Conceição, por exemplo, não interessando, nesta última situação, se essa obra vai colocar mais dejetos na “Lagoa”, aumentar a sua salinidade, diminuir o peixe. Isso mostra a ausência do poder público em fomentar estudos e discussões sobre as práticas turísticas para a formulação de propostas consistentes, direcionando a cidade para um desenvolvimento mais equilibrado. Márcio de Souza considera que as poucas ações que têm sido implementadas pautam-se por uma atuação conservadora:

O perfil conservador trabalha com a lógica da regulação pelo próprio mercado, nós estamos propondo que o Estado intervenha no desenvolvimento de um conjunto significativo das políticas. Nessa lógica do mercado ser o regulador, o máximo que

vai acontecer é a infraestrutura ser oferecida pelo poder público, isso próximo às ilhas de excelência e à liderança dessa indústria que concentra a riqueza dessas regiões. O planejamento não é a situação preferida porque procura identificar, trazer à tona a realidade que não pode, às vezes, ser trazida. Eu penso que [...] a Câmara tem essa situação de propostas pontuais e soluções pontuais, a partir do conjunto das forças e contradições de cada grupo que opera no seu interior [...]. Essas contradições vão até a ponto de que as situações propostas sejam conflitantes, do ponto de vista da execução, do projeto arquitetônico e dos riscos ambientais.

Dentre as propostas já apresentadas na Câmara de Vereadores de Florianópolis, o vereador Aderson Flores, presidente da Comissão de Turismo e Assuntos Internacionais no período de 2001/2002 e na data da entrevista integrante dessa comissão, pontuou a importância de efetivar-se em Florianópolis o turismo náutico. Na entrevista realizada em seu gabinete de trabalho, defendeu com veemência a proposta de inserir definitivamente a cidade no circuito turístico nacional e internacional com a construção de um porto turístico na “Ilha” para receber os “turistas” que se deslocam em navios de cruzeiros. A proposta de construção de um porto na praia de Ingleses encontra justificativa histórica no fato de que a “Ilha” sempre foi um local seguro de ancoragem na passagem para o extremo sul do continente. O entrevistado cita o exemplo da “temporada” 2000/2001 em que houve 29 atracagens no litoral catarinense¹⁸⁶. Em Florianópolis, como não há um porto para grandes navios, eles atracam na costa da praia de Canasvieiras e os passageiros são transportados por lanchas num “sistema de transbordo tender”. Na praia, há presença de vans e táxis à espera dos “turistas”. Além da construção do pier, o vereador e seu grupo defendem a construção de algumas marinas náuticas, especialmente uma marina na Beira Mar Norte, um deck para pescadores na região próxima à cabeceira da ponte Hercílio Luz e o estabelecimento de uma linha marítima Florianópolis-São Paulo com frequência semanal ou quinzenal.

Além dessa proposta pontual, o entrevistado defende a prática de um “turismo” baseado no desenvolvimento sustentável com o intuito de incorporar as populações nativas nos projetos empresariais:

O nativo, o morador que tem raízes, em hipótese nenhuma deve ser preterido em relação ao turista e a administração pública deve tratar a questão de forma que isso seja compatibilizado. Eu acho que são duas questões essenciais: uma é você desenvolver uma política pública de turismo aonde o nativo, o morador, ele não venha a ser prejudicado pelas ações do turismo e a outra, com o mesmo rigor, é fazer

¹⁸⁶ Segundo o vereador, foram aproximadamente 12 mil passageiros desembarcados e a receita teria chegado a US\$ 3.000,000.

com que o meio ambiente não seja deteriorado, ele não venha a ser degradado em função de uma política de turismo predatória.

Entretanto, como bem assinala Ouriques (1998), a sustentabilidade é insustentável, pois a busca da relação harmônica homem-natureza não é possível quando as relações materiais são mais importantes. A referência ao “nativo”, como na proposta de grandes empreendimentos, serve para amenizar o conflito entre a população local e os empresários ou entre estes e o movimento social (Ongs, associações, etc.) que questionam principalmente a viabilidade ambiental e social. Nessa disputa podemos perceber a o conflito entre um projeto de cidade voltado para os interesses do capital nacional e estrangeiro e o projeto de grupos que tentam pensar numa forma de manter o que ainda não teria sido atingido pela voragem do mercado turístico.

No sentido de frear esse desenvolvido desordenado propiciado pelo primeiro grupo citado, na década de 1980 surgiram inúmeros movimentos que questionam os abusos praticados pela iniciativa privada e aprovados pelo poder público. Dentre esses movimentos, temos o Movimento Ecológico Livre – MEL, sendo que parte dos seus integrantes fundaram o Partido Verde na cidade e nos anos 90 é fundado o Centro de Estudos Cultura e Cidadania – CECCA, uma ONG formada por intelectuais da Universidade Federal de Santa Catarina que realiza inúmeros estudos sobre as condições ambientais, sociais e culturais de Florianópolis (ASSIS, 2000). Também surgiram nesta época grupos que lutam pela qualidade de vida, como o SOS Costa Leste, Campeche Qualidade de Vida, Fundação Lagoa e o Fórum da Cidade que questionam a forma como a cidade tem sido pensada pelos diferentes grupos e voltam-se para uma visão mais ampla das questões urbanas. Na busca dessa cidade que atenda às necessidades da população local, vários agentes sociais defendem a construção de uma política urbana, como é o caso de Paulo Rizzo, professor do Departamento de Arquitetura da UFSC:

A cada dia se investe mais em uma cidade que não é para os seus habitantes e sim para os investimentos de fora que puderem ser atraídos. Pensar a cidade é buscar trabalhar no sentido de reinverter a agenda de discussão, não respondendo aquela frase da Prefeita que chora por causa do turista, mas entendendo porque ela faz isso e buscando construir a proposta do que é uma política urbana que realmente se calque nos interesses locais da população. Não é que o investimento não seja importante, pois pode gerar empregos, etc., mas como é que você define as condições desse investimento, como é que você pode dar sentido ao conjunto das questões que envolvem a urbanização. (Encontro Municipal do Partido dos Trabalhadores – Discussão de projeto de governo para Florianópolis em 03/12/2003)

A disputa entre os diferentes grupos faz com que os “de fora” em geral sejam vistos como contrários ao “desenvolvimento”, ao “progresso” da cidade. Essa disputa assenta-se numa luta política e cultural que, de uma certa forma, impõe limites para a ação, ou seja, alguns sujeitos, mais do que outros, têm o direito de intervir nas coisas da cidade porque sempre fizeram parte dela.

5.2 A ILHA DE SANTA CATARINA COMO UM PRODUTO TURÍSTICO

Os escritos de Franklin Cascaes¹⁸⁷ sobre lendas e mitos da Ilha de Santa Catarina inspiraram os idealizadores do “turismo” a chamarem-na de “Ilha da Magia”. Junto a este adjetivo, outros surgiram, como “Ilha de todos os sonhos”, “Ilha encantada”, “Capital do Turismo” - adjetivos que falam de uma cidade que, segundo os idealizadores do trade turístico¹⁸⁸, tem uma “vocação natural” para o “turismo”. Entretanto, essa “vocação natural” caracteriza-se por ser uma construção cultural que toma os atrativos naturais como principal mote para atrair os visitantes. Segundo ASSIS (2000) a apropriação dos discursos ecológico e turístico evidenciaram essa condição de “vocação natural”. Esses discursos teriam formado a atual imagem da Ilha de Santa Catarina que começa a aparecer nos anos de 1950 e é apropriado pelos líderes políticos desde a década de 1960:

[...] há um grande empenho para construir a ‘Florianópolis Turística’ – baseado em seus atrativos naturais – sufocando por definitivo a ‘Florianópolis Provinciana’. O objetivo primordial dessa transformação era a busca por visitantes para engordar as finanças do município. Em tempos de crescimento do pensamento ecológico, falar em natureza mostrou-se como um excelente negócio, contribuindo para a rápida concretização deste projeto de cidade. (Ib.; p.5)

Entretanto, a natureza não garante todas as demandas para essa prática que necessita

¹⁸⁷ Artista plástico e folclorista que pesquisou e escreveu as lendas e mitos do interior da ilha de Florianópolis, assim como elaborou representações plásticas sobre o material coletado.

de planejamento e condições materiais, o que é observado por Márcio de Souza em sua crítica a respeito da condução do “turismo”. O entrevistado acredita que a discussão sobre esse tema deve ser ampliada e soluções criativas precisam ser tomadas, buscando a contribuição de um número mais amplo de profissionais de diferentes áreas para sanar problemas como a sazonalidade:

Viram o sol e o mar, um dia bonito, a lua num dia de mar calmo se derramando pela baía e falaram que a cidade tem vocação para o turismo. É a partir daí que surge a vocação turística, mas zero de investimento, zero de preparo. [...] a nossa cidade tem condição de ampliar significativamente as oportunidades de mercado de trabalho, o fortalecimento do setor serviços, incorporando profissionais das artes, da mídia que estão obsoletos, precarizados na forma de trabalho, se nós tivermos um acento estratégico em transformar de fato essa cidade numa riqueza em permanente ebulição ao longo dos 365 dias. Há um empobrecimento em não perceber esse potencial de desenvolvimento que a ilha possui nessa linha.

Castro (1999, p. 81), autor que escreve sobre as “narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro”, observa situação semelhante na forma como o Rio de Janeiro é visto pelas suas belezas naturais e salienta que “um local não pode ser ‘naturalmente’ turístico. Seu reconhecimento como turístico é uma construção cultural – isto é, envolve a criação de um sistema integrado de significados através dos quais a realidade turística de um lugar é estabelecida, mantida e negociada”. Além disso, podemos questionar essa “vocação natural”, observando os inúmeros interesses que estão ligados à idéia de uma cidade turística.

As campanhas publicitárias, por exemplo, passaram por diferentes concepções dos atrativos que poderiam tornar Florianópolis convidativa aos visitantes. Na década de 1980, a “ilha” recebeu o título de “capital turística do Mercosul”¹⁸⁹ (CECCA, 1996, p. 214), que foi acompanhado de campanhas publicitárias com material escrito para distribuição ou veiculadas por meio de vídeos. Florianópolis colocou-se como um lugar especial de encontro dos países do Mercosul, disputando com esses o título de capital.

Uma outra campanha publicitária que foi promovida pela Secretaria Municipal de Turismo de Florianópolis intitulou-se “Florianópolis – Ilha da Magia”, inspirada nas histórias sobre bruxas e bruxarias recolhidas por Franklin Cascaes junto à população local (MARTINS,

¹⁸⁸ Trade turístico é uma expressão usada comercialmente que “engloba as áreas econômicas envolvidas nas prestações de serviços para atender às necessidades comuns de todos os turistas: transportadores, meios de hospedagem, agência de viagem, operadora de turismo, organizadores de eventos e outros” (MOTA, 2001).

1995). Nessas publicações, os símbolos de uma cultura açoriana, como os pratos típicos¹⁹⁰ consumidos nos inúmeros restaurantes mantidos principalmente pelos “nativos”, são utilizados para representar a cidade e constroem o olhar do turista, segundo Urry (1996).

Portanto, na construção da imagem turística da cidade, o discurso publicitário tem um papel central, como chama atenção Fantin (2000, p. 72):

O discurso publicitário traduz em signos a mais perfeita representação do ideal do bem viver e do prazer. Se, de um lado, isso faz parte do “marketing da cidade” e da essência da ação publicitária (produzir desejos e necessidades), por outro projeta-se no imaginário coletivo-social uma representação de cidade (e induz a um projeto de cidade) que acentua um “ethos” de cidade turística, cidade do lazer: “O melhor do mundo é aqui”. Nesse discurso de “mercado” Florianópolis transforma-se no “Paraíso Internacional”, na ilha da Magia”, na “Capital Turística do Mercosul” e, recentemente, na capital de melhor qualidade de vida do Brasil [grifos da autora].

Segundo Fantin (2000), as imagens e percepções de cidade levadas ao público têm por trás diferentes projetos de cidade que podem ser percebidos pela análise da forma como esse tema tem despertado o interesse na população local. Se o primeiro “boom” turístico ocorrido a partir de 1970 não ocasionou uma discussão consistente sobre a questão turística em Florianópolis, nos anos 80, com o intenso fluxo de “turistas”, surgiram discussões sobre problemas urbanos ocasionados por essa ocupação sazonal. Já os anos 90, segundo a autora, o “turismo” torna-se um tema imprescindível nos debates. Nos diferentes grupos vê-se aqueles que se dedicam a explorar as “potencialidades turísticas”, como os empresários do setor e os “mais cautelosos que não querem que a Ilha perca sua performance de cidade tranqüila e com qualidade de vida, nem modifique o seu perfil de cidade média, nem mesmo aposte numa só escolha de desenvolvimento, como os chamados “ecologistas”. A disputa entre duas perspectivas era/é inevitável” (Ib., p. 72). Entretanto, percebe-se que na história de Florianópolis, a visão do primeiro grupo tem prevalecido, mesmo com alguns ganhos

¹⁸⁹ O prefeito Bulcão Viana batizou Florianópolis como a “Capital Turística do Mercosul” e a Assembléia Legislativa de Santa Catarina outorgou esse título a Florianópolis em 11/11/93, projeto do então deputado Michel Curi (ZANELA, 1999).

¹⁹⁰ Entre os vários símbolos que passaram a ser considerados como representantes de uma cultura “ilhoa” ou “manezinha”, os pratos preparados à base de frutos do mar constituem-se como um elemento identificador e, portanto, marcador da diferença frente a moradores “de fora”, como os paulistas e gaúchos. Esta identificação em torno dos pratos típicos nos remete à afirmação de Fischler (1993, p. 68) no sentido de que “a alimentação e a cozinha são verdadeiramente um elemento capital do sentimento coletivo de pertencimento”. O consumo dessas comidas da região remete-nos também à afirmação de Macclancy (1992) sobre o fato de que quando os “turistas” compram as comidas, estão validando as idéias locais a respeito do valor dessa cultura para os próprios “nativos”.

daqueles que defendem um projeto para a cidade e seus moradores. Os empreendedores do trade turístico – aqueles que organizam a oferta de serviços não têm, de modo geral, demonstrado interesse com questões sociais e buscam seus objetivos à revelia dos interesses das populações locais, agindo de acordo com os princípios do livre comércio (KRIPPENDORF, 1989).

Ambos os grupos, contudo, evocam elementos semelhantes para justificar a presença do “turismo” ou para afastar uma intervenção que priorize este aspecto em detrimento de condições favoráveis aos moradores da cidade, como salienta Fantin (2000, p. 74):

Florianópolis – assim como o Rio ‘é abençoada por Deus e bonito por natureza’ – reúne diversos tipos de ‘símbolos’ que facilitam a construção de uma imagem de cidade turística: belezas naturais (o Morro da Cruz, a Lagoa da Conceição, a figueira, as suas 42 praias); patrimônio histórico (a Ponte Hercílio Luz, o Mercado Público, a Praça XV, os antigos casarões), singularidade cultural (os pescadores, as rendeiras, o ‘manezinho’), além dos símbolos festivos como o Carnaval, a Farra do Boi, a Festa do Divino, o Boi-de-mamão. Todos esses elementos, com algumas diferenciações, [...] passam a ser evocados tanto na gestação de uma nova visão de turismo que emerge na cidade como também por atores que defendem a necessidade de resgatar a ‘identidade da cidade’ que para eles está sendo perdida.

5.3 OS GRANDES EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS NA ILHA

Na classificação descrita na introdução, aponto a existência de três tipos de territórios – o típico, o planejado e o misto. Esses territórios construíram-se a partir de diferentes intervenções sobre o espaço urbano. Reis (2002) qualifica a existência de duas formas principais de crescimento de Florianópolis: o parcelamento simples e o parcelamento ordenado. O primeiro desenvolve-se sem qualquer tipo de planejamento, seguindo os caminhos coloniais e o parcelamento rural já existente, o que ocasiona um traçado em forma de espinha de peixe, ou seja, há um caminho principal a partir do qual são abertos pequenos becos e servidões.

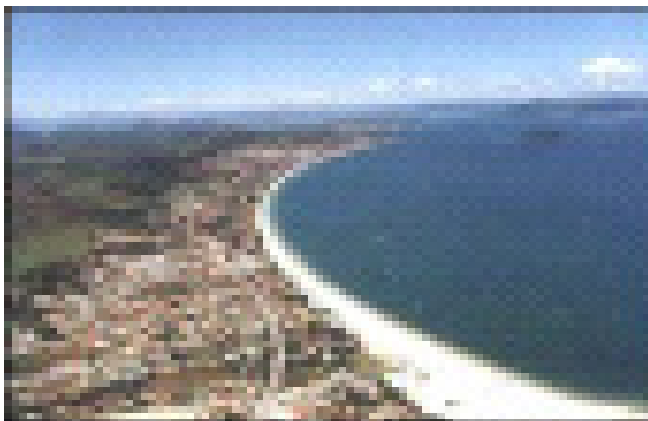


Figura 19 - Vista aérea da praia de Ingleses, exemplo de território misto.
Fonte: www.belasantacatarina.com.br



Figura 20 - Construções à beira-mar em Ingleses
Fonte: www.belasantacatarina.com.br

O segundo resulta da ocupação de grandes propriedades e porções do território insular onde antes havia terras comunais e ocorre de forma unitária por meio da realização de um único empreendimento, em geral devidamente aprovado pelos órgãos de planejamento e meio ambiente.

Reis (2002) indica que no parcelamento ordenado são comumente construídas residências unifamiliares de veraneio que, posteriormente, dão lugar a edificações de maior porte e de uso coletivo, como pequenos prédios, como é o caso de Canasvieiras. Situações diferentes são também apresentadas pelo autor, como o caso da Praia Brava onde o loteamento já tinha por objetivo a construção de pequenos prédios para moradia e em Jurerê Internacional onde foram construídas casas de alto padrão que compõe um condomínio

elitizado¹⁹¹. De acordo com o autor, os assentamentos realizados de forma ordenada não utilizam as estradas gerais em sua estruturação interna e localizam-se em áreas próximas aos núcleos originais e urbanizações preexistentes, no entanto, são construídos de forma dispersa e isolada, formando ilhas que apresentam ligação restrita ao entorno próximo e ao restante da cidade.



Figura 21 - Forma de parcelamento das localidades de Jurerê Internacional e Praia Brava.

Fonte: Reis (2002).

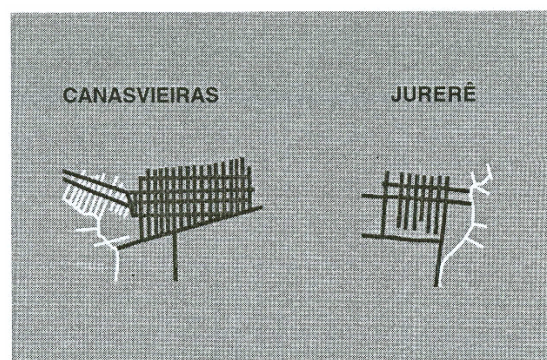


Figura 22 - Forma de parcelamento de Canasvieiras e Jurerê.

Fonte: Reis (2002).

¹⁹¹ Santos (1993) aponta a existência de dois tipos de planejamento para a organização de espaços planejados – o planejamento organizado pelo Estado, situação de Canasvieiras, onde vários agentes com interesses diversos atuam; e o planejamento privado que intervém de forma objetiva e com o propósito de elaborar um produto.



Figura 23 - Vista aérea Praia Brava
Fonte: www.belasantacatarina.com.br



Figura 24 - Vista aérea das mansões e prédios em Jurerê Internacional
Fonte: Foto de Mário Costa Júnior



Figura 25 - Mansão em Jurerê Internacional
Fonte: www.abbra.eng.br/fpolis3.htm

Associando os tipos de território à proposta colocada por este autor, observa-se que no território típico houve o parcelamento simples, no território planejado predomina o parcelamento ordenado e no território misto houve as duas formas de parcelamento.

Na parte insular de Florianópolis, é a partir da década de 1950 que surge o primeiro loteamento localizado no norte da “Ilha”, na localidade de Canasvieiras, onde houve a construção de vários loteamentos que seguiram o modelo de divisão do território de forma planejada, significando também que várias empresas ou mesmo particulares lá realizaram empreendimentos.



Figura 26 - Vista aérea da praia de Canasvieiras
Fonte: Foto de Sidnei Petry

A aprovação do Plano Diretor dos Balneários e do Interior da Ilha da Santa Catarina, (Lei 2193/85), encaminhado pelo IPUF no início dos anos 80 e aprovado em 1985 abriu espaço para o surgimento de projetos turísticos de padrão internacional, como Jurerê Internacional, Praia Brava e Costão do Santinho que representariam um “turismo de enclave”. Este plano, ao legislar sobre o interior da “Ilha”, estabeleceu regras para o crescimento urbano e especialmente o turístico por meio da criação de zonas específicas para a implantação dos empreendimentos turísticos (REIS, 2002). Este plano é essencial para entender a ênfase na vocação turística da cidade, uma vez que diagnosticava (ao mesmo tempo em que anunciava), a decadência das atividades tradicionais e a necessidade de se colocar o “turismo” como uma alternativa. Esse plano defendia a preservação de alguns núcleos tradicionais no intuito de

integrá-las ao complexo turístico¹⁹².

Os novos proprietários fomentam uma privatização do espaço público, o que mostra o caráter excludente da prática turística em Florianópolis. Neste caso, as populações locais raramente são consultadas a respeito dos projetos a serem implantados - projetos que influem diretamente em seu modo de vida. Muitos moradores locais não têm conhecimento a respeito das implicações ambientais e sociais dos grandes projetos que têm sido a tônica do “turismo” em Florianópolis. Entretanto, esses empreendimentos turísticos propiciaram também as discussões a respeito da preservação dos recursos naturais e hábitos tradicionais. Segundo o relatório do Cecca (1996), “trata-se tanto da descaracterização da natureza como bem coletivo, quanto da descaracterização cultural, da produção de um sítio turístico diferenciado e, portanto, de um espaço social segregado”(Ib., p.217). Dessa forma, a característica do desenvolvimento turístico de Florianópolis tem se orientado para empreendimentos que privilegiam o valor de troca, atendendo a uma demanda empresarial:

Então, qual é o ajuste estratégico? É a concentração de renda, a edificação desses grandes aglomerados turísticos residenciais como nós estamos vendo na cidade, vai ser o tempo do sujeito descer no aeroporto e ser levado de helicóptero diretamente para o empreendimento de A, de B, localizado em posições estratégicas na Ilha. As antigas vilas, os antigos comércios, esses vão perder o significado porque ninguém mais vai passar pela estrada principal dos Ingleses para chegar ao empreendimento, ninguém mais vai comprar por aquela trilha porque tudo vai estar à disposição dentro do mercado, supermercado, dentro desse complexo de excelência construído do ponto de vista da concentração de renda. Então, teremos um mar só para nós, teremos um palco só para nós, teremos um circo só para nós, um supermercado só para nós, a farmácia, o médico [...] (Márcio de Souza, vereador em Florianópolis)

Nesta mesma linha de grandes empreendimentos, surgiu o Porto da Barra que pretendia ser um projeto “turístico-residencial”, uma marina às margens do canal da Barra da Lagoa¹⁹³. A proposta consistia num projeto de cidade estuarina (tipo Veneza) por meio da abertura de canais na margem esquerda do canal da Barra. Esses canais formariam sete pequenas ilhas artificiais onde seriam construídos conjuntos de casas geminadas para uso de veranistas e possíveis moradores, prédios comerciais, estacionamento público para 630 vagas, clube náutico, hotel, praças. Porém, o estudo de impacto ambiental foi contestado por não

¹⁹² Ver Diagnóstico do Plano Diretor de Balneários em Reis (2002).

¹⁹³ A praia da Barra da Lagoa é uma das localidades que ainda não passou por mudanças territoriais planejadas para o desenvolvimento do “turismo”, não havendo empreendimentos de porte vultoso. É uma localidade que

apontar as reais implicações do projeto sobre o meio ambiente, especialmente em relação à Lagoa da Conceição e por ter sido elaborado sem um estudo aprofundado do ecossistema, impedindo a concretização do projeto:

O projeto Porto da Barra está embargado juridicamente e estão dependendo disso para efetivar a obra. É uma mega obra e houve uma certa resistência da comunidade, principalmente em relação à carga social. Na primeira instância, aqui, ganhou a comunidade, na segunda instância, no Tribunal Regional Federal, ganhou a empresa Portobello e, ao que me consta, subiu para o Tribunal Superior em Brasília. E não sabemos o que se sucederá. (Antônio, proprietário de pousada na Barra da Lagoa)

Além desses empreendimentos que surgiram em décadas anteriores direcionados para o “turismo”, percebe-se hoje uma movimentação na cidade em torno de grandes shopping centers e supermercados que também fazem parte de uma construção turística da cidade:

Então é interessante vocês verem esses movimentos – a história dos shoppings que hoje está em debate na cidade. Abre um shopping na SC 401, o empresariado local sente que vai ficar prejudicado e faz um no Itacorubi. Agora o Santa Fé vai fazer mais um. Teve o conflito com o Big porque se o Big viesse para a Beira Mar ia competir com o Angeloni. Nesses processos nós vamos vendo na nossa cidade as entradas desses investimentos, as disputas empresariais, os conflitos que geram e as conseqüências nefastas para a própria população da cidade porque isso implica em aumento das valorizações imobiliárias e requalificação de espaços, construção de espaços excludentes na cidade – tendem a aumentar os condomínios, os espaços fechados. (Arquiteto Paulo Rizzo - Encontro Municipal do Partido dos Trabalhadores – Discussão de projeto de governo para Florianópolis, em 03/12/2003)

Atualmente, está em discussão o projeto de Sapiens Park em Canasvieiras que pretende ocupar uma área pertencente ao Estado:

Há um projeto que faz parte de uma evolução de algumas políticas que se pensou deste o final dos anos 80, começo dos anos 90, que é o projeto do Sapiens Park no norte da ilha que quer criar um grande atrativo para investimento de grandes capitais aqui na cidade e esse processo é um processo conflitivo dentro do próprio

ainda mantém aspectos identitários tradicionais convivendo com as gradativas mudanças advindas dos fluxos turísticos. Como balneário, é um dos locais mais freqüentados na “Ilha” pelas camadas populares (REIS, 2002).

empresariado. É interessante notar que o empresariado de Florianópolis está em condições de competir com os grandes capitais e se apóia cada vez mais na Prefeitura e nos vereadores que eles controlam, no sentido de aparelhar ainda mais a máquina administrativa para defender os seus interesses e a forma que ele tem para competir é sugar cada vez mais o Estado. (Arquiteto Paulo Rizzo - Encontro Municipal do Partido dos Trabalhadores – Discussão de projeto de governo para Florianópolis, em 03/12/2003)



Figura 27 - Área do Sapiens Park em Canasvieiras
Fonte: www.belasantacatarina.com.br

Este projeto que pretende ocupar 4,5 milhões de metros quadrados numa área que abrange Canasvieiras e Cachoeira do Bom Jesus, destina-se a empreendimentos relacionados à ciência e tecnologia, educação e cultura, saúde e biotecnologia, esporte e lazer, turismo, comércio e entretenimento. Assim como o Porto da Barra, há controvérsias quanto ao seu impacto nas localidades que abrange, pois o Estudo de Impacto Ambiental não teria sido concluído.

5.4 HOTÉIS, POUSADAS E AGENTES DE “TURISMO”

No Brasil, o século XIX marca o início da construção de hotéis nas capitais e

principais cidades¹⁹⁴, embora somente depois da 2ª Guerra tenha tido uma expansão mais significativa (CAMPOS e GONÇALVES, 1998). Nos anos 70, esses autores relatam que as empresas hoteleiras brasileiras tiveram um grande impulso, especialmente com a criação de superintendências de desenvolvimento nas várias regiões do país. Além disso, empresas internacionais começaram a se instalar no Brasil¹⁹⁵.

Em Florianópolis, havia precariedade na oferta de serviços aos “turistas”, como vemos neste relato de um empresário sobre a década de 1970, registrado por Januário (1997):

[...] nós não tínhamos absolutamente nada. [...] 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 bem 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: há 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 para 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.

Segundo Ferreira (2002), os hotéis que existem em Florianópolis são na sua maioria de padrão três a quatro estrelas, de acordo com a classificação da EMBRATUR¹⁹⁶. Geralmente a administração desses negócios é feita pela família e há contratação de pessoas da própria

¹⁹⁴ Enzensberger (1985) afirma que a história do turismo é também a história dos hotéis. O primeiro hotel moderno foi construído no século XIX em Baden-Baden, na Alemanha. Em 1850 inaugurou-se em Paris o Grand Hotel e em 1880 o primeiro truste de hotéis surgiu, a cadeia Ritz.

¹⁹⁵ As grandes redes são Hilton, Sheraton, Méridien, Accord (com as redes Novotel, Íbis, Softel), PanAmerican, Club Méditerranée, grupos espanhóis (Meliá). Quanto à categoria, os hotéis classificam-se em luxo superior ou 5 estrelas; luxo ou 4 estrelas; standard superior ou 3 estrelas, standard ou 2 estrelas e simples ou 1 estrela (CAMPOS e GONÇALVES, 1998).

¹⁹⁶ Na página do Sindicato dos Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis que abrange nove municípios (Florianópolis, Águas Mornas, Biguaçu, Garopaba, Governador Celso Ramos, Palhoça, Paulo Lopes, Santo Amaro da Imperatriz e São José) obtive os seguintes dados do censo referente ao número de estabelecimentos da categoria realizado por este sindicato: Florianópolis conta com 2242 estabelecimentos (64,80% do total), divididos nas categorias de Hospedagem (464 estabelecimentos: 174 hotéis, 6 motéis, 225 pousadas, 13 campings, 46 albergues/dormitórios) e Gastronomia (1778 estabelecimentos: 523 restaurantes, 1129 bares/lanchonetes, 47 casas noturnas, 24 drive-in, 55 cafeterias/sorveterias). Os estabelecimentos geram 21 mil empregos permanentes na região, sendo 14 mil em Florianópolis. Na temporada, a estimativa é de que sejam gerados mais 10 mil empregos temporários, sendo 7 mil na Capital. O Sindicato propõe-se a oferecer treinamento de pessoal, cursos de manipulação de alimentos, planos de saúde, seguros para hóspedes, assessoria jurídica, entre outros.

localidade nos períodos de “temporada”. O autor salienta que:

Não há uma concorrência justa na cidade porque “muitas ‘pousadas’ sem registro nenhum e muitas ‘casas de excursão’ operam principalmente nas praias do norte da Ilha, abocanhando uma fatia significativa do mercado total [...]. Não são arrecadados impostos, o serviço prestado ao cliente é dúbio e normalmente sem qualidade e estes estabelecimentos acabam por denegrir a imagem de hospitalidade que a Ilha da Magia possui. (Ib., p. 118).

Em contraposição a este tipo de empreendimento, começam a surgir estabelecimentos das grandes redes hoteleiras que introduzem na cidade outras formas de relação no mercado turístico, como observa Juliano, agente de turismo (“vendedor de turismo”, segundo ele) registrado pela EMBRATUR que tem percebido a presença de redes de hotéis como Sofitel e Majestic, situadas na Avenida Beira Mar Norte que dominam uma parte do mercado, especialmente porque apresentam um padrão de atendimento mais rígido e peculiar. Esses grandes empreendimentos podem ser caracterizados como “não-lugar” (AUGÉ, 1994) devido à sua padronização, ao modo de administração que garante a mesma qualidade de serviços em qualquer parte do mundo.

Na conversa com Juliano, natural de São Paulo, 39 anos, há alguns anos tentando atuar em Florianópolis em agências de viagem ou hotéis¹⁹⁷, percebe-se as dificuldades que vem enfrentando no seu campo de trabalho, pois considera a estrutura da região de praia muito deficiente pela pouca preocupação e respeito com os hóspedes que se traduz na falta de manutenção dos equipamentos turísticos. Segundo o entrevistado, no inverno os hotéis fecham e no dia 15 de dezembro reabrem. Entretanto, o hóspede chega e o local está com cheiro de mofo, principalmente nos apartamentos de praia acarpetados. Isso faz com que os hotéis passem a ser descartados, pois “turistas” como os paulistas não aceitam ficar num hotel nessas condições.

Como agente de turismo, Juliano considera-se muito exigente na organização dos

¹⁹⁷ O entrevistado já atuou em hotéis como Praiatur, Praia Brava e Canto da Ilha, no norte de Florianópolis. Tem curso de comissário de bordo e curso de “guia de turismo local” pela EMBRATUR numa escola em São Paulo, começou a atuar na CVC e por meio dessa empresa realizou inúmeros roteiros brasileiros, especialmente no nordeste e relata que com isso conheceu muito bem a rede hoteleira. Também atuou como agente de turismo da Soletur onde teve oportunidade de fazer as viagens internacionais, cruzeiros, etc. pelo sistema de pontuação de vendas, para conhecer os produtos que vendiam. Em Florianópolis trabalhou na Unisolis, agência dirigida ao público sindical. Foi professor de um curso de guia de turismo oferecido pela Escola Sul, por meio da EMBRATUR. Entrevista concedida em dezembro de 2004.

serviços, tanto na venda de pacotes turísticos nos eventos em que fornece os serviços de: passagem aérea, hospedagem, alimentação, transfer e participação no evento. Para tanto, vê como imprescindíveis a preocupação com a qualidade, com a oferta de serviços que tenham como diferencial receber ao “turista” com atenção, pontualidade, criatividade. Para ele, a compra de serviços é como a compra de um sonho, por isso a importância de se oferecer um trabalho de qualidade desde o “receptivo”:

Eu montei toda a estrutura da agência de receptiva do Praiatur e a minha concepção é “a primeira impressão é a que fica”. Se uma pessoa muito legal me recebe no aeroporto, de uma maneira simpática, já vou imaginando, do percurso do aeroporto até o hotel, o que o hotel pode me dar se o transfer foi isso. Então, cada passageiro que chegava na van tinha um chocolatinho, a programação dos passeios com os horários de saída, servia água para as pessoas, coisas mínimas e que é um diferencial porque ninguém faz isso – geralmente pára o ônibus, falam para entrar e perguntam em que hotel você vai ficar e vão descarregando, se vira meu amigo, amanhã passa um guia aqui para ver o que você vai fazer. Isso é feito para o público argentino principalmente ou de grandes operadoras.

Em relação às pousadas, o entrevistado refere-se ao oferecimento de serviços que partem de relações mais próximas aos clientes. Geralmente a administração é familiar, mas com uma proposta diferente, pois ao contrário do grande hoteleiro, não existiria a ganância por construir um lugar para 50 apartamentos e ganhar muito dinheiro. Sendo um empreendimento mais simples para administrar, há possibilidade de maior proximidade ao hóspede.

Por outro lado, alguns empreendimentos de grande porte buscam incentivar uma dimensão apontada como característica de Florianópolis – uma certa espontaneidade das pessoas que se traduz em relações mais solidárias, que seria tomado como um acréscimo ao produto que é vendido, especialmente para os visitantes que vêm dos grandes centros urbanos, como é o caso dos clientes do Praia Mole Park Hotel que atende a um público direcionado ao contato com a natureza e com o jeito bucólico e provinciano da cidade:

É uma bobagem se fechar em Jurerê Internacional, igual a São Paulo, depois não pode sair, só tem segurança lá dentro. A gente não pode reproduzir aqui essas besteiras que foram feitas lá – os treinamentos, o ISO 9000, ISO 500.000. Claro, padronização, estrutura, mas não a castração da espontaneidade. Meu funcionário tem que ser amigo mesmo. Ele tem que trabalhar, mas não pode perder isso porque senão ele vira robô e aí tanto faz estar aqui, como em Londrina, em Bagé, em Cuiabá ou em qualquer outro lugar. Floripa ainda tem essa espontaneidade. No ano passado

eu trabalhava de gravata, olha que burrice! Hoje eu percebi que estou numa Ilha, não estou em São Paulo. Para mostrar respeito contigo não preciso me obrigar a botar um terno. Lá é um dos itens para compor a tua face empreendedora, empresária, [...]. (Roberto, gerente comercial do Praia Mole Park Hotel)

Além dos próprios agentes que atuam nos hotéis, existem na cidade as agências de viagem¹⁹⁸ que trabalham na venda de produtos para a população local, assim como oferecem serviços para pessoas que queiram vir para a cidade. Em Florianópolis, percebe-se uma falta de estrutura, de modo geral, tanto na oferta dos serviços quanto na formação dos profissionais, sendo que há diferenças significativas em relação aqueles que atuam na cidade e tiveram uma formação nos grandes centros. Como relatou Juliano, em grandes cidades como São Paulo, onde já trabalhou, existe uma enorme concorrência e exigência, fazendo com que os preços de um evento acabem sendo mais acessíveis do que em Florianópolis. Há possibilidade de negociação quando a oferta de serviços é mais ampla. Outro fator que interfere nos serviços é o imediatismo que existe, de modo geral, nas práticas turísticas na cidade, onde importa mais o que está sendo ganho no dia e não o que pode ser obtido à longo prazo. Diante disso, ter-se-ia em Florianópolis qualidade de vida, mas não qualidade de atendimento no “turismo” empresarial.

Na distribuição dos estabelecimentos de hospedagem por região da cidade, podemos perceber a concentração dos mesmos, nas regiões norte e leste da “Ilha”. Entretanto, boa parte dos importantes hotéis da cidade se localizam no centro de Florianópolis, atendendo a uma demanda de eventos e oferecimento de serviços a executivos. No caso de eventos, o CentroSul (Centro de Convenções de Florianópolis), localizado na Baía Sul, oferece espaço para convenções numa área de 451 m².

¹⁹⁸ Kuazaqui (2000) considera que há duas classificações para agência de turismo: a agência de viagens e turismo (operadoras) que são empresas turísticas que atuam como intermediárias e produtoras de todos os bens e serviços, desempenhando as funções de um atacadista, ou seja, compram passagens aéreas e estadias em determinada quantidade e as repassam às agências ou diretamente ao consumidor final; a agência de viagens que atua como varejista. Boyer (2003) considera que existem as chamadas operadoras que fabricam as viagens a preços fixos, enquanto as agências de viagem as vendem por meio de catálogos e apresentam opções para todos os públicos. Nesta pesquisa não investigo a atuação das agências de turismo que oferecem seus serviços também em hotéis e pousadas. O trabalho de Silveira (1996) aborda com profundidade as agências de ecoturismo e os serviços oferecidos nessa área.

Tabela 9 - ESTABELECIDAMENTOS DE HOSPEDAGEM, POR REGIÃO, NA CIDADE DE FLORIANÓPOLIS

	HOTÉIS	POUSADAS	CAMPINGS	ALBERGUES
Norte	58	88	06	01
Leste	07	48	03	-
Centro*	38	02	-	01
Sul	04	19	01	02

Obs.: * na região do centro estão incluídos os estabelecimentos do continente e bairros ao redor, como aqueles próximos à universidade.

Fonte: elaboração própria a partir de dados do site www.pmf.sc.gov.br/turismo, em março/2006.

5.5 A ATUAÇÃO DA SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO EM FLORIANÓPOLIS

A Secretaria de Turismo do Município de Florianópolis tem realizado planejamentos anuais no segundo semestre de cada ano a fim de compartilhar as realizações das diversas secretarias municipais e organizar a “temporada” seguinte, também ouvindo a população local. Entretanto, essas atividades são apenas ações pontuais, como relata o vereador Márcio de Souza:

[...] os setores que são potencializados economicamente pelo turismo pouco se conhecem na cidade, há uma ação desarticulada, cada setor busca efetivar os seus interesses e o setor público que poderia ser aquele que galvanizaria toda ou a maior parte da intervenção desses potenciais, não opera porque o planejamento não é seu forte. Tradicionalmente, eles se reúnem agora em outubro [...] para dizer qual vai ser o planejamento para o verão – vão lá pintar meia dúzia de praias, colocar um chuveiro, fazer um planejamento com o policiamento militar, renovar os anúncios publicitários, organizar a festa de reveillon, planejar Boi de Mamão e nesse embalo dizem que isso é o planejamento do turismo.

Assim, o vereador ressalta que a noção de cultura na cidade é a de evento, sem o envolvimento da população: “[...] nós temos só eventos – uma corrida, um show, esvaziado de significado. A grande festa de Florianópolis ainda é o Carnaval, por mais que os administradores não queiram reconhecer e neguem sistematicamente”. Além disso, o

orçamento para o “turismo” está muito aquém de permitir ações mais significativas. Na sua fala, ele se refere a uma lógica individualista perpassando essas práticas, uma vez que muitos investidores estão preocupados apenas com seus ganhos e dissimuladamente abandonam seus investimentos quando lhes convém, não importando os estragos realizados e torna-se difícil cobrar suas atitudes devido ao caráter passageiro com que estão na cidade ou porque deixam outras pessoas como responsáveis pelos empreendimentos.



Figura 28 - Portal turístico

Fonte: <http://www.ufsc.br/~esilva/FotosIlha>

A meu ver, o principal serviço de atuação da Secretaria de Turismo de Florianópolis é a recepção aos “turistas”. Entretanto, mesmo nesta área há dificuldades de organização¹⁹⁹. Os “guias” de turismo licenciados²⁰⁰ e os estagiários de cursos de turismo prestam atendimento no Portal Turístico da cidade, que se situa na cabeceira da Ponte Governador Pedro Ivo Campos e os serviços de informação turística da rodoviária, aeroporto, Largo da Alfândega (centro da cidade) e também nas praias de Canasvieiras e Joaquina no período de dezembro a março²⁰¹. No primeiro local os guias organizam-se em uma cooperativa e atendem principalmente ônibus e carros que ali param para pedir informações e contratar passeios²⁰².

¹⁹⁹ Na rodoviária, o posto de atendimento é administrado unicamente pela SETUR e prioriza o material sobre Florianópolis, quando poderia atuar conjuntamente com a SANTUR e distribuir material sobre o Estado. Neste posto, a funcionária mostrou-me uma pasta sobre ofertas de serviços na cidade que foi organizada por sua iniciativa, sem o apoio da Secretaria e a funcionária reclama da falta de materiais sobre “turismo” na cidade.

²⁰⁰ Indivíduos que têm licença para trabalhar como guias porque possuem um curso que os prepara para a atividade. Em Florianópolis, os “guias” referem-se a dois cursos, um oferecido pelo SENAC e outro pelo EMBRATUR.

²⁰¹ Na temporada, os postos funcionam no horário das 8 h às 19 h. Geralmente ficam dois funcionários, sendo um estagiário.

²⁰² Há cerca de duas “temporadas”, as excursões tinham que adquirir o “selo do visitante” com validade para uma semana na Ilha, o valor era de R\$ 60,00 para ônibus, e R\$ 30,00 para micro-ônibus e vans.

Nos locais de informação turística o atendimento é feito por funcionários da Secretaria e/ou estagiários de cursos de turismo que falam pelo menos inglês e espanhol, àqueles que procuram o serviço para busca de informações sobre locais de estadia, acesso a mapas da cidade, localização das praias, forma de acesso aos pontos turísticos:

Geralmente são informações todas em inglês, tem o mapa da cidade e eles procuram colocar um pouco de tudo da cidade: hotéis, restaurantes, pousadas, lugares para você conhecer, praias. Então, olhando o que está no book ele já vai saber mais ou menos um pouco da cidade e o outro pouco que falta a gente complementa com o nosso trabalho. (João, “guia” na rodoviária)

Na Via Expressa trabalham “guias” que têm como principal função mostrar a cidade para os turistas, uma vez que tem formação específica na área e estão apoiados pela infraestrutura fornecida pela Secretaria Municipal de Turismo:

Todos eles fizeram curso e tem o diploma. Nós temos a carteirinha e identificação de guia. Eu trabalho com a carteira e com o diploma na mão, mas a gente sempre mostra a identidade também para confirmar a assinatura porque hoje eu posso chegar para ti e dizer – Eu sou guia de turismo. Aí te mostro uma carteira que é só a minha foto que está ali em cima [...]. (Gelson, “guia” no Portal Turístico)

Os “guias” que trabalham na Via Expressa ou no Portal Turístico costumam atender principalmente duas situações: excursões do interior do Estado e carros de passeio: “Eu vou para a Via Expressa às 8 horas da manhã. [...] venho, volto para lá.[...]. Na Via Expressa eu atendo os turista na parte da manhã para passear” (Gelson, “guia” no Portal Turístico). Os guias que atendem as excursões que chegam à cidade de ônibus (a partir do final de outubro) têm um roteiro pré-determinado.

No caso do atendimento aos carros, os “guias” costumam “rodar a Ilha”, mostrando as inúmeras praias e localidades de acordo com o pedido dos turistas e também podem indicar alguma hospedagem. “Rodar a Ilha” significa mostrá-la de norte a sul, o que é geralmente num período do dia e com carro alugado se os “turistas” chegaram por outros meios, como afirma Gelson: “Quando eles vêm para passar o dia, saímos com carro particular, a gente tem um horário de 4 a 5 horas para ficar à disposição deles por um preço de cem reais”.

Nos casos de família ou grupos de amigos que viajam em conjunto, o guia costuma sair com uma caravana de carros: “[...] sempre, todo verão, saio com caravana de 8 carros, 6 carros, 10 carros. A maior caravana que eu saí foi com 12 carros, todos da mesma família” (Gelson, “guia” do Portal Turístico).

Para realizar o atendimento aos turistas os “guias” se organizam “por vez”, ou seja, cada guia atende uma família ou atende uma excursão. Havendo contratação, os “guias” também podem se deslocar até a cidade dos excursionistas e buscar os grupos, isso acontece devido aos inúmeros contatos que eles têm com empresas de ônibus. Neste caso, os “guias” buscam excursões em Blumenau, por exemplo, durante o período da Oktoberfest, ou seja, os grupos ficam hospedados lá e vêm a Florianópolis conhecer a cidade.

O atendimento às excursões coloca-os em contato com estrangeiros e o sair-se bem significa melhores gorjetas e comissões. Nas excursões com estrangeiros há, geralmente, serviço de tradução simultânea que é organizado pelo próprio hotel ou agência de viagem que pode ser percebido nesta fala de Gelson: “Tem excursão em que eles fazem uma pergunta em alemão, mas já está vindo em português para mim. Nessas a gente se sai bem”.

Além do atendimento de ônibus de excursões e carros, os guias também trabalham com os hotéis deixando seu número de telefone e eles os indicam aos turistas. Nesse caso, os “turistas” mais atendidos são aqueles que chegam à cidade de avião, em geral estrangeiros. Se o “guia” não domina a língua das pessoas que conduzirá, o hotel fornece um intérprete.

Outra situação que se coloca no caso de alguns “guias” que trabalham no Portal Turístico é o atendimento aos “turistas”, à noite, em pontos do centro da cidade, como no Clube 12 de agosto, na Avenida Hercílio Luz, onde os “guias” os encaminham principalmente para os hotéis da região. Eles não só hospedam o “turista”, como também estabelecem o contato para a realização de passeios durante o período de sua permanência em Florianópolis. A existência desses vários pontos e a ampla oferta de serviços por parte dos “guias” lhes confere uma forte mobilidade e acesso a informações em todas as partes da cidade. Em seus trabalhos pelas diferentes localidades encontram-se constantemente ao longo do dia no centro da cidade, numa praia ou restaurante e trocam informações sobre as hospedagens e demais serviços.

Em relação às excursões, há três roteiros propostos pelos “guias”– do centro da cidade até a Praia da Joaquina; do centro até Canasvieiras; a Ilha total. Os passeios mais comuns e mais praticados consistem no primeiro roteiro apresentado: um passeio pelo centro

de Florianópolis que inclui pontos turísticos como a Catedral, Praça XV de Novembro, casario histórico, Mercado Público, Ponte Hercílio Luz, Avenida Beira Mar Norte, Lagoa da Conceição e Praia da Joaquina.



Figura 29 - Localização, no centro da cidade, dos pontos turísticos.
 Fonte: Guia Flóripa

Gelson, nesta fala, apresenta o que chama de “detalhes” da cidade, descrevendo os principais locais da forma como os apresenta para os “turistas”:

Florianópolis, a Ilha da Magia, é conhecida também como a capital dos barriga verdes. Barriga verde porque em 1845 nós tivemos uma guerra com o Paraguai, a Guerra dos Farrapos, e a farda dos catarinenses e dos paraguaios era marrom, para não se confundirem um com o outro, os catarinenses usavam uma faixa verde para diferenciar as fardas, por esse motivo nós temos o apelido de barriga verde.

A ponte Hercílio Luz é de 1926. Na verdade ela tem 76 anos, é uma ponte norte-americana que foi trazida para o Brasil em 14/11/1922. Sua obra foi iniciada em 08/03/1924 e em 13/05/1926 foi inaugurada, após dois anos de construção. Aquela ponte tem 75 m de altura, 822 m de extensão e 39 m de largura. Foi construída três pontes no mundo daquele estilo, uma em São Francisco, na Califórnia, outra em São Vicente, interior de São Paulo e a ponte Hercílio Luz, mas a única que está em pé até hoje é a ponte Hercílio Luz. Ela é toda de ferro e aço, naquela época ela

custou para nós catarinenses 14 contos de réis que representa hoje 5 milhões de dólares. Então, para atravessar da ilha ao continente é só através das pontes porque antigamente passava-se de balsa, pagando um pedágio para atravessar. Se tu atravessasses com excesso de bagagem ou qualquer coisa era tudo pago na balsa.



Figura 30 - Ponte Hercílio Luz
Fonte: www.belasantacatarina.com.br

O Mercado público é de 1898, tem 100 anos. Foi construído com o material que eles usavam na época para fazer a maioria das construções - óleo de baleia, cal, barro vermelho e conchas do mar. Dessa mistura se fazia o cimento.



Figura 31 - Mercado Público Municipal I
Fonte: www.belasantacatarina.com.br



Figura 32 - Mercado Público Municipal II
Fonte: www.abbra.eng.br/fpolis3.htm

O Palácio do governo é de 1845. O Palácio Cruz e Sousa tem esse nome para homenagear o grande poeta catarinense.



Figura 33 - Palácio Cruz e Sousa
Fonte: www.belasantacatarina.com.br

A Praça XV, uma das praças principais de Florianópolis, acredito ser a maior praça da cidade. Nela tem os monumentos dos que foram líderes da Guerra do Paraguai; de Cruz e Sousa, que foi um grande poeta catarinense, Victor Meirelles que pintou o quadro da primeira missa rezada no Brasil e nasceu aqui em Florianópolis, inclusive tem até a rua Victor Meirelles com um museu também com o nome dele. Na Praça XV tem uma figueira, árvore que veio da Índia com três anos de idade, essa figueira tem hoje 185 anos. Ela está condenada pelas galhadas que são seguradas por ferros. Essa figueira tem uma lenda que diz que aquele que dá uma volta nela é para voltar à Florianópolis, quem dá duas voltas na figueira é para conseguir um namorado ou namorada e quem dá três voltas na figueira é para casar.



Figura 34 – Figueira da Praça XV
Fonte: www.abbra.eng.br/fpolis3.htm

A Catedral é a igreja matriz, é de 1675, ela tem 243 anos. Possui cinco sinos que, em espanhol, são conhecidos como campana. Esses sinos vieram da Alemanha em 1845, eles tem o peso de 3585 quilos no total. A igreja tem uma imagem que é toda esculpida em madeira, a imagem de Nossa Senhora do Desterro que veio da Áustria em 1902. Nossa Senhora do Desterro é a santa padroeira de Florianópolis.

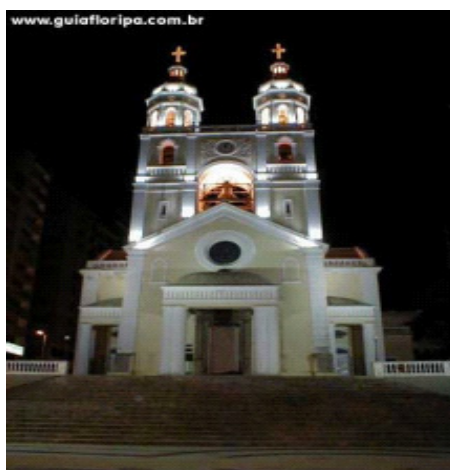


Figura 35 - Catedral Metropolitana
Fonte: Fotografada por Mário Costa Jr. em 2003

Outros locais inseridos no roteiro proposto pelos “guias” são a Lagoa da Conceição e a praia da Joaquina, que se situam no mesmo distrito, sendo que outros pontos podem ser incluídos no roteiro, conforme a disponibilidade de tempo da excursão.



Figura 36 - Praia da Joaquina
Fonte: www.abbra.eng.br/fpolis3.htm



Figura 37 - Lagoa da Conceição
Fonte: www.abbra.eng.br/fpolis3.htm

Esses locais estão incluídos no Guia Digital Florianópolis²⁰³, nos roteiros “Circuito Cultural I” que apresenta os “pontos de interesse no triângulo central da cidade” e o Circuito Cultural II” que apresenta os pontos ao longo da Ilha. No primeiro circuito, há um total de 64 pontos sugeridos para visita, já no segundo circuito são apresentados 28 locais. É interessante observar que o roteiro proposto pelos “guias” do Portal Turístico possui um número bastante reduzido de pontos a serem visitados. A região de interesse localiza-se na Praça XV de Novembro onde no entorno estão localizadas a Catedral, o Palácio Cruz e Sousa e bem próximo o Mercado Público. Como geralmente os “turistas” são levados para almoçar na Lagoa da Conceição, no caminho passam pela Ponte Hercílio Luz e após o almoço, vão até a praia da Joaquina, o roteiro é bastante restrito, assegurando apenas uma visão panorâmica da “Ilha”:

No Centro nós fazemos a Praça, a Catedral, o Museu, o Palácio, o calçadão, uma volta..., é uma meia horinha no centro para conhecer porque é tudo pertinho, tudo do lado um do outro. Depois do centro nós vamos ao Morro da Cruz que é, para mim, depois da ponte, o segundo cartão postal da cidade. Após, nós vamos na Lagoa da Conceição e Praia da Joaquina. (Gelson, “guia” no Portal Turístico)

Esse roteiro é feito para o “turista de passagem”, aquele que “veio apenas dar um passeio”, “para conhecer” e vai embora, diferente daquele “turista que se hospeda, fica dez dias, quinze dias, um mês ou até dois meses na cidade que seria a temporada toda”.

As excursões começam a freqüentar a cidade a partir do mês de outubro, antecedendo o calendário da chamada temporada. Neste período os “guias” também recebem excursões de Itajaí que trazem estrangeiros que estão viajando de barco. Além de um pagamento por guiar o passeio que fica em torno de R\$50,00, geralmente é feita uma caixinha onde os “turistas” dão sua colaboração espontânea para o “guia”:

O máximo de uma caixinha numa excursão é 90, 80 reais porque um dá cinco, outro dá dez, outro dá vinte, outro dá 2 reais, mas é uma caixinha que não é exigida, eles dão por espontânea vontade porque a empresa já paga o guia. Então, os passageiros mesmos às vezes tiram o teu boné e começam a passar. (Gelson, “guia” no Portal Turístico)

²⁰³ Edição 2003. Guia disponibilizado pela Prefeitura Municipal de Florianópolis em parceria com a Fundação Franklin Cascaes, através dos serviços técnicos do IPUF e ITIS Tecnologia (empresa responsável pelo

Apesar do valor recolhido na “caixinha” ser arrecadado para complementar a renda do “guia”, pode ser dividido também com o motorista (as) no sentido de “dar uma força para o motorista”, valores que ficam em torno de R\$ 10,00 a R\$ 20,00. Os “guias” enfatizam que “não tem obrigação nenhuma”, mas essa atitude faz com que os motoristas peguem o mesmo “guia” numa próxima excursão que estiverem conduzindo, dando “preferência” aos que trabalham na cidade em detrimento aos “guias de fora” que não conheceriam nada, além de serem pessoas estranhas.

Além de mostrar a cidade, o “guia” também “diz onde comer” e recebem comissão do restaurante que indicam para o grupo da excursão. Um negócio fechado num estabelecimento escolhido pelo “guia” lhe rende a refeição e bebida como cortesia, além de ganhar uma porcentagem de 10% “por conta da excursão”, ou seja, do total gasto pelo grupo. Para tanto, é o “guia” quem recolhe o dinheiro do grupo e vai realizar o pagamento. O que for recebido como comissão no restaurante deve ser ainda dividido pelo guia que geralmente vem com a excursão da cidade de origem do grupo, mas essa divisão nem sempre é equitativa, combinada entre as partes:

Se você é uma guia de primeira vinda aqui em Florianópolis, não está sabendo de nada, quem está sabendo mesmo é o guia da cidade. No restaurante, ele vai comer a comissão quieto, às vezes não dá para você porque você vai colocar o pessoal dentro do ônibus e não se apresenta quando eles vão somar na máquina a comissão. Se deu 100 reais ele vai dizer que deu 50 para dar 25 para você e sobra o resto para ele. (Jair, “guia” no centro da cidade)

Entretanto, os passeios não são vistos como a melhor forma de obter-se ganhos, pois demandam muito mais esforço do que a indicação de um hotel ou outros locais para aluguel, como pousadas e casas. Além disso, para conduzir uma excursão ou passeio, o “guia” obriga-se a sair de seu ponto de trabalho e no tempo em que consome com essas atividades deixa de fazer um número maior de negócios, especialmente na temporada:

Os guia do portal não fazem muita questão de sair com o turista. Quando eles saem com o turista com excursão de ônibus é porque eles estão duros. Eles são obrigados a sair porque estão desde de manhã e não saíram ainda. [...] Eles pegam esses

onibuzinhos porque está ruim. Estão levando por 50 reais, trinta, para ir na Joaquina, na Lagoa, para levar num restaurante. (Jair, “guia” no centro da cidade)

Não se restringindo a somente mostrar a cidade, os “guias” também oferecem aluguel de carros, motos, jet ski, bicicleta, assim como oferecem passeios de barco ou lancha, o que afirmam é que em “tudo se ganha” no sentido de que qualquer solicitação feita pelo turista pode converter-se numa possibilidade de ganhos.

Segundo um dos “guias” que trabalha no centro da cidade, os “guias” que ficam no Portal deveriam ocupar-se principalmente de mostrar a cidade para os turistas já que estão preparados para isso através de cursos que realizaram. Entretanto, estariam mais interessados em alugar casas, apartamentos, pousadas, indicar hotéis, etc., o que lhes rende mais financeiramente. Tal situação acontece principalmente na temporada quando há muitas pessoas na cidade e seria a melhor oportunidade de obter uma boa quantidade de dinheiro. Diante disso, os passeios com excursões são atividades que os interessa apenas na baixa temporada. Se na cidade esses são os profissionais capacitados para desenvolverem a atividade de guias turísticos, esta é colocada como secundária. Essa crítica é feita especialmente pelo fato que esses “guias” que não tiveram acesso a uma preparação para realizar seu trabalho, o que não é comum para a maioria deles:

Se o serviço deles é como guia, é trabalhar como guia, certo? Mas não, eles estão mais interessados como corretor de imóveis. Todo mundo tem que ganhar o seu pão, eu não sou contra isso, mas eles têm os crachazinhos, fizeram o cursinho para trabalhar como guia de turismo – mostrar a cidade, contar a história da figueira, falar da catedral, mostrar as casas. Eu acho que esse é o serviço de guia. Vai vê se eles fazem isso aí! Não fazem nada! (Jair, “guia” no centro da cidade).

Por outro lado, os próprios “guias” reconhecem a dificuldade de trabalhar com as excursões já que nem sempre todo o grupo está interessado em conhecer a cultura e história do lugar e geralmente enquanto o “guia” está apresentando os dados sobre os pontos turísticos, poucos dão atenção. Esse fato é utilizado para justificar o pouco interesse que lhes desperta a condução das excursões.

Outra situação colocada pelos “guias” é o papel de fiscalizarem a atuação de pessoas estranhas que não poderiam estar atendendo aos “turistas”, pois não fazem parte de nenhum

dos grupos de “guias”, mesmo dos não licenciados:

A gente sabe quem não é guia. Se eu vejo um cara, alguma pessoa guiando uma família, eu posso chegar, pedir licença para o turista, me apresentar, mostrar a carteira e explicar que aquela pessoa não é guia de turismo. Não vou dizer que a pessoa é ladra porque a gente não tem prova, mas a maioria das pessoas que faz isso mete a mão mesmo. (Gelson, “guia” no Portal Turístico)

5.6 OS TAXISTAS – “CARTÃO DE VISITAS” DA CIDADE

No Sindicato dos Condutores Autônomos conversei com Luís, um das pessoas que atende ao público. Luis trabalhou como taxista desde 1967 e na época dirigia um “Aeroólis” 1960. Fazia parte do ponto do centro, no Hospital de Caridade. Lembra-se que nessa época a cidade era pacata, as localidades do interior da “ilha” eram lugares ermos onde só havia a natureza e pouca exploração. Descreve as estradas para o interior da “Ilha” como horríveis, nas ruas calçadas o material usado era paralelepípedo e os carros batiam muito. Por volta de 1968, ele recorda que para fazer uma corrida para o aeroporto iam reclamando desde o momento em que saiam do ponto ou de outro lugar do centro da cidade. Era difícil subir os morros na época e os carros viviam danificados - frouxos, os pneus estouravam facilmente, tinham problema na suspensão por serem muito pesados, as lâmpadas não eram eficientes e só iluminavam embaixo delas mesmas - não “espalhavam luz”, como ele diz.

Em relação ao “turismo”, o entrevistado recorda-se do momento em que os argentinos começaram a vir para Florianópolis até torná-la a “república dos argentinos”, transformando-se também em “república dos gaúchos”. Luis acredita que a cidade foi mais divulgada a partir de Guga, pois começou a “vir gente de todo lugar” e denomina esse período como “era Guga”²⁰⁴. Dos argentinos o entrevistado não guarda boas recordações, pois para ele os “gringos” agiam de forma prepotente, achavam que as mulheres brasileiras estavam disponíveis, brigavam nos restaurantes porque não queriam pagar as contas, não respeitavam ninguém, agiam como se fosse uma terra de ninguém, sem lei. Também esnobavam muito

²⁰⁴ Tenista de renome internacional, Gustavo Kuerten, o “Guga”, passou a ser aclamado como um “manezinho” ilustre que divulgou Florianópolis pelo Brasil e pelo mundo.

com o dólar que valia quase 5 vezes mais que o dinheiro brasileiro.

Atualmente, os taxistas referem-se a eles mesmos como o “cartão de visitas da cidade”, o ponto de referências para prestar informações²⁰⁵. Atendem aos “turistas” principalmente no aeroporto, na rodoviária e quando estão no centro da cidade fazendo uma visitação, etc. Na “temporada”, quando há um número maior de pessoas na cidade, o táxi está inserido no contexto de transporte para a rodoviária, para o aeroporto, para os hotéis e nos passeios que são realizados para conhecer a Ilha. Há duas opções de passeios - “rodar” a “Ilha” toda que pode custar em torno de R\$150,00 ou visitar parte dela²⁰⁶. Essa visita fica a critério do cliente. Geralmente, o preço é tratado antes porque o cliente quer saber quanto vai pagar, pois, segundo Luis, os “turistas” teriam “medo do taxímetro”. A Lagoa da Conceição costuma ser um dos lugares indicados para almoço e janta.

Em relação à divulgação da “Ilha”, em tempos anteriores era fornecido um folder e um livreto com locais turísticos, eventos, restaurantes, hotéis que o taxista guardava no portafólio. O taxista também carregava folders de hotéis e empresas. Já houve casos em que hotéis financiaram recibos para os taxistas fornecerem aos clientes e incluíam neles sua propaganda. Em relação à formação dos profissionais, houve períodos em que para se cadastrar na Secretaria de Transportes, o taxista precisava passar por um curso. Para o entrevistado, embora o taxista seja “muito esperto” na área dele, ou seja, domine o mapa da cidade e os macetes de sua profissão, o poder público fornecia uma formação complementar. Os cursos para formação eram de inglês e espanhol básicos, relações humanas e turísticas, primeiros socorros. O que o sindicato dos taxistas considera como mais necessário é o curso de relações humanas, pois percebem que o taxista tem pouco preparo acerca disso e deveria haver continuidade na oferta de treinamento nessa área.

Em Florianópolis não há pontos de táxi nas praias, com exceção da Lagoa da Conceição, e no verão os carros deslocam-se em busca do serviço – “onde tem serviço eles estão”, há um remanejamento automático quando sentem o “cheiro do trabalho” nas localidades e podem ficar direto na praia, inclusive fazendo lá a troca de motorista. Geralmente, aqueles que moram nos balneários ficam nas suas localidades atendendo aos

²⁰⁵ Segundo Luis, na grande Florianópolis existem 450 táxis e em Florianópolis 258 táxis. Destes, 30 e 2 vans situam-se no aeroporto e 23 táxis na rodoviária. Entrevista realizada em 20/12/05.

²⁰⁶ Quanto às tarifas normais dos táxis em Florianópolis, há uma tarifa fixa para a bandeirada que custa R\$ 3,03. Na bandeira 1, o quilômetro rodado custa R\$ 1,61; na bandeira 2, cobrada a partir das 20 h, de segunda a sexta, a tarifa é de R\$ 1,93 por quilômetro rodado. A bandeira 2 também é cobrada aos sábados a partir das 18 h e nos domingos e feriados até às 6 horas da manhã do dia seguinte. Por hora parada é cobrada uma tarifa de R\$ 8,59. Atualmente, foi proibida a cobrança de taxa de retorno do aeroporto.

“turistas”. Fora da temporada fica inviável para o taxista manter-se nas “praias” pela falta de clientes. Um bom exemplo de deslocamento imediato para as praias é quando atraca um navio de cruzeiro no norte da “Ilha “ e pelos menos 4 vagas são disponibilizadas para os táxis. Nesse sentido, o uso do rádio-táxi é muito eficiente porque possibilita uma comunicação imediata. Na ocasião em que conversei com taxistas, pude ouvir o rádio-táxi e não só as informações sobre as corridas são passadas, qualquer informação que o taxista precise, como a localização de uma rua, de uma loja, etc. são comunicadas por rádio.

Os passageiros estrangeiros de língua inglesa normalmente já vêm com os pacotes e são transportados pelos ônibus, micro-ônibus e vans encaminhados pelos hotéis e o táxi é utilizado eventualmente. Os de língua espanhola tendem mais a utilizar o transporte público oferecido pela cidade.

As situações de conflito vividas pelos taxistas acontecem em relação aos taxistas de outros municípios e carros particulares que “fazem a vez de táxi”. A atuação de taxistas de cidades vizinhas, como São José e Palhoça, é proibida em Florianópolis, mas permanecendo por cerca de uma hora num ponto de táxi no interior dos bairros, logo se percebe o trânsito de taxistas de fora. Já houve momentos, segundo relato de Sindicato dos Taxistas que os próprios taxistas da cidade atacavam e mandavam embora esses invasores.

Igualmente conflituosa é a relação com os “guias” que trabalham na rodoviária e aeroporto. Essas brigas costumam acontecer porque os “guias” acabam utilizando seus próprios carros para transporte dos “turistas” e tentam fazer isso escondidos dos taxistas. Um dos “guias” entrevistados, João, ressalta que, atualmente, há um clima de cordialidade e respeito entre eles e os taxistas na rodoviária, mas normalmente é uma relação muito tensa e de competição e em outras ocasiões já houve “muita guerra e desavença”. O entrevistado alega o fato de que antigamente eles brigavam muito com os “guias” porque “queriam pegar tudo para eles”, mas não há como eles serem “os donos dos turistas, os donos da rodoviária”. João, que também eventualmente recebe “turistas” no aeroporto, relata que nesse local as disputas pelos “turistas” são mais intensas, devido ao maior número de taxistas.

Com relação aos carros de aluguel legalmente registrados, os taxistas não têm como se contraporem e acreditam que seus clientes são diferenciados, pois quem aluga um carro tem outro interesse e com o táxi não há uma relação de compromisso. Em geral, os taxistas preferem trabalhar sozinhos e, ao contrário dos “guias” que recebem a comissão por levar

alguém aos hotéis, pousadas, etc., o taxista tem que pagar a comissão, dar uma gorjeta para um recepcionista de hotel que o chame para pegar clientes. Essa é uma situação que os revolta e há aqueles que não se submetem a isso.

5.7 OS AMBULANTES NAS “PRAIAS”

Em praias como Canasvieiras inúmeras pessoas trabalham com bancas fixas para o aluguel de cadeiras, guarda-sóis, para venda de refrigerantes, cerveja, água, milho verde, suco de fruta, coco e caldo de cana, além do comércio ambulante com isopor para bebidas. Carmem, 57 anos, “nativa” da “Ilha” e moradora do Canto do Lamin, em Canasvieiras, contou-me que ela e sua família trabalham com o aluguel dos caiaques e cadeiras para os “turistas”²⁰⁷. Também um de seus filhos aluga os “banana boat” que são uma atração especial na praia, especialmente para as crianças. Além de sua família, outros moradores da localidade também realizam atividades semelhantes durante o verão, momento em que obtém junto a Prefeitura uma licença para ocupar um dos pontos de comércio nas praias. O encaminhamento dos documentos é feito em outubro e o licenciamento se dá a partir de 15 de dezembro até 15 de março. Também é possível pegar um alvará para a Páscoa.

Na temporada paga uma taxa de inscrição de R\$ 32,00, apresenta uma certidão negativa de débito que lhe custa R\$ 17,00, registra cada objeto por 3 meses, paga o alvará. Paga R\$ 6,00 por cada caiaque que coloca para aluguel, por cada cadeira R\$4,00, o caiaque custa R\$50,00 e o caiaque duplo R\$ 80,00. O pagamento desses valores pode ser parcelado. O preço do aluguel de uma cadeira para o dia inteiro é de R\$ 2,00 e o guarda sol R\$ 3,00. Se colocam objetos a mais são multados, como o caso do marido da filha dela que trabalhou na Daniela há dois anos, colocou 5 caiaques além do número, os fiscais levaram e ele teve que pagar igual valor da taxa para retirar. Para os que querem “pôr” caiaque, a exigência é que possuam micro empresa registrada.

Disse-me que da Rua das Flores até o Trapiche há 20 pontos de cadeiras, sendo que

²⁰⁷ Somente pessoas físicas podem participar dessa seleção e é permitida apenas uma inscrição por pessoa ou cônjuge, segundo a Secretaria Municipal de Administração de Florianópolis. As tendas colocadas em Jurerê Internacional são as únicas que seguem um padrão.

no verão 2002/2003 sortearam 8 pontos e, posteriormente, 12 pontos. Entretanto, relatou-me que o total de pontos chegou a 25 em Canasvieiras nesta temporada, pois mesmo as pessoas que não haviam sido sorteadas foram encaixadas e acabam alugando por qualquer preço, o que dificulta o trabalho devido ao número excessivo de “alugadores” e a constante confusão com os “turistas”, pois as cadeiras são colocadas na areia. Outro problema sério é o fato de “fechar a praia” quando uma pessoa pega 3 pontos, por exemplo, e só ocupa um, impedindo que os outros dois sejam ocupados. Cada ponto pode ocupar mais ou menos 50 metros, incluindo o intervalo. Isso mostra que há uma grande disputa pelo espaço, sendo pouca areia para dividir entre comerciantes e “turistas”, quem aluga coloca as cadeiras na areia e impede que os turistas ponham as suas próprias cadeiras. Carmen afirma que a prefeitura não consegue fiscalizar isso, às vezes passa contando o número de cadeiras, etc. Além disso, Carmem reclama das pessoas que não precisam desse trabalho, mas acabam colocando aluguel nos pontos, como é o caso de alguns vizinhos seus.

Carmem, no verão 2001/2002, obteve uma licença para trabalhar na Avenida Madre Vilac, uma das mais movimentadas no período de “temporada”, que, segundo ela, é um dos melhores pontos para este tipo de trabalho.

5.8 AS IMOBILIÁRIAS

Estes trabalhos, como podemos perceber, estão voltados para os interesses do mercado turístico e visam dar suporte a práticas desenvolvidas por grupos, o chamado “trade turístico” que consideram o “turismo” como “bom” e viável (JAFARI, 2001). Dentre este grupo temos os corretores de imóveis que atendem à demanda normal, durante todo o ano, como em qualquer outra cidade, e os serviços mais voltados para a atividade turística.

No Terminal Rodoviário Rita Maria há uma imobiliária ao lado da entrada dos passageiros que estão chegando na cidade que oferece “Informações de hospedagem, Aluguéis e Vendas – casas, apartamentos, terrenos e sítios. Compre e alugue com segurança”. Há uma placa em espanhol “Alquileres y ventas de casas e depts.”. Pelo menos quatro homens trabalham nela e estão constantemente se movimentando e conversando. Quando chega um grupo de “turistas” eles saem para a porta e os abordam oferecendo serviços,

disputando o espaço com os “guias” informais.

Antigamente, funcionava no espaço da imobiliária o posto de informação turística que, segundo os “guias”, seria o local mais apropriado já que fica próximo da entrada dos “turistas” ao chegarem na rodoviária. Há um grande conflito no sentido de que os corretores de imóveis não aceitam a atividade de aluguel que os “guias” realizam, para eles, o turista já começa a ser explorado desde a rodoviária e aeroporto, como locais de entrada na cidade. Entretanto, os “guias” relatam que atualmente as brigas são mais raras porque os corretores trabalham em conjunto com os primeiros, ou seja, utilizam os seus serviços e pagam uma comissão que é a mesma para os dois:

Eu já fiz negócio com um corretor imobiliário junto, eu e ele num carro com as pessoas todas ali, a gente levou o pessoal lá na praia, fez o negócio, a mesma coisa que eu ganhei o corretor ganhou, bom para o turista, bom para o proprietário, bom para o corretor, bom para mim, bom para todo mundo. (João, “guia” na rodoviária)

Trabalhar ou fazer negócio junto com os corretores é uma prática seguida em toda a Ilha. Muitas vezes os “guias” que circulam pelas localidades estão ligados a um corretor que pode ser responsável por fechar o negócio, evitando parte da ilegalidade cometida pelo “guia”. Segundo João, “a gente muitas vezes trabalha junto com eles, porque quem trabalha aqui na rodoviária já são pessoas que estão há muitos anos no trabalho. Se você perguntar para eles, eles vão dizer que nós atrapalhamos o trabalho deles, mas muitas vezes já fizeram negócio junto conosco, já ganharam dinheiro na mesma proporção que a gente ganhou, no mesmo trabalho”.

Adriano, atuando como proprietário de pousada e como corretor de imóveis reclama que pessoas de fora e mesmo aquelas que moram na comunidade cobram até 30% de comissão para alugar uma casa ou apartamento a um turista. Inconformado com tal situação, já fez denúncias ao CRECI, órgão responsável por estes serviços, mas como o órgão não tem “poder de polícia”, não conseguem tomar uma atitude mais drástica, o que acaba, na sua visão, prejudicando o “turismo”. O informante ressalta que o máximo que pode ser cobrado como comissão é 10% de um aluguel ou de uma venda de uma área rural e 5 a 6% na área urbana. Os que trabalham sem licença e ainda cobram além do que deveriam em alguns casos são punidos, mas Adriano acredita que:

Esses picaretas, ladrões, mulheres ladras que trabalham com aluguel em Florianópolis deveriam ser punidas pela justiça e não punidas da forma como eles são punidos. A punição deles é uma cesta básica. Tem gente aqui na Barra da Lagoa que já foi punido com uma cesta, duas ou três cestas básicas e continua pagando cesta básica e roubando do turista. É isso que irrita a gente como presidente e como corretor de imóveis da comunidade. A senhora acha que isso não afasta o turista?

Em algumas localidades da Ilha há um grande número de imobiliárias, como em Ingleses, Canasvieiras, Jurerê Internacional, já em localidades como Barra da Lagoa existe um número restrito e encontramos “nativos” trabalhando nelas. Dentre as imobiliárias, mesmo aquelas pertencentes aos próprios “nativos”, tem dificuldades no sentido de convencer os proprietários de casas a utilizarem seus serviços, pois têm receio de entregar as chaves de seu imóvel porque preferem controlar a forma como será alugado (número de pessoas, tipo de “turista”, etc.).

Dentre as questões levantadas neste capítulo, é importante frisar as diferenças entre o “turismo” doméstico e o “turismo” empresarial. Embora estejam presentes simultaneamente nas localidades da “Ilha”, há territórios onde uma dessas formas destaca-se como preferencial na oferta de serviços aos “turistas”. O “turismo” empresarial existe nos territórios planejados e mistos e apresenta formas planejadas de intervenção sobre o espaço. Dentre os empreendimentos do “turismo” empresarial, pode-se destacar duas formas de ocorrência: os bairros residenciais como Jurerê Internacional e Praia Brava que são guetos turísticos e os empreendimentos realizados nos territórios mistos, como hotéis, resorts, etc., que acabam por destoar das construções realizadas em seu entorno, caracterizando-se como ilhas dentro de outras situações de práticas turísticas, ambos direcionados a um público que detêm um alto capital econômico.

Na organização do “turismo” empresarial, a elite da cidade teve um papel fundamental uma vez que, além de deter o poder econômico, também direcionava a política, atuando desde os anos de 1960, na preparação da cidade para tornar-se uma capital turística. Nesse sentido, foram construídas vias de acesso ao interior das localidades, realizados os aterros das baías norte e sul, assim como a cidade foi aberta aos investimentos do capital financeiro que alterou bairros como Jurerê, desrespeitando a configuração natural dessas localidades, devido à ocupação de áreas de uso comunal à beira da praia, canalização de rio, ocupação de mangues, dunas, etc.

Para viabilizar a construção da Florianópolis turística, o empresariado local organizou uma série de instâncias de classe a fim de intervir no modo de condução das políticas públicas na cidade, especialmente aquelas voltadas para as práticas turísticas. Nesse sentido, o poder público apoiou o modo de implantação do “turismo” empresarial em Florianópolis, assim como aceitou que o capital econômico desse setor fosse utilizado na promoção e divulgação da cidade como turística por meio de campanhas publicitárias. O órgão oficial de organização do “turismo” em Florianópolis, a SETUR, atua contando com verbas insipientes e desenvolvendo atividades pontuais nas localidades e postos de informação, não direcionando seu trabalho no sentido de pensar qual seria a forma mais viável de desenvolvimento das práticas turísticas, discutindo um projeto para a cidade. Essa situação revela os interesses da administração pública e do legislativo do município que atuam no sentido de legitimar as demandas do “turismo” empresarial. Contrários a essa postura que enfatiza mais o capital econômico do que o capital social, os movimentos sociais articulam-se para intervir e frear os empreendimentos que ameaçam os recursos naturais da “Ilha”, como o caso da construção do Porto da Barra, na localidade da Barra da Lagoa, que poderia trazer conseqüências graves para a Lagoa da Conceição, assim como alterar substancialmente o modo de vida neste território típico com a promessa de inserir a população local na prestação de serviços aos “turistas”.

Por meio de uma atuação pontual e voltada para seus empreendimentos, o “turismo” empresarial acredita na vocação natural da cidade para as práticas turísticas, transformando-as na principal alternativa para a cidade em detrimento a outras possibilidades, como as atividades de pesca. A pesquisa mostrou-me que os “nativos” se apropriaram do negócio turístico, mediado por suas perspectivas culturais, viabilizando um modo de manter seu estilo de vida, embora muitos tenham saído dos espaços de uso tradicional. O “turismo” empresarial atua no sentido oposto, afastando os interesses que não tenham por fim o capital econômico. Mesmo assim, o modo de vida próprio dos “nativos” é utilizado nas campanhas publicitárias como uma forma de atrair os visitantes. O “turismo”, portanto, passou a fazer parte das localidades como resultado de uma modernização exógena que, junto com as características locais, cria novos espaços de interação social.

PARTE III

PARA ALÉM DO NEGÓCIO: QUANDO A RECIPROCIDADE GANHA LUGAR

Capítulo 6

Mediação Cultural e reciprocidade

6.1 ALGUMAS CONSIDERAÇÕES SOBRE A RECIPROCIDADE NA TEORIA ANTROPOLÓGICA

Na conclusão do *Ensaio sobre a Dádiva*, Mauss (1974) afirma que suas observações a respeito da dádiva nas sociedades arcaicas podem ser também consideradas para compreender as nossas sociedades, nas quais encontramos uma “[...] atmosfera de dádiva, de obrigação e de liberdade misturadas” (Ib.,p.163). O autor observa que, na nossa sociedade, além do valor venal, as coisas também possuem um valor sentimental, ou seja, as coisas não têm valor exclusivamente em termos de compra e venda. O que Mauss (1974) chama de costumes de outrora apareceriam em nossa sociedade pelo menos em certas épocas do ano ou ocasiões especiais. Há um regime social perpassando as instituições, o qual exprime o fato de que tudo é matéria de transmissão e retribuição. Os objetos, as pessoas, os serviços, etc., não são trocados apenas pelo que são como matéria, o que há é uma troca espiritual. Assim, a relação da pessoa com o objeto de troca sai de um plano físico e material, onde a idéia de valor não é a mesma que conhecemos, para um plano espiritual no qual encontramos o hau e o mana. O hau não deixa a coisa inerte e o mana refere-se ao poder dos homens e dos espíritos que lhes é conferido pelo fato de serem generosos. Assim, para que possa ser preservado o prestígio, o mana, é preciso dar e saber retribuir.

Em que pese as críticas feitas por Lévi-Strauss (1974) em sua Introdução ao *Ensaio sobre a dádiva* na qual afirma que Mauss teria tomado noções indígenas como o hau e mana como ponto de partida e não como uma possibilidade de conclusão, percebe a enorme riqueza da obra de Mauss e a utiliza como referência para escrever as *Estruturas Elementares do Parentesco*. Lévi-Strauss (1974) nos fala que possuímos certos bens aos quais damos um valor diferente (psicológico, estético, sensual) que são utilizados como dons recíprocos e não

como troca ou para consumo individual. Para o autor, a coisa trocada não é o mais importante, o principal é o ato da troca.

Lévi-Strauss (1974) considera que em nossa sociedade há grandes operações de troca, como a dos presentes no Natal que se constitui num gigantesco potlatch. Além dos presentes, trocam-se cartões, que mesmo não atingindo o valor dos cobres, são cuidadosamente escolhidos e por eles se pode pagar caro. O número de cartões recebidos (talvez possamos falar em e-mails hoje) mostra o prestígio, a riqueza das relações sociais do recebedor.

Lévi-Strauss (1982) ainda cita outros exemplos: o nosso *dar uma recepção* que, como no Alasca e na Oceania, significa que receber é dar. Assim, também refere-se a iguarias e bebidas raras e valiosas que as pessoas não se atrevem a comer ou beber sozinhas. A bebida, por exemplo, deve circular, mesmo que a pessoa esteja bebendo um líquido igual ao seu, pois constitui-se num bem social. Quando uma oferta dessas é aceita, autoriza a oferta da conversa e estabelece laços sociais, assim, “na troca há algo mais que coisas trocadas” (Ib., p.99). Entretanto, há uma distinção entre Lévi-Strauss e os seguidores de Mauss. Enquanto o primeiro pensa o jogo da reciprocidade a partir da troca como um elemento englobante, eliminando o tempo, o intervalo entre o receber e o retribuir, os seguidores de Mauss consideram os três aspectos da dádiva: dar, receber e retribuir. Contrariamente à proposta de Lévi-Strauss, Bourdieu (1996) considera que o tempo, representado no intervalo entre o dom e o contradom, o que implica também em incerteza, é um dos elementos essenciais na relação. Para este autor, é o intervalo entre o dom e o contradom que oculta a contradição entre a verdade vivida (ou desejada) do dom como ato generoso, gratuito e sem retribuição e a verdade que o modelo revela, aquela que faz do dom um momento de uma relação de troca transcendente aos atos singulares da troca.

Nos debates atuais sobre a reciprocidade, autores como Bourdieu (1996), Caillé (1998), Godbout (1999), Godelier (2001), seguidores de Mauss, mostram que na nossa sociedade a dádiva é extremamente importante também para a própria sobrevivência do mercado e do Estado. No seu texto *Dádiva, mercado e gratuidade*, Godbout (1999) afirma que a dádiva é o palco onde se encena o vínculo social mais livre que existe e através dessa troca se forma a coesão social sobre a qual repousa a macro coesão estatal e a micro coesão mercantil, sendo desses milhões de gestos cotidianos que se nutrem os sistemas estatais e mercantis.

Segundo Godbout (1999), há uma grande diferença na forma como o Estado, o

mercado e a dádiva funcionam. O Estado prima pela igualdade e a dádiva pela desigualdade ou desequilíbrio; o mercado, por outro lado, aposta na equivalência. O indivíduo moderno é, então, o homem livre que pode circular sem vínculos, mas com uma série de direitos, deveres e bens que deveriam ser garantidos pelo Estado através do contrato. O Estado tenta substituir parte dos serviços das redes de dádiva, mas sua racionalidade e burocracia operam numa lógica que muitas vezes não consegue se aproximar das relações de parentesco, de amizade e de vizinhança. É com o mercado que o Estado forma seu par, juntos tratam das relações entre estranhos, papel importante numa grande sociedade na qual somente o sistema da dádiva não seria suficiente.

A proposta de Godbout, em relação a esses três sistemas, é de que devem se interpenetrar e um alimentar ao outro. Indo mais longe, este autor afirma que o sistema da dádiva deve englobar o Estado e o mercado, pois “é o único que assume a incompletude do vínculo social, a liberdade não só fora do vínculo social, mas também dentro deste” (Ib., p.221). O sistema da dádiva seria o englobante porque a dádiva é mais potente ao incluir o vínculo no sistema.

Nesta linha de pensamento, Caillé (1998) propõe o paradigma da dádiva, contrapondo-o ao individualismo metodológico e ao holismo. Segundo o autor, o individualismo “parte da idéia de que as relações sociais podem e devem ser compreendidas como resultante do entrecruzamento dos cálculos efetuados pelos indivíduos”(Ib., p.13). Para Caillé (1998), o que as teorias sob o rótulo do individualismo têm em comum é o fato de se inspirarem numa visão simplista da figura do homo economicus. O holismo, por sua vez, designa a “oposição diametral em relação ao individualismo, decorrente da certeza de que há na totalidade considerada enquanto tal algo mais do que nas partes ou em sua soma, e de que a totalidade é historicamente, logicamente, cognitivamente e normativamente mais importante – hierarquicamente superior – do que os indivíduos que contém”(Ib., p.14).

Caillé (1998) também ressalta que o holismo desempenha um papel menos importante nas Ciências Sociais do que o individualismo metodológico e serve mais como referência do que como signo de convergência. Apesar disso, o holismo tem papel central nas Ciências Sociais, já que escolas como a culturalista, a funcionalista e a estruturalista a ele estão ligadas. Para este autor, os dois paradigmas são incapazes de pensar a dádiva e o político, pois o holismo, erroneamente, parte da idéia de que o laço social está dado de saída, sendo preexistente, ontologicamente, à ação dos sujeitos sociais. Tal perspectiva supõe que os sujeitos apenas aplicam um modelo e uma lei, o que significa que há submissão às prescrições

do ritual e cumprimento das tarefas para reprodução da ordem funcional e estrutural. Este indivíduo não pode agir.

O autor assinala que o individualismo metodológico supõe, ao contrário, que os indivíduos estão dados a priori, tornando-se incapazes de gerar um elo entre seus iguais. Enquanto o sujeito da ação apresentado pelo holismo é incapaz de dar, pois é controlado demais pelo exterior, submetendo-se ao seu destino, o sujeito do “individualismo metodológico é, ao mesmo tempo, livre demais e fechado demais em si mesmo para ser capaz de sair, agir e realmente se relacionar com as outras mônadas” (CAILLÉ, 1998, p.16). Há, ainda, uma outra via teórica – o interacionismo simbólico, mas o autor afirma que os teóricos que a utilizam ora recorrem ao individualismo, ora ao holismo, apesar de estarem fugindo dos erros dos dois paradigmas.

A alternativa proposta por Caillé (1998), o paradigma da dádiva, configura-se como um modelo intrinsecamente plural, pois a dádiva carrega em si o fato de ser ao mesmo tempo livre e obrigada, interessada e desinteressada. O paradigma da dádiva não propõe o fim do Estado ou do mercado, mas busca sua inserção na ordem política e social de modo a fazer um sentido global, pois essas duas instâncias não seriam estranhas à economia ou à sociedade da dádiva. Para o autor, os princípios encontrados na economia de mercado – o interesse e a liberdade e os princípios da economia pública – a obrigação e a igualdade estão presentes também no registro da dádiva.

Ao pensar sobre o retorno do dom na sociedade ocidental, Godelier (2001) afirma que o dom não pode desempenhar o mesmo papel em diversos lugares do mundo. O dom em nossa sociedade está “liberado de qualquer obrigação de produzir e reproduzir relações sociais fundamentais, comuns a todos os membros da sociedade (Ib.,p.314)”. Este autor ressalta que o dom está sendo solicitado de novo com o objetivo de auxiliar a resolver problemas da sociedade “[...] hoje, diante da amplidão dos problemas sociais e da incapacidade do mercado e do Estado de resolvê-los, o dom está em via de voltar a ser uma condição objetiva, socialmente necessária, da reprodução da sociedade” (GODELIER, 2001, p. 316). Porém, esse retorno, segundo o autor, diz respeito a um dom caritativo que teria como possível retribuição a gratidão²⁰⁸.

Godelier (2001), entretanto, restringe a presença do dom em nossa sociedade quando

²⁰⁸ Segundo Bourdieu (1996, p. 9) “Em semelhante universo, quem dá sabe que seu ato generoso tem todas as chances de ser reconhecido como tal [...] e de obter o reconhecimento (sob forma de contradom ou de gratidão) [...]”

fala no “retorno do dom”. O autor considera que, em nossa cultura, o dom continua a derivar de uma ética e de uma lógica que não são as do mercado e do lucro, antes se opõem e resistem a elas, porém, teria se tornado “objetivamente uma operação antes de mais nada subjetiva, pessoal, individual” (Ib., p. 34) e estaria encurralado na esfera da vida privada e das relações pessoais. Entendo que o dom não está encurralado, mas que esta é sua esfera de atuação, justamente porque não precisa de contrato e se manifesta de diversas formas em nossa sociedade, sendo uma delas o dom caritativo. Assim, poderia se falar não em retorno do dom, mas em um reconhecimento da existência de uma lógica que permeia o mercado e o Estado e que viabiliza a existência dessas formas no sentido proposto por Godbout (1998, 1999) e Caillé (1998). Tratando-o dessa maneira, as relações sociais podem ser vistas a partir de uma esfera que se caracteriza por laços de solidariedade onde o mais significativo é dar, receber, retribuir, dar aos deuses (santos, etc.), as quatro obrigações já vistas por Mauss (1974) e ressaltadas por Godelier (2001), as quais acredito que estiveram sempre presentes na sociedade ocidental, mesmo que não fazendo parte de um “common knowledge”, como nos fala Bourdieu (1996).

6.2 A CARACTERÍSTICA RELACIONAL DA SOCIEDADE BRASILEIRA

Numa perspectiva comparativa, Dumont (1985) analisa a gênese do individualismo na sociedade moderna contrapondo-a à sociedade indiana na qual os homens renunciem ao mundo para buscar a verdade, o progresso e o destino próprio. Como renunciante, o indivíduo indiano abandona a vida social, mostra-se, segundo o autor, como um “indivíduo-fora-do-mundo”, resultado de uma “relativização da vida”: “[...] se o indivíduo deve aparecer numa sociedade do tipo tradicional, holista, será em oposição à sociedade e como uma espécie de suplemento em relação a ela, ou seja, sob a forma de ‘indivíduo-fora-do-mundo’” (Ib., p.38) Na perspectiva de Dumont (1985), nós somos os “indivíduos-no-mundo”. O autor percebe que o “indivíduo-fora-do-mundo” esteve presente no início do cristianismo, mas esse indivíduo aos poucos foi se envolvendo com a ideologia moderna. Com o passar dos séculos, a emancipação da política e o surgimento do Estado, tomando o lugar da igreja, fez com que o individualismo ocupasse definitivamente seu lugar. O autor indica, portanto, a existência de

dois tipos de sociedade – a individualista, em que o indivíduo constitui um valor supremo; a holista, quando o valor encontra-se na sociedade como um todo²⁰⁹. Na sociedade brasileira, as características desses dois tipos de sociedades descritas por Dumont (1985) – a individualista e a holista estão presentes, compondo um quadro no qual transitamos como sujeitos sociais. A importância desta dualidade na sociedade brasileira é enfatizada por DaMatta (1997) que afirma a inconsistência de uma explicação em termos somente individuais, pois seria “tomar apenas um pedaço do sistema ou o indivíduo ocidental projetado nele como base”. Porém, este autor observa que no caso da Índia, os indivíduos são “englobados” pelas ideologias religiosas enquanto na sociedade brasileira esse englobamento acontece pelas ideologias político-culturais. Neste caso, nas análises das sociedades urbanas, não podemos considerar o individualismo como uma característica determinante do modo de vida nesses espaços. Wirth (1997), por exemplo, afirma que as cidades representam o moderno em nossa civilização, funcionando como centros de difusão de idéias e práticas orientadas pelo urbanismo, ou seja, um conjunto de elementos que caracterizam o modo de vida próprio do meio urbano. Além de Simmel (1967, 1997), Wirth (1997) também assinala o caráter eminentemente individualista e racional das grandes cidades. Esses autores afirmam que há uma diferença entre a vida metropolitana e a vida rural, pois enquanto esta baseia-se em relacionamentos profundamente sentidos e emocionais, na metrópole os homens agem com a cabeça, predominando a inteligência no sentido de uma racionalidade e uma ação voltada para o econômico – uma ação racional, como propõe Weber (1999). A respeito das características do “urbanismo como modo de vida”, Wirth (1997, p. 53) adverte que:

[...] a cidade se caracteriza mais por contatos secundários do que por contatos primários. Na cidade, os contatos podem ser face a face, mas, na verdade, continuam a ser impessoais, superficiais, transitórios e segmentares. A reserva, a indiferença e a postura fastidiosa que os habitantes urbanos manifestam nas suas relações podem considerar-se artifícios que os imunizam contra as exigências e expectativas pessoais dos outros.

Para Wirth (1997), o sujeito metropolitano é pragmático e persegue o quantitativo em detrimento do qualitativo e pessoal. Na caracterização que este autor faz do urbanismo, também sublinha a diferenciação entre rural e urbano, qualificando as cidades industriais

²⁰⁹ A palavra indivíduo, para o autor, teria um duplo sentido – o “sujeito empírico” que fala, pensa, tem vontades e está presente em todas as sociedades; o “ser moral” independente e autônomo, essencialmente não social, portadores dos valores supremos da ideologia moderna.

como o local por excelência dos contatos secundários, o que acaba por reduzir as possibilidades que a cidade oferece, pois a toma como uma potência social que pode, por si só, ocasionar inúmeros efeitos na vida social, seria a análise da cidade como uma variável independente (OLIVEN, 1982).

Velho e Machado (1977) afirmam que não é correto caracterizar os grupos urbanos como mais individualistas do que os rurais, nem relacionar impessoalidade a individualismo, ou seja, não existe, necessariamente, uma quebra de laços tradicionais no meio urbano. Esses autores afirmam que inúmeros trabalhos, como a “Utopia Urbana”, de Gilberto Velho, identificam a existência de uma forte solidariedade entre vizinhos numa cidade como o Rio de Janeiro, mostrando que a vida urbana não necessariamente conduz ao individualismo e à impessoalidade:

Diversos trabalhos têm mostrado que relações clientelísticas, de compadrio, de parentesco, não apenas caracterizam as zonas rurais, mas mantêm-se com todo vigor nas cidades. Ao mesmo tempo é difícil negar a orientação altamente individualista que caracteriza a visão do mundo tanto de grupos urbanos, quanto dos rurais. Ocorre que relações pessoais são usadas no sentido de tirar-se delas proveito próprio. (Ib.; p.74)

Portanto, há coexistência de estilos de vida, visões de mundo e práticas sociais no meio urbano que Velho e Machado (1977) caracterizam como próprio das sociedades moderno-contemporâneas “o fenômeno de *urbanização* da sociedade em termos de difusão de um estilo de vida ‘moderno’, individualista, que vai afetar todos os grupos sociais” (Ib.; p.78), mas essa influência será absorvida de diferentes formas.

Na sua análise da sociedade brasileira, DaMatta (1997) indica a existência de três lógicas que orientam as ações dos indivíduos: a lógica individual de cada um, a lógica da moralidade social que orienta a ação de todos e a lógica das relações que todos estabelecem entre si e com a ideologia como um todo, sendo que é a partir desta situação complexa que as sociedades dão ênfase às relações ou aos indivíduos. DaMatta (1997, p. 148) afirma veementemente o caráter relacional da sociedade brasileira a partir de uma cosmo visão que:

Acredita mais nas relações sociais do que nos indivíduos que lhes dão forma e vida. Isso não é simplesmente uma questão de relações diádicas, conforme gosta de situar a sociologia empiricista anglo-saxã, mas de elos morais que têm a capacidade ou o

poder de dobrar a vontade dos indivíduos, fazendo com que façam coisas que até mesmo abominam em nome da lealdade ou da fidelidade para com outra pessoa. [...] Somos, assim, obrigados a visitar pessoas, a comer comidas, a dar presentes, a assinar manifestos, a frequentar locais e até mesmo a casar, não porque individualmente queremos, mas porque há uma demanda relacional. É a relação que exige, não o indivíduo que deseja!

DaMatta (1997) explica essa particularidade do mundo social brasileiro trazendo a questão da diferença entre o mundo católico e o mundo protestante, desenvolvida por Weber (2001). O universo protestante, caracterizado por ser uno, coeso e coerente, fez com que as éticas múltiplas da casa, rua e outro mundo fossem substituídas por uma única visão de mundo que opera hegemonicamente. No mundo católico esse universo é múltiplo e segmentado, desta forma, essas três perspectivas englobam a sociedade como um todo e a relação atua como uma ética social, havendo “[...] não só espaços sociais diferenciados, mas também éticas e até mesmo temporalidades divergentes. De fato, há um tempo linear vigente na rua, um tempo cíclico vigente na casa e um tempo eterno do outro mundo” (Ib., p. 154). Para DaMatta (1997), no sistema brasileiro essas três perspectivas aparecem simultaneamente e a mediação e a relação são elementos básicos que permitem “integrar numa totalidade relativamente coesa esses espaços que dividem e complementarmente dão um sentido ao nosso mundo (Ib., p.154)”.

Um dos exemplos etnográficos que também mostra a especificidade da sociedade brasileira no sentido de que se organiza não apenas por meio das relações capitalistas, mas também por meio de “prestações agonísticas e hierárquicas”, é o trabalho de Lanna (1995) sobre troca e patronagem no nordeste do Brasil. O autor afirma que na estrutura do Estado as “pessoas – entidades privadas” também se constituem como “pessoa pública”, o que faz com que haja um processo de “re-alimentação mútua” nas instâncias de poder. Para o autor, uma ação baseada na hierarquia e reciprocidade, denominada por ele como “reciprocidade hierárquica” perpassa a organização das formas de trabalho (pesca, agricultura), das festividades, da religiosidade, compadrio e também da política praticada nas instâncias locais.

Em vista disso, na análise das práticas turísticas em Florianópolis, tomo como ponto de apoio a característica dual do sistema brasileiro que, por um lado, manifesta-se como um sistema legal, individualista e, de outro, por meio de um sistema de relações pessoais, um “capitalismo à brasileira”, como observa DaMatta (1997). Nesse quadro, observa-se a centralidade das relações também na realização dos negócios turísticos. Diria que o trânsito

entre esses dois sistemas é característico da atuação do mediador cultural que, ao dominar os códigos de diferentes lógicas, realiza um processo de tradução cultural, realimentando o próprio sistema e atualizando as formas de ser no mundo de “nativos”, “pessoal de fora” e “turistas”.

6.3 A DÁDIVA PERPASSANDO AS RELAÇÕES ENTRE MEDIADORES CULTURAIS E “TURISTAS”

No seu trabalho realizado numa localidade de Florianópolis, Motta (2002) assinala que antigamente a economia familiar dos “nativos” baseava-se na troca de bens entre as famílias que produziam para sua subsistência e o excedente era usado para adquirir produtos industrializados, etc.. Nessa forma de produção, a dádiva permitia a solidariedade entre as famílias. Também no caso da pesca as trocas continuaram desempenhando um papel importante, já que o processo de trabalho igualmente organiza-se na esfera doméstica, nuclear ou extensa ou no grupo de vizinhança (CÓRDOVA, 1986), assegurando inclusive a sobrevivência de alguns membros das localidades, como as viúvas e os impossibilitados de trabalhar que ganhavam o peixe para o sustento.

Motta (2002, p.129) constata que “ainda hoje esse troca-troca envolve os parentes e vizinhos (que freqüentemente são parentes - vizinhos)” e relata inúmeras situações de objetos que circulam por meio de empréstimos (alimentos, botijões de gás, ferramentas, eletrodomésticos, etc.), doações (roupas, móveis usados), pequenos agrados (quitutes, prova de algum prato) e serviços prestados que dependem da habilidade e disponibilidade de cada um em colocar isso no “circuito de reciprocidades”. A autora afirma que a “economia de trocas” constitui-se como um ponto central da cultura “nativa” e prevaleceria atualmente ao lado das relações capitalistas, não como sobrevivências, mas pelo fato de fazerem sentido para o grupo, o que faz com que a reciprocidade seja considerada como uma “boa chave para entender o grupo estudado”. Cabe enfatizar que, segundo a autora,

Há dádivas entre mulheres, entre grupos de parentes (famílias nucleares implicadas na troca) e há as trocas entre as gerações: terrenos que o pai dá em vida, cuidados

que as mulheres (algumas delas) dão para ascendentes idosos, móveis usados que as filhas (mais sensíveis à moda e padrões de consumo modernos) passam para as mães [...]. (Ib., p. 131).

Por outro lado, a investigação da “sociabilidade ilhoa” na tese de Lacerda (2003), acrescenta outros elementos para a análise da lógica da reciprocidade entre os “nativos” de Florianópolis. O autor afirma que a “sociabilidade do ilhéu” pode ser remetida à lógica da reciprocidade e da obrigação de dar, receber e retribuir que aparecem nas relações de jocosidade, rivalidade, cooperação, hierarquia e troca de dádivas e dívidas, assim como nas relações clientelistas:

[...] a jocosidade do ilhéu pode ser vista como dom agonístico das palavras e dos gestos, enquanto que a rivalidade admitiria a relação performática entre os “bons inimigos”. Os esquemas de mutualidade e cooperação implicados nas chamadas “sociedades” nativas, registrariam formas de dádiva-partilha em que a dívida aproxima-se do débito, seja com a festa, com o santo, ou mesmo com o vizinho. Ao mesmo tempo, as relações clientelistas – que traduzem a horizontalidade dos favores e a verticalidade das graças – poderiam visualizar o dom hierárquico, dom cuja dívida é estruturalmente desigual [...]. (Ib., p. 224)

Dando ênfase a momentos específicos da vida dos “nativos” não tratados por Motta (2002), como a pesca da tainha e, em especial, às agressões performáticas, ao período de eleições em que uma rede de interesses, favores e ajudas são acionadas ao longo de todo o processo, assim como nas relações clientelistas, Lacerda (2003) amplia a reflexão sobre a presença da dádiva nas relações entre os “nativos”, chamando a atenção para a dádiva-dívida que se fundamenta numa dívida constante não só entre os “nativos”, mas também nas esferas do poder em que figuras públicas mantêm relações clientelistas com a população. Na investigação sobre a sociabilidade do ilhéu, o autor considera que seu trabalho reabre o foco sobre o sagrado nas relações de dádiva-dívida no momento em que considera as “‘promessas’ dos ‘devotos’ ou ‘clientes’ como a operação de sentido fundamental das relações de troca entre os ilhéus” e ainda acrescenta que “[...] relações de dádiva-dívida, constituem prestações e contraprestações recriadas constantemente pelo endividamento dos atores-trocadores, pois é justamente a dívida que sustenta a continuidade do vínculo que se quer prezar” (Ib.,p.239). Lacerda (2003) considera a “dose de intencionalidade dos atores”, como mais significativa do que o “dispositivo estrutural da dádiva em si”:

O povo é devoto-cliente do santo e vai se encontrar com ele nas festas para ajustar as contas. O povo é cliente-devoto do político, mas é capaz de trocá-lo se este não retribuir sua devoção. A prática de o ilhéu xingar o seu santo, mostra, similarmente, esta possibilidade do credor das graças “dispensar”, mesmo que temporariamente o seu santo. É este o jogo das relações “clientelistas” que vimos entre os nativos da Ilha de Santa Catarina. O ato de fazer e pagar promessas constituiria, ele mesmo, a dádiva e a intenção que reveste o “fundamento sagrado da sociedade” de que fala Lanna. A promessa registraria o sentido das “relações clientelistas” entre o fiel pagador e seu santo, assim como entre o fiel cliente e seu credor. Do ato de sentido conferido às promessas, resultaria a eficácia simbólica de sua operação. (Ib.,p.240)

Embora Motta (2002) refira-se ao fato de que a população “nativa” estende a “economia de trocas” também para as relações de trabalho, tanto essa autora quanto Lacerda (2003) não tratam das relações entre “turistas” e população local no sentido de que o sistema da dádiva as permeia. Lacerda (2003) afirma que essas populações vivem, atualmente, o impacto da expansão urbana e demográfica da região e do turismo que traz mudanças significativas, como a balnearização de antigos núcleos de colonização açoriana. Para o autor, o “antigo estilo de vida ilhéu” localiza-se ao interior de Florianópolis e em pequenas localidades costeiras. Nessas localidades, o autor observa um modo de vida organizado por ciclos de trabalho e tradições culturais que se desenrolam de forma sazonal entre a terra e o mar. Sua etnografia, sem dúvida, traz um quadro vivo da forma como essas populações têm vivido ou reinventado suas tradições, porém percebo que como modelo de interpretação, o “quadro cronológico dos ciclos de trabalho e tradições culturais dos descendentes de açorianos em Santa Catarina”, não consegue dar conta das implicações de todas as mudanças que essas populações têm sofrido, que muito as aproxima das camadas populares, como observou Motta (2002), especialmente em relação às práticas turísticas²¹⁰. Essas práticas alteraram o uso dos espaços nas inúmeras localidades, levando os “nativos” a incorporarem no seu ciclo de trabalho e de relações a presença do “turista”.

Hoje as práticas turísticas são vistas como imprescindíveis em várias dessas localidades e têm sido, ao longo desses anos de relação com os “turistas”, uma forma de inserção dos “nativos” numa cultura global, pois se orgulham de receber pessoas de inúmeros

²¹⁰ Lacerda (2003) situa o mês de janeiro como o início da temporada turística, na qual os “nativos” envolvem-se na prestação de serviços nos balneários, comércio ambulante, pescaria de praia, casas de aluguel, passeio de baleeiras, venda de artesanato de renda, etc. e o mês de março é considerado pelo autor como o fim da temporada turística. Como observei no capítulo 1, a “temporada” inicia-se em torno do dia 20 de dezembro, tendo como um dos períodos de maior rendimento, o ano novo.

países, cada vez mais presentes nessas localidades, assim como de poderem se comunicar utilizando outras línguas, mesmo que de forma improvisada. Participam, na convivência com os “turistas”, de outros modos de vida e, neste caso, estendem aos visitantes as relações de reciprocidade que dão sentido às suas vidas. Um exemplo que me parece apropriado para falar do quanto as práticas turísticas estão presentes entre os “nativos” foi um fato que aconteceu na localidade de Ponta das Canas que teve sua antiga igreja destruída para dar lugar a uma maior para que os argentinos, durante a temporada, pudessem assistir às missas dentro do prédio e não do lado de fora, tendo inclusive contribuído para a nova construção que ficou conhecida como “igreja dos argentinos”. Portanto, não vejo as práticas turísticas como situações particulares, mas sim como recorrentes e cada vez mais presentes no modo de vida ilhéu porque surgem como uma possibilidade que está incluída nos ciclos de trabalho, caracterizando-se como uma safra na maioria das localidades e apontando para um alargamento de sua ocorrência ao longo do ano.

Na observação das relações sociais, no contexto dessas práticas, a mediação cultural tem o papel fundamental de integrar diferentes níveis culturais e oportuniza uma interação que vai além do simples negócio - mesmo as relações de trabalho são marcadas pela dádiva, o que Motta (2002) já observou em seu estudo sobre Paraíso, em Florianópolis. Enquanto no modelo mercante cada troca é completa - a lei da equivalência faz com que cada relação seja pontual e não comprometa o futuro, o sistema da dádiva tem a finalidade de estabelecer relações que vão além de atos unilaterais e descontínuos, ou seja, refere-se à totalidade da existência social (GODBOUT, 1999). Diferente do mercado, onde é o resultado que conta, no caso da dádiva o importante é o gesto, a maneira. Como tem horror ao equilíbrio e à equivalência, que significa sua morte, a dádiva só é equivalente de forma negativa, ou seja, pelo fato de que se retribui mais do que se recebe. Segundo Godbout (1999, p.208), “retribuir é completamente diferente do receber da troca mercantil. Este último é de natureza acumulativa, retencionista; troca-se para ter mais, para acumular. É o contrário de retribuir, é uma lógica diferente”.

Além disso, se a relação mercantil preza pelo valor de troca, excluindo o valor de uso, pois este não é quantificável e transforma o usuário em consumidor (GODBOUT, 1999), é no valor do vínculo que se expressa a atuação dos mediadores culturais. Quando observamos a interação construída pelo mediador cultural e o “turista”, podemos dizer que, além do negócio, existe a lógica da reciprocidade, da troca permeando essas relações, dando a tônica do modo de se fazer “turismo” em Florianópolis. É claro que o interesse é fazer o

negócio, obter um rendimento, mas aliado a isso, existe também o interesse em servir bem ao “turista”, oferecer-lhe diferentes oportunidades de integrar-se na vida social e cultural da cidade, assim como mantê-lo como cliente. Nesse sentido, podemos explicar a simultaneidade de interesses recorrendo a Schutz (1979), que afirma o seguinte:

Não existe para o ato, tal coisa como um interesse isolado. Os interesses têm, desde o começo, a característica de estarem inter-relacionados com outros interesses, dentro de um sistema. Segue-se daí que ações, motivações, fins e meios e, portanto, projetos e propósitos, são também apenas elementos entre outros elementos que formam um sistema. (Ib., p. 146)²¹¹.

Assim, percebe-se no trabalho de atendimento ao “turista” vários interesses que são perfeitamente conciliáveis e tidos como objetivos para alguns entrevistados, o que é expresso por João, “guia” na rodoviária:

Eu procuro conciliar as duas coisas - trabalhar com turismo, que é recepcionar o turismo, e ganhar dinheiro. [...] é a mesma coisa quando você vai fazer uma comida, [...] a comida vai ficar gostosa se você fizer com mais carinho. Eu acho que faço isso com amor e com carinho pela minha profissão, com as pessoas. O meu lema é fazer com que o turista se sinta bem, então, eu procuro unir o útil ao agradável. Além de os recepcionar e acompanhá-los porque, às vezes, eles não sabem o local que a gente está mandando, fica mais fácil então se você for de carro alugado, de táxi ou de ônibus junto com ele e deixá-lo no lugar certinho, o que vai ser mais garantido para ele e para mim também porque eu vou estar recebendo a minha comissão depois.

Esses interesses, segundo Pina Cabral e Bestard (1998) devem ser discutidos tendo em conta o fato de que dependem das formas de “identidade historicamente formuladas”. Tais autores afirmam que os interesses devem ser vistos como um campo de limitações que é constantemente alterado pelos agentes sociais, ou seja, “os agentes sociais são passíveis de se alterar consoante as condições que encontrarem – mais ainda, este potencial de automutação não pode ser percebido como unidirecional, pois todas as identificações auto definicionais são passíveis de reversão, desvio, bifurcação ou redução” (Ib., p.146). Na formulação dos autores, há uma crítica aos “pais da antropologia” que teriam reduzido o conceito de interesse

²¹¹ No Ensaio sobre a dádiva, Mauss (1974) fala sobre o interesse dizendo que a própria palavra é recente e originária da técnica contábil “interest”, latim que era usado nos livros contábeis, frente as rendas a receber. O autor associa a noção de interesse individual ao racionalismo e mercantilismo

ao interesse material, quando o mesmo pode nos fornecer um caminho para compreender a ação social como uma constante negociação do passado e do futuro.

Neste universo onde a relação tem um papel fundamental, as trocas aparecem como uma forma de estabelecer, manter laços e mesmo obter reconhecimento. A lógica da reciprocidade distancia-se da formalidade da lei e da troca direta de bens num sistema econômico, surgindo nas formas de sociabilidade e interação entre mediadores culturais e “turistas”. Segundo Caillé (1998, p.12):

Nenhuma sociedade humana poderia edificar-se exclusivamente sobre o registro do contrato e do utilitário, insistindo, ao contrário, em que a solidariedade indispensável a qualquer ordem social só pode surgir da subordinação dos interesses materiais a uma regra simbólica que os transcende, essa postura crítica já lança sobre os assuntos humanos uma luz singular e poderosa.

A mediação cultural, como um espaço de reciprocidade, permite que o mediador procure outros interesses além do interesse econômico, o que também evidencia uma pré-disposição para uma convivência de trocas, como neste relato em que João, “guia” na rodoviária, fala sobre a forma como realiza seu trabalho e, ao mesmo tempo, organiza “confraternizações” com os “turistas”:

[...] quando você alia o útil ao agradável, ele não vai se importar de gastar um pouquinho mais para passar um momento de alegria, até para comer, encher bem a barriga, acho que ninguém vai se negar a gastar um pouquinho mais. E dividido isso entre 6 ou 10 pessoas, no final vai ser quase a mesma coisa que você ir comer num restaurante dos mais econômicos que tem por aí na cidade. Então, não fica caro para eles fazerem esse tipo de confraternização que seria o nome mais apropriado.

6.4 A HOSPITALIDADE NA PRÁTICA TURÍSTICA: A DÁDIVA MEDIANDO AS RELAÇÕES

Nos tipos de hospedagem que encontramos em Florianópolis, como já relatei

anteriormente, há desde a casa simples de um “nativo” até um hotel que faz parte de uma cadeia internacional. Na tabela a seguir trago algumas características dos tipos de hospedagens mais comuns considerando os empreendimentos de baixo custo e os de elevado custo apresentados nos capítulos anteriores com o objetivo de explicitar os tipos de relação que estão envolvidas nesses empreendimentos:

Tabela 10 - TIPOS DE HOSPEDAGEM OFERECIDAS E CARACTERÍSTICAS DO ATENDIMENTO AOS TURISTAS

Tipo de prática turística	Hospedagem oferecida	Forma de contratação	Serviços oferecidos	Relação entre proprietário e “turista”
Turismo doméstico: empreendimentos de baixo custo ou em pequena escala (“Lugar”)	Casas, apartamentos, kitinetes, pousadas, campings,	Contrato verbal (na rua ou direto na propriedade) ou formal (quando realizado em imobiliária)	Hospedagem econômica, sem serviço de quarto e café da manhã (com exceção de algumas pousadas)	Contato direto Proximidade Baseada num alto capital social
Turismo empresarial: empreendimentos de elevado custo (“Não-lugar”)	Hotéis, resorts, pousadas, casas e apartamentos de alto padrão, apart hotel	Contrato formal ou verbal	Hospedagem de alto padrão, serviços de café da manhã e serviço de quarto (com exceção das casas e apartamentos), além de inúmeros atrativos de lazer e comércio	Contato indireto Impessoalidade Baseada num alto capital econômico

Fonte: Da própria autora, 2006.

Como se pode perceber neste quadro, na enorme oferta de imóveis existente em Florianópolis, quando maior um empreendimento, mais impessoal, dentro de normas técnicas e de qualificação profissional é seu atendimento, ao contrário dos pequenos empreendimentos em que o negócio pode ser tratado diretamente com o proprietário. Nesses dois extremos temos empresas preocupadas em atingir os requisitos para se tornar reconhecida no meio turístico, dando mais ênfase ao interesse utilitário, econômico do que a um atendimento mais informal e direto com os “turistas”. Se, como escreve Urry (1996, p. 64), “Os relacionamentos

do trabalho, na indústria do turismo, são culturalmente definidos de maneira significativa”, nos pequenos empreendimentos e especialmente naqueles dos “nativos” vemos uma relação bastante estreita entre eles e os “turistas”, por vezes intrusiva e indiscreta quando os “nativos” resolvem conhecer mais profundamente os hábitos de seus visitantes ou mesmo controlar seu comportamento.

Na caracterização desses “turismos”, é importante percebermos os elementos que são utilizados na construção e venda de um produto turístico. Nesse sentido, a hospitalidade²¹² é vista como uma qualidade que permite atrair “turistas” e mobiliza os recursos simbólicos na construção de um local como turístico. Embora seja uma característica desejada por quem escolhe um lugar para passar um determinado tempo, a hospitalidade é oferecida de acordo com certas necessidades e expectativas de quem recebe e como resultado da própria interação. Portanto, o fato de ser hospitaleiro não altera, por exemplo, a relação hierárquica existente entre população local e “turistas”, na qual geralmente este último detém uma posição de superioridade no jogo que pressupõe não só a manipulação por um e a sujeição pelo outro, mas inúmeras configurações culturais. Se, como já chamei atenção, o “capital turístico” é construído coletivamente, é a própria interação turística que inventa as formas de receber e ensina também como o “turista” deve se comportar, isso também implica que aquilo que estou oferecendo nem sempre é o que o “turista” esperava (PRISTA, 2004), especialmente quando um alto capital social está envolvido, como no caso das práticas turísticas em Florianópolis. Portanto, numa recepção mais informal, se oferece ao visitante aquilo que considero como o melhor, ou seja, procuro organizar uma casa onde “tem tudo”, mas isso é feito de acordo com os meus padrões de conforto, de decoração, etc. que podem, muitas vezes, ser criticados pelo “turista”, como em relação às comidas oferecidas nos restaurantes da cidade administrados por “nativos”, que são consideradas por paulistas e argentinos como sendo uma comida muito simples, sem grande variedade e atrativos, embora possa ter sido feita por uma das melhores cozinheiras do Canto da Lagoa, por exemplo.

Já nos empreendimentos de alto valor econômico, há um padrão definido anteriormente a respeito dos serviços a serem oferecidos, seguindo uma classificação internacional e nesse quadro um hotel estará qualificado de acordo com os serviços que vier a oferecer a seus clientes. Neste caso, tende-se muito mais a “comprar” hospitalidade, enquanto

²¹² Segundo Lang (2006), hospitalidade provém do latim *hospitalitate* que designa o ato de hospedar, hospedagem; a qualidade de hospedeiro e, por extensão, o acolhimento afetuoso. Hóspede provém do latim *hospes* e é a pessoa que se aloja temporariamente em casa alheia, visitante. Host é o hospedeiro, o generoso

na outra situação esta é negociada e vai depender do tipo de relação que conseguir estabelecer com quem está recebendo. Conseguindo aproximar-me positivamente de um proprietário que está alugando uma casa, certamente terei mais chances de que me ofereçam um almoço com peixe assado, que receba uma prova de algum quitute feito pela dona da casa e que diariamente possa conversar com eles.

Bernardi (2006) afirma que para Derrida²¹³ o estrangeiro, por não compartilhar a mesma linguagem, deve ser recebido com mais tolerância. Mesmo assim, hospedá-lo seria uma questão condicional, pois “depende de quem é, qual o seu nome, de onde vem”. Derrida contrapõe essa hospitalidade condicional a uma hospitalidade absoluta, incondicional ou hiperbólica em que recebo o outro sem mesmo saber seu nome e sem exigir reciprocidade. Para Derrida esses dois sistemas seriam contraditórios, mas inseparáveis. No contexto das práticas turísticas na “ilha” há certas condições que regulam a prática da hospitalidade, o que fica evidente no discurso dos donos de pousada, por exemplo, que fazem “entrevistas” para escolher os “turistas” que querem hospedar e, geralmente, optam pelas famílias, casais, moças. A hospitalidade, portanto, é muito bem regulada e impõe fronteiras entre eu e o outro indesejável, assim como é também importante como diferenciação cultural para o grupo que arroga para si a qualidade de bem receber aos estranhos, mas não qualquer estranho. Ele precisa ter afinidades, algo em comum com o seu anfitrião, do contrário, pode surgir uma situação de guerra.

No caso de se satisfazer com o atendimento recebido, nem sempre o “turista” consegue devolver na mesma moeda (muitas vezes dá presentes, manda fotos, oferece seu endereço e e-mail). Sabemos, entretanto que no universo da reciprocidade, aquele que dá alguma coisa sabe que os outros podem perceber seu gesto como generoso, bem como sabe da possibilidade do reconhecimento por meio de um contra dom ou da gratidão principalmente porque também os outros participantes dessa situação estão esperando a mesma coisa, como assinala (BOURDIEU, 1996). Mas no caso das práticas turísticas em Florianópolis, o maior retorno do mediador é quando o “turista” volta à cidade e o procura em seu espaço de trabalho ou hospedagem. Por outro lado, se isso não acontecer, o mediador sempre terá retorno de sua dedicação e hospitalidade por meio do reconhecimento de seus pares.

Assim, a hospitalidade passa pela atuação dos mediadores culturais que, ao lidarem

distribuidor de hospitalidade e guest, o hóspede, que vêm da mesma raiz – ghos-ti: estranho, hóspede, também anfitrião 8alguém com quem se mantêm obrigações recíprocas de hospitalidade.

²¹³ DERRIDA, J. **Dar la muerte**. Buenos Aires: Paidós, 2000.

com os recursos materiais que permitem às pessoas condições satisfatórias para *comer e dormir*, estão também as inserindo no contexto social da localidade. Os mediadores circulam entre os valores da dádiva ao mesmo tempo em que compartilham de valores capitalistas que prevalecem nas relações características das práticas turísticas. O sentimento compartilhado pelos mediadores pode ser relacionado a uma afirmação de Mauss (1974) quando fala das sociedades capitalistas: “O produtor na relação de troca sente [...] que troca mais do que um produto ou um tempo de trabalho, que ele dá algo de si, seu tempo, sua vida. Ele quer, portanto, ser recompensado, mesmo com moderação, por essa dádiva”. Dar seu tempo e sua vida numa relação de produção passa por não privilegiar o viés econômico como o mais importante, considerando que não é somente o contrato e o utilitário que movem a sociedade.

Bourdieu (1996) refere-se à economia do dom como contrária à economia toma lá, dá cá, pois há uma recusa ao econômico, à maximização do lucro e enfatiza a busca do capital simbólico:

Ela se organiza visando a acumulação do capital simbólico (como capital de reconhecimento, honra, nobreza, etc.), que se efetua, sobretudo, através da transmutação do capital econômico realizada pela alquimia das trocas simbólicas (trocas de dons, de palavras, de desafios e réplicas, de mulheres, etc.), e que só é acessível a agentes com disposições adaptadas à lógica do ‘desinteresse’ [...].

Assim, o autor ainda assinala que aquele que compartilha da lógica da economia dos bens simbólicos²¹⁴ age de forma generosa não como fruto de uma escolha livre, mas sim porque esta é a única coisa que lhe cabe fazer.

Um exemplo de relação que foge ao simples interesse econômico pode ser observado na fala de “Seu” Agostinho que se refere a uma certa camaradagem na sua relação com os “turistas”. Foi o período inicial dos aluguéis e era uma situação diferente da que hoje acontece na cidade, pois a atividade dos aluguéis não tinha a mesma dimensão e a relação com os “nativos” era bem mais próxima, dadas as circunstâncias, e os “turistas” acabavam integrando-se com as famílias. Nesse momento, os “nativos” costumavam sair de suas

²¹⁴ Bourdieu (1996, p. 9) considera que a economia dos bens simbólicos “se apóia, ao mesmo tempo, em estruturas objetivas específicas e em estruturas incorporadas, *disposições*, que essas estruturas pressupõem e produzem ao lhe oferecer suas condições de realização. Concretamente, isso significa que o dom como ato generoso só é possível para agentes sociais que adquiriram, em universos onde são esperadas, reconhecidas e recompensadas, disposições generosas adaptadas às estruturas objetivas de uma economia capaz de garantir-lhes

próprias casas ou estavam começando a construir as casas para aluguel. Neste caso, os “turistas” retribuíaam a hospitalidade integrando-se e convidando os donos das casas a participarem de suas refeições, festas, etc.:

A gente tem que tratar bem do turismo, eles querem ser bem tratados. Às vezes eles tomam uma cachaça, uma cerveja qualquer, vem meio tonto, mas quando eles chegam é sempre aquela paz, aquele amor da gente, o turismo fica satisfeito. Aonde está a paz, aonde está o amor, está tudo de bom e eu tinha amor para dar para eles, eu tinha paz para dar para eles, tinha boa conversa para dizer onde estava o peixe bom, as belezas do nosso Brasil que eu mostrava para eles. Então, o turista saía contente. Saía sempre com uma gratificação para mim. Eles vinham, moravam comigo aqui, armavam barraca. Uma vez veio uma turma de São Paulo, morou comigo aqui 40 e poucos dias e disseram – “Oh, Seu Zé, não me bota mais comida na mesa, Dona Ozima, não faz comida”. Quando eles foram embora perguntaram – “Seu Agostinho, quanto é que eu devo?” Eu disse – “Não, eu quero perguntar a vocês quanto é que eu devo porque eu já estou há dez dias com a barriga fora da fome, vocês estão me sustentando, dando caldo, tempero bom e tudo.

Nesse período eram comuns as saídas dos “nativos” para o “Rio Grande” com a finalidade de pescar, descritas em vários trabalhos sobre a Ilha (LAGO, 1983; RIAL, 1988; MALUF, 1993; CECCA, 1996; LACERDA, 2003) e citada, a seguir, por Seu Agostinho em relação ao seu filho. Este havia construído uma casa para seu futuro casamento, mas enquanto não a ocupava poderia ser alugada. Percebe-se também a improvisação que fazia parte dos arranjos para os aluguéis, além da dificuldade de colocar um preço:

Eles chegaram pedindo um rancho de madeira que tinha, aí eu disse – “Não, vocês vão morar naquela casa nova ali. – “Sim, a casa é do seu filho?” Eles perguntam - “Como é que o senhor pode alugar?” “Ele foi para o ‘Rio Grande’ para quando voltar arrumar uma namorada para casar” Naquele tempo a gente deixava a namorada esperando e era sempre enganada, então, quando voltasse, arrumava uma moça. Aí o João foi para lá, deixou a casa, eu aluguei para ele, colocamos o fio de luz que estava na parede, mas não tinha sido ligado e o rapaz morou 6 dias, 8 dias – “Seu Agostinho, quanto é que eu devo?” “Nada”. Naquele tempo não se alugava casa. Ele e a mulher olharam, pensaram. “Toma uma nota de 100 para o senhor”. Se eu fosse alugar alugava por menos da metade. Então, quer dizer, é a amizade, com o pouco que a gente fazia por eles.

A dádiva expressa-se numa série de favores, agrados, cuidados que os mediadores oferecem aos “turistas”. Há “guias”, por exemplo, que fazem algum prato especial para

recompensa (não apenas sob a forma de contradons) e reconhecimento, isto é, se cabe uma expressão na aparência tão redutora, um mercado”.

peessoas que atendem - um churrasco, uma caipirinha -, apresentam o “turista” no comércio local, o leva para um almoço em sua própria casa, para um jogo de futebol [...] Neste relato de João, “guia” na rodoviária, ele conta como tem ensinado “turistas” israelenses a fazerem e a tomarem caipirinha, introduzindo-os em algo que se atribui como uma bebida típica brasileira:

A caipirinha é uma bebida muito tradicional e as pessoas que viajam de outros países geralmente não conhecem, então a caipirinha serve como um ponto de referência porque a cerveja não tem como você fazer uma para o turista, já está feita, até porque cerveja eles também fazem e conhecem muito bem. A caipirinha é feita artesanalmente, a gente mesmo faz ali na hora e pode ensinar a pessoa a fazer. Eu, como tenho prática com bar, restaurante, se torna fácil comprar um litro de vodca ou até mesmo de cachaça, comprar o limão e ensiná-los a fazer a caipirinha e também a tomar, conversar junto, bater um papo, é legal, interessante. (...) eu comprei aquelas peças inteiras de contra filé e eu tenho acesso aos proprietários de casas e apartamentos que tem churrasqueira e tudo o mais, então é muito fácil - o churrasco só vai sal grosso e a carne. A carne e a bebida eles compravam e eu entrava com a mão de obra.

Por outro lado, João também relata que os israelenses ensinaram-no como fazer uma bebida consumida em sua terra e forneceram a ele uma carta o apresentando para outras pessoas, numa forma de retribuição por sua hospitalidade:

[...] os israelenses são pessoas bem divertidas, bem legais e a gente faz uma amizade que marca para a vida da gente porque é muito bom, faz muito bem conhecer as pessoas, culturas e costumes diferentes. Aprendi a fazer uma bebida israelense para o verão, que é feita com nescafé, leite gelado e gelo. Aprendi a falar algumas palavras em hebreu, recebi carta de recomendação escrita em hebreu para apresentar para os turistas quando descerem em Florianópolis. Isso é muito gratificante para quem trabalha com turismo.

Nesse sentido, Adriano, como proprietário de pousada e corretor de imóveis, também fala sobre o reconhecimento pelo seu trabalho que é o maior pagamento que pode receber: “Eu me orgulho, meu pagamento maior não é dinheiro, é a pessoa me procurar e eu dar amor, apoio. Eu os levo, mostro onde é que está o rio, o mar, a lagoa. Embarco no carro deles, levo no meu carro, gasto gasolina do meu carro. É assim...”. Para conseguir seus objetivos, há alguns procedimentos que garantem a boa relação com os turistas, ressaltados por João, no

seu trabalho na rodoviária:

[...] esse é sempre o meu pensamento, ser honesto com o turista e fazer o melhor para que ele tenha uma boa estadia em Florianópolis. Talvez, por isso, durante 13 anos de trabalho, não tenho problemas com proprietário de estabelecimento, nem com turista e comigo também nunca teve nenhum problema. Embora não profissionalizada, a nossa recepção é boa. A gente acompanha o turista, não o prejudica, a gente procura sempre trabalhar da forma mais honesta o possível. Acredito que eu e as pessoas que trabalham já há bastante tempo aqui procuram fazer mais ou menos a mesma coisa. De uma maneira geral, acho que não há muita reclamação, acho que existe mais gente contente do que descontente com o nosso trabalho.

Embora seja, como disse João, uma recepção “não profissionalizada”, ela atenderia as demandas dos “turistas” e às exigências que seriam cobradas de um profissional, desde que o “guia” não esteja somente preocupado com o dinheiro. Agir de forma profissional, neste caso, é tomar a situação no seu todo, sabendo que seu ato de receber o “turista” mostra como essa atividade é tratada na cidade:

[...] eu gostaria que todos vissem o turista de uma forma mais profissional e não só como dinheiro, ou seja, você pode ganhar seu dinheiro e fazer com que o turista fique bem também, acho que isso deveria ser uma preocupação das pessoas que vem para a rodoviária querer falar com o turista ou trabalhar com turismo. Todo mundo precisa ganhar dinheiro para sobreviver, mas que ele se preocupe mais com o turista. Isso ia ser muito bom para mim, para o turista e para a imagem de Florianópolis também.

Essa situação é igualmente relatada por donos de casa que se referem ao seu trabalho como uma atividade em que precisam dedicar-se, fazendo o possível para as pessoas sentirem-se bem a fim de que indiquem o local para outros “turistas”. Seu Alberto, por exemplo, além dos apartamentos para alugar, possui uma casa em seu terreno. Segundo ele, no último Natal alugou a casa e as próprias pessoas que a alugaram indicaram para outros e isso, segundo ele, mostra que gostaram do tratamento que receberam.

Este também é o caso de Luísa e Neto, ambos em torno de 40 anos, “nativos” e moradores da Barra da Lagoa. Ele é funcionário público da Prefeitura Municipal de Florianópolis e ela é dona de casa. Há 12 anos trabalham com “turismo” e começaram alugando sua própria casa, morando num “ranchinho” com oito pessoas da família, dividindo-

o com uma cortina. No ano seguinte conseguiram fazer uma “kitinete”, passaram a morar nela e fizeram outra até completar as sete “kitinetes” que possuem, além da casa em que hoje moram. Neto refere-se ao seu empreendimento como “umas coisinhas” que aluga, não como uma pousada. Considera que seu negócio é amador e simples, dentro da amizade: “amador, não é aquela coisa fria”. Este casal afirma que tentam conciliar o financeiro com um vínculo de amizade, mantendo uma relação íntima e amigável com os “turistas”. Relatam que muitos “inquilinos” entram para ficar somente ao longo do ano, mas quando chega a “temporada”, não conseguem pedir para que eles se retirem. Segundo eles, várias pessoas que foram passar um tempo acabaram morando por anos.

Outra situação relatada por essa família é o fato de que inúmeras vezes “turistas” ficaram dentro de sua própria casa usando os quartos dos filhos e a sala (citou caso de argentinos), uma vez que em certos períodos, como final de ano e Carnaval, todas as suas “kitinetes” estão alugadas e como também não há oferta de imóveis para alugar na “Barra”, eles acabam ficando com pena das pessoas e as colocam dentro de sua própria casa. Nesta situação não cobram nada, as pessoas tornam-se hóspedes deles. Citou um caso em que não quiseram dinheiro e mesmo assim os “turistas” o deixaram em cima de um móvel. Luísa disse-me que é muito bom quando os turistas ficam dentro da casa deles porque são divertidos, riem, conversam, cuidam e levam os filhos deles para a praia, pois ela diz que eles não são muito de praia e precisam estar em casa para atender às solicitações dos “inquilinos”. Os hóspedes, segundo eles, não pagam aluguel, mas costumam comprar bastante comida, fazem churrasco, etc. Neto ressalta que os recebe dentro de sua casa, mesmo correndo risco, pois muitas vezes não conhece as pessoas, mas sempre tiveram sorte, ninguém “aprontou” e eles fazem isso se colocando no lugar do turista: “imagina você chegando num país diferente, sem ter lugar para ficar [...]”. Salientam, enfim, que tentam fazer o melhor pelo “turista” e dar liberdade, ou seja, não ficam cuidando da vida do turista: “não controlam e não espiam”.

O casal afirma que geralmente estabelece uma relação de confiança com os “turistas” - muitos pagam os primeiros dias na entrada e depois acabam ficando mais dias. Neto afirma que não se sente à vontade para ir cobrar adiantado e deixa as pessoas pagarem na saída e faz isso mesmo quando os “guias” da rodoviária ficam cobrando dele a comissão. Com satisfação, Neto revela que até hoje não levou calote e contou a respeito de uma situação em que um “cara” (um gaúcho) ficou uns dias numa “kitinete” e na hora de sair não tinha dinheiro e pediu para fazer o pagamento depois. Ele até achou que iria perder o dinheiro (em torno de R\$ 90,00), mas o hóspede primeiro ligou dizendo que não se preocupassem que ele iria fazer o

pagamento. Dias depois apareceu na casa deles para pagar e perguntou ao Neto quanto devia e ele disse que não sabia, o rapaz quis pagar R\$ 100,00, então ele cobrou somente o valor devido.

Antônio, proprietário de pousada na Barra da Lagoa, também costuma permitir que os hóspedes paguem ou depositem na sua conta o valor da sua estadia depois do retorno às suas cidades. Ele acha que isso conquista os clientes e embora possa haver calote, vale a pena porque as pessoas sentem-se obrigadas a voltar em agradecimento. Este dono de pousada acredita que a forma diferenciada de tratamento traz novos clientes, uma vez que as pessoas ficam agradecidas e indicam o local de hospedagem para outros visitantes. Num de seus relatos fala sobre um atendimento que fez a duas moças que pararam num táxi em frente da sua pousada, posteriormente soube que eram aeromoças da empresa aérea Lufthansa. Essas moças estavam sendo agredidas por um taxista, ele viu e foi socorrê-las não permitindo que pagassem o que o motorista estava cobrando, mas o que seria, segundo ele, um valor justo que ele mesmo pagou para acertar com elas depois. Antônio afirma que as moças perceberam sua intenção de ajuda e acabaram ficando em sua pousada. No outro dia, elas estiveram na praia e mancharam o pé com piche e novamente ele as ajudou, tirando o piche de seus pés com óleo de cozinha. Mesmo com a dificuldade do idioma, elas expressaram sua gratidão, segundo Antônio, pela forma como foram recebidas, pelo abrigo e pelo carinho que lhes foi dispensado, o que resultou numa excelente forma de propaganda para a pousada: “Elas prometeram divulgar a pousada à nível de Europa e foi excelente, mandaram n pessoas através do cartão postal que tinha na pousada. Se fosse calcular, para ter o mesmo resultado, se gastaria em torno de 20 mil dólares e não gastamos absolutamente nada, além da tratativa com elegância e justeza”.

Dessa forma, o informante faz questão de ressaltar o prazer que sente em receber as pessoas, vendo a possibilidade do contato face a face como um dos principais objetivos de sua atividade e também o mais gratificante:

Aonde eu vi realmente um ponto de equilíbrio entre o custo-benefício, sopesando a coisa como um todo, foi no regime de pousada, não só visando o faturamento financeiro, mas a forma de trabalho e do benefício gratificante que ele te traz da relação humana, do contato corpo a corpo com as pessoas. Nós recebemos pessoas de bom astral que vieram para lazer, para turismo, não vieram para negócio, para atender um júri, para atender uma briga, para acertar com agiota, coisa desse plano. Eles vêm na busca e querendo diletantismo. Portanto, fica muito mais fácil receber e poder vender o produto quase que único ou carro chefe [...] que para mim é carinho, esse é o mais importante, muito mais que o físico, é carinho. [...] Com isso, fica uma marca efetiva para as pessoas e vai formando uma rede de clientes de fato

porque eles experimentam o recebimento que nós damos. (Antônio, proprietário de pousada na Barra da Lagoa)

Tratar bem ao turista é enfatizar o afetivo, aquilo que diferencia uma relação exclusivamente profissional de um atendimento que levaria em conta o “humano”, o desejo e as necessidades das pessoas. Antônio sublinha que nas relações entre as pessoas tem estado ausente o carinho, a atenção de uma conversa, ocasionando um vazio na vida dessas pessoas e esse vazio pode ser preenchido nesses momentos de descanso, desde que haja o que ele chama de complemento na hospedagem – a atenção, o cuidado para com as pessoas, uma “pitada de açúcar”. Uma das idéias expressas pelos mediadores é o fato de que um “turista” bem tratado influenciará outros a virem para Florianópolis e ele mesmo voltará. Alguns entrevistados acreditam que esse é o motivo que move, que faz o seu negócio fluir, o que pode ser percebido, de modo geral, no discurso dos “guias” e proprietários de pequenos empreendimentos, bem como na fala daqueles que estão ligados ao mercado formal que, em várias situações, demonstram um grande envolvimento com os “turistas” nos espaços de atendimento.

Essa forma de atuação dos mediadores pode ser relacionada ao que Motta (2002, p.134) afirma sobre a reciprocidade entre os “nativos” que se exprime pela troca, mas principalmente pela idéia de circulação, fluxo ou pelo termo “puxar”: “Impera, no pensamento nativo, a idéia de que as coisas vão e vêm, fluem, circulam e esse fluxo é movido pela relação entre as coisas e pessoas que (ambas) atraem ou *puxam* umas às outras” (Ib., p.134). Fazendo um paralelo com o contexto da prática turística, tratar bem ao “turista” faz com que ele volte, ou seja, ele é puxado para a “Ilha” em busca do que recebeu em outro momento.

Nesta fala de Rosana, 43 anos, natural de São Borja/RS²¹⁵, recepcionista num hotel em Ingleses e que também aluga casas de pessoas da família dos proprietários do mesmo, é ressaltado os inúmeros tipos de serviços prestados e a proximidade que ela acredita ser necessária no atendimento aos “turistas”. Igualmente fala que o bom atendimento forma uma

²¹⁵ Rosana é minha vizinha no bairro do Rio Vermelho. Há mais de 10 anos está em Florianópolis e trabalha como cozinheira no restaurante de uma família nativa de Ingleses que também tem um hotel e casas para aluguel. Na temporada 2003/2004 trabalhou como recepcionista do hotel. Geralmente ela e o marido vão morar no hotel para trabalhar ou passam o dia envolvidos nas atividades entre as hospedagens e o restaurante. Adalberto, seu marido, 39 anos, é pintor e faz também serviços para a família. Trabalham somente no período da “temporada” até a Páscoa. No último verão ela voltou para a cozinha do restaurante que é o que realmente gosta.

rede de clientes:

Os turistas pedem informação porque a maioria deles não conhece, então a gente atende, ensina, se for gente que tenha condições eu alugo um carro, eu boto na mão tudo que eles precisam, eu acho que é assim que tem que ser afinal de contas eles estão aqui e estão trazendo um benefício para a gente. Tratando eles bem estou segurando o meu trabalho e estou ganhando um amigo porque as pessoas ficam amigas da gente, a pior coisa é tu estares num lugar e seres maltratado, nunca mais eu vou voltar. E pelo contrário, ali todos os anos as mesmas pessoas voltam porque eles reservam também, em setembro, outubro eles já começam a reservar. Tem gente que nós recebemos as cinco, seis anos as mesmas famílias, voltam porque são bem tratados.

O prazer percebido na fala dos informantes mostra que o dar é acompanhado por um sentimento de satisfação que faz parte da dádiva e diria que sem esse sentimento o ato de dar perde seu sentido. Como assinala Godbout (1999), dádiva e prazer são duas faces de uma mesma moeda, o prazer da dádiva e a superação da experiência da perda que se traduz na situação de que quanto maior o prazer, menos a dádiva obriga, diferente do pensamento mercantil que retém justamente o que é perdido ou sacrificado na dádiva. Segundo Godbout (1999), na dádiva o prazer se constitui como um elemento essencial, principalmente no contexto atual no qual gestos deixam de ser feitos por dever e a noção de sacrifício deixa de ser constante. O prazer faz parte da noção atual de gratuidade da dádiva, assunto controverso, pois o pensamento mercantil afirma que “a dádiva é gratuita (se não, não é dádiva) e que a gratuidade é impossível nos fatos, que o recebedor sempre acabará tendo que pagar [...]” (Ib., p.203). A gratuidade, a partir da incorporação do prazer, passa por vários sentidos, como salienta Godbout (1999): gratuito significa sem valor de troca; sem valor de uso; sem fundamento e sem provas; livre, sem obrigação e sem exigência de retribuição; conserva um toque de graça. O autor afirma que os quatro primeiros sentidos vão de encontro à razão utilitária e o último está fora desse sistema. A possibilidade do não retorno seria inerente à dádiva, apesar da onipresença da gratuidade, porém “o retorno e a espera do retorno nem estão ausentes, nem são ignorados: mas não são explicitados” (Ib., p. 214).

No discurso dos pequenos empreendedores, outra forma encontrada para aproximar-se do “turista” é tentar conquistá-lo através de um tratamento especial, como se fosse alguém próximo (irmão, amigo, filho), o que significa estar disponível para qualquer solicitação ou necessidade dele:

O turista, quem é o turista? O turista é um ser humano igual a você, igual a mim. Sai da sua casa muitas vezes sem conhecer os nossos lugares e precisa ser tratado como gente. O que acontece é que não é tratado como gente, muitas vezes, em muitos lugares que vai. E por que eu digo isso? Porque ele vem aqui e é explorado. Eu trato os turistas de irmão para irmão, de amigo para amigo, de pai para filho. É assim que eu sou, [...] eu não olho o turista como turista simplesmente, não trato turismo como turismo. (Adriano, proprietário de pousada na Barra da Lagoa)

De outra forma, associam, muitas vezes, o “bom” comportamento dos turistas que se hospedam nas casas, pousadas, como resultado de serem bem recebidas e bem tratadas: “Nós já colocamos seis, oito rapazes. Eu até falo para a Marina que porque a gente trata bem as pessoas, mesmo que a pessoa queira fazer alguma coisa, ela não faz em consideração. Pode até ser por isso que a gente ouve uma porção de reclamação”. (Alberto, proprietário de pousada na Barra da Lagoa).

No caso dos “guias”, além de prestarem os serviços para os quais comumente são solicitados, acabam por estar disponíveis para dar informações para as pessoas que chegam, por exemplo, na rodoviária, pois muitas vezes o setor de informações turísticas está fechado e os “turistas” buscam a ajuda deles:

[...] durante esses 13 anos de trabalho não digo que eu estou ali só para ganhar dinheiro, muitas informações turísticas eu dou e não cobro nada. A informação turística é de graça, então, muitas vezes o posto de informação turística está fechado e o turista vai chegar, vou recepcioná-lo e só porque ele quer um mapa eu vou virar as costas para ele, claro que não. Se eu tiver o mapa disponível para dar para ele vou dar com prazer, com alegria de estar atendendo bem o turista. (João, “guia” na rodoviária)

Para Piauí, vendedor ambulante de castanha de caju que trabalha na praia no verão, faz parte de sua atividade, além de oferecer o produto, prestar informações que lhe são solicitadas e mesmo acompanhar as pessoas: “Eles me pedem informação, se eu souber eu dou. Já tenho levado cliente em lugar que eles querem saber onde é, eles me pedem para acompanhá-los, eu vou, eu indico. Se eu não sei, dou a dica de quem eles devem procurar”. Após a temporada, Piauí continua no centro de Florianópolis no restante do ano e encontrando os clientes. Sente-se satisfeito pelo fato dos “turistas” tirarem foto com ele, filmarem, além de relatar que já recebeu convite para ir para o Uruguai, para a Argentina, para vários países do

Mercosul.

João também fala sobre o tipo de relacionamento cordial que sempre manteve tanto com as famílias quanto com os jovens: “[...] talvez a simpatia ou até o jeito de se expressar e a honestidade fazia com que eu me aproximasse tanto das famílias quanto dos jovens, tinha amizade com todos eles e facilidade para conversar, para hospedar e para recepcionar”. Pelo fato de colocar-se à disposição das pessoas que atende, João considera que isso o faz envolver-se além do que deveria com os “turistas”:

De uma certa forma, me envolvo com eles até mais do que eu deveria me envolver porque nesse verão passado, por exemplo, na temporada de 2003, mais de uma vez eu estive na Barra da Lagoa fazendo churrasco com israelenses, meninas e rapazes. Eu combinava com eles direitinho, a gente comprava carne no mercado porque o israelense nem sabia o que era churrasco, coisa que a gente aprende a fazer até em casa. Então, eu me misturava lá com eles, tomava alguma coisa, fazia um churrasco, assim me divertia e trabalhava ao mesmo tempo.

Isso é uma situação comum também com os donos de casas e pousadas que estão próximos dos “turistas” durante todo o tempo e se colocam à disposição para qualquer eventualidade, como podemos perceber no relato de Adriano:

Cada turista que vem aqui recebe o meu cartão e o meu celular fica ligado 24 horas por dia. Se por acaso tiver algum problema com a polícia que pode estranhar esses amigos da gente, se eles furarem um pneu de carro em outra parte da ilha eu dou socorro a eles. Se tiverem uma dor de barriga eu levo na farmácia, eu levo no médico, eu socorro, eu sou o irmão, o pai, como se fosse um médico. O turista tem que ser respeitado, é totalmente desrespeitado em Florianópolis, é o meu ponto de vista.

Nestes outros relatos, também realizados por donos de pousada, observamos situação semelhante:

A gente presta exatamente todos os serviços que eles buscarem – passeios de barco, translados, alguma necessidade de remédio, alguma outra premência, cercá-los de forma que eles tenham toda a facilidade ao se depararem com dificuldades por serem estranhos naquela localidade, a gente arrefece essas dificuldades de quem está em terras longínquas. (Antônio, proprietário de pousada na Barra da Lagoa)

Tanto faz argentino como brasileiro, eu tenho o carro e eu falo mesmo para eles, esses que vem de ônibus ou vem de avião – “Qualquer coisa não tem hora da noite de bater na nossa porta”, porque a gente está aí para levar eles para o hospital, levar para o médico, para dar a assistência que for necessária. (Alberto, proprietário de pousada na Barra da Lagoa)

Também “Dona” Áurea fala sobre a necessidade de atender bem aos turistas e pensa que as pessoas que os tratam com grosseria quando vão alugar alguma coisa perdem clientes. Sua principal estratégia é conversar com os possíveis “inquilinos”, mostrar as casas e deixá-los à vontade para decidir se alugam ou não. Em momentos especiais faz alguma confraternização com os “turistas” e serve “um peixe” para aqueles que não sabem fazer.

Nesse tipo de relação, o “turista” é ouvido, suas necessidades e desejos têm um papel importante também para quem o recebe. É claro que o mediador vai primeiro tentar colocar aquilo que lhe convém, mas parte-se do pressuposto de uma negociação em que o primeiro somente ficará satisfeito quando conseguir entrar em acordo com o “turista”. Além disso, é uma atividade que utiliza inúmeros serviços, o que, na visão dos “guias”, implicaria em cada um realizar o seu papel:

Você tem que estar disposto a ajudar o turista, não é só pensar em ganhar dinheiro. Se você pensar só em ganhar dinheiro você o leva ao local e quase o obriga a se hospedar num lugar que de repente ele não vai se sentir bem. Então, se você trabalhar de uma forma mais profissional, você vai pensar mais nele porque se você não tiver turista, não tem trabalho. Acho que todos deveriam pensar em ter mais turistas, quanto mais turistas a gente tiver em Florianópolis vai ser melhor para todo mundo - desde aquele que vende o picolé lá na praia quanto o proprietário de um hotel mais luxuoso. (João, “guia” na rodoviária)

Os mediadores sentem-se retribuídos quando os turistas lhes oferecem um presente:

Eu já ganhei muito presente. O presente que eles mais dão para a gente é foto, eles batem a foto da gente e depois mandam pelo correio para guardar de recordação. Muitos turistas às vezes até deixam o telefone. Eu dou o meu cartão e, se eles gostaram de ti, na outra temporada – um mês, dois meses antes, eles te ligam – “Ah, reserva uma casa para mim, um apartamento, que eu estou indo para aí de novo e já estou indo com outra família”. [...] eu já saí com uma caravana de 12 carros da mesma família – de tu parar um carro assim e parar um atrás do outro. (Gelson, “guia” no centro da cidade)

Ou recebem um convite para ir morar e trabalhar no local de origem do visitante, o que traduzem por uma relação de amizade:

Muitas amizades, tanto é que muitos turistas já me ofereceram emprego em outras cidades, como SP, Rio, Bahia, Recife, no Mato Grosso. Se eu quisesse trabalhar em fazenda hoje podia até ser um fazendeiro. [...] A maioria dos turistas te convidam para sentar-se à mesa com eles, depois de tu pega amizade parece que tu é da família. Porque depois de pegar aquela amizade com o pessoal, começa a contar umas piadas [...]. (Gelson, “guia” no centro da cidade)

Para Brumana (1983) o intercâmbio de presentes é um mecanismo cujo objetivo é a criação e/ou fortalecimento dos vínculos sociais ou, segundo Valeri (2001, p. 184), “o universo das permutas não é separado daquele dos símbolos e da comunicação”. Assim, como Lanna (2000, p. 178) observou, “trocar é mesclar almas, permitindo a comunicação entre os homens, a intersubjetividade, a sociabilidade [...]”. Sendo a troca um fato social total, os objetos nela envolvidos são canais pelos quais as relações sociais acontecem.

A retribuição também é dada quando o próprio turista expressa seu agradecimento pelo modo como é tratado no lugar onde está hospedado e na localidade, como é o caso de Nora, “turista” proveniente de São Paulo que considerou sua estadia em Florianópolis ótima:

Conversam, dão informação, eu já fui até perguntar como é casa aqui. Um rapaz outro dia de manhã do mercado me explicou como é, onde é mais barato, ficou uma hora conversando comigo. Acho que as pessoas são bem receptivas e eu te falei que é diferente daquele turismo que tem um interesse imediato, não é uma coisa espontânea. Aqui não, você não está indo comprar nada naquele momento e a pessoa está parando, está conversando, está te explicando. Lógico que existe um interesse comercial, em todo mundo tem esse interesse comercial, mas é diferente, aqui eu acho que tem mais calor humano. [...] Eu até brinquei – Rio de Janeiro eu acho uma cidade linda com todos os problemas que tem. Aqui, consegue ser mais bonita, tem um conjunto, estou apaixonada – eu sou que nem gato, morro de saudade da minha casa! Pergunta se eu estou morrendo de saudade da minha casa. Não estou. Vou voltar porque tenho que trabalhar. Estou muito bem aqui.

Este capítulo teve como objetivo descrever como a lógica da dádiva está presente na interação entre “turistas” e mediadores culturais. Nesse primeiro momento, enfatizo o que pode ser chamado de dádiva positiva. A lógica da dádiva, presente nas interações nas práticas

turísticas perpassa o domínio do mercado e atua muitas vezes silenciosamente, nos pequenos gestos cotidianos de fornecer uma informação com simpatia, emprestar um objeto, fazer um agrado, oferecer um presente. Essas manifestações nos mostram como Mauss (1974), indica que há um valor sentimental, espiritual nas coisas que circulam. As três instâncias da dádiva propostas por este autor – dar, receber, retribuir, nem sempre fecham seu ciclo nas interações no contexto do “turismo”. A situação de dívida criada pelos mediadores pode ter sua retribuição numa outra “temporada” ou pela indicação da Ilha e do mediador a outras pessoas. Esse intervalo entre o dom e o contradom é revertido no prazer de receber os visitantes, no próprio reconhecimento pelos colegas de trabalho da criatividade e dedicação de quem se esmera no atendimento. Além disso, na atuação dos mediadores culturais vários interesses estão envolvidos, como os interesses econômicos, mas de forma alguma são conflitantes.

Autores contemporâneos trazidos para o debate, Caillé (1998) e Godbout (1999), assinalam a importância da dádiva em nossa sociedade. Godbout (1999) demonstra que o sistema da dádiva atua de forma “invisível” e constitui o sistema das relações propriamente sociais que envolvem o mercado e o Estado, o que faz com que nenhum ser humano possa agir exclusivamente pelos interesses econômicos e de poder. Transpondo essa afirmação para as práticas turísticas em Florianópolis, vemos que o sistema da dádiva penetra as estruturas do mercado e do Estado e cria os vínculos sociais. E aqui podemos fazer referência às reflexões de Caillé (1998) que indica o paradigma da dádiva como uma forma de pensar a sociedade em rede, em contraposição à sociedade vista por um eixo vertical pelo holismo e individualismo e a visão horizontal do interacionismo. A aposta na dádiva e na confiança, segundo o autor, possibilita a formação de redes que nada mais são do que alianças. Seguindo a idéia do autor, no mercado turístico, o que levaria à concretização de um negócio não seria “a abstrata lei econômica da oferta e da procura, mas a cadeia de (inter) dependências e relações de confiança de que são feitas as redes” (Ib., p.18).

Vimos, também, que na característica relacional da sociedade brasileira, segundo DaMatta (1997), há uma visão múltipla do mundo, na qual podemos transitar entre três posições fundamentais - a casa, a rua e o outro mundo, que não são apenas divisões espaciais, pois referem-se a esferas de ação e significado social que remetem a uma cosmologia. Cada uma dessas posições tem sua lógica própria que se manifesta num dinamismo de segmentações e exclusões, sendo que, em certas ocasiões, cada uma delas pode englobar as demais, submetendo o sistema à sua lógica.

Se, como observei anteriormente, elementos como a hospitalidade são acionados nas

práticas turísticas como uma forma de reciprocidade, parece-me que entre os “nativos”, ela está presente além disso, ou seja, seu mundo está marcado pelos ciclos de reciprocidade, pois a “lógica da casa”, com seu tempo cíclico, engloba as outras instâncias. O tempo linear vigente na rua tenta impor sua própria lógica que aposta na individualização, na padronização dos serviços se pensarmos em termos de práticas turísticas. A “lógica da casa” que se manifesta nas relações entre parentes e vizinhos é acionada também nas relações com os “turistas”, o que implica que o negócio turístico em pequena escala está imbuído por manifestações nesse sentido. Com isso, não descarto a “lógica da rua” que cria uma tensão entre essas duas formas de ação. No “turismo” doméstico, portanto, há preponderância da “lógica da casa” enquanto no turismo empresarial impera a “lógica da rua”. A manifestação de uma ou outra dependerá da situação dos sujeitos sociais envolvidos que, de qualquer forma, atuarão tendo como instrumento de ação essas duas formas. O mediador cultural é o sujeito que transita entre essas duas lógicas,

Capítulo 7

Mediação, comunicação e conflito

7.1 O PROCESSO DE MEDIAÇÃO CULTURAL COMO UM ESPAÇO DE COMUNICAÇÃO

Os estudos de antropologia urbana no Brasil, em especial a coletânea *Mediação, cultura e política*, organizada por Velho e Kuschnir (2001), apresentam vários exemplos de mediação cultural e enfatizam a capacidade dos mediadores, uns mais do que outros, de fazer pontes entre realidades distintas no meio urbano, constituindo um processo que, ao mesmo tempo em que contempla histórias de sucesso, também pode resultar em fracassos quando não há o estabelecimento de pontes e canais de comunicação ou estes são frágeis e efêmeros, segundo considerações do autor no início desta coletânea. Outra questão levantada, especialmente no comentário de Barros (2001) e no artigo de Guimarães (2001) é o risco que envolve a atuação do mediador, pois no encontro entre distintas categorias culturais, o embate, o conflito na aproximação são possibilidades que estão presentes e a administração desse risco depende da capacidade de negociação do mediador. Duarte (2001) refere-se à divisão interna das sociedades modernas que se organizam a partir de um grande divisor que perpassa categorias como individualista e hierárquico, cidade e sertão, etc. O autor pergunta-se como se dá a mediação entre esses dois pólos, já que existe uma relação hierárquica entre eles, ou seja, como conciliar essa dualidade com os processos reais de mediação que têm lugar no cotidiano. Creio que a mediação tem por papel justamente lidar com essas diferenças, tornando-as possíveis de serem vivenciadas pelos indivíduos.

Mas como são construídos esses processos de comunicação que ora aproximam os sujeitos pela dádiva positiva como vimos no capítulo anterior, ora traz à toda as diferenças hierárquicas entre o “turista” e a população local? O que faz com que em alguns momentos essa comunicação seja bem sucedida e noutros prevaleça a dissociação? Neste capítulo apresento algumas reflexões sobre os elementos que entram em cena na comunicação e

permitem as trocas culturais e de que forma os conflitos fazem-se presentes, indicando duas possibilidades pelas quais a comunicação faz-se entre mediadores e “turistas” – a associação e a dissociação (SIMMEL, 1983).

Utilizando as conceituações de Weber (1999), pode-se dizer que a relação social entre estes sujeitos caracteriza-se pela bilateralidade, ou seja, há correspondências quanto ao conteúdo do sentido, segundo as expectativas médias de cada um dos participantes. O conteúdo do sentido expressa-se no desejo de realizar um contrato – o “turista” quer permanecer por um tempo na cidade, o mediador tem conhecimento do local e das pessoas e coloca essas relações à sua disposição por meio de propostas de serviços, havendo uma convergência de interesses. Podemos também falar num “sistema de relevâncias similar”, segundo Schutz (1979), ou seja, a comunicação somente será bem sucedida entre pessoas, grupos sociais, nações que compartilham um conjunto de abstrações e padronizações comuns, essencialmente similares. O autor ainda ressalta que a disparidade completa dos sistemas de relevância não permite o estabelecimento de um universo de discursos.

Nas práticas turísticas estas relevâncias similares dizem respeito a uma capital cultural e capital turístico que possibilitam a comunicação mesmo que as línguas não coincidam. O mediador cultural e o “turista” constroem um “ambiente de comunicação comum”, no qual tem como referência determinadas práticas turísticas e unem-se um ao outro na intenção de comunicar alguma coisa: “as pessoas que participam do ambiente de comunicação são dadas umas às outras não como objetos, mas como ‘contra-sujeitos’, como consócios numa comunidade social de pessoas” (SCHUTZ, 1979, p.161). Nesse “ambiente de comunicação comum”, a sociabilidade é dada por meio dos atos comunicativos em que os sujeitos voltam-se um para o outro, tendo cada um seu ambiente subjetivo particular: ambos percebem o mesmo objeto, mas cada um o verá de uma forma diferente de acordo com suas experiências. Nas palavras de Schutz (1979, p.161), “O ambiente comum de comunicação pressupõe que a mesma coisa que me é dada *agora* (mais precisamente, num Agora intersubjetivo) com um determinado colorido, pode ser dada a outro do mesmo modo, *depois*, no fluxo do tempo intersubjetivo, e *vice-versa*” (grifos do autor).

Nesta relação social há reciprocidade porque existe um conteúdo do sentido comum, ou seja, há uma “referência recíproca das ações de ambas as partes”, segundo Weber (1999). Para o autor, mesmo numa relação “unilateral” “há reciprocidade, pois o agente pressupõe determinada atitude do parceiro perante a própria pessoa [...] e orienta por essa expectativa sua ação, o que pode ter, e na maioria das vezes terá, conseqüências para o curso da ação e

para a forma da relação” (Ib., p. 17).

Pelo fato de haver entre os sujeitos envolvidos nas práticas turísticas uma intenção de comunicação, mesmo barreiras como línguas diferentes não impedem que eles realizem atos comunicativos. Nesse sentido, o ator social participa dela não só pela sua fala, mas também por seus gestos, olhares e silêncios, levando em consideração uma noção mais ampla de comunicação que a considera como uma *instituição social*, ou seja, como a performance permanente da cultura (WINKIN, 1998)²¹⁶. Segundo este autor, não se trata de opor a comunicação verbal a uma comunicação não-verbal, pois a comunicação é um todo integrado como uma orquestra onde “cada indivíduo participa da comunicação, mais do que é a sua origem ou ponto de chegada” (WINKIN, 1998, p. 33), trata-se, ao fim, de um modelo orquestral de comunicação em oposição a um modelo telegráfico.

7.2 DO ESPANHOL PARA O INGLÊS: NOVAS FORMAS DE COMUNICAÇÃO

Inúmeras são as histórias que os “guias” e proprietários de imóveis contam a respeito das levadas de argentinos que ensinaram a população local a fazer “turismo” no sentido de adquiriram conhecimentos sobre como receber e o que oferecer aos visitantes. Refiro-me aqui à aquisição de um capital turístico que advém de experiências cotidianas na convivência com os “turistas” e na própria comunicação entre esses grupos que foi indicando formas de ação. Parte desse capital turístico serviu para a construção de espaços adequados às necessidades das famílias que durante muitos anos frequentaram a Ilha de Santa Catarina e hoje servem a um público diferenciado como indiquei no capítulo 1. Também considero como essencial para a construção desse capital turístico a aquisição de elementos de uma outra língua, num primeiro momento o espanhol, o que se fez notar, por exemplo, no seu uso em anúncios publicitários no comércio local e também no domínio de vocabulário e expressões básicas

²¹⁶ O que Winkin (1998) considera como “velha comunicação” é aquela vista como uma transmissão intencional de mensagens entre um emissor e um receptor, como num sistema telegráfico, constituindo-se numa visão mecanicista que surgiu a partir dos anos de 1940 nos Estados Unidos. A “nova comunicação” desenvolve-se a partir de 1950, sob a denominação de “Colégio Invisível” que reúne duas vertentes de estudos: uma via psicoterapêutica formada por Don Jackson e Paul Watzlawick e uma via etnográfica representada por Ray Birdwhistell, Erving Goffman, Edward T. Hall e Stuart Sigman. O trabalho de Winkin (1998) traz uma revisão bibliográfica sobre o tema e alguns artigos que reúnem interpretações sob o ponto de vista da “antropologia da comunicação”.

pelos mediadores culturais:

Eu não falo espanhol, mas dá para embrulhar, adivinhando alguma coisa porque a língua espanhola não é muito diferente da nossa. Claro que tem diferença, se eles estiverem falando corretamente entre eles, a gente quase não entende nada. Mas se eles falarem misturando um portunhol e a gente também, dá para entender (“Seu” José, proprietário de casa na Barra da Lagoa).

Nas relações face a face, a língua de comunicação passou a ser o “portunhol”, numa mão dupla de aprendizado em que “turistas” aprendem português e a população local aprende espanhol. O “portunhol” é uma forma de expressão que se configura como a língua da comunicação que possibilita o processo de mediação cultural. Neste exemplo relatado por Seu Afonso, sua esposa é surpreendida pelas solicitações de “turistas” argentinas logo numa das primeiras vezes em que alugou seus “apartamentos”. Embora com dificuldade de compreensão porque suas línguas não coincidem, estão compartilhando um tempo, um espaço e um sistema de relevâncias minimamente comum (SCHUTZ, 1979), permitindo a comunicação:

No primeiro ano em que nós alugamos teve um dia em que uma argentina pediu para a Mariana um bazo. A Mariana disse que quando eu chegasse de Florianópolis arrumaria o vaso. Ela pensava que era o vaso sanitário e a argentina continuou insistindo dizendo que era um bazo. Então, a Mariana chegou a mandar ela entrar na cozinha, ela chegou lá e pegou um copo que era o bazo. Depois veio uma outra e pediu aco. Era perto do meio dia e podia ser alguma coisa de comida, por isso, a Mariana levou-a na cozinha, ela apontou para o alho. Então é assim, nos primeiros anos foi difícil, hoje fica fácil entender. Agora, quando é americano é difícil. (Alberto, proprietário de pousada)

A necessidade de falar “portunhol” deu-se como resposta ao grande número de argentinos, uruguaios e de visitantes de outros países da América do Sul. O “portunhol” constitui-se como a “chave decisiva para o relacionamento turístico” (PRISTA, 1991). João expressa a idéia de “se misturar” aos “turistas” como uma condição para comunicar-se:

A maioria das pessoas vinha da Argentina e do Uruguai na época. Para nós era muito fácil **se misturar** [grifo meu] com eles e aprender espanhol através da comunicação direta com o turista. Você pode aprender na escola, na teoria, mas

quando é na prática é uma coisa totalmente diferente, uma idéia nova e eu aprendi diretamente na prática, tive oportunidade de aprender falando.

Ao referir-se à comunicação com os “turistas”, Aroldo, morador de Ponta das Canas e proprietário de casas e apartamentos, relembra os primeiros aluguéis e afirma que naquela época “nós entendíamos mais eles do que eles nos entendiam”, sendo mais fácil para um falante de português entender o espanhol do que ao contrário. Nesse sentido, o entrevistado também ressalta que a comunicação era “mais gesticulada e pouca conversa”. Igualmente consciente dessa dificuldade de entendimento, Seu Alberto refere-se a algumas estratégias utilizadas na comunicação:

[...] a gente entende muitas coisas, mas a dificuldade que a gente tem para entendê-los, eles também tem para entender a gente. Então, nos primeiros anos a gente vai anotando alguns nomes, por exemplo, uma cadeira é achicha, um garfo é tendor, um lençol é sarmas, depois a gente vai decorando e passa a entender, só não sabemos falar igual a eles, [...] não sabemos formar uma frase, mas entendemos muitas palavras. Eles falam, por exemplo, uma frase onde há uma coisinha que você entende e com aquilo ali você completa a frase.

O que chama atenção em seus discursos é o grande entusiasmo pela possibilidade de aprender o espanhol e de terem conseguido estabelecer uma comunicação satisfatória com os falantes de língua espanhola por meio de um aprendizado mínimo obtido nos anos de convivência. Comunicar-se em “espanhol” é, portanto, motivo de orgulho para muitos “nativos” e outros agentes de “turismo” que relatam a forma como aprenderam a falar essa língua:

Era muito fácil se relacionar com eles e fui aprendendo cada vez mais a falar espanhol. Nunca estudei para falar espanhol e pode-se dizer que falo até fluentemente sem a gramática, é lógico. Aprendi a me comunicar de uma forma extraordinária com eles e muitas vezes as pessoas perguntam se eu sou argentino por causa do sotaque - era tanto argentino e a gente conversava muito com eles que vai pegando o tom até da própria voz deles [...] (João, “guia” na rodoviária)

No capítulo 1, no item em que falo sobre os estilos de “turistas”, relato que a Ilha tem

recebido diferentes visitantes nos últimos anos, entre eles israelenses. Esses “turistas”, assim como europeus e americanos, estão se constituindo em novos grupos também na “temporada turística” e têm como principal língua o inglês ou a utilizam para se comunicar. Com isso, surge a necessidade de aprender outra língua. Se há um certo domínio do espanhol que se expressa pelo uso do “portunhol”, o inglês passa a fazer parte do dia a dia dos moradores como uma língua estranha, mais difícil de compreender. Em vista disso, nas localidades que têm recebido esses diferentes turistas, como é o caso da Barra da Lagoa, observa-se a dificuldade dos “nativos” em comunicarem-se com eles. Se na convivência com os grupos de língua espanhola, aprenderam a se comunicar, ao se depararem com “turistas” que falam inglês precisam adequar-se à nova situação. Algumas estratégias são utilizadas para contornar as dificuldades, sendo o próprio uso do espanhol uma delas, pois alguns “turistas” de língua inglesa falam também espanhol ou aprenderam durante sua viagem. João observa isso em relação aos “turistas” israelenses:

A maioria dos turistas europeus e os israelenses falam inglês. O israelense é mais fluente no hebreu, mas todos eles falam inglês também. A maioria dos turistas que tem viajado, tanto da Europa quanto do Oriente Médio para, eu creio, a região da América do Sul, eles já procuram aprender espanhol, então quase todos eles vêm falando um pouco de português, um pouco de espanhol, ou seja, quando ele quer se fazer entender ele pode ser muito bem entendido e pode entender a gente também.

Na rodoviária, por exemplo, há um “guia” chamado Joel, 32 anos, natural do Paraná, que veio para Santa Catarina em 1986, fala inglês e atua, como intérprete para os demais “guias” e para a imobiliária da rodoviária, recebendo uma parte da comissão para realizar esse trabalho²¹⁷. Quando chega um “turista” de língua inglesa, o “guia” que o atendeu chama Joel e este se aproxima para realizar a tradução. Além dessa atividade, Joel aluga casas, carros, etc., acompanhando os “turistas” até as localidades, embora ele relate que prefere “fazer as

²¹⁷ Diferente da maioria dos “guias” da rodoviária, Joel é formado em Eletrotécnica, também fez mais dois cursos na Escola Técnica de SC (um deles automação). Trabalhava no aeroporto, era funcionário da Infraero, mas desistiu do emprego porque trabalhava durante os finais de semana. Ainda hoje trabalha lá, segundo relata, prestando serviços esporádicos. Hoje é funcionário da PMF e presta serviços principalmente para a Secretaria de Educação na manutenção de computadores nas escolas, creches, etc. Além disso, dá aulas de inglês no SENAC, aulas particulares individuais ou em grupos. O inglês aprendeu durante dois anos em que circulou pelos EUA e Europa. Para a Inglaterra foi com o visto de estudante e trabalhava ilegalmente e quase se formou no curso de inglês, faltando dois níveis (equivalente a uma graduação). Nos EUA chegava a ter três ou mais trabalhos por dia – servir café numa sinagoga, lavar os banheiros, limpar um campo de rúgby, lavar louça num restaurante, distribuir panfletos na frente de uma boate depois entrar e recolher os copos, além de estudar à noite. Tinha autorização para trabalhar 4 horas, mas fazia 8 horas. Entrevista concedida em 12/08/2003.

traduções” do que os aluguéis. Os demais “guias” falam algumas palavras ou frases em inglês. Algumas dessas pessoas falam um pouco de inglês, um “inglês comercial”, segundo eles. Nas palavras dos “guias”, “enrolam um pouco” e conseguem fazer negócios com esses “turistas”, mesmo que se comunicando precariamente. Da mesma forma que no período inicial da vinda dos argentinos, com os novos “turistas”, a comunicação é “mais gesticulado e pouca conversa”, situação expressa por Alberto no contato que tem com eles no aluguel dos imóveis: “Tem uns que a gente vai conversar com eles e começam a rir, não sai nada e o que a gente fala com eles também não entendem, aí é rir... Ficaram duas moças com a gente e só ríamos, a gente não entendia nada, até o valor do apartamento foi colocado no papel”.

Outra estratégia é utilizar alguém “do pátio”, ou seja, alguém que está hospedado e sabe falar inglês, como também relata Alberto:

É difícil a comunicação, às vezes tem pessoas no pátio que entendem, que sabem falar inglês. Aqui tinha uma menina que falava inglês. Então, ela conversava com um americano que eu coloquei na casa de um amigo nosso e ficou 3 meses aqui. Depois, ela dizia para nós. Agora, no mês de dezembro, também ficou um outro americano, tinha um menino naquele apartamento de cá que falava inglês e conversava com ele.

Os “turistas” também recorrem ao uso do dicionário, fato a que se refere Alberto: “Eles andam com um dicionário, a gente fala e eles pegam aquelas palavras, vão ver no dicionário e usam tudo”.

As reações à aprendizagem de uma nova língua variam muito entre os “guias” e os pequenos empreendedores, havendo casos como o de Gelson que afirma que não tem interesse em aprender inglês porque acha que é muito difícil de falar, até casos como o de Seu Alberto que percebe as diferenças no relacionamento com os argentinos, muito mais próximos depois de anos de convivência, e avalia como algo necessário aprender a falar inglês:

A gente não entende tão bem quanto os argentinos, mas dá para entender alguma coisa. A gente entendendo o dia da saída, o necessário, já é o bastante. A gente não vai ficar de conversa com eles, com os argentinos a gente conversa, até faz amizade. Mas com eles a gente nem conversa porque se a gente não os entende, eles não entendem a gente também. O certo mesmo era a gente fazer curso de espanhol e inglês para ter pousada.

Há ainda situações como a de “Dona” Zeni, 58 anos, “nativa” da Barra da Lagoa, proprietária de uma pousada e casas para aluguel que resolveu fazer aulas de inglês com uma professora que mora na própria localidade porque estão recebendo muitos “turistas” de língua inglesa em sua pousada. Para isso, frequenta aulas semanais e tem um dicionário que utiliza como auxiliar no momento em que precisa comunicar-se com algum falante de inglês.

7.3 O CONFLITO COMO UMA FORMA DE SOCIAÇÃO

No capítulo anterior descrevi como a lógica da dádiva perpassa a interação entre “turistas” e mediadores culturais, evidenciando as solidariedades que estão presentes na interação entre esses sujeitos. Tomando a distinção de Weber (1999) entre bilateralidade e unilateralidade temos, no primeiro caso, uma situação em que os sujeitos estão abertos um para o outro e dispostos a ouvir e considerar seu anfitrião como um contra-sujeito. Em vista disso, tendem a estabelecer uma dádiva positiva, uma vez que é a relação parte do diálogo. Do contrário, se a relação é unilateral, há maiores chances de haver conflito e a troca entre esses sujeitos será no sentido de uma dádiva negativa.

Assim, a dádiva pode realizar-se por meio de gentilezas, troca de presentes, amizade, pela disponibilidade em servir ao “turista”, como também pela desconfiança, constrangimentos, atos violentos, furtos, provocações que, no seu conjunto, equilibram as relações. A comunicação entre os sujeitos sociais que se envolvem nas práticas turísticas é, então, articulada por esses dois processos – associação e dissociação (SIMMEL, 1983). Ao estudar a natureza sociológica do conflito, este autor observa que ele produz ou modifica grupos de interesse, uniões e organizações e é uma das formas mais vívidas de interação e, por conseguinte, de socialização. Os fatores de dissociação - ódio, inveja, necessidade e desejo são considerados como as causas do conflito que teria como fim “resolver dualismos divergentes; é um modo de conseguir algum tipo de unidade, ainda que através da aniquilação de uma das partes conflitantes” (Ib., p.122). Assim, as formas de relação, a antitética e a convergente, são distintas da mera indiferença, puramente negativa, enquanto o conflito caracteriza-se por ser positivo.

Segundo o autor, não existe um grupo absolutamente centrípeto e harmonioso, uma

união pura, situação que seria irreal, pois a sociedade resulta da união de ambas as formas de interação. A reciprocidade, mesmo a negativa, é uma forma de manter a relação. Como observa Simmel (1983), a oposição, um ato violento, a própria “antipatia” que se manifesta entre os sujeitos faz com que não se sintam completamente vítimas das circunstâncias. Assim, no campo das práticas turísticas, as pequenas diferenças, como a “antipatia” que muitas vezes não se torna manifesta ou atos mais violentos em que o conflito é mais impactante, há a manutenção da troca entre os sujeitos: “[...] a oposição é um elemento da própria relação; está intrinsecamente entrelaçada com outros motivos de existência da relação. Não é só um meio de preservar a relação, mas uma das funções concretas que verdadeiramente a constituem” (Ib., p.127).

A luta existente na sociedade, conforme Maffesoli (1987), é o “fundamento de qualquer relação social”, mas ela pode “modular-se de maneiras pacíficas, como a diplomacia, a negociação, a regulação, etc., ou ainda, sob a forma de concorrência nos seus aspectos comerciais, culturais, científicos; não é menos verdadeiro que ela sempre remete à ‘seleção’ que opõe os indivíduos ou grupos entre si. As conseqüências sociológicas desta realidade são imensas e, de nossa parte, a situamos como motor principal do dinamismo das sociedades” (Ib.,p. 14). Este autor ressalta que o uso do termo violência “é uma maneira cômoda de reunir tudo o que se refere à luta, ao conflito, ao combate, ou seja, à parte sombria que sempre atormenta o corpo individual ou social” (Ib.,p. 15).

Nos itens seguintes apresento dados e considerações sobre as relações que, seguindo a lógica da dádiva, manifestam-se em forma de conflitos entre mediadores e “turistas”. Para fins de explanação, vou dividi-los em duas partes que, na verdade, surgem conjuntamente no processo de associação: na primeira vou falar sobre as acusações, brigas, desavenças que se referem a um plano, digamos, moral da relação, e, na segunda parte, vou relatar casos relacionados aos bens materiais em que o furto destaca-se como uma forma de diminuir a desigualdade entre “turistas” e mediadores, relação que, como observa Prista (1991) desenvolve-se dentro de um quadro de desequilíbrios devido a sua transitoriedade, as suas incomunicabilidades e diferença de poder entre seus intervenientes.

7.3.1 Acusações, desavenças e brigas: o conflito delimitando fronteiras

Mas como se manifesta o conflito nas práticas turísticas em Florianópolis? De que

forma esses conflitos fazem parte do círculo da reciprocidade? Para tentar responder a essas questões, podemos falar em níveis de relações tomando como referência a lógica que as constitui. Assim, teremos relações que tendem para uma lógica mais individualista, de valorização do mercado e outras onde a pessoalidade, a aliança, a hierarquia, as formas não-capitalistas prevalecem. Como bem observou Lanna (1995, p. 234) não podemos considerar que uma delas seja determinante, pois são “infinitas as possibilidades de interação recíproca entre essas realidades ‘incomensuráveis’”. O que percebemos é que o conflito está presente em algumas relações devido ao englobamento de uma dessas lógicas pelas demais, geralmente pela lógica não-capitalista se tomarmos, por exemplo, a relação entre “nativos” e “turistas”.

Essa relação vai de interação linear até aquela de extrema proximidade, como o caso do casal que descrevi no capítulo anterior que colocava os “turistas” dentro de sua própria casa. Nessa situação, poderiam não estar recebendo o dinheiro em espécie, mas seus filhos eram cuidados por eles, ganhavam comida, divertiam-se, ou seja, invertiam a lógica da relação, criando uma situação de dívida, prazerosa no momento e que poderia lhes render benefícios futuros. Ofereciam o melhor que tinham – sua própria casa, como todos os outros oferecem, mas com a casa também vai um modo de convivência bastante particular em que o tom é dado pelas relações de reciprocidade. Este ponto nos remete às observações de Motta (2002) no sentido de observar que, para os “nativos”, as dádivas que circulam, seja no âmbito da família, de vizinhança e das relações de gênero remetem aos laços que constituem a reciprocidade, amarrando as relações sociais, mas nem sempre essas relações são equilibradas, havendo hierarquias, explorações e dominações:

Se essas relações entre parentes e vizinhos dão vazão a expressões de solidariedade, dão lugar também aos conflitos e rancores – às vezes latentes no cotidiano, embora nem por isso menos violentos. Solidariedade e conflito são, por sua vez, expressão da reciprocidade [...] e seguem a lógica do dom. Mágoas, ofensas e desfeitas, são tão retribuíveis quanto gentilezas, graças e presentes. (Ib., p.132)

Nas interações com os “nativos”, como ressaltamos no capítulo anterior, a lógica da dádiva deixa o espaço privado e está presente no serviço que oferecem aos “turistas”. Portanto, os gestos de solidariedade que normalmente trocam com as pessoas que hospedam têm o seu reverso, como no caso de estupro descrito por Motta (2002, p. 232) em que um “nativo”, Jairo, 19 anos, filho de sua informante comete um crime contra uma “turista”:

Jairo estuprou violentamente uma turista, uma moça de vinte e poucos anos [...] vinda de outro estado para passar uns dias numa praia durante as férias de julho. Quando ela voltava da praia, atalhando caminho entre dunas, ele a atacou, espancou-a brutalmente, estuprou-a, roubou-lhe o relógio de pulso e deixou-a sem sentidos na areia. Marlene contou que a viu chegar no dia seguinte na delegacia andando ‘como a gente sai da maternidade’ (com as pernas abertas, lentamente, balançando lateralmente o corpo). Teve a vagina e o ânus suturados.

Essa situação atípica, que extrapola as interações cotidianas, foi longamente discutida pela autora no sentido de que sua análise não pode ser feita em termos simplistas que poderiam por em evidência explicações sociológicas e psicológicas; de exploração de classe, quando o jovem é de uma camada popular que tem sofrido com a exploração continuada, falta de condições de vida, de educação, discriminação (Jairo é analfabeto e negro) ou somente em termos de relações de gênero, mostrando que a sua interpretação passa por vários elementos. Mas a reflexão realizada por Motta (2002), interessante para este trabalho, é pensar o ato praticado por Jairo em termos da lógica da reciprocidade. A autora considera que violência e dádiva são ambas regidas pela lógica da reciprocidade, obedecendo, portanto, ao sistema dar-receber-retribuir e pensando em termos de exclusão social, pergunta-se se a usurpação que os “nativos” tem sofrido não levaria à prática de atos como esse, numa retribuição ao que lhes têm sido oferecido. O ato do estupro não encerraria a lógica da reciprocidade, uma vez que Jairo pagará por meio de um contra-dom que é a prisão, onde também passará pela mesma experiência de sua vítima para pagar o crime.

Motta (2002, p. 256) observa que “a troca pode ser violentamente extorquida se não é aceita de comum acordo ou se uma das partes se sentir permanentemente lesada”. Isso implica na desigualdade entre os que trocam, como a autora também assinala, e remete à assimetria nas relações com os “turistas”, geralmente com maiores condições econômicas e inseridos no universo contemporâneo em que compartilham um capital cultural relativo a sua camada social e, mesmo que desfavorecidos dentro da classe dominante, ainda assim mantém certas práticas culturais dessa classe (BOURDIEU, 2003). Os argentinos, neste caso, seriam um bom exemplo sobre a diferença em termos de capital cultural em relação aos “nativos”.

Isto também é válido para me referir ao outro nível das relações que diz respeito aos “de fora” com os “turistas”. Como já observei anteriormente, há maior proximidades entre esses sujeitos sociais justamente por compartilharem um modo de vida semelhante. Nestes

casos, a relação não seria tão assimétrica e outras formas de resolver os conflitos seriam postas no jogo da socialização, como a realização de uma queixa na polícia ao invés do confronto direto.

Para explicitar melhor as diferenças entre os níveis de relações a que me referi, vou utilizar alguns dados coletados nas delegacias de polícia que, relacionados aos dados obtidos nas entrevistas, nos levam a entender as diferentes relações que ocorrem nas localidades da “Ilha”. Entre as ocorrências coletadas, algumas são classificadas como “perturbação do sossego público e atentado ao pudor / atos libidinosos” e ocorrem principalmente no norte da Ilha. As queixas de perturbação do sossego público são praticadas por grupos de jovens, geralmente argentinos que são acusados de passarem a noite fazendo “algazarra”, como pode ser percebido nos três pequenos registros ocorridos na localidade de Cachoeira do Bom Jesus:

“Todas as noites algazarra, gritando, fazendo batucada, som alto. Inicia 22 h e vai até 5 horas”.

“Algazarra, som alto, gritando, saindo com veículo em alta velocidade, patinando e buzinando”.

“Acusados promovem todas as noites um barulho infernal, utilizando sons, gritos, jogos de futebol”.

Outras ocorrências, também envolvendo argentinos, tiveram lugar em Canasvieiras. Uma delas teve o envolvimento de “aproximadamente” doze rapazes: “Vizinhos fazendo barulho há vários dias a partir da uma da manhã. Música alta, quebradeira de vidros ou garrafas”. A segunda: “Algazarra, usaram extintores pulverizando o corredor do prédio, colocaram fogo em panos de prato”. Neste outro registro, os grupos estavam ocupando quatro apartamentos: “Rádio ligado dando murro na porta, gritando. Algazarra começa 22 h e vai até o dia clarear. Desde dia 28/12”.

Essa ocorrência foi registrada como atos libidinosos e também perturbação do sossego:

Dez argentinos hospedados em uma casa localizada em Cachoeira do Bom Jesus, os quais, durante toda a noite fazem baderna, saem pelados à rua (tanto homens como mulheres), fazendo gestos obscenos, xingando os moradores da redondeza e ofendendo moralmente a vizinhança, em especial a comunicante, chamando-a de puta, vaca, vagabunda, na presença de crianças e demais moradores. Estão com uma kombi branca, placa de Porto Alegre e letra I está raspada. Foi colocada uma faixa ao redor da casa e também da kombi onde está escrito: PELIGRO. Segunda vez que

fazem algazarra no local. Disseram em alto e bom tom que este país é uma merda, país sem lei, polícia de merda, que a polícia vá para [...].

Estes exemplos mostram que há conflitos sérios entre a população local e os “turistas”, claro que não ao extremo do caso de estupro relatado, mas que mobilizam os moradores do entorno onde as casas e apartamentos são alugados. Os vizinhos, em alguns casos moradores da própria cidade que têm casa de praia, usam como recurso o registro junto à delegacia porque não conseguem conviver com o modo de vida dos “turistas” e também não querem envolver-se diretamente na resolução dos problemas que surgem, preferindo utilizar a polícia como mediadora. Também é o caso das inúmeras vezes em que argentinos desfilaram pelas avenidas de Canasvieiras nus, bebendo, gritando ofensas aos brasileiros.

Entretanto, esse tipo de conflito nem sempre é tratado da mesma forma nas localidades. O entrevistado Antônio, proprietário de uma pousada, disse-me que os argentinos tentaram comporta-se da mesma forma na Barra da Lagoa, mas na primeira vez em que tentaram fazê-lo, apanharam violentamente e foi necessário chamar a polícia para proteger os argentinos porque “já tinham apanhado o suficiente”, o que mostra que essas situações de conflito podem ter um diferente resultado, conforme a localidade onde ocorrem, como podemos perceber no relato abaixo:

O comportamento dos argentinos aqui é muito superior ao comportamento deles no norte porque a Barra não perdeu a identidade cultural, Canasvieiras e Ingleses perdeu totalmente, então eles fazem daquilo ali uma Sodoma e Gomorra. Aqui eles tentaram fazer isso, se deram muito mal, o pessoal não foi muito Piaget com eles, foi mais Pinochet porque aqui tem identidade cultural, familiar, social, então não iam permitir que eles fizessem aquilo que eles faziam em Canasvieiras. (Antônio, proprietário de pousada na Barra da Lagoa)

Segundo Antônio, a comunidade reagiu quando os rapazes argentinos tentaram “ficar à vontade”:

De ficar pelado ali numa casa, onze rapazes. Aí o pessoal pulou para dentro e aplicaram a lei do bambu neles. Diz que cassete não é santo, mas faz milagre. Eles continuaram fazendo isso em Canasvieiras e Ingleses porque perdeu a identidade, os proprietários, empresários e vendedores tem aquela visão de número, de ganhar dinheiro. Aqui não, graças a Deus. A maior colônia de pescadores da Ilha é aqui,

então ainda tem esses valores [...]

A agressão recebida por estes turistas, segundo o entrevistado, modificou o comportamento deles na localidade da Barra da Lagoa e não houve mais incidentes desse tipo. O entrevistado reforça a idéia de que eles aprenderam a ter “respeito”.

Dentre as interpretações para o comportamento dos argentinos na “Ilha”, Schmeil (1994) afirma que em Canasvieiras, observa-se a suspensão de regras ou suspensão do cotidiano, por parte do turista argentino²¹⁸ descontentando, neste caso, a população local. A autora afirma que as representações sobre o Brasil que estão presentes no discurso argentino “vão incitar e estimular a imaginação e, em consequência, os comportamentos tipos catárticos – com aspectos liminóides – de pessoas de países e culturas diferentes que visitam o Brasil”. Para a autora, o Brasil seria visto como um lugar de liberdade, controle social frágil que permitiria aos “turistas” agirem de forma diferente do que normalmente o fazem em seu cotidiano:

Em muitas das declarações dadas por esses turistas, pode-se ler direta ou indiretamente que no Brasil é tudo mais liberado, que quase tudo é festa, ritmo e carnaval. Que o Brasil é o país dos malandros, do sexo fácil, da natureza (desculturalizada ou não domada), bela e selvagem, das praias ensolaradas, da corrupção. Ou seja, lugar propício para muitas atividades liminares que não se fazem possíveis no cotidiano desses turistas, os quais vivem sob esquemas mais rígidos, sérios e regrados. É o paraíso propício para a experimentação de inversões que se fazem “necessárias” nas viagens de férias de quase todo homem comum moderno.

A literatura sobre “turismo” tende a mostrar que uma das facetas do “ser” turista é a experiência de uma liberdade e permissividade maior do que em seu local de origem. Urry (1996, p.28), ao falar que o turismo resulta de uma divisão binária entre o ordinário/cotidiano e o extraordinário, assinala que “as pessoas precisam vivenciar prazeres particularmente distintos, que envolvam diferentes sentidos, ou que se situem em uma escala diferente daquela com que se deparam em sua vida cotidiana. Existem diferentes maneiras mediante as quais uma divisão entre o ordinário e o extraordinário pode ser estabelecida e mantida”. Isso indica que faz parte da experiência turística buscar o diferente, ter uma vivência fora daquelas que

²¹⁸ A literatura tende a mostrar que uma das facetas do “ser” turista é a experiência de uma liberdade e permissividade maior do que em seu local de origem.

comumente são tidas no cotidiano. Assim, a forma como os argentinos vivem suas férias em Florianópolis faz parte desse processo de situar-se fora do ordinário e isso é levado ao extremo, especialmente pelos jovens. Além de seu comportamento situar-se fora do habitual, é transgressor. Neste caso, como Urry (1996, p.26) salienta, “[...] em boa parte do turismo que se pratica, as obrigações cotidianas são suspensas ou invertidas”.

Por outro lado, Schmeil (1994) ressalta que em relação à Barra da Lagoa, há uma busca de identificação dos turistas em relação aos “nativos”, o que estabeleceria uma convivência menos conflituosa. Essa situação pode ser percebida através da comparação entre os BOs do norte da Ilha e leste (Barra da Lagoa e Lagoa da Conceição), que aparecem em maior número na primeira região.

Outro fator que tem sido associado aos conflitos é a própria mudança no estilo dos turistas, pois na década de 1980, a frequência principal dos “turistas” argentinos eram famílias com vários filhos e buscavam principalmente o contato com a localidade, em termos de recursos naturais, mas também com os próprios “nativos”, como já mencionei ao longo da tese. Nos anos 90 há uma mudança nesse quadro que é apontada pelo entrevistado:

A partir de 92, 95 há uma mudança drástica, pois os garotos não vêm mais com suas famílias, o que cria um clima de instabilidade e leva ao surgimento de outro fenômeno – os jovens começam a vir em grupos e alugam dos nativos devido aos preços acessíveis. São grupos que vêm livres, sem ninguém para vigiá-los. Neste contexto há o caso dos sujeitos que têm uma pousada pequena ou média e os turistas argentinos que vêm de ônibus costumam reservá-la para todo o grupo, isto pode trazer problemas porque os jovens vêm dispostos a qualquer coisa. (Sílvio, professor universitário)

Nesse mercado do “turismo” doméstico, há inúmeros casos em que os proprietários “nativos” acompanham as férias de seus inquilinos, não respeitam a privacidade das pessoas que alugam suas casas: espiam, revistam quando o morador sai porque acham que são donos das casas e podem tudo. Os “nativos” são acusados de interferir em relação ao número de pessoas que vão ficar na casa, quanto ao recebimento de visitas, horários, etc., como no exemplo a seguir que aconteceu com israelenses e, embora não tenha havido um confronto, o proprietário estava atento aos movimentos dos rapazes: “Ano passado, no finalzinho do verão, a gente alugou para dois de Israel e dois americanos estiveram aí também. Eles não incomodaram a gente, no início deu problema porque a gente alugou a casa para dois depois

eles trouxeram namorada, mas não incomodaram não”. (“Seu” José, proprietário de casa na Barra da Lagoa)

Essa situação indica que há diferentes noções de privacidade entre “nativos” e “turistas”. Um dos motivos para isso é o fato de morarem próximo ou no mesmo terreno do imóvel que estão alugando. As famílias nativas têm geralmente lotes de casa em comum nos quais as distâncias, devido às construções próximas e sem cercamento dos terrenos, não são representadas fisicamente, mas sim socialmente. Além disso, esses proprietários têm um grande apreço aos seus bens, reforçado pela falta de garantias na realização dos negócios que são feitos sem contratos. Assim, nada garante que o imóvel seja entregue nas mesmas condições em que foi alugado, que o “inquilino” não vai ficar além do tempo já pago no momento do aluguel, se não levará algum objeto da casa.

Mais uma vez entra em cena as diferenças entre os empreendedores “de fora” e os “nativos”. Na sua experiência com a pousada na Barra da Lagoa, Antônio comenta que os “nativos” se interessam mais por cobrar um preço alto por poucos dias do que fazer o “turista” ficar por mais tempo por uma diária menor. Outra acusação muito comum aos “nativos” é que são egoístas, sempre pensando neles em primeiro lugar (“Meu pirão primeiro”) ²¹⁹. Relatou o caso de um rapaz “gay” que ficou na pousada atrás de sua casa e não agüentou a discriminação que sofreu por parte dos proprietários que o espiavam, por fim acabou se hospedando em sua pousada. No seu trabalho como “guia” e recepcionista de um pequeno hotel em Ingleses, Rosana acredita que os “nativos” não conseguem dar conta do “turismo” na cidade:

Eu acho que os nativos têm muito mais interesse na grana, é isso que não gosto neles. Tu sabes que aqui tem muita gente que vem de fora, principalmente os gaúchos. Aqui nos Ingleses moram muitos gaúchos que vieram para trabalhar porque os nativos não gostam de trabalhar, eles não sabem trabalhar com turismo. Então quem está levando isso aqui somos nós que viemos de fora para trabalhar e damos o nosso sangue para isso.

Nos conflitos com inquilinos - “turistas” ou aqueles que alugam durante a “baixa estação” - no caso dos casais, geralmente cabe ao homem o papel de expulsar as pessoas ou tomar outro tipo de providência quando é necessário. Com exemplo dessa situação cito um

acontecimento narrado por Neto e Luísa, casal que aluga alguns “kitinetes” na “Barra”. Este casal teve problema com um uruguaio que havia reservado uma kitinete para quinze dias e depois desistiu. O “turista” alegou que sua mulher estava doente e teria que levá-la para o hospital. Neto os seguiu quando saíram de sua casa e percebeu que haviam ido alugar uma casa, por coincidência a casa do tio de Luísa, sua esposa. Quando o uruguaio voltou, mandou que retirasse seus pertences e fosse embora. Esse uruguaio também o irritou porque havia reservado para quatro pessoas e veio mais um casal. Esse fato também ilustra a organização em rede quanto à oferta dos negócios já que há muito parentes nas localidades e embora estejam disputando mercado, unem-se contra os estranhos quando seu risco torna-se eminente.

Em relação aos israelenses também tem havido situações de conflito. De modo geral, os “guias” relatam que é difícil fazer negócio com eles, pois tentam diminuir os valores do aluguel e não seriam muito corretos durante as negociações, pois não mediriam esforço para diminuir os custos da estadia:

Os israelenses têm um grande problema econômico, são pessoas boas, mas a partir do momento em que você passa a negociar com eles começam a acontecer os problemas por causa de dinheiro. Eles são bons para conversar, mas para negociar eles são terríveis, eles sempre querem levar vantagem em tudo. Já aconteceu de encontrar pessoas diferentes, mas esses já não moravam em Israel. (Rafael, “guia” na rodoviária)

Nesses momentos, elementos relativos à cultura dos grupos são acionados para fazer o discurso acusatório (VELHO, 1997). Rafael, no seu atendimento aos “turistas” na rodoviária, relatou outras situações em que atendeu israelenses e não teria tido uma experiência tão positiva como nos depoimentos realizados por João, citados no capítulo anterior. Em primeiro lugar, o entrevistado observa que os israelenses utilizam como meio de negociação dizer que receberam propostas de aluguel inferiores aquela que o “guia” está oferecendo. Outra situação é colocar outros “turistas” (canadenses na situação relatada) contra os mediadores dizendo que para eles tinham pedido um preço menor.

Indignado com essas atitudes dos israelenses, Rafael salienta que são uma “raça difícil – judeus” e, por isso, querem sempre ganhar, até porque a riqueza do mundo estaria na mão deles, que são avarentos, estão sempre pechinchando, etc. Falou-me que já aconteceu de

²¹⁹ Expressão usada pelos “nativos” que, numa referência a um dos pratos típicos da “Ilha”, indica que quando

ir até a Barra, “rodar” toda a localidade e eles dizerem que não querem nada e saem sozinhos para ver algum lugar. Rafael repete a informação de que a vinda desses “turistas” está associada ao final do serviço militar e o governo financia a viagem para conhecerem o mundo e ele acredita que viriam “espionar” como é a vida em diferentes países e que tipos de negócios poderão fazer nesses lugares. A aversão a esses “turistas”, demonstrada pelo “guia”, já vêm de uma visão estigmatizada do que ele chama “judeu”. Podemos relacionar ao que (SIMMEL, 1983) chama de “hierarquia extremamente complexa de simpatias, indiferenças e aversões” que se manifestam de diversas formas na sociedade moderna, desde um tipo mais efêmero ao mais duradouro. A antipatia seria a fase preliminar do antagonismo concreto que engendra as distâncias e as aversões e que também se reveste numa forma de sociação, segundo o autor,

Também é muito comum a referência à sujeira dos “turistas”. Os “gringos” e os israelenses são considerados pouco cuidadosos com os imóveis, consigo mesmos e com a forma de organizar-se durante as férias. De modo geral, as relações dos “turistas” com a população local podem ser puramente externas e de pouca importância prática, na qual o conflito está presente de forma latente, isto é, pela aversão e por sentimentos de mútua estranheza e repulsão que, num contato mais íntimo, mesmo que ocasional, pode transformar-se em ódio e luta reais, como é o caso dos vizinhos a uma casa alugada por um grupo de jovens que têm atitudes provocativas. Já com aqueles que envolvem-se diretamente com os “turistas”, os conflitos tendem a ser extravasados quotidianamente, podendo tomar formas mais violentas. Transitando pela cidade no período antes e durante a estadia dos “turistas”, ouve-se inúmeras reclamações quanto à vinda dos visitantes, ao seu comportamento diferente, ao que causam na cidade (trânsito difícil, praias cheias, etc.). Essas reclamações são vistas pelo “pessoal de fora” como uma falta de profissionalismo por parte dos “nativos”, como pode ser percebido no depoimento de Rosana, recepcionista num hotel em Ingleses:

Muita gente construiu casas e apartamentos com o dinheiro desses anos atrás. Com esse dinheiro os Ingleses cresceram, os argentinos trouxeram o dinheiro para cá. Às vezes eu até me revolto com muita gente que é nativa daqui porque eles falam muito dos argentinos: “Lá vem esses gringos!”. Eles não entendem que foram os gringos que trouxeram o dinheiro para eles, eles são muito desumanos nessa parte.

Dentre as situações de desentendimento e conflito relatadas pelos “guias”, há aquelas entre os próprios colegas de trabalho. Entre os “guias” os conflitos tendem a acontecer quando há situações em que um “turista” é atendido por mais de um “guia” ou alguém queira ir de “carona no negócio” do outro, como num exemplo que me foi relatado em que um deles foi almoçar e pediu que o colega conversasse com o proprietário do carro que iria alugar. O “guia” não só falou com o proprietário como fechou o negócio e foi cobrar do colega a sua parte na comissão. O “guia” que iniciou a transação não gostou disso e foi conversar com o proprietário do carro, mas este disse que não podia fazer nada, teriam que resolver entre eles. Com isso, criou-se um conflito, pois uma de suas regras é que se dois “guias” tomarem parte na negociação, a comissão deve ser dividida entre ambos.

Especialmente na rodoviária tem havido conflitos entre os “guias” e os estagiários que trabalham no posto de informações da SETUR, pois alguns estagiários não aceitam que os “guias” peguem materiais ou utilizem a infra-estrutura do local para realizar seus negócios. Uma dessas situações conflitivas me foi relatada por Rafael que ressalta que os “guias” costumam ter um bom relacionamento com os profissionais da SETUR, mas quando há trocas de estagiários essa situação torna-se problemática devido à “falta de intimidade” com os novos. Rafael disse-me que o conflito aconteceu porque ele levou um “turista” até o posto de informações e a estagiária pediu que ele (Rafael) esperasse do lado de fora:

O estagiário [...] não me deu oportunidade de me expressar, me defender, simplesmente me colocou para fora como se eu fosse um nada. Eu estou há doze anos aqui dentro, ela é uma estagiária da Santur que faz turismo na Assesc, escola de turismo. Eu sei muito mais informações do que ela, posso ser muito mais útil ao turista do que ela porque a maioria desses estagiários não são de Florianópolis, vieram de fora para estudar aqui e muitas vezes a pessoa pergunta o nome de uma rua ou de um local, eles não sabem e acabam perguntando para nós.

Na continuação de seu relato, Rafael comenta que o conflito resultou numa discussão na frente dos “turistas” e ambos foram para a Delegacia de Polícia na rodoviária. Depois de ir até a Delegacia, Rafael continuou fazendo o atendimento ao casal de israelenses que, segundo ele, não entendeu nada, mas o aguardou. Na Delegacia foram tomaram os dados de identificação dele, assim como foi registrada uma ocorrência. Rafael sentiu-se imobilizado nesse acontecimento porque não pode tomar nenhuma atitude contra a estagiária que estava trabalhando de forma legal enquanto ele atua “no informal”, sem proteção nenhuma.

7.3.2 “Chorando pelo seu bem”: o furto como uma quebra de contrato

Ao falar da relação dos objetos com as pessoas em sociedades não-capitalistas MAUSS (1974, p. 129) percebe a característica particular da circulação dos bens e afirma que quando alguém dá alguma coisa, está dando algo de si:

A circulação de bens segue a dos homens, das mulheres e das crianças, dos banquetes, dos ritos, das cerimônias e das danças, e até mesmo a das pilhérias e injúrias. No fundo, ela é uma só. Se se dão e retribuem as coisas, é porque se dão e se retribuem “respeitos” – dizem ainda “gentilezas”. Mas é também porque o doador se dá ao dar, e, ele se dá, é porque ele se “deve” – ele e seu bem – aos outros”.

Para Mauss (1974) as coisas têm algo da pessoa que a possui, ou seja, a relação dos homens e mulheres com os objetos não são inertes. Fala, por exemplo, na noção de retrovenda que aparece nos direitos romano, germânico e chinês, mostrando que há uma ligação indissolúvel de toda coisa com o proprietário original. Assim, aqueles que contratam permanecem em perpétua dependência e o proprietário original tem o direito de chorar seu bem e pode readquirir os bens e fundos vendidos que não deveriam ter saído da herança.

Trazendo para a nossa sociedade, podemos dizer que a relação que mantemos com os objetos não é somente utilitária, temos apreço por nossos bens, os adquirimos a partir de certos desejos e muitas vezes à custa de longas horas de trabalho. Ao lado de uma idéia consumista, utilitária, também temos forte ligação com as coisas. Essa ligação nos faz chorar por nosso bem quando o perdemos, especialmente no caso de um furto. A atividade corsária praticada contra os “turistas”, comum nos locais turísticos, resulta do fato que o “turista” é visto como alguém que está ali para deixar um dinheiro que está sobrando, seu dinheiro é visto como um objeto de captura (PRISTA, 1991). A captura dele pode ser feita por meio da venda de um produto, de um negócio, ou tomando-o deliberadamente. Nesse contexto, por que não deixar também outros bens? Furtar não deixa de ser um meio de ter acesso ao dinheiro dos “turistas”, talvez pelo meio mais rápido, econômico e praticado por alguém que não teria como recebê-lo de outra forma. Aqui podemos associar ao que o autor citado entende como um “meio de relação”, como a “língua” a que me referi no início deste capítulo. Parece-me semelhante, mas não com a mesma intensidade de violência, ao “sexo roubado” de que Motta (2002) nos fala em relação ao estupro. O furto seria uma forma de saldar a dívida

contraída pelo simples fato do “turista” poder usufruir das belezas da cidade, por exemplo. Tomando os objetos de seus proprietários, os indivíduos que os furtam terão acesso a parte do que lhes confere distinção social ou pelo menos equilibraria a disparidade na relação entre ambos.

Como relatei na introdução, tive oportunidade de realizar parte da pesquisa de campo em Delegacias de Polícia de Florianópolis, coletando inúmeras “ocorrências”. Estes dados permitem observar pontos de conflito que ocorrem em maior número entre “turistas” estrangeiros e mediadores e também com moradores das localidades, especialmente no período da “temporada”. Novamente, os dólares servem como um atrativo para aqueles que estão interessados em “pegar” o dinheiro e também os objetos, como câmeras fotográficas e filmadoras, roupas, equipamentos eletrônicos, cartões de crédito, passaporte, documentos de identificação, etc. Fazendo uma relação com a expressão “pegar” utilizada no momento em que abordam com sucesso um “turista”, “pega-se” também outros valores e objetos. Os “turistas”, muitas vezes acusados de desatentos ou despreocupados, pois quando saem deixam pertences de maior valor no apartamento ou casa; fazem queixas onde relatam que o assalto foi realizado sem o arrombamento do local, ou seja, com o uso da própria chave do imóvel ou por meio de uma chave mixa²²⁰. Assim, a chave é um objeto emblemático para pensar sobre a interação entre esses sujeitos, pois elas circulam de vários modos – saem da mão do proprietário e estão na rua com os “guias” que as “rodam” para os “turistas”, mostrando que tem algo para alugar, podem ser pegadas na imobiliária, o que, à princípio, deveria garantir que não fossem copiadas. Por fim, são entregues ao “turista”. Como podem ser facilmente escondidas quando há uma fiscalização, diferente dos cartazes que denunciam a oferta do aluguel de forma mais visível, são os objetos de preferência dos “guias” que oferecem aluguéis nas localidades.

“Rodar” uma “chavezinha” é uma forma de “pegar” o turista e o verbo teria um duplo sentido: “prender” como cliente e “surpreender” com um ato inesperado que é o furto. O negócio realizado por meio da chave pode resultar em duas possibilidades: a estadia, inserindo o “turista” na localidade e lhe propiciando momentos agradáveis ou num furto.

Em relação ao aluguel de casas e apartamentos, há muitos registros, no norte da “Ilha”, de furto em imóveis alugados por argentinos. Nestes casos, as vítimas se surpreendem com o fato do furto ter sido realizado sem arrombamento: “Informa-nos o comunicante [...]

²²⁰ Segundo Ferreira (1975), mixa é um brasileirismo, uma gíria, que significa ladra (Novo Dicionário Aurélio, p. 932).

que veio a ser vítima de furto em sua residência alugada [...]. Segundo a vítima, elemento(s) de identidade ignorada entrou no interior da residência em questão e nada violaram”. Isso faz com que os “turistas” desconfiem que uma cópia das chaves do imóvel esteja sendo usada por outras pessoas, já que não há sinais de violação dos locais. Neste outra situação, da qual foi vítima um uruguaio:

Relata o comunicante que se encontra de férias no Brasil e alugou uma residência na Praia da Lagoinha [...] e no dia de hoje, ao chegar em sua residência após retornar da praia, por volta das 16 horas, notou que a carteira de sua propriedade havia desaparecido (furtada) do interior do imóvel, que não havia marcas de arrombamento no local, sendo que possivelmente o autor do furto teve acesso ao interior da casa por uma das janelas, ou quem sabe, utilizando uma cópia da chave da porta do imóvel, que nada estava revirado, e o autor os autores do furto foram diretamente no local onde a carteira da comunicante estava escondida em um “buraco” perto de uma das janelas, tapado pela cortina.

Chama atenção o relato dos “turistas” em relação ao silêncio e mesmo à indiferença dos proprietários dos imóveis quanto aos inúmeros furtos que acontecem diariamente, sem arrombamento. A desconfiança, nesses casos, recai mais sobre o proprietário de uma casa do que de um hotel:

Relata o comunicante que, ao entrar no apartamento onde o mesmo se encontra veraneando, notou que alguém entrara pela porta usando a chave ou mixa e furtado pertences [...]. O comunicante falou com o responsável do residencial, sendo que este não deu nenhuma satisfação.

Há casos em que o furto foi realizado com os inquilinos em casa:

Conta-nos a comunicante que, por volta das 12 h 55 de hoje, acordou-se e notou a porta do apartamento aberta, ao perguntar para sua companheira se a mesma tinha aberto tal porta, disse que não, diante de tal fato foi verificar seus pertences [...]. Relata o comunicante que não houve arrombamento na porta.

Conversando com o Delegado de Canasvieiras sobre casos como esses, ele ressaltou que isso ocorre porque há pessoas trabalhando ilegalmente com o aluguel de casas e que não

há garantias de que as chaves desses imóveis não sejam copiadas e usadas nos furtos. A garantia para isso seria utilizar os serviços de imobiliárias, pois não haveria garantias nesse serviço.

Um informante ressalta os riscos de se “pegar” uma casa devido ao fato de que como as casas podem apresentar, em grande parte, uma infraestrutura inferior, acabam ficando para os “turistas” de menores condições econômicas, como é o caso dos jovens mochileiros. Dessa forma, a clientela para essas casas seriam aqueles que geralmente vêm de ônibus e precisam de um local mais econômico, onde possam inclusive preparar suas refeições:

As casas geralmente ficam com aquele excesso até por causa da falta de marketing, divulgação, do profissionalismo e de segurança, efetivamente. Eu acho que o fato de ficarem com placa na rua já dá um obelisco do que está por detrás. Não arriscaria em lugar nenhum isso aí. (Antônio, proprietário de pousada na Barra da Lagoa)

O entrevistado também se refere às casas como as vagas que ficam para o final, o que resta quando os lugares melhores já estão lotados, pois as pousadas lotam primeiro e as casas também não oferecem segurança. Além disso, Antônio enfatiza que, em alguns casos, a casa é alugada, mas quem alugou fica com uma cópia da chave, depois vão lá e roubam o “turista”.

Essa questão também é explorada pelos meios de comunicação no período da presença massiva de argentinos. A Revista *Veja*²²¹, por exemplo, publicou uma reportagem afirmando que o clima de mútua desconfiança entre argentinos e brasileiros existe desde 1984, ano da primeira grande invasão argentina no litoral sul do Brasil. A revista aponta para um agravamento dessa situação no ano de 1994 devido a uma mudança no perfil dos turistas. Os que tinham dinheiro foram para o nordeste e o litoral catarinense, acessível por estradas, passou a receber os “turistas” de baixa renda. No Jornal “O Estado” (25.01.94) há uma referência ao perfil do “turista” argentino – eram, em sua maioria grupos de jovens que alugavam casas e apartamentos em conjunto. Segundo observação de um informante: “Com o surgimento de empreendedor turístico, sobra para o pequeno proprietário os grupos jovens. Esse turista seria de má fé”. (Sílvio, professor universitário).

A preferência pelas casas não costuma ser uma característica das famílias. Numa pesquisa em que procurou delimitar os gostos dos argentinos em relação aos aluguéis de

apartamento em Florianópolis e que chama atenção para os “turistas” que viajam em família, Sosa (1995, p.102) afirma que:

A maior parte dos turistas que alugam apartamentos enquadrados dentro de um padrão médio-alto de acabamento, são famílias conformadas pelo pai, a mãe e dois ou três filhos, estes últimos menores de dez anos em quase 70% dos casos. [...]. O apartamento destaca-se como o meio de hospedagem mais procurado, pelo ambiente familiar que proporciona e devido à segurança pela existência de um zelador, vigia ou portaria, que implica no controle da entrada e saída das pessoas do edifício.

Entretanto, nos relatos que se seguem, nos quais argentinos foram vítimas, vemos que também podem ocorrer problemas com as imobiliárias, como esses furtos que aconteceram em um mesmo hotel em Canasvieiras:

Caso 01 - A senhora [...] nos relata que está hospedada no hotel [...], onde todos têm as chaves do referido apartamento, o de número 01 e nos dias 15, 16 e 17 do corrente mês viera a faltar dinheiro do interior deste. Segundo a senhora, todos os dias sempre faltavam um pouco de dinheiro de todos os hóspedes do referido apartamento que estão ali em família [...] Todas as vezes em que esse fato veio a acontecer não houve arrombamento ou outro tipo de violência.

Caso 02 – A comunicante nos relata que está hospedada no hotel [...] e na data do dia 14/02/00 veio a ser vítima de furto do interior do referido hotel [...]. Todos têm as chaves dos apartamentos, desde os funcionários até a Imobiliária [...].

Por outro lado, os proprietários atribuem os furtos à negligência dos inquilinos que têm o hábito de deixarem os apartamentos abertos, como se pode observar neste relato realizado por um dono de pousada: “Relata-nos o comunicante que entraram nos apartamentos e furtaram [...]. E que os apartamentos estavam abertos, pois os turistas não costumam fechá-los. E que as vítimas não fizeram o BO, por medo de represálias [...]”.

Num relato que ouvi de um delegado de Canasvieiras, um casal de idosos foi até a delegacia pedir providências em relação ao furto que houve em sua casa: alugaram o imóvel para um casal que pagou adiantado dois ou três dias. Quando venceu o prazo, disseram que iriam ficar mais dez dias e solicitaram para fazer o pagamento no final. Os inquilinos fugiram sem pagar, levando vários objetos da casa (ventilador, televisão, etc.). Para o casal de idosos

²²¹ “O Mercosul do verão”: praias repletas de argentinos e preços nas alturas fazem de Florianópolis um

só restou ir até a Delegacia de Polícia. Nesta situação, o delegado de polícia diz que os “nativos” são ingênuos, confiam demais e não têm garantias quando alugam seus imóveis.

Nos contratos informais de aluguel em que ocorrem conflitos, os policiais dizem que os proprietários dos imóveis, ao invés de procurarem ajuda legal para solucionar o problema, costumam se confrontar com os inquilinos, muitas vezes através de atos violentos como invasão, retirada dos pertences das pessoas e expulsão delas. Os inquilinos reagem, vão à polícia, o mesmo acontecendo com o dono do imóvel. Para exemplificar essa situação vou transcrever os depoimentos retirados de um termo circunstanciado onde aparecem as declarações do proprietário e dos inquilinos, remetendo a o valor simbólico dos objetos que acabam sendo atirados para fora do apartamento, como forma de retirar as pessoas, exemplo que também poderia estar no item anterior:

Declarações do casal de inquilinos: Embasado nas declarações de Júlia, ora vítima, esta de férias no Brasil há aproximadamente um mês, locou um apartamento na praia de Ingleses de propriedade do Sr. “Jerônimo”. Que pagou antecipadamente o valor da locação, porém percebeu que após alguns dias os problemas começaram a aparecer. Que, no local, o Sr. Jerônimo fechou o registro de abastecimento de água, ocasião em que faltava água constantemente. Que, também percebeu que Jerônimo desligou o gás central e a TV a cabo, motivo pelo qual foi procurá-lo para esclarecer os fatos. QUE, nessa oportunidade, passou a ser agredida verbalmente pelo mesmo, que fez menção em agredi-la fisicamente. No dia de hoje, 17/05/02, Paulo esteve em seu apartamento e em tom alto e grosseiro retirou todos os seus pertences do local, momento em que foi acionado a Polícia Militar. Que, relata ainda, que o Sr. Paulo a difamou e caluniou perante a comunidade, assim como seu companheiro de fazerem uso de substância entorpecente, o que nega.

Segundo declarações de Orlando, ratifica na íntegra o conteúdo exposto nas declarações de Júlia, acrescentando que teve alguns de seus pertences pessoais danificados, razão pela qual pede ressarcimento de danos.

Declarações do proprietário: Conforme declaração de Jerônimo, locou seu apartamento ao casal chileno, por um mês, porém, após o vencimento do prazo de saída dos mesmos, estes não se manifestaram para deixar o imóvel, motivo pelo qual falou com Júlia e solicitou a entrega do mesmo. QUE, Júlia, em tom alto e claro, passou a ofender o autor com palavras de baixo calão. QUE, faz constar, que durante o período em que observou o casal em seu imóvel, percebeu um fluxo intenso de pessoas no local, bem como observou uma movimentação de adolescentes entrando e saindo do apartamento em horários diversos, o que suspeitou trata-se de “envolvimento com drogas”. Que, decidiu então, em momento de desespero, tirar todos os pertences dos chilenos do local. Que, foi acionada a Polícia Militar e todos encaminhados a esta Delegacia de Polícia para a lavratura de termo circunstanciado. Que, os pertences do casal, deixou na residência de propriedade de um amigo dos mesmos. Obs.: venceu o prazo do aluguel (1 mês) e o casal não se retirava.

Considero este caso ilustrativo de um tipo de comportamento que costuma acontecer

especialmente com os turistas estrangeiros, mostrando também a forma algumas vezes truculenta de como os proprietários de imóveis conduzem o seu negócio. O “Sr. Jerônimo” reconhece que num momento de desespero tomou uma atitude inadequada, que não solucionaria o conflito. De qualquer forma, o caso foi parar na Delegacia de Polícia para ser resolvido através de uma audiência de conciliação num Juizado Especial.

Em relação aos argentinos Schmeil (1994) também observa que as principais dificuldades que os argentinos sofrem nas praias estariam relacionada aos aluguéis. Além da falta de água e luz, os “turistas” teriam uma falta de autonomia para administrar o imóvel alugado. A autora cita o exemplo de três adolescentes que alugaram uma casa na Barra da Lagoa por um preço exorbitante, pagaram o aluguel adiantado e numa noite em que colocaram o som alto e estavam dançando, o proprietário invadiu a casa e os expulsou sem devolver o que haviam pago.

Lang (2006), ao observar a raiz da palavra hóspede, salienta que este pode transformar-se num “parasita”, uma vez que a palavra *host* está tanto na raiz de hospedeiro quanto de *hoste*, inimigo. O hospedeiro é aquele que alimenta, mas também aquele que serve de alimento. O que é oferecido pode ser algo bom ou maligno, assim como o hóspede pode ser um amigo ou um inimigo (um parasita). Se tomarmos a definição do autor de que:

Aquele que hospeda oferece sua hospitalidade, sua casa, seu corpo ao outro, ao estranho, o estrangeiro. Por sua palavra ele transforma esse outro/estranho visitante num outro/familiar convidado [...]. Esse outro pode tornar-se um convidado, viver em comum, comungar [...]. Mas esse outro pode querer nunca se tornar convidado e querer permanecer visitante ou *hoste*, inimigo, parasita. (Ib., p. 03).

Vemos essa constante tensão no contexto das práticas turísticas. A hostilidade, o inverso da hospitalidade (LANG, 2006), remete à ambivalência da dádiva que faz com que seja ao mesmo tempo remédio e veneno, benefício e desafio, como observa Caillé (1998). Os sujeitos podem fazer aliança e confiar totalmente um no outro e as dádivas trocadas concretizarão sua opção pela paz ou deixarão a desconfiança vir à tona, recaindo na guerra.

Neste capítulo apresentei dados sobre a comunicação entre os sujeitos das práticas turísticas. Ao longo das últimas décadas de “turismo”, os mediadores culturais apropriaram-se de vários meios para viabilizar a comunicação, entre eles o uso do portunhol, como uma língua das interações turísticas em Florianópolis e também a formação das redes de clientes.

Atualmente, o acesso a outros meios, como a internet, abriu novos campos de atuação e comunicação com os “turistas”. Esses recursos foram diferentemente aceitos pelos mediadores que priorizam as interações face a face. E como o fluxo dos acontecimentos é dinâmico e nas sociedades moderno-contemporâneas estão sempre se reinventando, novas experiências culturais estão postas com a presença de “turistas” de língua inglesa.

Na intersecção desses elementos, como vimos no capítulo anterior, a dádiva atua viabilizando a interação turística. Nestas reflexões trago o outro lado do circuito da dádiva que se manifesta no conflito, na disputa por espaços. Como uma forma de sociação, o conflito atua criando relações. Portanto, as interações no quadro das práticas turísticas vivem também do conflito, mostrando que não apenas damos presentes, trocamos gentilezas e nos colocamos totalmente à disposição do outro, mas também furtamos, agredimos. Essas coisas, assim como aquilo que nos agrada, são presentes, retribuições que fazem parte do circuito da dádiva.

Se, por um lado, fica evidente a possibilidade do “turista” ser explorado economicamente e conviver com atitudes xenófobas, muitos “turistas” acreditam que podem fazer o que quiserem. Suas relações caracterizam-se por conflitos constantes que podem ser relacionados à lógica da dádiva nas interações cotidianas.

Nos momentos de conflito há, como assinala Maffesoli (1987), a aniquilação de um dos atores sociais – ora os turistas são lesados e explorados sem que vejam solução para os problemas de segurança ou tenham a possibilidade de conduzir sua vida particular durante as férias, ora os turistas desrespeitam os moradores locais, ludibriando-os, comportando-se de maneira afrontosa.

Estes conflitos remetem a dois pontos de vista que são característicos das sociedades complexas - a unidade e a diferenciação e seu equilíbrio depende de um processo de “negociação da realidade”, em múltiplos planos, no quais estão imbricados o conflito e a aliança (VELHO, 1999).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desta tese foi mapear o processo de mediação cultural no contexto das práticas turísticas na Ilha de Santa Catarina, observando como a lógica da dádiva perpassa as relações entre os mediadores culturais e os “turistas”. Para tanto, a dividi em três partes. Na parte I discuto os aspectos teóricos e as características das práticas turísticas na Ilha de Santa Catarina, apontando para o fato de que mais do que simplesmente utilizar categorias como “turismo” e “turistas”, é preciso problematizar essas categorias, considerando que não podemos utilizar as inúmeras classificações existentes tanto na área da administração e marketing quanto na área das Ciências Sociais, sem observarmos que situações aparecem na pesquisa etnográfica, ou seja, o campo nos dirá quais são os instrumentos teóricos mais apropriados para examinar o que se passa no contexto das práticas turísticas, considerando que há várias formas de se fazer “turismo” e vários estilos de “turistas”. Dessa forma, vemos as práticas turísticas sob o ponto de vista das relações sociais, investigando as formas de interação que nela ocorrem.

Outro ponto tratado nesta parte é as considerações apresentadas pela literatura antropológica sobre a “Ilha” que aponta a existência de vários sujeitos sociais, referidos como significativos para pensar as formas de ocupação da cidade e o que a tornou turística. Se, inicialmente, as relações polarizavam-se entre “nativos” e “pessoal de fora”, nas últimas décadas os “turistas” passam a fazer parte do cenário de Florianópolis como uma população que temporariamente participa na vida da cidade. Os “nativos” e o “pessoal de fora” são caracterizados por cosmologias e níveis de cultura diferenciados que ocasionaram diferentes intervenções na cidade. Reportando-me a Dumont (1985), na comparação entre sociedades que têm o individualismo como valor supremo e àquelas em que o valor encontra-se na sociedade como um todo, relaciono o estilo de vida “nativo” à preponderância das relações, de um ethos holístico enquanto o estilo de vida do “pessoal de fora” e do “turista”, muito próximos, tendem a seguir a lógica individualista, por isso, a acentuada presença da dádiva já apontada pelos autores que estudam Florianópolis. A lógica individualista acentua uma ação voltada primeiramente para os interesses pessoais que tende a relações mais efêmeras, a lógica holista acentua a importância das relações pessoais, onde há uma preponderância da amizade, do parentesco, do compadrio. Esses grupos vivenciam momentos de comunicação diferenciados em que o código “nativo” defronta-se com um código global, determinando o

tipo de investimento social que cada um irá tomar na sua atuação.

Também observo que as localidades do interior da “Ilha” eram baseadas na economia da pesca e agricultura e até os anos de 1960 assim se mantiveram. Os “nativos” passaram pelo processo de inclusão da cidade num modelo de desenvolvimento que modificou as relações da população com o mar, trazendo hábitos de uso da praia até então desconhecidos por eles. O chamado desenvolvimento da cidade determinou diferentes formas de ocupação do espaço urbano que, nas últimas décadas, voltou-se para a rentabilidade dos negócios turísticos.

Como espaços de relações sociais, os diferentes territórios descritos – os *típicos*, os *planejados* e os *mistos* são os cenários em que a sociação acontece. Os *territórios típicos* seguem a lógica de ocupação dos “nativos” em que a terra é fragmentada de acordo com as necessidades de uso dos moradores, formando *segmentos residenciais familiares*. Nesses territórios predominam ruas estreitas e servidões que partem de uma avenida principal. Neste espaço a vida é pública, pois a proximidade, as boas ou más relações de vizinhança e de trabalho são referências cruciais no estilo de vida dessa população. Já os *territórios planejados* são aqueles que surgiram com o “turismo”, com a forma de apropriação voltada aos interesses capitalistas, predominando a preferência pelo privado, o distanciamento, a formação de guetos. Nos *territórios mistos* as duas realidades estão presentes e convivem lado a lado, abarcando situações muito distintas e que por vezes entram em conflito com a lógica “nativa” ou simplesmente os faz deixar os espaços de maior valor comercial. As divisões da terra em função de um valor de uso no qual a família constrói suas casas proximamente e a lógica da dádiva organiza e dá vida às relações. Entretanto, vê-se essa situação desarticulada em vista da própria venda de terras promovida pelos “nativos”, bem como da ocupação das antigas áreas de uso comunal. O valor de troca passa a ser a principal característica da ocupação promovida pelas práticas turísticas, sendo que o norte da “Ilha” teve um processo de urbanização mais intenso, no qual territórios planejados para camadas médias e altas foram criados e expulsaram os “nativos” dos espaços à beira mar.

Na segunda parte da tese apresento os dados de campo sobre as formas de *mediação cultural* no contexto das práticas turísticas, discorrendo sobre a atuação dos mediadores culturais e os negócios turísticos características do “*turismo doméstico e empresarial*”. Desde a presença inicial dos “turistas” na “Ilha”, os mediadores culturais atuaram inserindo-os nas localidades, apresentando-os a um modo de vida tradicional, nesta altura já voltado para a atividade pesqueira. O mediador cultural é um sujeito que transita entre diferentes culturas e

sua ação visa possibilitar a comunicação entre a população local e os “turistas”. Sua atuação é criativa e envolve diversos interesses que conjuntamente perfazem sua atividade como um sujeito característico das sociedades moderno-contemporâneas nas quais a fragmentação da vida social e a exposição a inúmeras possibilidades de interação, faz com que alguns sujeitos atuem no que Bhabha (2001) denomina *entre-lugares*. Com um alto potencial de metamorfose, é capaz de adaptar-se a novas situações, como o exemplo do uso recente da língua inglesa nas práticas turísticas em Florianópolis. Porém, sua ação nem sempre é inovadora e inúmeros mediadores acabam por repetir situações de contato ou tratá-la sob a ótica do interesse capitalista, mantendo o status quo e restringindo a possibilidade de comunicação entre os sujeitos que convivem nas práticas turísticas. No *turismo doméstico*, sobressaem-se os “guias” licenciados e não-licenciados que atuam em toda a cidade a partir de um local determinado. Como mediador cultural, o “guia” constrói uma *rede de contatos* com inúmeros fornecedores de serviços aos “turistas”, com proprietários de pequenos empreendimentos, hotéis e corretores de imóveis e aciona esses elementos a fim de “pegar” os turistas. Os “turistas” são abordados em locais públicos da cidade (terminal rodoviário, aeroporto, avenidas do centro da cidade, nas localidades) e são oferecidos especialmente os aluguéis de imóveis (casas, apartamentos, kitinetes) preferencialmente no leste e norte da “Ilha”. No Portal Turístico da cidade há o recebimento de excursões que realizam passeios turísticos e são licenciados pela Prefeitura Municipal. Nos demais pontos da “Ilha” há “guias” não licenciados que disputam entre si os “turistas”.

Se nas metrópoles brasileiras os ricos ocupam locais valorizados e encontramos situações que seguem esta lógica, em Florianópolis, entretanto, há diferentes formas de expansão imobiliária e os “nativos” encontraram mecanismos econômicos de sobrevivência, apropriando-se do *capital turístico* a seu modo. Neste caso, organizaram seu próprio negócio turístico utilizando suas casas para aluguel e construindo novas unidades destinadas aos “turistas”. Essas construções proliferaram nos territórios típicos e mistos e têm se direcionada para aqueles que praticam um “turismo” que denominei *doméstico*. Neste tipo de prática predomina o envolvimento do visitante na localidade e um lazer mais voltado para os espaços públicos, onde há um intenso fluxo de sujeitos. Já no *turismo empresarial*, o valorizado é a utilização de serviços de alto capital econômico com pouca possibilidade de envolvimento pessoal, a não ser com aqueles que compartilham seu mesmo estilo de vida. Portanto, utilizo a idéia de estilos de “turistas” que seria mais ampla para abarcar as nuances que existem a partir das referências descritas como modelo.

A mediação cultural no contexto das práticas turísticas em Florianópolis não se encarna em alguns sujeitos, mas sim transita entre diferentes sujeitos sociais. O que temos são atividades mais propícias à mediação, como o caso dos “guias”. A situação de liminaridade dos “guias” seria mais propícia à mediação não institucionalizada, ou seja, os “guias” têm um trânsito intenso por toda a cidade e pelo fato de seu trabalho não ser licenciado, precisam usar de outros recursos para convencer seus clientes a continuar utilizando os serviços que oferecem, por isso, realizam um atendimento mais personalizado, no qual ser simpático, fazer amizade, levar os “turistas” para “rodar a “Ilha”, fazer um churrasco, levá-los num jogo de futebol são situações que, na linguagem da reciprocidade, obrigam o visitante. Há também uma outra forma de aproximação na qual valores modernos são enfatizados, ou seja, uma troca de e-mail, o colocar-se à disposição se os clientes despertam seu interesse pessoal para envolvimento afetivos, que tende a seguir um projeto de vida. Neste caso, se é também hospitaleiro, mas tomando a classificação de DaMatta (1997) a respeito das lógicas que orientam nossa ação, a hospitalidade foi apropriada pelo mercado turístico e passa a fazer parte da lógica da rua (individualista) e não na lógica da casa (holística).

Os proprietários de pequenos empreendimentos também atuam como mediadores culturais, pois fazem a ponte entre o “turista” que hospedam e a população local, mas possuem uma situação ambígua, pois em outros momentos é o “guia” que leva o “turista” até ele e realiza a mediação. Nas práticas turísticas, o que temos é inúmeras possibilidades de mediação cultural, pois qualquer um que ofereça serviços pode desempenhar esse papel. Entretanto, parece-me que os “guias” são os mediadores culturais por excelência no contexto das práticas turísticas em Florianópolis.

Na parte III analiso as formas pelas quais a reciprocidade ganha lugar no negócio turístico, discutindo as relações amistosas no recebimento aos visitantes e os momentos de conflito. O sistema da dádiva perpassa as relações dos mediadores culturais com os “turistas”, de diferentes formas. No caso dos “nativos” predomina a lógica das relações, já o “pessoal de fora” opera pela lógica da impessoalidade, transposta por outros referenciais que advêm de uma diferente inserção num estilo de vida moderno. Para os “nativos”, o *dom* está ligado a uma cosmologia que organiza seu próprio mundo, expresso em *solidariedades permanentes*, enquanto para os demais empreendedores outros valores são associados, como a questão da *hospitalidade* que se transformou num valor de mercado na esfera das práticas turísticas. Dessa forma, enquanto as práticas sociais “nativas” dão ênfase à relação como forma de encontro com o outro – o “turista”, o “pessoal de fora”, a importância do capital

social estaria em segundo plano à medida que nos aproximamos de empreendimentos de alto capital econômico. A hospitalidade oferecida ao “turista” e que é reafirmada no discurso de que os visitantes bem tratados retornam à cidade e trazem com eles inúmeros outros, dissimula a prática que não aceita qualquer “turista”, ou seja, recebo bem a todos, mas somente àqueles que quero ter em minha casa. Então, a hospitalidade tem certas regras e atua discriminando os sujeitos que não quero na proximidade. Por outro lado, vê-se um empenho dos mediadores em fazer com que os “turistas” se sintam bem na cidade, participem de alguma forma da cultura brasileira, no caso dos estrangeiros e, em última instância, da cultura nativa (isso ficaria por conta dos mediadores nativos) e costumam prestar serviços além daquilo a que normalmente fazem intermediando serviços. A gratificação e o prazer em assim agir não traz benefícios apenas para o “turista”, pois satisfaz o mediador quando tem seu trabalho reconhecido por meio de um presente ou por meio daqueles com quem convive. Se existe uma hierarquia na relação “turista”/população local, o mediador têm o papel de aproximar esses sujeitos e quando age pelo sistema da dádiva há como que uma suspensão das diferenças. Entretanto, nem sempre a atuação do mediador dá conta de afastar a guerra. Nos exemplos trazidos, em alguns momentos é o próprio mediador que quebra o ciclo da troca e empodera-se, fazendo aquilo que o “turista” não esperava: furta, agride. De outra forma, em outros momentos, são os “turistas” que interrompem o ciclo e afrontam o modo de vida da população local. Nestes casos, a dádiva agonística, o gift que, segundo Mauss (1974), é tanto o presente quanto o veneno, faz parte das relações sociais, como dois lados de uma mesma moeda.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABRAM, Simone; WALDREN, Jaqueline. Introduction: tourists and tourism. Identifying with peoples and places. In: ABRAM, Simone; WALDREN, Jaqueline; MACLEOD, Donald. **Tourists and tourism**. Identifying with peoples and places. Oxford: Berg. 1997, p. 1-12.

ALBUQUERQUE, Cleidi M. **Tecendo redes sociais**: a articulação de instituições sociais numa localidade pesqueira de SC. Florianópolis: UFSC, 1983. [Dissertação de Mestrado]

ALEXANDRE, Agripa Faria. **Gestão de conflitos sócio-ambientais no litoral sul do Brasil**: estudo de representações sociais dos riscos envolvidos no projeto de construção do Porto da Barra, na ilha de SC, no período de 1995-1999. Florianópolis: UFSC, 1999

ALMEIDA, Ronaldo de. **Tradução religiosa e mediação cultural**. Florianópolis: Mimeo, 200?.

ANDRADE, Rui O. B. e NETO, Luís M. A gestão privada do turismo. In: TRIGO, Luiz Gonzaga G. **Como aprender turismo, como ensinar**. V.1. São Paulo: Senac, 2000.

APPADURAI, A. **Grassroots**: globalisation and the research imaginarios. Public Culture, v. 12, n.1, p.1-19, 2000.

ARAÚJO, Hermetes Reis de. **A invenção do litoral**: reformas urbanas e reajustamento social em Florianópolis na 1ª República. São Paulo: PUC, 1989.

ARAÚJO, Silvana M. de. Artificio e Autenticidade: o turismo como experiência antropológica. In: BANDUCCI JUNIOR, Álvaro e BARRETTO, Margarita (Orgs.). **Turismo e identidade local – uma visão antropológica**. Campinas: Papyrus: 2001.

ARON, Cindy. **Working at play. A history of vacations in the United States**. New York-Oxford: Oxford University Press, 1999.

ASSIS, Leonora Portela de. **Planos, ações e experiências na transformação da “pacata” Florianópolis em capital turística**. Florianópolis: UFSC, 2000. [Dissertação de Mestrado em História].

AUGÉ, Marc. **Não lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papirus, 1994.

AZEVEDO, Thales de. **A praia**: espaço de sociabilidade. Salvador: Centro de Estudos Baianos/UFBA, 1988.

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento**: o contexto de François Rabelais. São Paulo: Hucitec, 1993.

BARRETTO, Margarita. **Relações entre visitantes e visitados**: um retrospecto dos estudos socioantropológicos. Conexão – Comunicação e Cultura, v.3, n.5, p. 31-47, 2004.

_____. As ciências sociais aplicadas ao turismo. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa T.; LUCHIARI, Maria Tereza (Orgs). **Olhares Contemporâneos sobre o Turismo**. Campinas: Papirus, 2000.p.17-36.

BARROS, Myriam Lins de. In: VELHO, Gilberto e KUSCHNIR, Karina (orgs). **Mediação, Cultura e Política**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001.p. 319-325.

BASTOS, Rafael J. de M. **Dionísio em Santa Catarina – Ensaio sobre a Farra do Boi**. Florianópolis: EdUFSC/FCC, 1993.

BATISTA JUNIOR, Paulo N. **Argentina**: uma crise paradigmática. Estudos Avançados, n.44, p. 83-96, 2002.

BAUMAN, Zygmunt. **Globalização**: as consequências humanas. Rio de Janeiro: Zahar, 1999.

BECK, Anamaria. **Lavradores e pescadores**: um estudo sobre trabalho familiar e trabalho acessório. Florianópolis: UFSC, 1979.

BECKER, Howard S. **Uma teoria da ação coletiva**. Rio de Janeiro: Zahar, 1977.

BENJAMIN, Walter. **Walter Benjamin**: Sociologia. São Paulo: Ática, 1985.

_____. Paris, capital do século XIX. In: FORTUNA, Carlos (org.). **Cidade, cultura e globalização**. Lisboa. Celta, 1997, p. 67-80.

_____. **A modernidade e os modernos**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2000.

BERNARDI, C. **Individoação**: do eu para o outro, eticamente. Disponível em <<http://www.rubedo.psc.br/artigosb/jgetiind.htm>> Acesso em 02 fev. 2006.

BHABHA, Homi K. **O Local da cultura**. Belo Horizonte: Editora de UFMG, 2001.

BINDÁ, Andréa. **“Viajar é mais...”**. Brasília: UnB, 1995 (Dissertação de Mestrado em Antropologia Social).

BOISSEVAIN, Jeremy. Introduction. In : BOISSEVAN, Jeremy (Ed.). **Coping with tourists**. European reactions to mass tourism. Oxford: Berghahn Books, 1996.

BOORSTIN, D. **The image**: a guide to pseudo-events in America. Nova York: First Vintagebooks Edition, 1992.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: DIFEL, 1989.

_____. **Marginália**: Algumas notas adicionais sobre o Dom. Mana, V. 2, n. 2, p. 7-20, 1996.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2003.

BOYER, Marc. **L’Invention du Tourisme**. Paris: Découvertes Gallimard, 1996.

_____. **História do turismo de massa**. São Paulo: Edusc, 2003.

BRITTO, Rosyan Campos de C. **Modernidade e tradição**: construção da identidade social dos pescadores do Arraial do Cabo – RJ. Niterói: EdUFF, 1999.

BRUMANA, Fernando G. **Antropologia dos sentidos**: introdução às idéias de Marcel Mauss. São Paulo: Brasiliense, 1983.

CABRAL, Oswaldo R. **Os Açorianos**. In: Anais do Primeiro Congresso de História Catarinense. Florianópolis, v. II., p. 527-575, 1950.

_____. **História de Santa Catarina**. Florianópolis: Lunardelli, 1970.

_____. **Nossa Senhora do Desterro**. Florianópolis: UFSC, 1971.

CAILLÉ, Alain. **Nem holismo nem individualismo metodológicos**: Marcel Mauss e o paradigma da dádiva. RBCS, V.13, n. 38, p. 5-34, 1998.

_____. Dádiva e associação. In: MARTINS, Paulo Henrique (org.) **A dádiva entre os modernos**: discussão sobre os fundamentos e as regras do social. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 191-205.

_____. A dádiva das palavras – o que o dizer pretende dar. In: MARTINS, Paulo Henrique (org.) **A dádiva entre os modernos**: discussão sobre os fundamentos e as regras do social. Petrópolis: Vozes, 2002, p. 99-136.

CAMPOS, Luiz Cláudio de A. M., GONÇALVES, Maria Helena B. **Introdução a turismo e hotelaria**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 1998.

CAMPOS, Nazareno José de. **Terras comunais na ilha de Santa Catarina**. Florianópolis: FCC/UFSC, 1991.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. **Identidade, etnia e estrutura social**. São Paulo: Pioneira, 1976.

_____. **Sobre o pensamento antropológico**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1988.

_____. **O índio e o mundo dos brancos**. Campinas: UNICAMP, 1996.

CARVALHO, Maria Celina P. **História da ilha**: temporalidade e apropriação do espaço na ilha comprida. Campinas: Unicamp, 1999.

CASTRO, Celso. Narrativas e Imagens do turismo no Rio de Janeiro. In: VELHO, Gilberto. **Antropologia urbana**: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.

CECCA. **Uma cidade numa ilha**: relatório sobre os problemas sócio-ambientais da ilha de Santa Catarina. Florianópolis: Insular, 1996.

CEFAÏ, Daniel. **The Fielding Training Project**: a pioneer experiment in field work methods:

Everett C. Hugues, Buford H. Junker and Raymond Gold's re-invention of Chicago field studies in the 1950's. *Antropolítica*, n.1, p. 25-76, 2000.

CLIFFORD, James. **Traveling cultures**. Harvard: Harvard University Press, 1997.

COELHO, Teixeira. **A modernidade de Baudelaire**. São Paulo: Paz e Terra, 1988.

COHEN, E. **"Towards a sociology of internacional tourism"**. *Social Research*, n.39, p.164-182, 1972.

_____. **"Who is a tourist? A conceptual clarification"** *Sociological Review*, n.22, p.527-555, 1974.

_____. **"Rethinking the sociology of tourism"**. *Annals of Tourism Research*, n.6, p. 18-36, 1979(a).

_____. **"A phenomenology of tourist experiences"**. *Sociology*, v.13, nº 02, p. 179-202, 1979(b).

_____. **"The sociology of tourism: approches, issues, and findings"**. *Annual Review of Sociology*, v.10, p. 373-392, 1984.

_____. **"Authenticity and Commoditization in Tourism"**. *Annals of Tourism Research*, n.3, p. 18-36, 1988.

CORADINI, Lisabete. **Praça XV: espaço e sociabilidade**. Florianópolis: Fundação Franklin Cascaes/Letras Contemporâneas, 1995.

CORBIN, Alain. **O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental**. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

_____. **L'Avènement des loisirs 1850-1960**. Paris: Aubier, 1995.

CÓRDOVA, R. V. **"Ficar em terra" – O processo de migração de profissionais da pesca**. Florianópolis: UFSC, 1986. [Dissertação de Mestrado]

COSTA, Antonio Firmino; CORDEIRO, Graça. Introdução: "Lugares Fractais" no tecido

social metropolitano. In: PINHEIRO, Magda et al (orgs.). **Cidade e metrópole**: centralidades e marginalidades. Oeiras: Celta, 2001.

CRICK, Malcolm. “**Representations of international tourism in the social sciences**: sun, sex, sights, savings, and servility”. Annual Review of Anthropology, n.18, p. 307-344, 1989.

DaMATTA, Roberto. **A casa e a rua**: espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DIEGUES, Antônio. **Ilhas e mares**: simbolismo e imaginário. São Paulo: Hucitec, 1998.

DORNELES, Edson Bertin. **Considerações acerca do olhar do turista sobre Gramado/RS – traduzindo uma projeto turístico**. Paper apresentado na IV Reunião de Antropologia do Mercosul, 2001.

DUARTE, Luiz F.D. Comentários. In: VELHO, Gilberto e KUSCHNIR, Karina (orgs.). **Mediação, cultura e política**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001.p.127-136.

DURHAM, Eunice R. A pesquisa antropológica com populações urbanas: problemas e perspectivas. In: CARDOSO, Ruth L. C. (org.) **A aventura antropológica**: teoria e pesquisa. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

ENZENSBERGER, Hans M. **Com raiva e paciência**. Ensaios sobre literatura, política e colonialismo. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985.

ESCALLIER, Christine. **O Papel das mulheres da Nazaré na economia Haliêutica**. Etnográfica. Lisboa, v. 3, n. 2, p. 293-308, 1999.

FANTIN, Márcia. **Cidade dividida**: dilemas e disputas simbólicas em Florianópolis. Florianópolis: Cidade Futura, 2000.

FARIAS, M. R. C. **Pesca e sazonalidade no Camacho/SC**: um estudo de modos de vida em deslocamento. Florianópolis: UFSC, 2001.

FERREIRA, Aurélio B. de H. **Novo dicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1975.

FERREIRA, Francisco C. **Turismo e desenvolvimento urbano**: avaliação do impacto sócio ambiental da atividade turística Na Ilha de SC. Estudo de caso do projeto Jurerê Internacional.

Florianópolis: UFSC, 1992. [Dissertação de Mestrado em Sociologia Política]

FERREIRA, Sérgio L. **O banho de mar na ilha de Santa Catarina**. Florianópolis: Ed. das Águas, 1998.

FERREIRA, Victor H. M. **Estratégias alternativas de marketing para o ramo da hotelaria e turismo na Ilha de SC, como decorrência de possíveis impactos da situação econômica atual da Argentina**: um estudo de caso no Praia Brava Hotel. Florianópolis: UFSC, 2002.

FERREIRA, Vítor M. e CASTRO, Alexandra. “Cidades de água – a lenta descoberta da frente marítima de Lisboa”. In: FERREIRA, Vítor M. e INDOVINA, Francesco (orgs.). **A cidade da EXPO’98**. Lisboa: Bizâncio, 1999.

FISCHLER, Claude. **L’omnivore**. Paris: Odile Jacob, 1993.

FLEISCHER, David I. R. **São Tomé das Letras**: uma etnografia de ver para crer. Brasília: UnB, 2003.

FLORES, Maria Bernardete R. **Octoberfest – turismo, festa e cultura na estação do chopp**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997(a).

_____. **A Farra do Boi**: Palavras, Sentidos, Ficções. Florianópolis: UFSC, 1997(b).

FORTUNA, Carlos. **As cidades e as identidades** – Narrativas, patrimônios e memórias. RBCS. Rio de Janeiro, n. 33, ano 12. fev./1997.

FRANZONI, Tereza Mara. **As perigosas relações entre movimento popular/comunitário e administração pública municipal na Ilha de Santa Catarina**. Florianópolis: UFSC, 1993.

FUSSEL, P. **Abroad**: british literary traveling between the wars. Oxford: Oxford University Press, 1980.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: UNESP, 1992.

GIOVANNI JUNIOR, Oswaldo. **Cidade presépio em tempo de paixão**. Uma análise antropológica das relações entre religião, patrimônio cultural e turismo em Tiradentes. Juiz de

Fora: UFJF, 2002.

GODBOUT, Jacques T. **Introdução à dádiva**. RBCS, V. 13, n. 38, p.39-51, 1998

_____. **O Espírito da dádiva**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1999.

GODELIER, Maurice. **O enigma do dom**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

GRABURN, Nelson. Tourism: The Sacred Journey. In: SMITH, Valene L. **Introduction. Hosts and guests: the anthropology of tourism**. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1989, p.15-32.

_____. Tourism, modernity and nostalgia. In: AHMED, Akbar & SHORE, Cris. **The future of anthropology**. Its relevance to the contemporary world. London: Athlone Press, 1995.

GRANEMANN, Gládis L.M. **Sustentabilidade turística**: estudo da capacidade de carga de áreas turísticas. Estudo de caso do Porto da Barra – Ilha de Santa Catarina. Florianópolis:UFSC, 1999. [Dissertação de Mestrado em Geografia].

GREENWOOD, Davydd J. Culture by the pound: an anthropological perspective on tourism as cultural commoditization. In: SMITH, Valene L. Introduction. **Hosts and guests: the anthropology of tourism**. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1989, p.15-32.

GRÜNEWALD, Rodrigo de A. **Os índios do descobrimento**: tradição e turismo. Rio de Janeiro: Contra Capa, 2001.

GUIA DIGITAL FLORIANÓPOLIS, 2001

GUIA FLORIANÓPOLIS 1993. Florianópolis: EDEME/IPUF, 1992.

GUIMARÃES, Patrícia. O doutor e a pomba gira...In: VELHO, Gilberto e KUSCHNIR, Karina (orgs). **Mediação, Cultura e Política**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001. p.. 293-316.

HOBSBAWM, Eric e RANGER, Terence. Introdução: A Invenção das Tradições. In: HOBSBAWM, Eric e RANGER, Terence. **A invenção das tradições**. São Paulo: Paz e Terra, 1997, p. 9-23.

IBGE. Disponível em: <www.ibge.gov.br>. Acessado em novembro 2005.

JAFARI, Jafar. The Scientification of tourism. In: Valene L. & BRENT, M. (Ed.). **Hosts and guests revisited: tourism issues of the 21st Century**. New York: Cognizant Communication Corp., 2001

JANUÁRIO, Sérgio Saturnino. **Organização, ação e representação de interesses do empresariado do setor turístico em Florianópolis**. Florianópolis: UFSC, 1997.

JUSTUS, Daisy. **A cidade natural: imagens e representações de armação dos búzios**. Rio de Janeiro: UFRJ/Museu Nacional, 1996, 167 p. (Dissertação de Mestrado em Antropologia Social)

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

KUAZAQUI, Edmir. **Marketing turístico e de hospitalidade**. São Paulo: Makron Books, 2000.

LACERDA, Eugênio. P. **As farras do boi no litoral de Santa Catarina**. Florianópolis: UFSC, 1994. [Dissertação de Mestrado]

_____. **O atlântico açoriano: uma antropologia dos contextos globais e locais da açorianidade**. Florianópolis: UFSC, 2003. [Tese de Doutorado]

LAGO, Mara Coelho de S. **Memória de uma comunidade que se transforma: de localidade agrícola-pesqueira a balneário**. Florianópolis: UFSC, 1983. [Dissertação de Mestrado]

_____. **Modos de vida e identidade – Sujeitos no processo de urbanização da ilha de Santa Catarina**. Florianópolis: UFSC, 1996.

LAGO, Paulo F. **Florianópolis: a polêmica urbana**. Florianópolis: Fundação Franklin Cascaes/Palavra Comunicação, 1996.

LANG, C. **A tradição da hospitalidade, o sacrifício e a paternidade**. Disponível em <http://www.est.com.br/nepp/numero_03/charles.htm>. Acesso em 02 fev. 2006.

LANNA, M. **A dívida divina: troca e patronagem no nordeste brasileiro**. Campinas:

UNICAMP, 1995.

_____. Nota sobre **Marcel Mauss e o ensaio sobre a dádiva**. Revista de Sociologia e Política, n. 14, junho de 2000, p. 173-193.

LANQUAR, Robert. **Sociologie du tourisme et des voyages**. Paris: PUF, 1985.

LEAL, João. **Etnografias portuguesas (1870-1970): cultura popular e identidade nacional**. Lisboa: Dom Quixote, 2000.

LEFEBVRE, Henry. **O direito à cidade**. São Paulo: Moraes, 1991.

LEHMANN-CARPZOV, Ana Rosa. **Turismo e identidade: construção de identidades sociais no contexto do turismo sexual entre alemães e brasileiras na cidade do Recife**. Recife: UFPE, 1994. (Dissertação de Mestrado em Antropologia Social)

LEVI-STRAUSS, Claude. A Obra de Marcel Mauss. In: MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. v. II, São Paulo: Editora Pedagógica e Universitária, 1974.

_____. **Antropologia estrutural**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1982.

LINNAS, Miguel Seguí. El espacio turístico y su consumo en la isla de Mallorca. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa T.; LUCHIARI, Maria Tereza (orgs). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. Campinas: Papirus, 2000. p.191-205.

LINS, Hoyêdo Nunes. Ilha de Santa Catarina: o turismo em debate. In: PEREIRA, Nereu do Vale et al. (orgs). **A Ilha de Santa Catarina: espaço, tempo e gente**. Vol. 2. Florianópolis: IHGSC, p. 315-327, 2002.

LOFGREN, Osvar. **On holiday. A history of vacationing**. Los Angeles: University of California Press. 1999.

MACCANNELL, Dean. **The tourist – a new theory of leisure class**. Berkeley e Los Angeles: University of California Press, 19819.

MACCLANCY, Jeremy. “Eating the other” In: Macclancy, Jeremy. **Consuming culture**. London: Chapmans, 1992. p.204-208.

MACEDO, Silvio S.; PELLEGRINO, Paulo R. M. “Do Éden à cidade - transformação da paisagem litorânea brasileira”. In :YÁZIGI, Eduardo, CARLOS, Ana F. e CRUZ, Rita de Cássia da. (orgs.). **Turismo, espaço, paisagem e cultura**. São Paulo: Hucitec, 1996.

MACHADO, Ewerton V. **Florianópolis: um lugar em tempo de globalização**. São Paulo: USP, 2000.

MAFFESOLI, M. **Dinâmica da violência**. São Paulo: Vértice, 1987.

_____. **A contemplação do mundo**. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

MALUF, Sônia. **Encontros noturnos: bruxas e bruxarias na Lagoa da Conceição**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 1993.

MARTINS, João Batista. **Marolas antropológicas: identidades em mudança na Praia do Santinho**. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social. Florianópolis: UFSC, 1995.

MAUSS, Marcel. **Sociologia e antropologia**. vol. 2. São Paulo: EPU/EDUSP, 1974.

MENEZES, Emílio A. **Avaliação do impacto econômico do turismo decorrente dos gastos com turistas num pólo receptor**. Florianópolis: UFSC, 1979. [Dissertação de Mestrado em Engenharia da Produção].

MENDONSA, Eugene. “Turismo e estratificação em Nazaré”. *Análise social*, n. 71, 1982.

MINGORI, Jussara. **O desenvolvimento turístico na Ilha de Santa Catarina: dos percalços do turismo massivo às proposições de um turismo sustentável – a análise do projeto Ambiente Sul**. Florianópolis:UFSC, 2001. [Dissertação de Mestrado em Sociologia Política].

MONTERO, Paula. **Índios e missionários no Brasil: por uma teoria da mediação cultural**. 22ª Reunião de Antropologia em Brasília, 2000.

MOTA, Keila C. N. **Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.

MOTTA, Flávia de M. **Gênero e reciprocidade: uma ilha no sul do Brasil**. Campinas: Unicamp, 2002. [Tese de Doutorado em Ciências Sociais]

NASH, Dennison. Tourism as a form of imperialism. In: SMITH, Valene L. **Introduction. Hosts and guests: the anthropology of tourism**. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1989. p.33-62

_____. Prospects for tourism study in Anthropology. In: AHMED, Akbar & SHORE, Cris. **The future of anthropology**. Its relevance to the contemporary world. London: Athlone Press, 1995.

NERY, Paulo R. Albieri. **Viagem, passeio, turismo**. Rio de Janeiro: Museu Nacional/UFRJ, 1998. (Tese de Doutorado em Antropologia Social)

NETO, Luís M. **A atividade turística e o desenvolvimento sustentado – estudo de caso: o balneário de Ingleses e o Projeto Costa Norte – Ilha de Santa Catarina, no período de 1960-1990**. Florianópolis: UFSC, 1993. [Dissertação de Mestrado em Geografia].

NICOLAS, Guy. O dom ritual, face velada da modernidade. In: MARTINS, Paulo Henrique (org.) **A dádiva entre os modernos: discussão sobre os fundamentos e as regras do social**. Petrópolis: Vozes, 2002, p.33-62.

OLIVEN, Ruben G. **Urbanização e mudança social no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1982.

OURIQUES, Helton R. **Turismo em Florianópolis: uma crítica à indústria pós-moderna**. Florianópolis: Editora da UFSC, 1998.

PEIRANO, Mariza G. S. Antropologia no Brasil (alteridade contextualizada). In: MICELI, Sergio (org.). **O que ler na ciência social brasileira (1970-1995)**. Antropologia, Vol. I. São Paulo: Sumaré/ANPOCS; Brasília: CAPES, 1999, p.225-266.

PEREIRA, Nereu do Vale. **Florianópolis das 100 praias**. Florianópolis: Mares do Sul, 1999.

PIAZZA, Walter F. **A epopéia açorico-madeirense (1747-1756)**. Florianópolis: UFSC/Lunardelli, 1992

PINA CABRAL, J. de e BESTARD, Joan. **A ação social e os limites do interesse**. Etnográfica, v.11, n.1, p.143-146, 1998.

PRISTA, Pedro. **Turismo e culturas populares no Algarve**. 1991, n.p.

_____. **Do doméstico ao caseiro. Aspectos da dominação turístico-alimentar nos campos.** III Colóquio Hispano Português de Estudos Rurais. Vol. II, 1995.

QUINTELA, Maria Manoel. **Curar e folgar:** uma etnografia das experiências termais nas termas de São Pedro do Sul. Lisboa: ISCTE, 1999.

REIS, Almir F. **Permanências e transformações no espaço costeiro:** formas e processos de crescimento urbano-turístico na Ilha de Santa Catarina. São Paulo: USP, 2002. [Tese de Doutorado em Estruturas Ambientais Urbanas].

RIAL, Carmen S. de M. **Mar de dentro:** a transformação do espaço na Lagoa da Conceição. Porto Alegre: UFRGS, 1988. [Dissertação de Mestrado].

_____. **Elementos para se pensar o turismo e as viagens hoje.** Florianópolis: Mimeo, 1992.

_____. **Manezinho:** de ofensa a troféu. *Antropologia em primeira mão*, n. 48. Florianópolis, 2001.

ROCHA, Luciana S. **Florianópolis:** turismo e produção do espaço urbano. Florianópolis: UFSC, 2001.

ROJEK, Chris e URRY, John (Ed.). **Touring cultures:** transformations of travel and theory. London: Routledge, 1997.

ROSA, José A. M. **Turismo social:** um estudo de caso na Costa da Lagoa – Florianópolis/SC. Florianópolis: UFSC, 2002.

SAHLINS, Marshall. **“O pessimismo sentimental” e a experiência etnográfica:** por que a cultura não é um “objeto” em via de extinção (Parte I). *Mana*, n.3 (1), p. 41-73, 1997.

SANTANA, Agustín. **Antropologia y turismo.** Nuevas hordas, viejas culturas? Barcelona: Ariel Antropologia, 1997.

SANTIAGO, Alina Gonçalves. **Environnement, tourism et aménagement:** l'imperatif d'une conciliation. L'île de SC (Brésil). Paris: Sorbonne, 1995.

SANTOS, C. N. **A cidade como um jogo de cartas.** São Paulo: Projeto Editores, 1988

SANTOS, Cristina S. V. **Planejamento turístico e seus reflexos no processo de urbanização nas praias de Canasvieiras e Jurerê Internacional**. Florianópolis:UFSC, 1993. [Dissertação de Mestrado em Geografia].

SANTOS, Sílvio C. A zona rural da ilha de Santa Catarina. In: PEREIRA, Nereu do V. et al. **Ensaio sobre sociologia e desenvolvimento em Santa Catarina**. Florianópolis: EDEME, 1971, p. 35-58.

SCHMEIL, Lilian. **“Alquila-se una isla”**: turistas argentinos em Florianópolis. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social. Florianópolis: UFSC, 1994.

SCHNITMAN, Dora Fried. A mediação: novos desenvolvimentos geradores. In: _____ e LITTLEJOHN, Stephen (orgs). **Novos paradigmas em mediação**. Porto Alegre: Artes Médicas Sul, 1999. p. 101-124.

SCHUTZ, Alfred. **Fenomenologia e relações sociais**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1979.

SEVERINO, José R. **Itajaí e a Identidade Açoriana**: a maquiagem possível. Florianópolis:UFSC, 1998.

SILVEIRA, Flávio L. **Pelas trilhas da Ilha de Santa Catarina**: ecoturismo e aventura. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social. Florianópolis: UFSC, 1996.

SIMMEL, Georg. “A metrópole e a vida mental”. In: VELHO, Otávio G. **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1967, p.13-28.

_____. O Conflito. In: MORAES FILHO, Evaristo. **Georg Simmel**: sociologia. São Paulo: Ática, 1983.

_____. A metrópole e a vida do espírito. In: FORTUNA, Carlos (org.). **Cidade, cultura e globalização**. Lisboa. Celta, 1997, p. 105-120.

SMITH, Neil. **The new urban frontier**: gentrification and the revanchist city. London: Routledge, 1996.

SMITH, V. L. **Hosts and guests**: the anthropology of tourism. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1989.

_____. Introduction. In: _____. **Hosts and guests: the anthropology of tourism**. Filadélfia: University of Pennsylvania Press, 1989.

_____. Empreendimentos privados no terceiro mundo: empresas de turismo em pequena escala. In: THEOBALD, William (org.). **Turismo global**. São Paulo: SENAC, 2002.

SOSA, María M. Sosa de. **Adequação da habitação de praia para o turista argentino**. Florianópolis: UFSC, 1995. [Dissertação de Mestrado em Engenharia da Produção].

STAGL, Justin. **A history of curiosity**. The theory of travel 1550-1800. Suíça: Harwood Academic Press, 1995.

TOURAINÉ, Alain. **Crítica da modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1994.

TURNER, Victor. **O processo ritual**. Petrópolis: Vozes, 1974.

URBAIN, Jean-Didier. **Sémiotiques comparées du touriste et du voyageur**. Semiotica 58, 3/4, p. 269-286, 1986.

_____. **L'idiote du voyage**. Paris : Plon, 1991.

URRY, John. **Consuming places**. London: Routledge, 1995.

_____. **O olhar do turista: lazer e viagem nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel/SESC, 1996.

VALERI, Valério. **As ilhas Salomão descobertas pelos europeus: do contrato social ao utilitarismo**. Revista Campos, n. 1, 2001.

VAN GENNEP, Arnold. **Os ritos de passagem**. Petrópolis: Vozes, 1978.

VAZ, Nelson Popini. **O centro histórico de Florianópolis: espaço público do ritual**. Florianópolis: FCC/UFSC, 1991.

VELHO, Gilberto e MACHADO, Luiz Antônio. **Organização social no meio urbano**. Anuário Antropológico/76, p.71-81, 1977.

VELHO, Gilberto. **Individualismo e cultura**. Notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

_____. **Projeto e metamorfose**. Antropologia das sociedades complexas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.

_____. **Projeto e metamorfose**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

_____. Biografia, trajetória e mediação. In: _____ e KUSCHNIR, Karina (orgs). **Mediação, Cultura e Política**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001. p. 15-28.

VELHO, Gilberto e KUSCHNIR, Karina. **Mediação e metamorfose**. Mana, v. 2, nº 1.p. 97-107, 1996.

VELHO, Gilberto e KUSCHNIR, Karina. (orgs). **Mediação, Cultura e Política**. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2001.

VIVEIROS DE CASTRO, Eduardo. Etnologia Brasileira. In: MICELI, Sergio (org.). **O que ler na ciência social brasileira (1970-1995)**. Antropologia, Vol. I. São Paulo: Sumaré/ANPOCS; Brasília: CAPES, 1999, p.109-223.

WEBER, Max. **Economia e sociedade**: fundamentos de sociologia compreensiva. 3 ed. Vol. 1 e 2. Brasília: Universidade de Brasília, 1999 [1921].

WIJK, Flávio B. **Por uma teoria da mediação cultural**: um estudo sobre o encontro dos índios Jê do Sul com o cristianismo, suas diversas apropriações e seu papel mediador na (re)estruturação de sistemas sócio-políticos contemporâneos. Florianópolis: Mimeo, 2003.

WINKIN, Yves. **A nova comunicação**: da teoria ao trabalho de campo. Campinas: Papirus, 1998.

WIRTH, Louis. O urbanismo como modo de vida. In: FORTUNA, Carlos (org.). **Cidade, cultura e globalização**. Lisboa. Celta, 1997, p. 45-65.

ZANELA, Cláudia. **Atrás da porta**: o discurso sobre o turismo na Ilha de Santa Catarina (1983-1998). Florianópolis:UFSC, 1999. [Dissertação de Mestrado em História].

ANEXOS

ANEXO 1 - COMPOSIÇÃO DOS DISTRITOS DE FLORIANÓPOLIS

- 1 Distrito Sede, composto pelos bairros: Agrônômica, Centro, Córrego Grande, Pantanal, Costeira do Pirajubaé, Itacorubi, João Paulo, Monte Verde, Saco Grande, José Mendes, Saco dos Limões, Santa Mônica e Trindade na parte insular e Balneário, Canto, Capoeiras, Coloninha, Estreito, Itaguaçu, Coqueiros, Bom Abrigo, Abraão, Jardim Atlântico e Monte Cristo na área continental;
- 2 Distrito de Canasvieiras: praias do Pontal, Jurerê e Praia do Forte e as localidades de Vargem Pequena, Ponta Grossa, Lamim e a sede Canasvieiras;
- 3 Distrito de Cachoeira do Bom Jesus: localidades de Cachoeira do Bom Jesus, Lagoinha, Ponta das Canas, Vargem Grande e Vargem do Bom Jesus;
- 4 Distrito de Ingleses do Rio Vermelho: praias de Ingleses e Santinho e as localidades de Sítio de Capivari e Aranhas dos Ingleses;
- 5 Distrito de São João do Rio Vermelho: praia de Moçambique, Parque Florestal e São João do Rio Vermelho, sede do distrito;
- 6 Distrito de Ratonés;
- 7 Distrito de Santo Antônio de Lisboa: localidades de Cacupé, Sambaqui, Barra do Sambaqui e Santo Antônio de Lisboa;
- 8 Distrito de Lagoa da Conceição: localidades de Costa da Lagoa, Canto da Lagoa, Retiro da Lagoa, Porto da Lagoa, Praia e Parque da Galheta, Praia da Joaquina, Praia Mole e Lagoa da Conceição;
- 9 Distrito de Ribeirão da Ilha: localidades de Alto Ribeirão, Barro Vermelho, Caiacangaçu, Caieira da Barra do Sul, Carianos, Costeira do Ribeirão, Freguesia do Ribeirão, Tapera, Sertão do Peri e Praia dos Naufragados;
- 10 Distrito de Pântano do Sul: localidades de Costa de Dentro, Sertão do Peri e Lagoa do Peri, Praia da Armação, Praia da Lagoinha do Leste, Praia do Matadeiro, Praia do Pântano do Sul, Praia do Saquinho, Praia do Rio das Pacas,
- 11 Distrito de Campeche: localidades de Morro das Pedras, Praia do Campeche, Campeche e Rio Tavares.
- 12 Distrito de Barra da Lagoa: localidades de Barra da Lagoa e Fortaleza.

ANEXO 2 - ROTEIROS DE ENTREVISTAS

Roteiro de entrevista (Proprietários de pousada)

1. Qual é seu local de procedência?
2. O que o levou a optar pela moradia em Florianópolis?
3. Como iniciou a pousada/hotel?
4. Como é administrada a pousada/hotel? Há o envolvimento de familiares/parentes?
5. Como é feita a contratação de funcionários? Trabalham pessoas de fora ou apenas moradores da localidade?
6. A que turista ela tem se direcionado? De que forma atrai esses turistas?
7. Além dos serviços comumente oferecidos aos hóspedes, que outras relações/orientações são estabelecidas no período de permanência dos clientes?
8. E quanto ao comportamento dos hóspedes, os acordos de prazo para saída e pagamentos são respeitados? É comum haver problemas?
9. Costuma haver depredação do imóvel e/ou furto de utensílios domésticos?
10. Como o senhor (a) contorna tais situações?
11. Que tipo de relações são mantidas com os demais proprietários de pousadas/hotéis e com os moradores que alugam casas/kitinetes?
12. Há alguma forma de organização das pessoas que trabalham com turismo a fim de divulgar a localidade?
13. Como o senhor (a) vê o turismo nessa localidade?
14. O que considera como pontos positivos? O que tem sido negativo?
15. O que muda com a presença dos turistas na localidade?

Roteiro de entrevista (Proprietários de casas/kitinetes)

1. Qual é seu local de procedência?
2. Quando e como iniciou o trabalho com aluguel da casa/kitinete?
3. Como a família administra esse trabalho?
4. A que turista ele tem se direcionado? De que forma atrai esses turistas?
5. Quais são as exigências dos turistas ao locar os imóveis?
6. Há alguma espécie de contrato ou o aluguel é combinado informalmente?
7. Além dos serviços comumente oferecidos aos hóspedes, que outras relações/orientações são estabelecidas no período de permanência dos clientes?
8. E quanto ao comportamento dos hóspedes, os acordos de prazo para saída e pagamentos são respeitados? É comum haver problemas?
9. Costuma haver depredação do imóvel e/ou furto de utensílios domésticos?
10. Como o senhor (a) contorna tais situações?
11. Que tipo de relações são mantidas com os demais proprietários de pousadas/hotéis e com os moradores que alugam casas/kitinetes?
12. Há alguma forma de organização das pessoas que trabalham com turismo a fim de divulgar a localidade?
13. Como o senhor (a) vê o turismo nessa localidade?
14. O que muda com a presença dos turistas na localidade?
15. O que considera como pontos positivos? O que tem sido negativo?

Roteiro de entrevista (Vendedores ambulantes/prestadores serviços na rua)

1. Qual é seu local de procedência?
2. Quando e como iniciou esse trabalho?
3. Há participação da família nessa atividade?
4. A que turista ele tem se direcionado? De que forma atrai esses turistas?
5. Quais são as exigências dos turistas?
6. Além dos serviços comumente oferecidos aos clientes, que outras relações/orientações são estabelecidas no período de permanência deles na localidade? Os turistas costumam lhe solicitar alguma tipo de ajuda ou serviço?
7. É comum haver problemas em seu trabalho com os turistas?
8. Como o senhor (a) contorna tais situações?
9. Que tipo de relações são mantidas com os proprietários de pousadas/hotéis e com os moradores que alugam casas/kitinetes?
10. Há alguma forma de organização das pessoas que trabalham com turismo a fim de divulgar a localidade?
11. Como o senhor (a) vê o turismo nessa localidade?
12. O que muda com a presença dos turistas?
13. O que considera como pontos positivos? O que tem sido negativo?

Roteiro de entrevista (Proprietários de imobiliárias)

1. Qual é seu local de procedência?
2. Quando e como iniciou o trabalho com a imobiliária?
3. Existe a participação de sua família na condução desse trabalho?
4. Os proprietários dos imóveis são procedentes de Florianópolis ou são “pessoas de fora”?
5. A que turista tem se direcionado? De que forma atrai esses turistas?
6. Como são feitos os contratos de aluguel?
7. Há possibilidade de reservas via telefone ou internet?
8. Quais são as exigências dos turistas ao locar os imóveis?
9. Além dos serviços comumente oferecidos aos clientes, que outras relações/orientações são estabelecidas no período de sua permanência na localidade?
10. E quanto ao comportamento dos clientes, os acordos de prazo para saída e pagamentos são respeitados? É comum haver problemas?
11. Costuma haver depredação do imóvel e/ou furto de objetos dos locatários? Nesse último caso, recorrem à imobiliária?
12. De que forma a imobiliária intervém nessas situações?
13. Que tipo de relações são mantidas com os demais proprietários de pousadas/hotéis e com os moradores que alugam casas/kitinetes?
14. Há alguma forma de organização das pessoas que trabalham com turismo a fim de divulgar a localidade?
15. Como o senhor (a) vê o turismo nessa localidade?
16. O que muda com a presença dos turistas na localidade?
17. O que considera como pontos positivos? O que tem sido negativo?