

ATRÁS DA PORTA:
O DISCURSO SOBRE O TURISMO NA ILHA DE SANTA CATARINA
(1983-1998)

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA**

**ATRÁS DA PORTA:
O DISCURSO SOBRE O TURISMO NA ILHA DE SANTA CATARINA
(1983-1998)**

CLÁUDIA CRISTINA ZANELA

**Dissertação apresentada ao Programa de
Pós-Graduação em História da Universidade
Federal de Santa Catarina, com o requisito
parcial para obtenção do título de Mestre em
História do Brasil.**

FLORIANÓPOLIS

1999

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA - MESTRADO
ORIENTADOR: SÉRGIO SCFFIMITZ
CO-ORIENTADORA: LÍGIA DE OLIVEIRA CZESNAT

ATRÁS DA PORTA:
O DISCURSO SOBRE O TURISMO NA ILHA DE SANTA CATARINA
(1983-1998)

CLÁUDIA CRISTINA ZANELA

FLORIANÓPOLIS

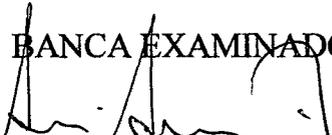
1999

**ATRÁS DA PORTA: O DISCURSO SOBRE O TURISMO NA
ILHA DE SANTA CATARINA**

CLÁUDIA CRISTINA ZANELA

Esta Dissertação foi julgada e aprovada em sua forma final para obtenção do
título de MESTRE EM HISTÓRIA DO BRASIL

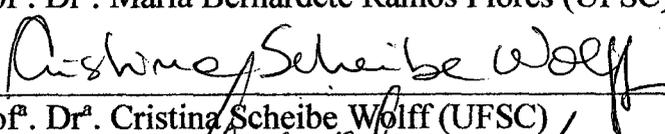
BANCA EXAMINADORA



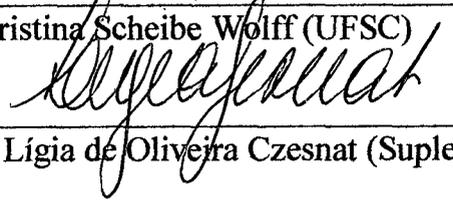
Prof. Dr. Sérgio Schmitz (Orientador) (UFSC)



Prof. Dr.ª Maria Bernardete Ramos Flores (UFSC)



Prof. Dr.ª Cristina Scheibe Wolff (UFSC)



Prof. M.Sc. Lígia de Oliveira Czesnat (Suplente) (UFSC)

Florianópolis, 14 de abril de 1999.

“Uma descoberta, seja feita por um menino na escola ou por um cientista trabalhando na fronteira do conhecimento, é em sua essência uma questão de reorganizar ou transformar evidências, de tal forma que se possa ir além delas assim reorganizadas, rumo as novas percepções”.

Jerone Bruner

SUMÁRIO

RESUMO

ABSTRACT

AGRADECIMENTOS

ACERVOS CONSULTADOS

INTRODUÇÃO _____ 10

PRIMEIRO CAPÍTULO:

O Estado tornando-se turístico: um reinventar de imagens

1. Nas malhas do poder: governadores e projetos tomando o Estado turístico _____ 20
2. Nas malhas do poder; prefeitos e projetos investindo na cidade turística _____ 38
3. Florianópolis: Capital turística do Mercosul _____ 47

SEGUNDO CAPÍTULO:

O imaginário invadindo diferentes esferas na Ilha de Santa Catarina

1. A reconstrução simbólica da Terra do Sol _____ 54
2. A cidade idealizada _____ ^ 65
3. Rosário das praias _____ 71

TERCEIRO CAPÍTULO:

A cidade moderna e o espírito do passado que lhe dá vida: re-significação da identidade nativa

1. A contemporaneidade e o reviver do passado _____ 94
2. Considerações finais: turismo uma idéia em constante mudança _____ 121

FONTES

1. Revistas _____ 125
2. Jornais _____ 125
3. Outras _____ 125
4. Bibliografia _____ 126

RESUMO

ZANELA, Cláudia Cristina. **Atrás da Porta: o discurso sobre o turismo na Ilha de Santa Catarina (1983-1998)**. Florianópolis, 1999. 131p. Dissertação (Mestrado em História) – Programa de Pós-Graduação em História, Universidade Federal de Santa Catarina.

Orientador: Sérgio Schmitz

Defesa: 14/04/99

No primeiro capítulo, procuro a emergência, no final deste século de idéias para enfrentar a crise econômica vivenciada no âmbito nacional e por Santa Catarina. O Estado viveu em 1983 uma grande enchente que arrasou ainda mais seu território e sua economia. A partir deste episódio, o então governador Esperidião Amin, propõe-se a dar nova vida econômica ao Estado e, como saída para a crise, inicia a estimulação do turismo. Era preciso aproveitar as características de cada local e, cada vez mais, a partir de então, incrementar o turismo, que passou a fazer parte das agendas dos governantes, desde a esfera municipal até organismos internacionais. As pesquisas desenvolvidas apontam o turismo como um setor da economia globalizada e terceirizada de grande saída para uma maior arrecadação e, como argumentam seus defensores, uma forma de trazer “benefícios para todos”. Unem-se ao criar a “indústria do turismo”, políticas públicas e iniciativas privadas, numa frenética busca para vender o Estado como “produto turístico” e concorrer (ou sobreviver) no mercado mundial.

No segundo capítulo analisamos o processo de produção das imagens da cidade visibilizada por e para o turismo, pelos órgãos governamentais, iniciativas privadas, artistas, escritores - os fazedores do turismo - a partir deste novo objetivo, deste novo filão da economia. Discutimos estas imagens manifestando-se como uma estratégia de *marketing* empreendida para a venda deste produto, assim como as condições políticas que a viabilizaram, motivaram e lhe deram ressonância bem como a construção de um imaginário local pelo qual a cidade é positivamente representada. Utilizamos o material selecionado para mostrar as falas que o discurso assume no intuito de “inventar” discursivamente as praias de Florianópolis.

Como último capítulo, mostramos o momento em que os nativos – manézinhos - descendentes de açorianos - habitantes nativos da Ilha - ganham relevância. Sua imagem é re-significada, positivada, assim como procuram inventar uma história para a cidade. O reinventar da tradição, o reavivar da saga dos imigrantes, das raízes e da tradição, objetivam consolidar a história atrativa da cidade. Uma imagem que é aos poucos criada para o turismo e subverte tempo e espaço, cria e recria. Uma imagem que busca as histórias que a cidade guarda, seus lugares espetaculares, suas lendas, sua arte e seus mitos, misturados ao cotidiano em uma enorme teia onde banal, efêmero, imediato, único e mágico se envolvem formando o grande produto de consumo da cidade turística tornada espetáculo.

Palavras-chave: Turismo, Produto Turístico, Discurso, Estratégia de Marketing.

ABSTRACT

On the first chapter, I look for an emergence, in the end of this century the ideas for facing an economic crisis lived on the national scope and by Santa Catarina. The State lived in 1983 a great food that devastated more its territory and economy. From this episode, the governor Esperidião Amin proposed to give new economical life to the State and, as a way out for the crisis it was started the tourism incentive. It was needed to take advantages of the characteristics of each place, more and more, from that, to increase the tourism has taken part of the governor agendas, from the state, municipal and also international organizations extent. The researches developed point out a great output for higher tax levy and as they argue, it is a way to bring “benefits for all”. They get together to create the “tourism history”, public politics and private initiatives, in a frenetic search for selling the State as a “tourism product” and to compete (or survive) in the world market.

On the second chapter is analyzed the production process of the city images visualized by and for the tourism, by the governmental organizations, private initiative, artists, writers – the tourism makers – from this new objective, from this new economy opportunity. It is realized these images, manifesting as a undertaken marketing strategy for selling this product, so as, the political conditions that gave viability, motivation and resonance as well as the imaginary place construction by which the city is positively represented. It used the selected material to show the talks that the speech assumes with the aim “to invent” discursively Florianópolis beaches.

As the last chapter, I show the moment that the natives – “manezinhos” – descending from Portuguese inhabitants of the island get relevance. Their image is re-meant, made positive as well as it is tried to invent a history for the city. To re-invent the traditions, the re-living of immigrant saga, the roots and traditions, aiming to consolidate the city attractive history. An image that is slowly created for tourism and subverts time and space, creates and re-creates. An image that seeks the history that the city keeps, its spectacular places, its legends, its arts and myths, mixture with everyday life in an enormous web where banal, ephemeron, immediate, unique and magic are involved, forming the great consume product of the tourism city turned into a show.

Key-words: tourism, tourism history, speech, marketing strategy.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos ao orientador professor Dr.Sérgio Schmitz, a professora Dr^a Maria Teresa dos Santos Cunha e a todos que colaboraram lendo estes escritos, debatendo e levantando questões, contribuindo para melhor entendermos as nuances que moldam o criar do turismo no mundo contemporâneo. Nosso agradecimento especial à professora Lígia de Oliveira Czesnat e a João Batista Bitencourt, pelas constantes leituras, reflexões e sugestões fornecendo tintas para dar vida a este trabalho. Com eles pude esclarecer muitas relações entre modernidade econômica e cultural, mas, acima de tudo isto, desejo assinalar, sempre me encheram de coragem e confiança, marcando esta trajetória.

ACERVOS CONSULTADOS

SANTUR - Santa Catarina Turismo / SA

EMBRATUR - Ministério da Indústria do Comércio e do Turismo. Instituto Brasileiro de Turismo

SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina

FIESC - Federação das Indústrias de Santa Catarina

BIBLIOTECA CENTRAL DA UFSC - Universidade Federal de Santa Catarina.
Setor de Santa Catarina

BIBLIOTECA MUNICIPAL DE FLORIANÓPOLIS - Setor de Periódicos

ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DE SANTA CATARINA - Biblioteca

INTRODUÇÃO

O que é a Ilha de Santa Catarina?

Seguramente, o leitor responderá que é uma Ilha com área de 410 Km[^], banhada pelo Oceano Atlântico e que o Município de Florianópolis abrange toda a ilha e mais uma área de 41 Km[^] no continente.

De forma alongada, a Ilha de Santa Catarina se estende paralela ao continente, do qual é separada por uma faixa de água de 500 metros de largura, com profundidade de 28 metros. O clima da região é mesotérmico úmido, sem estação seca, com ventos predominante Nordeste e Sul. É a Capital dos catarinenses e possui 271.281 habitantes.*

Porém, esta ilha não pode ser definida apenas a partir do critério geográfico, pois não são suficientes os dados sobre situação e território, quando se trata de definir a “Ilha da Magia”, a “Capital Turística do Mercosul”, lugar tão celebrado pela indústria do turismo.

Florianópolis é sim a “Ilha da Magia”. É bela, ensolarada, com verdes matas, mar azul e límpido, cidade com história, tradição, preservação, mitos, lenda, contos...

A “Ilha da Magia”, essa deusa invisível como descrevem e pintam muitos artistas, quer deixar lembranças. E, para tanto, lança mão dos seus artifícios aos grupos de visitantes turistas. Quando estes questionam sobre a magia do lugar inicia-se a longa trajetória mágica a fim de encantar e apaixonar o turista, um cliente em potencial. Guias os levam ao mundo

¹ Fonte: Contagem Populacional - IBGE - 1996

fantástico, das riquezas imaginativas às desvairadas fantasias, eles revivem, reinventam e dão voz à tradição local: “Nenhuma região foi tão bem aquinhoada com a sabedoria bruxólica. Cada pedra, cada árvore, que forma o corpo geográfico da ilha, possui um estranho mundo de sabedoria cultural e espiritual mágicos muito elevados”? Explica o guia estar usando as palavras de Franklin Cascaes, pesquisador e artista do local, que melhor sintetizou o imaginário ilhéu, com casos de bruxas, suas maldades e traquinagens, lobisomens e outras lendas. Os guias então, prosseguem com uma “Liiciação Bruxólica”, relatando a seguinte história de Cascaes:

“Se um casal tiver sete filhas, que se cuide. Segundo uma velha crença popular (que encontra poderoso eco na Ilha de Santa Catarina de Alexandria), isto significa que ou a mais velha ou a mais moça traz uma predestinação: ser bruxa. Mas acalmem-se as candidatas ao título. Tal encantamento só se dará se entre uma e outra não nascer nenhum varão. A iniciação acontece às sextas-feiras, ao crepúsculo. É quando a bruxa-chefe reúne todas as filiadas ao seu bando comunitário e realiza os exercícios preparatórios para a admissão das novas calouras. Os lugares preferidos para a realização desses, são casas mal assombradas, grutas de pedras, ranchos de canoas de pescadores à beira de praias isoladas. As novas bruxas aprendem, então, a pronunciar as palavras mágicas de encantamento, para poderem atrair o ‘estado metafórico bruxólico’. Depois do ritual elas ganham corpo invisível e conseguem, assim, poderes quase ilimitados para desenvolver os seus malefícios. Entram pelos buracos de fechaduras e vão nos quartos de dormir chupar o sangue das crianças. Vencem milhares de léguas de distância em fração de segundos. Visitam terras longínquas (fazem viagem à Índia em quatro horas). Atacam galinhas e galos. Dão nós nos rabos e crinas dos cavalos. Transformam-se em bichos. Praticam mil males e artes. Estes poderes, entretanto têm duração limitada. Ou seja: das horas crepusculares, até à meia noite. As bruxas evitam ser surpreendidas pelo canto do galo preto, que faz com que elas percam o encanto e retomem ao estado corpóreo físico natural. Antes disso, porém, no momento em que são dominadas pelo ‘estado

² CASCAES, F. In: CALDAS, Raul. *Oh! Que delícia de Ilha*. Florianópolis: Lunardelli Paralelo 27, 1995. p.71

fadórico'; elas despem-se e passam pelo corpo uma substância denominada unto virgem sem sal, que a bruxa-chefe conduz dentro de um vaso. Depois são pronunciadas as palavras de encanto: 'Por cima dos silvares e por baixo dos telhados, já vamos com mil diabos'.”⁴

Para além dos relatos de Cascaes ou das crendices dos guias, da autenticidade ou da invenção fantasiosa, esta história reforça o imaginário popular presente no apresentar a cidade. A “Iniciação” dá vida a tantas outras construções da “Ilha da Magia”, da cidade turística.

As palavras do guia não têm, portanto, importância por si só. Elas estão compactuando com uma busca frenética por peculiaridades que servirão como atrativos para a indústria do turismo. Procuram realçar imagens, alguns espaços, práticas sociais, traços culturais considerados atraentes, positivados, idealizados e assim, consonantes com desejos, necessidades e expectativas de turistas potenciais. Porém, esta criação, reelaboração - “invenção da tradição”⁴ - não é intento apenas dos guias. Eles são “mais um”. Existe um emaranhado de personagens, dedicados e muito interessados em “vender a cidade lá fora”. É a partir deste “vender a cidade” que a presente pesquisa foi gerada. Ela percorre três momentos os quais serão apontados mais adiante, que procuram mostrar como a cidade de Florianópolis ganha novos contornos que revelam o interesse de engajar-se, e lucrar, na crescente onda do turismo.

Em face desta tendência da economia mundial em super investir no turismo, este “movimenta anualmente, em escala planetária, cerca de 600 milhões de pessoas, sendo um

³ CALDAS, *idem*. p. 71-2.

⁴ Esta expressão “invenção da tradição” é utilizada por Hobsbawm para explicar a busca pelo passado onde se pode inventar a tradição se isto for necessário. HOBBSAWM, Eric J. & RAGERT. *A invenção das tradições*⁴ Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

dos fenômenos mais representativos do processo de globalização”.[^] “Ocupa hoje, papel relevante, na economia mundial, situando-se entre os três maiores produtos geradores de riquezas - 6% do PNB global - só perdendo para a indústria de armamentos e de petróleo”.[^]

É interessante percebermos que, apesar de a globalização aproximar os homens, por facilitar os acessos e encurtar distâncias, interligar as economias e as informações, está também promovendo a procura pelo único, peculiar, diferente, local. No nosso caso, está igualmente revelando, redescobrimo, reinventando a “Ilha da Magia”, com uma fisionomia que visa atingir os desejos, as aspirações, as necessidades e libertar assim, os sonhos de realizações e felicidade dos turistas que por aqui passarem. É para isto que a Capital é preparada. Aqui não só delinea-se o possível e o realizável, como também se criam mundos impossíveis e fantásticos. O projeto, às vezes tímido, outras vezes audacioso, em muitos momentos depara-se com entraves intransponíveis, porém na maioria das vezes atira-se à embriaguez dos instintos e dos mais alucinantes sonhos inventando, criando e recriando as mais fantásticas situações.

Apontados estes novos rumos, o enfoque referencial orientador da discussão e elaboração dessa dissertação busca analisar o processo de produção, construções discursivas e representações de imagens do Estado, mais especificamente, da Ilha de Santa Catarina, Florianópolis, depurados para o turismo, a partir de 1983. A partir deste período manifestaram-se estratégias de *marketing*, empreendidas para a venda do “produto turístico” do Estado, além de estruturarem-se os discursos dos políticos e os investimentos da iniciativa privada que viabilizaram, motivaram e lhe deram ressonância. Também, na construção da identificação, ou seja, nos dados identitários do homem florianopolitano, na figura do

[^] RODRIGUES, Adyr B. *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: Hucitec, 1997. p. 17

⁶ RODRIGUES, Adyr B. *Turismo, modernidade, globalização*. São Paulo: Hucitec. p. 12

“manezinho-da-ilha” como marco do povo ilhéu. Em síntese, é propósito desta investigação percorrer vários caminhos que nos levam à produção e à venda de uma imagem carregada de aspectos positivos, da Ilha de Santa Catarina como atrativo turístico.

No primeiro capítulo, procuramos a emergência, no início da década de oitenta, de idéias para enfrentar a crise econômica vivenciada no âmbito nacional e por Santa Catarina. O Estado viveu em 1983 uma grande enchente que arrasou seu território e, ainda mais, sua economia. A partir deste episódio, o então governador Esperidião Amin Helou Filho, propõe-se a dar nova vida econômica ao Estado e, como saída para a crise, inicia a estimulação do turismo. Era preciso aproveitar as características de cada local e, cada vez mais, a partir de então, incrementar o turismo, que passou a fazer parte das agendas dos governantes, desde a esfera municipal até organismos internacionais. As pesquisas desenvolvidas apontam o turismo como um setor da economia globalizada e terceirizada de grande saída para uma maior arrecadação e, como argumentam seus defensores, uma forma de trazer “benefícios para todos”. Unem-se ao criar a “indústria do turismo”, políticas públicas e iniciativas privadas, numa frenética busca para vender o Estado como “produto turístico” e concorrer (ou sobreviver) no mercado mundial.

No segundo capítulo analisamos o processo de produção das imagens da cidade visibilizada por e para o turismo, pelos órgãos governamentais, iniciativas privadas, artistas, escritores - os fazedores do turismo - a partir deste novo objetivo, deste novo filão da economia. Discutimos estas imagens manifestando-se como uma estratégia de *marketing* empreendida para a venda deste produto, assim como as condições políticas que a viabilizaram, motivaram e lhe deram ressonância bem como a construção de um imaginário local pelo qual a cidade é positivamente representada. Utilizamos o material selecionado para mostrar as falas que o discurso assume no intuito de “inventar” discursivamente as praias de Florianópolis. São evidentes as preocupações com a produção imagética explorada e os

investimentos em propagandas por fontes como: o CD ROM, *Ilha de Santa Catarina*-, materiais de divulgação, *folders*, revistas como a *Mares do Sul: turismo e aventura* e também o uso insistente, pelo SEBRAE, de palavras como “Rosário das Praias”. Enfim, percebe-se a preocupação em tomar positivas as imagens e realçar as belezas dos acidentados recortes geográficos, a qualidade das águas do mar, a pureza da água doce da Lagoa, o preservacionismo ambientalista-ecológico, matas virgens, natureza selvagem, animais, isto tudo num ambiente carregado de história, um patrimônio de preservação cultural.

O “vender a imagem”, como estratégia de *marketing*, além de enaltecer e idealizar a natureza do local, propõe-se a seduzir o cliente turista. Seduzi-lo mostrando os encantos dos contornos da “ilha mulher”, sedutora e bela, com uma intensa vida noturna, grande rede de hotéis, além das mais lindas mulheres douradas e dourando-se ao sol.

Como último capítulo, mostramos o momento em que os nativos -manezinhos- descendentes de açorianos - habitantes nativos da Ilha - ganham relevância. Sua imagem é resignificada, positivada, assim como procuram inventar uma história para a cidade. O reinventar da tradição, o reavivar da saga dos imigrantes, das raízes e da tradição, objetivam consolidar a história atrativa da cidade. Uma imagem que é aos poucos criada para o turismo e subverte tempo e espaço, cria e recria. Uma imagem que busca as histórias que a cidade guarda, seus lugares espetaculares, suas lendas, sua arte e seus mitos, misturados ao cotidiano em uma enorme teia onde banal, efêmero, imediato, único e mágico se envolvem formando o grande produto de consumo da cidade turística tomada espetáculo.

As obras e autores específicos em cada capítulo servirão como marcos, permitindo ordenar a documentação, conduzindo o texto a uma organização mais coerente com interpretações mais ricas. Estes autores e suas obras estarão constantemente dialogando com materiais até então inusitados *como: folders*, propaganda de hotéis, CD ROM, cartões postais, além dos documentos oficiais e dos registros da imprensa (jornais).

Por sua vez, existem algumas opções que perpassam ao longo de todo trabalho e que serviram como fonte de referência constante, oferecendo planos teóricos e conceitos e legitimando os caminhos pelos quais passamos:

Em Roger Chartier, encontramos a concepção de “história cultural” como sendo aquela que problematiza o modo pelo qual nos mais diferentes lugares uma realidade social é construída, pensada, compreendida. Nos apropriamos do conceito de “representação”, a partir dos estudos de Pierre Bourdieu[®] e Chartier[®], ou seja, como uma forma de apreensão do mundo onde se constituem e reconhecem-se identidades e exercem-se as lutas simbólicas, pois não há prática ou estrutura que não seja perpassada por representações, contraditórias e em confronto, pelas quais os indivíduos e grupos dão sentido ao seu mundo,

O “poder simbólico”, como discute Bourdieu, é um poder invisível e só pode ser exercido com a simplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem; um poder quase mágico, que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força (física ou econômica), só se exerce se for reconhecido como natural, quer dizer, ignorado como arbitrário.¹⁰ Assim, o autor destaca o poder simbólico como parte integrante da realidade, servindo para estabelecer um ordenamento que dá significado e definição ao mundo social. Por conseguinte, este poder se constitui numa relação determinada entre os que o exercem e os que a ele estão sujeitos, isto é, na estrutura de um campo onde se produz e reproduz sua crença. Sendo assim, as lutas para caracterizar a Ilha de Santa Catarina como uma cidade turística, vão mostrar nas duas últimas décadas, a “construção” da cidade como um lugar atrativo e belo. E, isto somente foi possível pela eficácia das representações

[^] CHARTIER, Roger. *A história cultural, entre práticas e representações*. Lisboa: Difei, 1989.

^{*} BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.

[^] CHARTIER, Roger. *O mundo como representação*. Estudos Avançados, n.5 v.1 São Paulo; USP, 1991.

¹⁰ BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989.

discursivas e simbólicas, presentes nos pronunciamentos, nas medidas políticas, em algumas obras literárias, nos poemas, na mídia, nas revistas, nos jornais.

Por fim, a partir da leitura de Eric Hobsbawm, foi possível identificar e relacionar conceitos importantes, através da noção de “tradição inventada” e então perceber que a partir deste recriar a cidade para a indústria do turismo muitas reações a novas situações referenciavam-se em acontecimentos passados através de práticas de natureza ritual ou simbólica.” Contribuindo para a riqueza destas afirmações, utilizamos a obra de Néstor Garcia Canclini para perceber como o passado adquire neste “reinventar” um prestígio simbólico. As tradições, segundo o autor, servem hoje como legitimação para aqueles que as construíram ou se apropriaram delas; esta “encenação do passado” existe com força política na medida em que é teatralizado.*^

" HOBBSAWM, Eric J. & RAGERT. *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

¹² CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998.

PRIMEIRO CAPÍTULO:
O ESTADO TORNANDO-SE TURÍSTICO:
UM REINVENTAR DE IMAGENS

“Que me perdoe Paris!

Pois todas as riquezas do Louvre

Não valem as areias

de Santa Catarina”.

Juarez Machado

“10 léguas de comprimento por três de largura,
cercada de água por todos os lados, organizados
sob a forma de um imenso bloco de argila e
granito, com 42 praias de areia fina, dxmas
sensuais, vegetação luxuriante e imi sol
francamente obsceno”.

Sérgio da Costa Ramos

1. Nas malhas do poder: governadores e projetos tornando o Estado turístico

O turismo é das indústrias que mais cresce e que mais perspectivas possui no mundo atual. Em 1996, movimentou cerca de 3,6 trilhões de dólares, criando 255 milhões de empregos e a previsão é a de que o movimento chegue a 7,1 trilhões no ano 2006. Até o ano 2000, segundo dados da Embratur, a estimativa é a de que serão investidos 3,5 bilhões de dólares no turismo brasileiro.[^]

Compreender o intrincado cenário mundial e a rede de elementos que vão definir os espaços do turismo na chamada sociedade pós-industrial,[^] em tempos de globalização é meta árdua e decisiva. Pois o entendimento do fenômeno do turismo possibilita pensar a reestruturação e redefinição de papéis, de tempos e de espaços, da cidade, da economia, da política. Enfim, compreender a infinidade de transformações pelas quais estamos passando nas últimas décadas.

O fenômeno do turismo, a partir da década de 60, com a recuperação dos países centrais do capitalismo, retoma, segundo análise de Adyr Rodrigues, seu ritmo de crescimento com grande vigor, atingindo proporções inimaginadas. Toma-se, nas décadas

‘ EMBRATUR. *Os caminhos do turismo no Brasil*, 1997. p. 2

[^] FLORES, Maria Bemardete Ramos. *Oktoberfest: turismo, festa e cultura na estação do chopp*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997. p. 120. A autora esclarece que a “distinção entre sociedade industrial e pós-industrial não induz a uma ruptura entre economia produtora de bens físicos e economia produtora de serviços, se bem que a tendência contemporânea, desde o final da Segunda Guerra Mundial, especialmente após a década de 70, é o aumento da proporção deste último(...) Estamos vivendo a terceira fase do capital, a qual corresponde à era da informática, da urbanização, dos mercados multinacionais e da globalização”. Complementa HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1993. p.07, salientando as mudanças nas práticas sociais, culturais e econômicas das sociedades a partir dos anos 70, assim como a “emergência de modos mais flexíveis de acumulação de capital”. O que nos leva a pensar a inserção de Santa Catarina, principalmente a partir da década de 80, na indústria do turismo, como consequência desta nova forma de expansão capitalista. E, por conseguinte, o crescimento das formas mais flexíveis da economia, como as terceirizações. Cria-se então, um pensar organizado sobre o potencial turístico do estado a ser explorado.

seguintes, um fenômeno massivo em escala global, ao permitir o deslocamento internacional de quase 600 milhões de turistas por ano.[^]

O Estado de Santa Catarina tem sido apresentado, “vendido”, na mídia através de vários discursos que o enobrecem aos olhos de futuros turistas: variedades de etnias, festas típicas (étnicas), alegria e cordialidade do seu povo. Tais estratégias pretendem tomar o turismo uma “vocação natural” desse lugar privilegiado - assim entendido no discurso oficial - a partir deste novo panorama mundial que se caracteriza; isto é, um cenário de crise das antigas formas de produção e aparecimento de uma nova forma de relacionamento com a mercadoria.

Neste cenário, lam dos grandes problemas se encontra na redefinição do papel do Estado, pelo fato de que o Estado, principalmente a partir das últimas décadas deste século, não consegue mais contemplar todas as funções tradicionais, nem no plano interno e nem no âmbito internacional. Por conseguinte, a esfera privada assume um papel importante junto ao Estado e a esfera pública não estatal, emergindo em remodelações, privatizações, investimentos em novos setores. O Estado tradicional passa a ceder lugar legitimando as iniciativas privadas. Este redefinir dos governos se d  em nível nacional, principalmente após as décadas de 60. Pois, “vivemos a maior crise de nossa história”,⁴ salientou o então Ministro da Fazenda, do G verno José Samey, em 1988. O Ministro se referia a situação brasileira que beirava o caos: hiperinflação, clientelismo, corrupção, falências políticas, economias desajusta das enfim, incertezas de diretrizes em meio a enorme insatisfação e empobrecimento da população.

[^] RODRIGUES, Adyr Balastreiri. (Org.) *Turismo, Modernidade, Globalização*. São Paulo: HUCITEC, 1997. p. 12.

⁴ NÓBREGA, Ma lson. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 04 junho 1988. p.1

Em Santa Catarina, os números também eram preocupantes. O Estado, em 1989, acumulava uma dívida de CZ\$ 943 milhões, extrapolando os limites fixados pelos créditos contábeis do Senado Federal e com isso, “incapacitado de contrair novos empréstimos, o Estado estava em condições de ‘pré-falência’”.[^]

Os micro-empresários, na voz do presidente da Ajorpemi - Associação de Joinville e Regiões às Pequenas e Micro Empresas - Ademir Nunes, comentavam que em virtude da crise econômica não havia como pagar os empréstimos concedidos na época do Plano Cruzado. Sendo assim, previa Nunes o colapso da economia catarinense: “cerca de 50% das pequenas e micro empresas do País irão à falência. Dentre elas, inúmeras de Santa Catarina”.[^]

Também Udo Döhler, presidente da Federação das Associações Comerciais e Industriais de Santa Catarina, ciente dos problemas daquele momento crítico e de olho nas novas tendências em nível nacional e internacional, critica a opressão contra a iniciativa privada. Dohler reafirma a necessidade de fortalecer a iniciativa privada, o que, segundo ele, já estava sendo feito em muitos outros lugares com sucesso.[^]

O Governador Pedro Ivo Campos, em 1988, afirmava que realmente o Estado passava por grandes privações e seu governo msercaria “uma era de mudanças profundas”. Segundo Campos, “o governo é consciente das dificuldades do Estado, muitas vezes, não consegue gerir sozinho, por não mais possuir instituições públicas capazes de suprirem as novas exigências do mimdo contemporâneo”.* Pedro Ivo estava consciente da crescente

[^] Risco da dívida. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 19 abril 1989. p.4

* NUNES, Ademir. Microempresários temem falência. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 3 fevereiro 1988. p.2

⁷ DOHLER, Udo. Dohler critica a opressão contra a iniciativa privada. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 9 março 1988. p. 18.

* CAMPOS, Pedro Ivo. Por uma era de mudanças profimdas. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 17 agosto 1988. p.6

parceria entre o público e o privado. Entendia ele que a autoridade tradicional do Estado, forte, onipotente, cedia lugar às investidas de organizações locais, regionais e privadas. Esta nova maneira de gerir, fruto da retirada do Estado provedor, onipotente, potencializa a crescente co-gestão, a constante participação dos empresários no gerenciamento do Estado.

As dificuldades de Santa Catarina eram realmente gritantes. Como se não bastasse a falta de recursos, dívidas, falências, as estatísticas apontavam, em 1988 que, “dos quatro milhões e 200 mil habitantes, apenas 807 mil colocavam-se no mercado de trabalho formal”. E ainda, segundo o coordenador estadual do SINE (Sistema Nacional de Empregos), Édio Carlos da Silva, para agravar a situação: “Enquanto a oferta de empregos cresce na ordem de 1,7%, a população catarinense cresce na ordem de 2,4%”.⁹

Ao invés de crescer proporcionalmente ao aumento da população economicamente ativa, os empregos formais apresentavam quedas vertiginosas. Conforme aponta Idauto José Cunha a década de 80 foi de quase estagnação da economia brasileira, sendo acompanhada em nível estadual, por um declínio da indústria tradicional de transformação “provocando um crescimento da economia informal, isto é, a terceirização e a disseminação de subempregos”.¹⁰ Em razão destes e outros problemas agravados, a partir da década de 80 viu-se o intensificar, o reestruturar e o repensar de maneiras urgentes para enfrentar a crise. Daí ter despontado o turismo como alternativa viável.

O Estado de Santa Catarina, como bem assinalou Pedro Ivo Campos, em 1988, não estava apático em meio à crise. Estava sim “em sintonia com a contemporaneidade, isto é pela própria tradição de sua gente, sua cultura, sua história econômica, que nunca

⁹ Ofertas de empregos não crescem em Santa Catarina. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 2 outubro 1988. p.16

¹⁰ CUNHA, Idauto José. *O salto da indústria catarinense*. Florianópolis: Fundação Catarinense de Cultura, 1982. p. 186.

esteve alheia aos processos de modernização”. “Gente” que reconstruiu o Estado em cada momento de crise, de calamidade. Pessoas que “não alheias ao processo de modernização”, perceberam o surgimento do turismo como uma poderosa fonte de arrecadação e de geração de empregos. Viram no turismo uma “indústria sem chaminé”. Por conseguinte, com a “grande explosão internacional do turismo de massa e com o seu relevante papel na produção e consumo do espaço, o turismo é visto como importante atividade econômica, colocando-se como recurso de ponta, no nível da indústria bélica, da indústria petrolífera e da indústria automobilística, produzindo uma riqueza na ordem de cem bilhões de dólares anuais correspondentes a 6% do PIB mundial”¹². Assim, o turismo e a indústria de lazer formam imi dos componentes da sociedade pós-industrial que promete perspectivas de crescimento, estabilidade, geração de empregos, modernização. John Naisbitt compactua com estas teorias e afirma que “o turismo é a maior indústria do mxrndo em termos de produção bruta, que se aproxima dos 3,4 trilhões e é o maior gerador de receitas e impostos, no valor de 655 bilhões de dólares”.*^ A Organização Mundial do Turismo (OMT), visando incrementar este novo e promissor filão da economia, está “trabalhando junto aos governos de todo o mimdo para que incentivem o potencial de criação de empregos no setor. A entidade mundial estima que o turismo triplicará nas próximas décadas, quando 1,6 bilhões de pessoas, todos os anos, estarão circulando pelo planeta, despendendo mais de US\$ dois trilhões”.^!*

¹¹ CAMPOS, Pedro Ivo. Uma era de mudanças profundas. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 17 agosto 1988. p. 6.

¹² Um programa de geografia do turismo em nível de pós-graduação. IN: RODRIGUES, Adyr B. *Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: HUCITEC, 1997. p.78.

¹³ NAISBITT John. Apud. FLORES, Maria Bemardete R. *Oktoberfest: turismo, festa e cultura na estação do choop*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997. p.1 11.

¹⁴ Turismo em pauta. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 8 junho 1998. p.3.

Porém, em Santa Catarina, apesar de sua “reconhecida vocação para o turismo”, esta indústria, campo de investimento e novo ramo da economia, só recebeu um tratamento preferencial no momento em que o Estado vivenciou uma das suas mais trágicas situações. No ano de 1983, Santa Catarina enfrentou a fúria das enchentes no mês de julho esteve por três dias com mais de 100 cidades encobertas pelas águas¹⁵. As águas, tragicamente, trouxeram miséria, sujeira, morte, destruição, mas também solidariedade que encheu de coragem a população catarinense. E, de maneira surpreendente, o Estado foi impelido a repensar suas potencialidades e possibilidades para rápida recuperação.

Como afirmou Luis Moretto Neto, nos anos 80 em fimção da crise nacional, o turismo passou a ser tomado como uma forma de superação dos pontos de estrangulamento da economia. Sua importância sócio-econômica foi ampliada no Estado, com um grande leque de investimentos gravitando a seu redor. A atividade turística tomou-se catalisadora de investimentos capazes de promover uma acumulação capitalista alternativa, deixando uma posição eminentemente periférica no conjunto da economia catarinense e consolidando-se como um dos alvos privilegiados de inversões de capital. Nesse período as ações dos órgãos de turismo estaduais voltaram-se para a qualificação e diversificação do fluxo turístico.¹⁶

É como se com a falência progressiva da economia catarinense, os problemas do Estado passassem a ser reconhecidos como “*problemas legítimos, confessáveis*”.

¹⁵ Segundo dados da pesquisadora Méri Frostscher expostos no texto apresentado para o Seminário de Pesquisa do Mestrado da UFSC, 1997, intitulado *A veiculação do discurso da “laboriosidade germânica” durante as enchentes de 1993 e 1994 em Blumenau/SC*, “dos 199 municípios, de Santa Catarina, 140 foram alagados em julho de 1983. Cerca de 50% dos estabelecimentos comerciais e industriais do estado foram inundados. Em virtude dos prejuízos de cerca de 6.700 fábricas, houve a paralisação de cerca de 225.000 operários, contingente maior que o mobilizado por qualquer greve nacional na época”. Dados encontrados; O país socorre o Sul; a enchente do século. *Veja*. Editora Abril, n.776,20/07/83 p. 22/31.

¹⁶ NETO, Luis Moretto. Atividades turísticas e o desenvolvimento sustentado. *Estudo de caso: O balneário de Ingleses e o Projeto Costa Norte - Ilha de Santa Catarina no período 1960-1990*. Dissertação (mestrado em História) UFSC, Florianópolis, 1993. p. 114.

publicáveis, públicos, oficiais”.*^ E, com este aceite do problema, o Estado, investisse em tomadas de decisões, programas, resoluções, projetos e transformando assim este problema social, este problema público, numa questão de estratégias públicas.

Neste contexto de busca e superação, emerge os planejamentos que impulsionaram governos e empresários em direção à indústria do lazer, uma das características marcantes do mundo pós-industrial. Confirmando este novo brilhar, esta meta, este rumo, o *Jornal de Santa Catarina*, em agosto de 1983, atesta o que daí em diante será o discurso de políticos e de muitos empresários do Estado: o turismo passa a ser visto como uma fonte importante de arrecadação, empregos, serviços, enfim como imia possibilidade de enfrentamento da crise de mudança estrutural do capitalismo. Assim como possível fonte de crescimento e progresso dando realce a fala do Governador Esperidião Amin, ¹⁷que afirmava;

“Nossa fé inquebrantável no futuro registra a certeza de que haveremos de devolver aos nossos irmãos de todo o Brasil, as belezas e os atrativos que fizeram de Santa Catarina um dos pólos turísticos mais importantes do nosso país”.¹⁸

Apontando para estes novos rumos, surgem práticas discursivas de governadores e prefeitos, projetos supra partidários, buscando estratégias para a transformação das cidades em centros de turismo. Na Ilha de Santa Catarina, principalmente a partir dos anos 80, eclodiram vozes discursivas que elaboraram projetos para incrementar o turismo na Capital do Estado. Manifestaram-se estratégias de *marketing* para vender os atrativos do local, com a constante espetacularização da cultura

¹⁷ BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa; Difel, 1989. p.37.

¹⁸ Esperidião Amin governou de 1983 até 1986, eleito pelo PDS (Partido Democrático Social).

¹⁹ *Jornal de Santa Catarina. Suplemento de Turismo*. Florianópolis, 23 agosto 1983. p. 2.

da Ilha. O homem açoriano - “manezinho da ilha”, começou a representar o passado da cidade, o marco referencial do povo. Florianópolis aos poucos ganhava novos contornos para tornar-se atrativa e lucrar com a “indústria sem chaminés” - a indústria do turismo.

A revista *Mares do Sul* considera o Estado de Santa Catarina uma região de ímpar beleza, pérola da região sul do Brasil. O Estado possui 95 mil quilômetros quadrados concentrando belezas naturais e diversidades culturais como opções e atrativos para o turismo. Menor estado do sul, com população de 4,6 milhões de habitantes, apresenta, entretanto, uma extensa variedade de contrastes, o que o torna um dos Estados mais ricos em recursos naturais do Brasil. Mar, serra, estâncias termais, cidades históricas, sítios de colonização distintos, rica gastronomia, indústria e comércio diversificado e de alta qualidade traçam os irresistíveis roteiros de turismo e lazer, capazes de satisfazer, extasiar e embriagar até mesmo os turistas mais exigentes.²⁰

Sendo assim, em Santa Catarina “impulsionado pelas águas” e pelas políticas públicas de desenvolvimento do Estado, o turismo foi pensado e introduzido estrategicamente, nas últimas duas décadas. No período do Governo Esperidião Amin, os discursos passaram a incluir o turismo como fonte de atração e investimento. O Plano de Desenvolvimento Turístico, 1983-1986, feito de sugestões de lideranças empresariais, mobilizava investimentos que permitissem dotar o Estado de infra-estrutura adequada ao desenvolvimento do turismo, incentivando o pequeno e médio empresário na consolidação do seu negócio. Destacava o objetivo de despertar nas várias localidades a percepção dos recursos naturais, históricos e culturais que poderiam ser apropriados para o incremento das atividades turísticas. Procurava oferecer uma metodologia de atuação que, prioritariamente,

²⁰ BARCELOS, Janice & MONTEIRO, Rogério. Florianópolis: a Ilha prometida. *Mares do Sul: Turismo e aventura*. Florianópolis, ano 4, nº8, outubro 1997. p.50.

possibilitasse a expansão do nível de empregos, o aumento da renda interna do Estado, a ampliação dos fluxos turísticos internos e sua promoção perante a opinião pública nacional, ampliando o leque da demanda turística.²¹

Contudo é com piano de governo: *Rumo à Nova Sociedade Catarinense*, do governo Pedro Ivo Campos e Cassildo Maldaner,²² que o Estado passava a priorizar o turismo e considerá-lo como “compromisso de governo”. Até então, o turismo em Santa Catarina, segundo Campos, acontecia de forma aleatória, dispersa e casual. Afirmava o governador, que governantes anteriores do Estado já haviam pensado Planos visando o desenvolvimento turístico deste “abençoado pedacinho de terra”, porém eram planos que se apresentavam mais como diagnósticos do que propriamente como um programa de ação.²³

Ao repensar e se organizar para este novo mercado e nova tarefa, o governo de então desabafava: “A legislação federal privilegia os investimentos no Nordeste, tanto através de financiamentos (FINGETUR), quanto de investimentos fiscais (FISSET), com reduzido apoio para o Sul. O Estado, igualmente não destina recursos específicos significativos para estimular o setor, atuando de forma tímida, desordenada e incipiente. Diagnosticado que os governos anteriores, por falta de verbas, não fomentaram e orientaram o turismo”. Os diagnósticos do Plano de Governo de Pedro Ivo apontam ainda, em 1987 que “a estrutura de governo para conduzir a política de turismo compreende imia Secretaria de Estado (Cultura, Esporte e Turismo), uma proposta de vim Conselho Estadual

²¹ Dados obtidos na obra: FLORES, Maria Bernardete Ramos. *Oktoberfest: turismo, festa e cultura na estação do chopp*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997. p. 115, onde a autora brilhantemente trabalha com as questões atuais sobre turismo nas sociedades pós-indústrias.

²² Pedro Ivo Campos e Cassildo Maldaner, foram eleitos pelo PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro) para um mandato no período de 1987 até 1991. Cassildo Maldaner, assumiu o Estado com o falecimento do governador Pedro Ivo Campos em 27 fevereiro 1990; governou o Estado de Santa Catarina de 1990 até 1991.

²³ Plano de Governo, março 87/ março 91. *Rumo à Nova Sociedade Catarinense*. Diagnóstico Florianópolis, 1987. p. 21.

de Turismo, não implantado, e uma companhia de empreendimentos (CITUR - Companhia de Turismo e Empreendimentos do Estado de Santa Catarina)”.²⁴ Além disso, demonstra a diagnose, que o Estado possuía apenas “uma Coordenadoria de Turismo, sem ligações definidas com nenhum dos outros órgãos”, sendo este portador de uma “confusa e mal definida política de turismo”.²⁵

Faltava um planejamento ordenado que não levasse em conta apenas os atrativos inerentes do Estado, com sua demanda efetiva, mas sim que indicasse metas, estabelecendo mecanismos orientadores e geradores de uma oferta turística futura sincronizada com as grandes tendências do mundo contemporâneo; mundo no qual a grande expressão da globalização “é o turismo envolvendo centenas de milhões de pessoas que viajam e promovem intercâmbios culturais e econômicos em vários pontos do planeta”.²⁶ Diga-se, por conseguinte, que este pensar o turismo como empresa geradora de riquezas e de benefícios para “todos”, como diretriz, meta, é prioridade e lema de Pedro Ivo, que afirma ser o turismo “satisfação para o turista, bem estar e progresso para a população”.

O citado Plano de Governo *Rumo à Nova Sociedade Catarinense*, destacava, também, a valorização pela “força atrativa de patrimônio natural, cultural e histórico”, a implementação de uma incipiente infra-estrutura turística, o apoio à iniciativa privada

²⁴ É importante percebermos a criação deste órgão responsável pelo turismo em Santa Catarina; de acordo com o seguinte histórico fornecido pela SANTUR (Santa Catarina Turismo S/A); em 1968 o Estado criou o DEATUR (Departamento Autônomo de Turismo); em 1974 o BESC-TUR (Banco do Estado de Santa Catarina - Turismo); em 28/04/1975 houve a fusão entre o DEATUR e o BESC-TUR, nascendo daí a TURESC (Empresa de Turismo do Estado de Santa Catarina). E, neste mesmo período, em Camboriú, havia uma subsidiária da TURESC, a CITUR Rodoceira, que se unificaram formando a CITUR (Companhia de Turismo e Empreendimentos do Estado de Santa Catarina). Finalmente a CITUR dá vida a SANTUR (Santa Catarina Turismo S/A) em 28/10/1987.

²⁵ Plano de Governo, março 87/março 91. *Rumo à Nova Sociedade Catarinense*. Diagnóstico. Florianópolis, 1987. p. 22.

²⁶ TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. O turismo no espaço globalizado. In: RODRIGUES, Adyr B. *Turismo, Modernidade, Globalização*. São Paulo: HUCITEC, 1997. p. 29.

(empresários e especialistas no setor), e a viabilização de fluxos turísticos o ano todo; não apenas local, mas um fluxo global abrangente, proveniente de vários pontos do planeta.

Para isso, o governo interiorizou como meta expandir o turismo, sendo:

“Imperioso aumentar o afluxo e a permanência dos turistas, principalmente na baixa temporada, como forma de elevar a taxa de ocupação dos hotéis e de outros equipamentos”.²⁷

Incrementando, planejando e investindo foi possível, em 1987, idealizar que “em quatro anos o fluxo turístico cresceria em torno de 40%, e que a permanência média do turista cresceria de três para quatro dias”.²⁸

Emergem, assim, naquele contexto, as tramas das construções dos discursos sobre o Estado de Santa Catarina, apostando sempre na beleza natural e peculiaridade do território. É sabido que são destes discursos e do crédito a eles concedido, ou recusado, que depende a autoridade de um poder ou a força de um grupo. Em sendo assim, “apropriar-se das palavras em que se acha sedimentado tudo o que o grupo reconhece é ter a garantia de uma vantagem considerável nas lutas pelo poder”.²⁹ A partir desta motivação, visando apresentar o Estado e investir na sua imagem lança-se mão de novos “truques” e representações, para atrair, prender e apaixonar os visitantes turistas que por aqui passassem.

A conquista e o sucesso são perceptíveis enquanto metas do governo para expandir o turismo. Cada vez mais municípios são incorporados ao esforço de “vender a

²⁷ Plano de Governo - *Rumo a nova sociedade catarinense*. Governador Pedro Ivo Campos (1987 - 1991). p. 19.

²⁸ *Idem*, 87-91. p.23.

²⁹ BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998. p.143.

imagem do Estado lá fora”.³⁰ Os municípios são explorados, além das suas praias, através de digamos três outras opções: turismo de repouso e saúde, turismo operário e turismo de compras. O estruturar do “turismo de repouso e do turismo de saúde”, dando maior divulgação e imi melhor aproveitamento ao termalismo e às estâncias de repouso; atrair o “turismo operário”, através da atuação do SESI, SESC, e Sindicatos; estimular o “turismo de compras” aproveitando a qualidade e variedade da produção industrial e de artesanato do Estado.³¹ Neste contexto, a propaganda assume papel principal e mais do que nunca o Estado investe na divulgação das atrações turísticas, com material publicitário e por meio de encontros promocionais. Enfim, para expandir o turismo, entre 1987-1991, foram organizados fartos calendários de eventos e programações turísticas.

O governo disse que iria investir no potencial turístico do Estado, visando expandií, modernizar. Para tanto, as metas maiores foram: infra-estrutura e apoio á iniciativa privada através de parcerias; uma política de turismo que pensasse o Estado como um “todo aproveitável” para usufruir e “beneficiar a todos” com seu enorme potencial turístico. Não somente investindo na alta temporada e nas praias, mas nas

³⁰ CURTI, Michel. Tabule com peixe e pirão. In: SIMÕES, Aldirio. *Retratos à luz de pomboca*. Florianópolis, 1997. p.69. Michel Curi já foi vereador por cinco mandatos em diferentes partidos. Em 1997 Curi é vereador do PPR - Partido Progressista Reformador.

³¹ Segundo definição de LINS, Hoyêdo Nunes. *Estruturas regionais catarinenses frente à integração no Mercosul*. Florianópolis: UFSC, 1985 p.6/7, estava-se pensando em maneiras de melhor aproveitar a diversidade que caracteriza o Estado. O autor define que os circuitos turísticos efetivos e potenciais são “os circuitos litorâneos, que a rigor conformam um todo onde se destacam centros urbanos como São Francisco do Sul, Itajaí, Bahieário Camboriú, Florianópolis e Laguna. Circuitos histórico-culturais, associado à multiplicidade de origens dos ocupantes do território: há vestígios de procedência açoriano-madeirense no litoral, traços da presença germânica principahnente no Vale do Itajaí e no Norte-Nordeste do Estado, da italiana, sobretudo no Sul, da austríaca no meio-Oeste e da polonesa no Norte. Àquele circuito articula-se o de festas típicas, realizadas basicamente em outubro, no Vale do Itajaí, com algumas irradiações para outras áreas. Pode-se referir ainda ao circuito da neve, na região serrana, ao circuito rçli^ioso, interligando Brusque, Nova Trento e Angelina, aos circuitos de compras, nas regiões industriais, | aos rurais e ecológicos, presentes em diversas áreas”.

diversas regiões como um todo, com o “Turismo das Quatro Estações”³², em benefício das populações residentes e do Estado.

Não era apenas um passo único, um rumo novo o que planejava a administração 87-91, de Pedro Ivo Campos e Cassildo Maldaner, e sim a adequação a uma tendência mundial. Na visão dos compromissos de Governo, implementar um turismo de qualidade, diversificado e atrativo era uma das diretrizes para fazer valer o lema do Governo: “Rumo à Nova Sociedade Catarinense”.

“Nova” por ser repensada, reinventada, recriada. Parafraseando Maria Bemardete Ramos Flores, o novo passa a criar corpo quando se investe em costumes, tradições, peculiaridades, atrativos naturais e étnicos da região, numa espécie de reciclagem, ou nas palavras da autora, numa espécie de “bricolagem para mercantilizá-los na forma de espetáculo ou produto de consumo”.³⁴

Fica claro que Pedro Ivo Campos e seus assessores não pensaram somente no turismo como meta e diretriz para fazer o Estado progredir e inserir-se no mundo globalizado. Vários outros caminhos e estratégias foram traçados e seguidos durante o mandato, porém, para este estudo, as medidas de apoio, orientação e incentivo dos atrativos turísticos são “nós” a comporem o emaranhado que impulsionou as práticas discursivas dos políticos, empresários e homens ligados ao turismo nestas últimas décadas.

Pensar em caminhos, soluções para sair da crise econômica do Estado era sem dúvida o melhor “retomo” que um governo poderia dar à sociedade catarinense. Ela, agravada devido aos problemas gerados pelas águas das enchentes de 83, as quais

³² Sobre Turismo das Quatro Estações, ver FLORES, Maria Bemardete Ramos. *Oktoberfest: turismo, festa e cultura na estação do chopp*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997.

³³ Resta-nos questionarmos até que ponto estas diretrizes e metas se transformaram em ações concretas?

³⁴ *Ibidem*, p. 15.

provocaram perdas irreparáveis, o Estado via-se isolado, desprotegido. E como afirmava o Governador Pedro Ivo, em 1988:

“Her damos o Governo num contexto de graves adversidades não só para o Estado de Santa Catarina, mas para todo o Brasil, principalmente em função da conjuntura econômica e financeira nacional e também das dificuldades no âmbito extemo”.³⁵

Em meio à crise vivida em âmbito nacional: hiperinflação, corrupção, protecionismo, dívidas externa e interna, elevado grau de déficit público. Santa Catarina como parte integrante e interligada, via-se submersa numa névoa de desesperança, e buscava-se um caminho. Sendo assim, como salienta o Governador, “precisávamos agir com firmeza, obstinação” pois, “Santa Catarina pela própria tradição de sua gente, sua cultura, sua história econômica, nunca esteve alheia ao processo de modernização e está em sintonia com a contemporaneidade nacional e internacional”.³⁶

Do ponto de vista econômico, na visão dos divulgadores, o turismo para Santa Catarina apresentava excelentes perspectivas, particularmente quanto à geração de empregos, captação de divisas e melhoria da qualidade de vida.

No governo seguinte, Wilson Kleinubing e Antônio Carlos Konder Reis³⁷ Santa Catarina passa a desenvolver, no setor turístico, *A Ação de Verão*. Nesta ação, juntamente com a SANTUR (Santa Catarina Turismo S/A, órgão responsável pelo turismo no Estado), o governo priorizou a integração entre as microrregiões, abrangendo todas as áreas com potencial para o turismo. Assim como Pedro Ivo e posteriormente Cassildo Maldaner como Governadores pelo PMDB, também Kleinubing - filiado ao PFL - aposta

³⁵ CAMPOS, Pedro Ivo. Uma era de mudanças profundas. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 17/08/88. p. 5.

³⁶ *Idem*. p. 6.

³⁷ Governaram entre 1991 até 1994 pelo PFL (Partido da Frente Liberal).

no turismo calcado no potencial atrativo do Estado. Reforça a prioridade governamental no setor do turismo. Constatamos então que o turismo como meta dos Governos independe de siglas partidárias.

Apostar no turismo, transformar o Estado num dos maiores centros turísticos do país, exigia do governo Kleinubing um plano de ocupação turística para poder ofertar ao turista nacional e estrangeiro atrações diversificadas, de forma a mantê-los por mais tempo em nosso Estado. Por conseguinte, era de si uma importância expor em 1992, através do *Plano SIM, Para Melhor Viver em Santa Catarina*, do governo Kleinubing/Konder Reis, as metas e os diagnósticos a fim de instrumentalizar a “extraordinária beleza das paisagens litorâneas e do interior do Estado”, criando um potencial econômico de expressão através da exploração deste filão turístico. Determina Kleinubing:

“A riqueza dos recursos naturais disponíveis justifica a implantação de equipamentos e infra-estrutura nos seus principais pólos de atração, de forma a garantir o pleno desenvolvimento do setor. Urge, portanto, acelerar o processo evolutivo visando o crescimento do turismo regional na sua totalidade, sobretudo nas áreas consideradas potencialmente importantes pela sua atratividade e beleza”.³⁸

Foi assim que, nos quatro anos de mandato, o programa de governo que “urge” por transformações para o turismo perseguiu como objetivos gerais: “gerar empregos, especialmente empregos qualificados, pois o turismo poderá ser o setor, no quadriênio 91/94, que irá proporcionar maior número de oportunidades de trabalho em Santa Catarina”. Era ainda objetivo do Governo unir forças com a iniciativa privada, pois se tomavam notórias as carências do Estado e até certo ponto o “abandono” do Governo

³⁸ Santa Catarina Turismo S/A = SANTUR. *Diagnóstico Plano Plurianual 1993 -1995*. Florianópolis, 1993. p. 287.

Federal. Por estas razões, passou-se a “prestar assistência técnica aos empresários do setor e às municipalidades, e sugerir a concessão de estímulos fiscais”, assim “como participar, com outras entidades públicas ou privadas, da qualificação e especialização de recursos humanos para o setor”.^^

Há de se levar em conta que, mais imia vez, o propósito e a constante busca por melhorias eram vislumbrados por olhos extasiados, pois, ao expor as diretrizes e metas do *Plano SIM*, o governo 92/95 esclarece que o turismo em muitos países chega a ser o mais importante ramo da economia, ressaltando-se que é um dos setores que propicia maior número de empregos por capital investido. Palavras mágicas como crescimento, fortalecimento, geração de empregos, podem ser causadoras deste crescente discurso frenético que possui vertiginoso fortalecimento e como bandeira esplendorosa aposta-se no fato de:

“Santa Catarina ser dotada de recursos naturais invulgares para o turismo, a começar pelos seus 513 Km de litoral, recortado de baías, praias, ilhas e promontórios. Tem ainda as estâncias hidrotermais; a beleza de cidades, que atraem pelas marcas que guardam do seu processo colonizador, com Blumenau, Joinville, Treze Tílias; as serras, os campos; o fiio de São Joaquim; a maçã de Fraiburgo; a serra do Rio do Rastro, etc...”.^*^

As palavras de Kleinubing comungam com as de Esperidião Amin, de Pedro Ivo e de Maldaner. Os governadores ansiavam por expor o Estado ao Brasil e ao mundo, e com isso melhorar, crescer, progredir, fazendo de Santa Catarina um lugar ainda melhor para se viver.

³⁹ *Plano SIM, Para melhor viver em Santa Catarina. Diretrizes e Metas. Florianópolis 15 março 1991. p. 4 - 23 a 4 - 33. Governo Wilson Kleinubing e Antônio Carlos Konder Reis.*

⁴⁰ *Idem, p.4-23.*

Este discurso, iniciado de uma certa maneira por Esperidião Amin, em 1983, como se vê, é recorrente nos demais governantes do Estado de Santa Catarina, independente das orientações e cores partidárias. O turismo estava descoberto como o grande filão para a geração de rendas e empregos e todos foram investindo no discurso para caracterizar em “Santa Catarina vim Turismo de Ano Inteiro”.

Paulo Afonso Vieira⁴¹ elaborou metas específicas para esta ação, pois para ele, “os catarinenses têm muito a mostrar e oferecer e têm orgulho desta condição”. Mostrando diretrizes para governar, Paulo Afonso Vieira expõe que “o Estado mantém a característica de reunir, em pouco mais de 1% da área do território nacional, os fatores capazes de fazer todo empreendedor sonhar alto: qualidade de vida, infra-estrutura e um povo disposto a produzir um futuro sempre melhor”. O então governador define este futuro de forma explícita:

“Buscamos um Estado onde às pessoas tenham alta qualidade de vida, todos tenham emprego, saúde e educação. Queremos uma economia forte, com empresas competitivas. Queremos um Estado eficiente, garantindo as futuras gerações imia Santa Catarina pujante, com suas belezas naturais preservadas e sem problemas ambientais”.!*^

Paulo Afonso, assim como os demais governadores citados, foi “consolidando” o discurso que aposta na indústria do turismo. Ele não somente buscou “preparar o Estado para competir dentro da nova realidade de mercado”, mas também explanou com clareza o discurso contemporâneo, dizendo-se aplicar “ações que permitirão a Santa Catarina inserir-

⁴¹ Foi governador durante o período de 1995 a 1998, eleito pelo PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro).

⁴² Vieira, Paulo Afonso Evangelista. *Santa Catarina Brasil: Conhecer, investir, viver*. Florianópolis, Governo de Santa Catarina. 1997. p. 1.

se de maneira diferenciada no novo mapa geo-econômico que se configura a partir da globalização da economia”.⁴³

Imagens e representações são construídas e realçadas a partir das práticas discursivas. Práticas sociais, traços culturais, belezas locais, festas, tradições, mitos e peculiaridades passam a vir ao encontro de desejos, necessidades e expectativas dos turistas potenciais. Assim, o então governador do Estado, Paulo Afonso Vieira, sintetizava estas expectativas de empreendimento do futuro:

“O governo, aliado ao excelente padrão de vida, tradição e valores do povo catarinense, projeta nossas esperanças em direção ao vantajoso empreendimento do futuro da era do mundo global, onde o turismo, o entretenimento, a busca pelo peculiar, pelo único conduzirão como carros chefes”.⁴⁴

No alvorecer do século XXI, o Estado começa a redefinir-se, remodelar-se usando uma nova roupagem. Esta imagem está sendo construída e (ou) re-construída na indústria do turismo. O que percebemos é a tentativa da produção de uma imagem discursiva homogênea sobre Santa Catarina vindo desde o primeiro governo de Esperidião Amin, imagem que é constantemente retomada, reelaborada, agrupando novos elementos que dispõem o discurso sobre o turismo como móvel, plástico e conveniente às tensões concorrentes. Estes jogos de interesses, falas e suas intencionalidades estão presentes nas várias determinações e ações encontradas nos jornais, *rowhXas*, *folders* de divulgação, nos programas de governo, enfim nos documentos que circulam.

Sendo assim, podemos remeter esta análise e entendê-la a partir das considera-

⁴³ Vieira, Paulo Afonso Evangelista. *Profissionalismo é o caminho para o turismo em Santa Catarina. Mares do Sul: Turismo e Aventura*. Florianópolis, ano 4, nº 14, maio 1997. p. 66.

⁴⁴ VIEIRA, Paulo Afonso Evangelista. *Santa Catarina Brasil: Conhecer, investir, viver*. Florianópolis, Governo de Santa Catarina. 1997 p.3.

ções de Chartier, quando salienta que, “não há prática ou estrutura que não seja produzida pelas representações, contraditórias e em confronto, pelas quais os indivíduos e grupos dão sentido ao mundo que é o deles”.⁴⁵

Gradativamente a força do discurso da globalização agudiza em Paulo Afonso Vieira, com referência ao turismo e à economia.

É importante percebermos que o discurso dos “fazedores do turismo” privilegia então, estrategicamente, belezas, valores, peculiaridades, pontos turísticos, infraestrutura. Como afirma Chartier “a relação do texto com o real (...) constrói-se segundo modelos discursivos e delimitações sociais próprias de cada situação”. Nessa perspectiva, os textos elaborados visando “vender nosso Estado lá fora”, o foram num contexto econômico em que o turismo aparecia como uma promissora possibilidade econômica. Importante então, como salienta Chartier, “considerar que os ‘materiais-documentos’ obedecem também a processos de construção no qual se investem conceitos e obsessões dos seus produtores. O real assume, assim, um novo sentido: aquilo que é real, efetivamente, não é (ou não é apenas) a realidade visada pelo texto, mas a própria maneira como ele a cria, na historicidade da sua produção e na intencionalidade da sua escrita”.!*^

2. Nas malhas do poder: prefeitos e projetos investindo na cidade turística

⁴⁵ CHARTIER, Roger. O mundo como representação. *Estudos avançados*, n.5 v.II. São Paulo: USP, 1991. p.117.

⁴⁶ CHARTIER, Roger. *4 história cultural: entre práticas e representações*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1990. p.63. O autor menciona ainda que a relação de representação pode ser compreendida “como relacionamento de uma imagem presente e de um objecto ausente, valendo aquela por este, por lhe estar conforme, (...) Note-se que a distinção fundamental entre representação e representado, entre signo e significado, é pervertida pelas formas de teatralização da vida social”. CHARTIER, Roger. *4 história cultural: entre práticas e representações*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1990. p.21.

Os planos e investimentos na indústria do turismo em Santa Catarina não são metas só dos governadores. Nos anos posteriores às eleições de 1983 no Estado - o governador Amin lançou o lema “Venha visitar o que você ajudou a salvar”, como um convite, a fim de fazer o povo brasileiro que tanto ajudou o Estado percebê-lo por seus atrativos e assim, “reativar o turismo” - outras medidas foram tomadas. Por conseguinte, visando mostrar o Estado e sua beleza foi montado “Um Pannel para Vender o Sol”, no qual percebemos um esforço conjunto entre Estado e prefeituras para adotar medidas em direção ao empreendimento do futuro - o turismo.”⁴⁷

Este “painel para vender o sol”, pouco a pouco foi montado, com a cor “amarela que é a cor do Sol para que fique bem claro que o sol aqui está de volta”⁴⁸ O sol então se torna atrativo número um; por conseguinte, a Ilha maravilhosa de Santa Catarina plena de sol, não somente passa a figurar, mas sim imperar como fonte de inspiração e cenário para este empreendimento.

Cláudio Ávila da Silva, prefeito da Capital, compactua com as idéias do Governador do Estado, e não poderia ser diferente, pois os dois concorreram à prefeitura juntos. Ávila, somente assume, em 1983, quando Amin sai para concorrer ao governo. Aconteceu a partir de então a união governo/prefeitura no reinventar e repensar estrategicamente o futuro do Estado. Foi nessa busca por soluções que Ávila percebeu que realmente “o turismo é a vocação de Florianópolis, por essa não possuir indústria, porém é abençoada com inigualável paisagem”.⁴⁹ Assim, as prioridades do prefeito a partir de então se voltam para o filão da indústria de turismo, onde obras são pensadas e repensadas.

⁴⁷ Um painel para vender o sol. *Jornal de Santa Catarina*. Florianópolis, 23 agosto 1983. Suplemento de turismo, p. 4.

⁴⁸ *Idem*, p.4.

⁴⁹ Silva, Cláudio Ávila da. Onde o turismo é só exercício da vocação. *Jornal de Santa Catarina*. Florianópolis, 23 agosto 1983. p. 10. Suplemento de Turismo.

mandato após mandato, assumindo representações diferenciadas ao sabor das competições políticas.

“Aliado a este visual de eloqüente beleza - diz o prefeito - e reconhecida hospitalidade de nosso povo, julgamos oportuno tratar de uma infinidade de pequenas obras que fundamentam à expansão do turismo”.⁵⁰

Pensar a ilha, amar, observar, respirar sua beleza e magia, não é somente criação deste ou daquele prefeito e sim hábito e orgulho de sua gente por este “pedacinho de terra perdido no mar” e que naquele momento havia incorporado a nova discursividade.

Consideramos por exemplo, o ex-prefeito Osmar Cunha que administrou a cidade entre os anos de 1954 a 1959:

“Quando ainda era uma província fiz planos para que se convertesse em Capital; lancei as bases (...) proibi a construção de indústrias, pois na Ilha, só a indústria do turismo”.⁵¹

A partir desta expressão do ex-prefeito, “indústria do turismo”, dita hoje, nos anos 90, é possível percebermos que ele está inteiramente ciente dos possíveis benefícios do que hoje chamamos “indústria sem chaminé”, e conseqüentemente, a par dos projetos contemporâneos. Dos tempos em que era “província” muitas coisas mudaram e o discurso sobre o turismo naquela época era extremamente tímido, vindo à tona com as mudanças mundiais nas últimas décadas deste século. Tanto é a paixão de Cunha pela cidade que fala

⁵⁰ *Idem*, p. 10.

⁵¹ CUNHA, Osmar. *Tem festa na Ilha da Magia. A história de 269 anos. Diário Catarinense*. Florianópolis, 23 março 1995. p. 2. Cunha, foi o primeiro prefeito eleito da Capital. Assumiu em 15/11/1954 permanecendo no cargo até 21 /01 / 1959.

ser “Florianópolis dez Caribes diferentes”, passando então a nomear suas belas praias e recantos.⁵²

O amadurecimento dos planos para o que viria a ser a maior “vocaçãõ” de Florianópolis fez dos seus prefeitos “aliados”, mesmo que de partidos diferentes.

Neste sentido os partidos⁵³ e seus representantes pensaram, montaram e criaram projetos políticos a fim de fomentar ou aquecer as turbinas do turismo na Ilha. Os projetos estavam ligados xms aos outros por vim discurso de melhorias e de progresso. O turismo vira objeto de campanha eleitoral e passa a fazer parte dos projetos políticos dos vários prefeitos. Ou seja, prometia-se proporcionar possibilidades concretas de crescimento e desenvolvimento econômico de Florianópolis.

As enchentes de 1983 figuraram como impulsionadoras para este contínuo incremento do turismo no Estado (especialmente na Ilha de Santa Catarina). A catástrofe ocorreu nvim momento de grande recessão na economia catarinense e brasileira. Estes acontecimentos fizeram com que as “saídas” para o incremento da indústria do turismo fossem vistas como uma das mais atrativas e viáveis para proporcionar crescimento da região. A isto se explica o fato de existirem peculiaridades, inovações nos projetos apresentados, contudo sempre estando voltados para o mesmo campo de investimento. É possível percebermos que, mesmo variando de governante para governante de acordo com suas preocupações, visões e opções político-partidárias, existe uma linha condutora, um discurso instituído. Discurso da “cidade, que subsiste, como imagem do pitoresco, como valor de troca comercializada e organizada em nome do lazer”.⁵⁴

⁵² *Idem*, p.2.

⁵³ PDS (Partido Democrático Social), PMDB (Partido do Movimento Democrático Brasileiro), PCB (Partido Comunista Brasileiro), PT (Partido dos Trabalhadores), PPB (Partido Progressista Brasileiro), PSDB (Partido Social Democrático Brasileiro) e PTB (Partido Trabalhista Brasileiro).

⁵⁴ LEFEBVRE, Henri. *A vida cotidiana no mundo moderno* São Paulo: Ática, 1991. p.125

Edison Adrião Andrino de Oliveira, um típico ilhéu apaixonado, “manezinho da ilha”,⁵⁵ nascido na Lagoa da Conceição, assume um discurso laudatório, levantando como vereador em 1972 “a bandeira de preservação das dunas que circundam as praias e as lagoas da Capital e a proteção ao pescador artesanal”. Diante da sua luta pela cidade, a população florianopolitana em 1976 levou-o de novo a Câmara Municipal pelo voto livre, secreto e universal. Em 1982, candidatou-se a deputado estadual pelo PMDB, destacou-se como o segundo deputado mais votado em Santa Catarina; “na Assembléia Legislativa, atuou como presidente da Comissão de Pesca Artesanal, prestando relevantes serviços à comunidade pesqueira Catarinense”.⁵⁶ Andrino elegeu-se prefeito (mandato 86/89), tomando posse em 01 de janeiro de 1986, e segundo suas próprias palavras era “um matuto da Lagoa no Paço Municipal”.⁵⁷

Este “matuto”⁵⁸ pensou nas necessidades de uma cidade do porte de Florianópolis e percebeu que em 1986 esta ainda era regida por um Plano Diretor de 1976, o qual não mais refletia as necessidades de distribuição de uma cidade que crescia diariamente e sem o controle correspondente.

Convém lembrar que um dos primeiros esboços de uma legislação ordenadora da cidade surgiu em 1955, com a lei 246. Os limites não eram muito extensos, pois tal legislação avaliava basicamente do Estreito até o início da Avenida Mauro Ramos. Foi uma

⁵⁵ Esta expressão “manezinho da ilha” será utilizada e explicada no terceiro capítulo desta dissertação, pois representa uma das peculiaridades da Ilha de Santa Catarina a ser explorada pela indústria do turismo. Este termo é segundo SIMÕES, Aldírio. *Convite: festa do “manezinho da Ilha”*. Florianópolis, 1998: “ímia homenagem às pessoas identificadas com o cotidiano da cidade”.

⁵⁶ SILVÉRIO, Bento. Um matuto lagoa no Paço Municipal. *O Estado*^ Florianópolis, 23 março 1986. p. 24.

⁵⁷ Idem, p.25.

⁵⁸ É importante percebermos que o termo “matuto” estava no lugar do “manezinho” que ainda não havia alcançado a significação atual. Assim, fica evidente a mobilidade de uma identidade se instituindo gradativamente como representação.

época em que apareceram as primeiras legislações e o pensar sobre os aterros da cidade, como o que serve hoje de base para o Tribunal de Justiça.⁵⁹

Em 1969 sob a coordenadoria de Luís Felipe Gama L. D'Eça, foram revistas algumas questões do Plano Diretor de Florianópolis. Somente então há um pensar um pouco maior, mais amplo, “abrangendo a cidade, no lado do Estreito até sua divisa, é na Ilha, até a Trindade, com pretensões de alcançar o Campeche”.^^

O Plano era aparentemente bom para a época. Ou seria bom se tivesse sido aplicado, pois existindo desde 1969 o plano somente foi implantado definitivamente quando da administração do prefeito Esperidião Amin em 1982. Mesmo desfocado da realidade local, foi mantido com leis de readaptação, como o Plano de Estruturação do Espaço de Florianópolis, criando assim o IPUF (Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis).^*

A legislação de 1969, não mais atendia as necessidades da Capital, que crescia e que se pretendia colocar enquanto “Capital Turística”. Todavia, foi com esta legislação e suas readaptações que: foram regulados os loteamentos no interior da ilha, coordenada a área de definição e expansão da cidade, e principalmente criada uma legislação de proteção das dunas, mangues e áreas verdes, enquadradas como espaços de preservação.

Em 1982, com a lei municipal n° 1851, alterava-se o uso do solo nos bairros a Trindade, Pantanal e Saco Grande. Quase simultaneamente era elaborado um plano diretor para os balneários e interior da Ilha, definido na lei n° 2193, em 1985. O que transparece é o fato de tudo ser realizado de maneira muito estanque, não conseguindo obter-se um

⁵⁹ Corrigindo a transformação urbana. Florianópolis: meu amor. *Plano Diretor*. 1986. p.25

“ *Idem*, p.25.

⁶¹ *Ibidem*, p.25.

conjunto de medidas-soluções e, desta forma, ver realmente a cidade modificada.

Outro ponto do plano foi à consolidação da legislação do uso do solo. Aí também há uma grande discrepância, pois, em 1976 eram previstas densidades ocupacionais de 250 a 500 pessoas por hectare. E ao ser revisto o plano, em 1988, a densidade por hectare encontrava-se entre 2.700 e 3.000 pessoas.⁶² Devido ao crescimento populacional e a não alteração das diretrizes do Plano Diretor, o que estava instalado era uma enormidade de problemas relativos à ocupação das terras no interior da Ilha, à preservação das dunas, lagoas, matas, etc. Havia também constantes problemas enfrentados pela estrutura do centro da cidade, pois o crescimento desordenado impossibilitou uma organização coerente das ruas e estacionamento. Igualmente, muitas propostas precisavam ser incluídas no plano, por exemplo, o número de andares ideal para a construção de prédios nos lugares próximos as praias. Enfim, inúmeros e indispensáveis melhoramentos que figuravam como entraves à “imagem moderna” a ser construída da cidade.

Como se não bastasse essa abundância de retrocessos, a disparidade de dados afetava e afeta a possível imagem de cidade pronta para receber os turistas, pretensamente, com ótima infraestrutura. Com efeito, no vai e vem e no andar da carruagem, estamos vivendo hoje uma sobrecarga no fluxo de automóveis no centro da cidade que acaba ocasionando constantes congestionamentos.

Em 1988 assumiram a Prefeitura Municipal Esperidião Amin e Antônio Bulcão Vianna.⁶² Amin deixou a prefeitura em 1990 para concorrer a Presidência da República, assumindo seu vice Bulcão Vianna. Além de ter como prioridade de governo investir em

⁶² Corrigindo a transformação urbana. Florianópolis: meu amor. *Plano Diretor*. 1986. p.26
“ O mandato foi entre 1988 e 1993.

saneamento básico, Bulcão contribuiu para criar a indústria do turismo com ações visando explorar racionalmente os bens naturais da Ilha. Para o prefeito, a maior colaboração da sua administração foi à criação da PROTUR (Fundação Pró-turismo de Florianópolis), com a participação de empresários para a divulgação e ordenamento da indústria do turismo em Santa Catarina. Afirmava Bulcão que “procuramos fazer a nossa parte. Temos mantido contatos constantes com todos os segmentos organizados no sentido de que esta consciência de que nós temos que explorar o turismo, prevaleça àquela consciência que existia antes de que nós temos é de explorar o turista.” Tudo o que a prefeitura realizou nos anos da sua administração, complementa o prefeito, “é um somatório que permite com que a cidade se encaminhe para sua vocação para criarmos aqui nosso desenvolvimento econômico”.[^]

Os líderes municipais estão sempre pensando em suprir a Capital com melhorias para o turismo, pois “beleza lhe é nata”. Pensando nisso, o prefeito Sérgio Grando e seu vice Afrânio Boppré,^{^^} estimularam e apoiaram iniciativas para que todos - órgãos governamentais, agentes financeiros, investidores, empresários, estudiosos, lideranças comunitárias, entre outros grupos de profissionais e entidades ligadas ao setor - começassem a mudar o quadro de apatia econômica do Estado, investindo então na indústria do turismo.

Foi pensando em crescimento que se buscou reintegrar o potencial existente para que o turismo trouxesse maiores benefícios à cidade e à população. Sendo assim, foi organizado no ano 1994 o primeiro Fórum Nacional de Planejamento Turístico da Grande

[^] VIANNA, Bulcão. Os desafios de Bulcão Vianna para administrar a capital dos catarinenses. *O Estado*. Florianópolis, 23 março 1992. p.4.

^{^^} Governaram a prefeitura entre 93 - 97, eleitos pela coligação da Frente Popular.

Florianópolis. De todo modo, as questões que foram analisadas durante o 1º Fórum levaram em conta principalmente a sobrevivência da atividade turística, a necessidade de profissionalismo e a preocupação com a qualidade. Paralelamente aos debates, soluções práticas foram tomadas. Buscou-se dinheiro para viabilizar as idéias, sendo instalada uma Bolsa de Negócios e Investimentos, promovida pelo BRDE (Banco Regional de Desenvolvimento) visando estimular o surgimento de novos projetos turísticos na região.^^

A prefeitura elaborou as metas para apoiar o turismo e o convite ao turista foi feito pela iniciativa privada: “Venha ver Como se Faz Turismo de Primeiro Mundo”.^’

Convém lembrar que a matéria publicitária do Jurerê Internacional, colocando-se como a praia de “Primeiro Mundo” de Florianópolis, paradoxalmente está exposta no mesmo suplemento especial que exigia soluções urgentes que resolvessem, entre tanto outros os problemas dos esgotos que são lançados no mar. É o que Anita Pires, coordenadora do 1º Fórum argumenta, pois para ela “há macro questões básicas a serem resolvidas, como a despoluição ambiental, o saneamento básico, a internacionalização do aeroporto Hercílio Luz e a duplicação da BR - 101 principal via de acesso para quem chega.^* Aí sim, estaríamos mais bem calçados para não oferecer o que não possuímos.”^^ Percebemos que ao discurso das “belezas naturais”, vão se agrupando fatores externos, tais como equipamentos básicos que exigiriam recursos e investimentos de capitais onerosos, em diferentes praias da Ilha. Neste contexto a parceria com a iniciativa privada se fez premente. O turismo é a indústria que vende além da “paisagem bela”, conforto, lazer.

“ Florianópolis debate indústria do turismo. *O Estado*. Florianópolis, 3 agosto 1994. p. 1 (Suplemento Especial).

⁶⁷ Idem. p.2.

⁶⁸ Convém esclarecer que em 1997 o aeroporto Hercílio Luz transformou-se em Aeroporto Internacional e no ano 1998, a BR- 101 já tem partes de duplicação finalizadas.

⁶⁹ PIRES, Anita. Uma ecologia sem prós ou contras, com todos a favor. *O Estado*. Florianópolis, 3 de agosto 1994. p. 2.

cultura. É uma especialidade industrial e que, como lembra Anita Pires, exige serviços de primeira linha para ser oferecido. Desde então, só “belezas naturais” passam a ser muito pouco.

3. Florianópolis: Capital Turística do Mercosul

O ano de 1993 foi particularmente expressivo, pois Florianópolis foi promovida ao *status* de “Capital Turística do Mercosul”. Acontecimento que elevou e destacou, segundo os fazedores do turismo, a Ilha de Santa Catarina, este “pedacinho de terra perdido no mar”.

Relata o vereador da Capital, Michel Curi, que o ano de 1993 foi de muita importância para Florianópolis, pois esta passou a ser reconhecida por seu potencial no exterior.^{^®}

Descontraído, atencioso e carismático, um senhor de estilo bonachão, Curi fala de como é prestigiado nos demais países do Mercosul e, orgulhoso, ostenta os vários quadros com os títulos que já recebeu e com os quais foi homenageado. Eleito presidente do Conselho Latino Americano de Parlamentares Municipais, ele instituiu o título, “Capital turística do Mercosul” à Florianópolis. Por conta destas atividades, segundo Aldirio Simões, Curi ganhou conceito entre os empresários da área turística de Florianópolis e respeito dos países da América do Sul, sendo constantemente convidado para proferir palestras e participar de eventos em toda a região, sempre com o intuito e com “uma

TM Em conversa informal quando procurei o senhor vereador, no dia 20/04/98 em seu gabinete na Câmara dos Vereadores.

receita”.’ para “difundir o turismo da capital, para vender a imagem de Florianópolis lá fora.”⁷² Imagem esta que recebe especial atenção, do Estado, que investe* em revistas, *folders*, cartões postais, vídeos, enfim em inúmeras maneiras de “vender a imagem” deste “paraíso”. O discurso cria imagens mentais e é vinculado enquanto tal, vislumbrando então esta imagem paradisíaca. Por conseguinte, “a imagem e o discurso remetem um ao outro e a imagem traz um campo de significações (de significantes) muito vasto, sempre incerto e múltiplo que só o discurso pode dizer (mudar em significado)”.⁷³ As imagens da Ilha são criadas com várias significações explícitas de sedução, encanto, magia, que são induzidas pela linguagem dos divulgadores - os políticos, empresários, comerciantes, guias, promotores - os “fazedores do turismo”. O espectador/ouvinte, por sua vez, pode sentir o prazer da visita, viajar no verde, bronzear-se ao sol, banhar-se nas belas praias, mergulhar na cultura, na tradição, na paz e na liberdade que lhe passam a imagem e o discurso. Todavia, Curi desabafa que é ainda muito longo o caminho a trilhar para que realmente tenhamos uma Capital Turística em nível de primeiro mundo.

O fato é que, como já dissemos, o ano de 1993 foi importante para o turismo. Criar e promover a cidade era dedicação e intenção de muitos, dos “fazedores do turismo”: pessoas interessadas em delinear, construir, envolver, cativar o turista visitante.

Com esse intuito, o então Presidente da Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina, Deputado Ivan Ranzolin, numa ação conjunta entre Estado e Município legitima a proposta do vereador Curi e de seus seguidores - empresários, investidores do turismo - propondo um documento datado e assinado em 11 de novembro de 1993, no qual

⁷¹ SIMÕES, Aldírio. *Retratos a luz de pomboca*. Florianópolis 1997. p. 69.

⁷² CURTI, Michel. *Tabule com peixe e pirão*. IN: SIMÕES, Aldírio. *Retratos a Im de pomboca*. Florianópolis, 1997. p. 68-69.

⁷³ FOUCAULT, Michel. *El ordem dei discurso*. Barcelona: Tusquets, 1987.

afirma as razões pelas quais, indubitavelmente, garantem que o título é legítimo. Assim expõe o documento:

“O processo de integração política e econômica do Brasil com os países vizinhos do Cone Sul da América, através do MERCOSUL, é realidade que materializa a cada dia, nas ações desenvolvidas pelos setores públicos e privados dos países e Estados envolvidos.

Neste contexto, a crescente demanda de turistas provenientes do Paraguai, Uruguai e principalmente da Argentina ao Brasil, e, particularmente, a Santa Catarina, surge como fator preponderante para o desenvolvimento sócio-econômico de nosso Estado.

Estudos mercadológicos de turismo receptivos desenvolvidos pelo Instituto Embratur, ainda neste ano de 1993, identificaram que, dentre os treze sítios turísticos brasileiros mais visitados por fluxos estrangeiros, a cidade de Florianópolis - capital do Estado de Santa Catarina - aparece em SEGUNDO LUGAR como destino turístico preferencial.

Esta posição, contudo, não é fiiito de mero acaso. Ao contrário, a par de sua privilegiada localização geográfica, suas especificidades naturais e sua cultura, Florianópolis tem-se destacado pelo expressivo e crescente aporte de investimentos, tanto da iniciativa privado quanto dos órgãos públicos (...).

Por tudo isso, e pelas excelentes perspectivas que se podem antever com o aumento crescente do fluxo de turistas ao Estado, a Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina, por seu Presidente, propõem que a cidade de Florianópolis seja considerada a CAPITAL TURÍSTICA DO MERCOSUL”.⁷⁴*

Assim, comemorava-se a nova condição da cidade: “Capital Turística do Mercosul”.

⁷⁴ RANZOLIN, Ivan. *Ata da Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina*. Florianópolis, 11 de novembro de 1993.

O poder de nomeação da cidade como “Capital turística do Mercosul”, define a luta simbólica pela produção do senso comum, pelo monopólio de nomeação legítima, como imposição oficial. As nomeações oficiais, como lembra Pierre Bourdieu, tomam-se “actos de imposição simbólica que tem a seu favor toda a força do colectivo, do senso comum, porque ela é operada por um mandatário do Estado, detentor do *monopólio da violência simbólica legítima*”.⁷⁵

A Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina, na voz do seu presidente Deputado Ivan Ranzolin, legitima e concede oficialmente o título à cidade. Está então autorizada, por um mandatário do Estado e teoricamente porta-voz da vontade popular, uma titulação para a cidade que congrega de forma triunfal os discursos até então vinculados. A cidade ganha uma caracterização que traduz o desígnio que os “fazedores do turismo” lhe impõe.

Ainda em 1993, Sérgio Grando então prefeito do município de Florianópolis, em comemoração aos 267 anos da cidade, afirma a consolidação do título. Conclui Grando que “por suas belezas e recursos naturais, além de privilegiada posição geográfica, Florianópolis consolidou-se como a grande Capital do Mercosul, ao comemorar seu 267 anos”.⁷⁶

O objetivo proposto por Angela Amin, e Péricles Prade,⁷⁷ em *Força Capital: compromisso de governo*, no que tange ao turismo, usar a expressão “consolidar” - há de se levar em conta que a prefeita comunga com o título impingido à Capital e quer tomá-lo ainda mais real:

⁷⁵ BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989. p. 146 (grifos do autor).

⁷⁶ GRANDO, Sérgio. Florianópolis: Capital do Mercosul. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 23 março 1993. p.9.

⁷⁷ A prefeita e seu vice assumiram em 1997, eleitos pela coligação PPB - PSDB - PTB. Irão administrar a cidade no período entre 1997 até o ano 2000.

“Consolidar Florianópolis como cidade turística, socializando, preservando e desenvolvendo seu patrimônio cultural articulado à geração de trabalho e renda, através do aumento quantitativo dos fluxos tanto na alta como na baixa temporada”/*

Angela Amin expressa a intensão de “tomar sólido” o turismo como opção da cidade. Ela usa o mesmo termo empregado pelo governador Paulo Afonso Vieira, em outro momento - “consolidar” - quando também se referia, em seu discurso, às práticas a serem tomadas a fim de incrementar o turismo na região. O que significa dizer que em 1983, quando se retomou os projetos turísticos como possibilitadores e geradores de riquezas e como fonte de arrecadação já se tinha como certa a posição do turismo em Santa Catarina. Poder-se-ia analisar, nesta perspectiva, que a intenção de fazer da cidade um pólo turístico do Estado era autorizada, reconhecida de todos e desejava tomar-se universal.

⁷⁸ AMIN, Angela e PRADE, Péricles. *Força capital compromissos de governo*. Florianópolis, 1996. Propostas contidas no folder de compromisso e Plano de Governo da Força Capital na Prefeitura.

SEGUNDO CAPÍTULO:
O IMAGINÁRIO INVADINDO DIFERENTES ESFERAS
NA ILHA DE SANTA CATARINA

Num pedacinho de terra
Perdido no mar
Num pedacinho de terra
Belezas sem par
Jamais a natureza
Reuniu tanta beleza
Jamais algum poeta
teve tanto pra cantar
Num pedacinho de terra
Belezas sem par

Ilha da moça faceira
Da velha rendeira tradicional
Ilha da velha figueira
Onde em tardes fogueiras
Vou ler meu jornal

Tua lagoa formosa
Ternura de prosa
Poema ao luar
Lugar onde a lua vmdosa
Dengosa, sestrosa
Vem se espelhar

**Rancho de Amor à Ilha -
Cláudio Alvin Barbosa**

1. A reconstrução simbólica da terra do sol

Sentir o “coração da Cidade, o seu verdadeiro, único, incontestável e intransferível centro vital” ^ é mergulhar nas histórias de Oswaldo Rodrigues Cabral e perceber o amor e o prazer de viver nesta cidade de encantos mil, bela por natureza. No século XIX, em Nossa Senhora do Desterro percebia-se o início do desabrochar da flor chamada Florianópolis? A pacata cidade até então não havia dado a devida importância a cuidados essenciais com sua aparência e nem mesmo com os hábitos de higiene...

Foi em 1844, devido à visita à Capital de Santa Catarina de Sua Majestade D. Pedro II, que as autoridades da vila passaram a cuidar das feições da Ilha dando-lhe um aspecto melhor, mais limpo. Pois, concordaram todos, “as pituitárias do Senhor Dom Pedro, não poderiam ser agredidas por perfume tão esquisito, nem seus olhos feridos por cenas tão desagradáveis”.^

Naquela época, o centro da cidade era o local onde atualmente situa-se a praça XV de Novembro. Esse era o ponto preferido pelos desterrenses para vender, limpar, escalar peixes, um comércio de frutos do mar e produtos coloniais; porém sem a devida precaução, contribuía para a aparência deprimente que este “centro vital”, ou até então centro de moscas, porcos, cavalos, cabras, ostentava. Nas suas proximidades além de algumas residências particulares e edifícios da administração pública, situava-se o presídio.

^ CABRAL, Oswaldo Rodrigues. *Nossa Senhora do Desterro*. Florianópolis: Lunardeli, 1979. p. 98.

^ Passou a ser chamada Ilha dos Patos, em 1515, por Juan Dias Solis. O nome de Florianópolis é atribuído a Sebastião Caboto, que esteve aqui em 1526. Em 1677, com Dias Velho, recebe o nome de Nossa Senhora do Desterro. E em 1894, após a Revolução Federalista, a Assembléia Legislativa, troca o nome da cidade de Desterro para Florianópolis em homenagem a Floriano Peixoto. Estas informações foram obtidas em; SANTOS, Ademir dos. *Florianópolis precisa preservar sua história*. Florianópolis: Fundação Franklin Cascaes. sd. (Mineog.).

^ CABRAL, Oswaldo Rodrigues. *Nossa Senhora do Desterro*. Florianópolis: Lunardeli, 1979. p. 91.

que além dos presos comuns, abrigava também os loucos e banidos do convívio social. Os excrementos produzidos pelos moradores deste local eram depositados, na calada da noite, na beira da praia, fato que provocava um mau cheiro forte. Com o propósito de minimizar o “perfume esquisito”, que dizem ter sido por muito tempo depositado no “coração da cidade”, algumas providências foram tomadas: como a construção do Mercado Público, concluído em 1898, local onde seria realizado o comércio dos frutos do mar; assim como medidas foram tomadas para que as pessoas tivessem onde depositar os excrementos, que naturalmente organismos saudáveis produziam.

Em função da visita do imperador o local foi limpo, arrumado e com a ajuda do tempo, (pois se chovesse muito o lugar transformava-se num charco) poderia apresentar-se arejado, seco, enfim, digno de tão importante visita.

De todo modo, muitos outros problemas enfrentaram este local até ser definitivamente embelezado, como era à vontade de muitos ilustres senhores desterrenses e da sua população local.

O local em questão já se chamou Barão de Laguna, em homenagem a Jesuíno Lamego Costa, almirante e senador do Império pela província de Santa Catarina; já possuiu quiosques, também ostentou monumento de honra aos patriarcas catarinenses mortos na Guerra do Paraguai e o busto do Barão de Laguna. Foi ponto de passagem e local de discussões, encontros, namoros, comércio, etc. Mas, quando chegou a República, mudou de nome e passou a chamar-se XV de Novembro.*

Foi no século XIX que a Praça, a bela XV de Novembro foi ajardinada, humanizada e passou a ser espaço de sociabilidade, ponto de encontro, de referência.

^ **Idem, p. 99.**

principalmente nos dias de missa. Pois após rezar na Igreja Matriz, os fiéis já aproveitavam para confraternizar-se. Assim, foram na praça colocadas árvores e bancos para melhor acomodar e proteger as pessoas, principalmente as senhoras que, acomodadas, podiam fazer um dedo de prosa com outras que ali estavam e ainda vigiarem o namoro das filhas com os rapazes da cidade.

Os anos passaram, a praça mudou, as mudas de plantas de várias espécies então trazidas do Rio de Janeiro pelo Governador Gustavo Richard (1906/1910) cresceram, se transformaram em belas árvores. Dentre espécimes raras e de esplendorosa beleza, em meio a flores e jardins, uma se destaca e é considerado símbolo da cidade.

Situada bem no centro, no coração da Praça XV de Novembro, a muda da figueira pode ter sido transplantada do Jardim da Igreja Matriz em 1891, segundo o escritor Álvaro Tolentino, no *Anuário Catarinense* de 1953. Ou como afirma o *Jornal Ú Estado*, citando as palavras da neta do ex-governador Gustavo Richard, Silvia Amélia Carneiro da Cunha, a muda da figueira teria sido trazida na década de 20, junto a outras plantas exóticas do Jardim Botânico do Rio de Janeiro, para uma reforma na Praça XV de novembro.[^] A figueira é marco, referencial de moradores e visitantes. Inspiração dos poetas, objeto de referente visibilidade na expressão dos políticos, artistas e escritores. Com a linguagem que incorporam os guias turísticos à figueira centenária passa a encantar, envolver e fascinar por sua magnífica beleza, sua imagem tão forte que poderíamos questionar: é a Figueira da Praça XV ou a Praça da Figueira?

[^] Árvore cercada de lendas que simboliza o espírito do ilhéu. *O Estado*. Florianópolis, 9 janeiro 1998. Suplemento Especial, p. 1 e 2.

Figueira nobre de belo porte. Delicadamente, sua coroa pendida sobre o caminho abençoa e acolhe os homens que, como o vento, vêm e vão, deixando apenas a saudade como finto perene, significativo e penetrante.

Muitas gerações passaram sob a frondosa árvore, visitantes com suas máquinas fotográficas e filmadoras, conversando, brincando, brigando, com um olhar curioso, extasiado. Assim ano após ano, novos olhos fitavam e fitam a majestosa figueira, sorridentes e pensativos.

Esta árvore é cercada de lendas que simbolizam o espírito da cidade e do ilhéu, encontrado no discurso sobre o turismo, que busca na velha figueira um “bem simbólico”.[^] E, diga-se de passagem, nem precisa esforço para fazer a figueira encantar. Como se não bastasse sua peculiar beleza ela é carregada por credices e peculiaridades, instigantes e de extrema importância no cenário criado para o turismo.

Credices e mitos que incitam os turistas, estes que a fitam sorridentes e pensativos, a viajarem nas estórias da “Ilha da Magia”. Fascinação, encanto, como aponta o jornal *O Estado*, em suplemento especial destinado e endereçado aos clientes turistas, explicando às pessoas, aos leitores, que não devem estranhar ou se assustar se ao chegar na praça, em frente à figueira, encontrar: “turistas de todos os cantos do Brasil e nossos “hermanos”, dando voltas e mais voltas em tomo da figueira.” Segundo uma lenda, que conta a magia da praça e da árvore, se alguém der três voltas ao redor da árvore, “é sorte na

* BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998. p.11. Para Bourdieu, os bens simbólicos “(•••) cumprem a sua função política de instrumento de imposição ou de legitimação da dominação, que contribuem para assegurar a dominação de uma classe sobre a outra dando o reforço da sua própria força às relações de força que as fundamentam(...)”. No nosso caso, a praça, enquanto um bem simbólico, cumpre sua função como “mais um dos encantos” dos quais a “Ilha da Magia” dispõe a fim de criar um imaginário mítico e apaixonante em tomo da “Centenária Figueira”. A Figueira, “cercada de lendas” é mais um dos bens simbólicos criados “pelas diferentes classes e facções de classes que estão envolvidos numa luta propriamente simbólica para imporem a definição do mundo social mais conforme aos seus interesses”. Sendo assim, é possível percebermos os mecanismos de sedução legitimados por e para a “indústria do turismo”, também através da Praça XV de Novembro.

certa”, já “sete voltas é o número mais girado por mulheres e homens solteiros. Dizem que é casamento na volta das férias.” E quem não quer ser agraciado pela sorte ?...

A praça pode ser considerada como uma imagem da cidade que se transforma para atrair o turista. No século passado recebia flores, árvores e as pessoas sentavam-se nos seus bancos para conversar, descansar, namorar. Isto também acontece nos fins do século XX, porém diferentemente do passado, as pessoas que se sentam nos bancos ou circulam pelo interior da praça - aposentados, políticos, vendedores, artistas, turistas - são vistos pelos “fazedores do turismo”, como mais um dos atrativos da própria praça. A figueira centenária e as lendas que a envolvem, fazem parte do “imaginário cialtural”* da Ilha, carregada de credices, magias e poderes bruxólicos. Podemos remeter as palavras de Bronislaw Baczko para este cenário da Ilha, quando afirma que, “todas as cidades são, entre outras coisas, uma projeção dos imaginários sociais no espaço”. Este imaginário social, que neste caso é carregado de magia, credices e poderes bruxólicos, toma-se “inteligível e comunicável de ‘discursos’ nos quais se efetua a reunião das representações coletivas numa linguagem. Os signos investidos pelo imaginário correspondem a outros tantos ‘símbolos’”.^ Esta crença da Ilha enquanto mítica, mágica, faz parte de inúmeras criações dos imaginários produzidos pelos discursos instituídos, que se ocupam de outras formulações imaginativas anteriores, ressemantizando-as, mudando seus direcionamentos.

Roger Chartier^® assim como Michel de Certeau^^ compreendem o quanto imi discurso possui intencionalidade. Parecendo natural, os “fazedores do turismo” investem

⁹ *O Estado*. Florianópolis, 9 janeiro 1998. p.1.

* BACZKO, Bronislaw. Imaginação social. IN: *Enciclopédia Einaudi*. Imprensa Nacional - Casa da Moeda v.5, 1995. p.211. A Ilha, assim, utilizando as palavras de Baczko, expressa inúmeras formulações imaginativas, contadas, cantadas das mais diferentes maneiras.

⁹Idem, p. 313.

¹⁰ CHARTIER, Roger. *O mundo como representação*. Estudos Avançados, n.5 v. 11. São Paulo: USP,1991.

¹¹ CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.

no material simbólico para sustentar a idéia mítica da praça, a fim de se estabelecer à imagem da “Ilha da Magia” como uma realidade evidente e única. Realidade esta construída para a indústria do turismo, como uma estratégia simbólica. Segundo Certeau, “o real contado dita interminavelmente aquilo que se deve crer e aquilo que se deve fazer”¹². Assim, possivelmente os florianópolisanos e mesmo os turistas que por aqui passam, terão dificuldades em recusar esta imagem mítica da cidade, que passa a ser aceita, compartilhada, assimilada. A imagem mítica da árvore constrói uma relação simbólica, “uma relação decifrável e, portanto postulada entre o signo visível e o referente significado”.¹³ A árvore centenária e mágica é um símbolo mítico. Ela não tem somente existência pela imagem que exhibe, pois esta foi maíupulada para produzir alusão e não para ser reconhecida como tal. Os senhores aposentados se encarregam de contar e mostrar o que, neste cenário e para este novo contexto, passa a ser único, típico, um produto. Contam suas histórias fascinantes com muito entusiasmo e sotaque carregado. Assim, “nos bancos da praça, os velhos disputam uma vaga para contar os fatos pitorescos da cidade”.¹⁴ O jornal *Diário Catarinense*, um dos veículos encarregado de divulgar a cidade, faz seu papel ao descrever a praça como um grande palco de espetáculos:

“Não é necessário comprar ingresso nem se preocupar com atrasos. Também não há cadeiras estofadas, apenas bancos de concreto para uma platéia coletiva. O cenário ao ar livre, não poderia ser melhor. Uma centenária figueira, com longos e folhosos galhos dá sombra e tranquilidade ao ambiente. O piso é formado por artísticos mosaicos montados em 1965 pelo artista Hassis, e que retratam o folclore ilhéu. Se você estiver pensando em respaldo mundial para o

¹² *Idem*, p.287.

¹³ *Ibidem*, p. 184.

¹⁴ MASSAROLO, Jorge. *Praça XV: onde artesãos, desocupados e aposentados descrevem Florianópolis. Diário Catarinense. Florianópolis, 09 janeiro 1998.*

espetáculo, não se preocupe, também fazem parte do cenário, árvores nativas vindas dos cinco continentes. O show não tem hora para começar, nem para terminar, e quando o leitor perceber, estará sendo mais um dos personagens que se apresentam no grande teatro popular que é a Praça XV de Novembro, no centro da capital de Santa Catarina”.*¹⁵

Não é necessário comprar ingresso. É só chegar. O ambiente não poderia ser mais bem pensado, pelos responsáveis pela imagem que está sendo construída, para a venda da capital. A praça é o seu centro, seu coração e, como a Ilha, é calma, atrativa, aprazível, convidativa e envolvente. Não possui fronteira. Está aberta e interligada aos demais continentes assim como nós “cidadãos do mundo”.

Olhada e admirada a figueira cresceu e hoje usa “muletas” de ferro galvanizado para sustentar seus galhos que se expandem em direções diversas. Isto porque pelo tamanho de seus galhos, fez-se necessário escorá-los. Descrever a Praça e a Figueira é sentir o pulsar, o coração da Ilha de Santa Catarina, Florianópolis.

Mergulhando no encanto da Figueira da Praça XV é como se realmente ela tivesse sido o órgão vital, a energia suprema que irrigou e irriga os demais órgãos do seu corpo, da anatomia da cidade turística, Ilha de encantamento. Assim, ela passa a conduzir esta colcha de retalhos, que vai apresentar a cidade de Florianópolis como a “Capital Turística do Mercosul”, o criar e o recriar para atrair, apaixonar, cativar.

Seus longos galhos conduzirão às 42 praias, de beleza sem igual, aos morros com mata nativa, ao moderno dos arranha céus e ao rústico dos cantos e recantos ainda preservados. Levarão ao mundo dos sonhos, das lendas, das bruxas, do fantástico... Às comidas típicas, ao rico folclore, às festas populares, à pesca, artesanato, rendas do ilhéu.

¹⁵ Idemp.l.

Venha conhecer a Ilha da Magia, a Capital Turística do Mercosul, seguindo os caminhos da Velha Figueira, convidam, os jornais, *folders*, materiais de divulgação elaborados pelos órgãos oficiais e pelos empresários ao expor a cidade ao mundo (ver *folder* n? 1).

Assim, a publicidade funciona “de modo a incitar o comprador ao ato da compra”¹⁶, os objetos destinados ao mercado são o sol, a beleza, o mar, o povo, a tradição, enfim todos os “produtos” que se entrelaçam para comunicar, divulgar e oferecer o que a cidade pretende “vender”. A publicidade é então carregada de encanto e sedução. Além da beleza natural, dos passeios, o visitante vai ficar impressionado ao conhecer Florianópolis, pois como revela o *folder*: “vai ser uma grande surpresa, e não são apenas as belezas naturais que vão impressioná-lo. Além das praias, dunas e mar azul, você vai ver de perto uma grande cidade, com seus habitantes, sua vida e trabalho. Esta é uma viagem diferente, porque inclui um roteiro cultural (...)”¹⁷.

O próprio convite expresso no *folder* parece reafirmar/legitimar as observações de Lefebvre, segundo as quais: “A publicidade destinada a suscitar o consumo de bens, toma-se assim o primeiro dos bens de consumo”¹⁸. Segundo Flores, a publicidade evidentemente, visa estimular o consumo do turismo na Capital, uma vez que:

“a publicidade liga-se sempre a lógica da mensagem, de ser persuasão, e é elaborada por criadores especializados. Não tem como objetivo reformar o homem e os costumes (...), mas objetiva a comunicação, a sedução, o divertimento/lúdico. Ela deixa sempre a possibilidade de escapar a sua ação persuasiva. A publicidade moderna, que se constitui de fantasia e de jogos, utiliza-se constantemente das profundas transformações dos costumes e profundas metamorfoses do indivíduo contemporâneo. O dever da publicidade na sociedade contemporânea é, antes

¹⁶ LEFEBVRE, Henri. ⁴ *vida cotidiana no mundo moderno*. São Paulo: Ática, 1991. p. 115.

¹⁷ Venha conhecer Florianópolis e suas belezas. *Folder de divulgação*.

¹⁸ LEFEBVRE, Henri. *A vida cotidiana no mundo moderno*. São Paulo: Ática, 1991 p.115.

de ser maquiagem do real, um cosmético da comunicação, ao elevar-se à dimensão de arte”/^(

A publicidade então, não só constrói o imaginário dos indivíduos como constrói também suas necessidades.

Com tal propósito, passamos a olhar, curiosamente, a maneira como os espaços são enfocados visando apresentar a Ilha de Santa Catarina. Isto é fruto de preocupações com o turismo que está sendo hoje entendido como um fenômeno econômico, social, político e cultural. Por conseguinte, acolher os homens que por aqui passarem, encantá-los, abençoá-los, faz parte da captação da demanda turística, resultado do empenho em campanhas publicitárias. “A economia definida pela produção e o consumo de massa é dominada pelo mercado e pelo marketing”^®, que visam canalizar os fluxos penetrando no mundo dos sonhos dos turistas que, se apaixonados, seduzidos pela propaganda, tomam-se importantes fontes de renda e arrecadação.

Esta rede de significações é montada dia após dia, não somente por políticos, homens do governo, empresários, mas por todos os engajados na indústria do turismo.^* Ela se faz sentida nas falas e na preocupação em receber pessoas.

Por exemplo, José Valerim, empresário de Florianópolis, dono da rede Hotéis Valerim, que declama seu amor pela cidade em *Florianópolis em Versos*. Valerim, no poema *Voltando ao Centro*, apresenta Florianópolis aos visitantes:

¹⁹ FLORES, Maria Bemardete Ramos. *Oktoberfest: turismo, festa e cultura na estação do chopp*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997. p. 160.

²⁰ TOURAINE, A.Jain. *Crítica da modernidade*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1994. p. 106.

²¹ Os agentes do governo, políticos, empresários “os fazedores do turismo”, investem no criar uma imagem para a Ilha, enquanto mágica, especial. O “poder simbólico”, criado pelo discurso, é entendido por Bourdieu, como “um poder invisível, o qual só pode ser exercido com a cumplicidade daqueles que não querem saber que lhe estão sujeitos ou mesmo que o exercem. Poder quase mágico, que permite obter o equivalente daquilo que é obtido pela força física (física ou econômica), só se exerce se for *reconhecido*, quer dizer, ignorado como arbitrário”.BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998. p. 14.

O centro de Florianópolis
É visita verdadeira
Povo simples, educado
Cidade média e faceira
Tendo por demais conhecido
A nossa esplendorosa figueira

A figueira acima citada
De políticos do passado
Artistas e desportistas
Povão e desempregados
Em seus bancos permanentes
Os famosos aposentados

Figueira esta que tem
Beleza e tradição
Fica em frente a Catedral
Onde o povo em devoção
E o antigo Palácio Rosado
Do governador deste chão.^^

A figueira contada em versos por Valerim, estende seus braços em direção aos “encantos mil” da cidade. Onde “harmonicamente desenvolvimento e consciência ecológica a fazem merecedora do título de ‘Capital Turística do Mercosul’”?^ Assim, conduzidos pelos “encantos mil” e seguindo os “caminhos da figueira”, esta sendo apresentada esta “cidade média e faceira”, elaborando, criando e recriando um discurso sobre ela, a fim de mostrar o seu potencial turístico.

A cidade-ilha tem muito a oferecer. Em 1983 quando Florianópolis completava seus 272 anos de existência, o *Jornal de Santa Catarina* afirmava que nela encontramos:

“Um maravilhoso quadro de atrações, que colocamos a disposição, fazendo jus à condição que disputa de um dos mais importantes pólos turísticos do nosso País”^*.

²² VALERIM, José. *Florianópolis em versos*. Florianópolis, janeiro de 1997. p. 40, sem editora.

²³ *Idem*, p.44.

²⁴ *Jornal de Santa Catarina*. Suplemento para o XI Congresso de Agências de Viagens. Florianópolis, 23 agosto 1983. p. 1.

Vemos aí mais um dos fios da tessitura do discurso sobre a cidade, possibilitando a confirmação do seu potencial turístico, sempre tentando convencer pela imagem, pelo *marketing*, pelo discurso, apresentando um maravilhoso quadro de atrações. Um discurso que está carregado com palavras de impacto visíveis como: “progresso”, “potencialidade”, “futuro”, “modernização” e que são utilizadas pelos “fazedores do turismo” como mobilizadores e produtores, a fim de criar um produto no qual a capital do Estado de Santa Catarina apareça como um “atrativo turístico”.

Esta teia de material simbólico e discursivo, elaborada pelos governadores e prefeitos, empresários e todos os fazedores de turismo, buscam criar e mostrar o quanto Florianópolis tem de “vocação natural” para este tipo de indústria.²⁵ O discurso, segundo Foucault, “não é a ideologia (...) ele é o que é realmente dito (...), daí a necessidade de não ‘pressupor nada mais’, não pressupor que exista um alvo e sim entender que a ‘palavra significa exatamente o que diz’.”²⁶ A palavra, para o autor, é visível. É importante perceber que os discursos, as palavras não são soltas e sim envoltas em grandes teias de significados, que mudam em cada momento da história e por isso precisamos estudá-las. As práticas no discurso sobre o turismo, no momento se fundamentam nas realidades do mundo contemporâneo.

²⁵ Ao naturalizar o turismo em Santa Catarina, a discursividade oficial dá pouca visibilidade aos problemas sociais que esta política permeia. As desterritorializações culturais e resistências daí recorrentes, muitas vezes nem fazem parte dos discursos. Assim como toda política imobiliária que desaloja o nativo das praias, sem o planejamento para seu realocamento tanto habitacional *COMO* ocupacional no mercado de trabalho.

²⁶ FOUCAULT, Michel. Apud: VEYNE, Paul M. *Como se escreve a história: Foucault revoluciona a história*. 3 ed. Brasília: Editora Universitária de Brasília, 1995. p. 158.

2. A cidade idealizada

Num pedacinho de terra
Perdido no mar
Num pedacinho de terra
Belezas sem par
Jamais a natureza
Reuniu tanta beleza
Jamais algum poeta
teve tanto pra cantar
Num pedacinho de terra
Belezas sem par

Ilha da moça faceira
Da velha rendeira tradicional
Ilha da velha figueira
Onde em tardes fogueiras
Vou ler meu jornal

Tua Lagoa formosa
Ternura de prosa
Poema ao luar
Luar onde a lua vaidosa
Dengosa, sestrosa
Vem se espelhar

(**Rancho de Amor à Ilha - Cláudio Alvin Barbosa**)

Esta canção. *Rancho de Amor à Ilha* é o hino da cidade. Talvez seu autor, Cláudio Alvin Barbosa - “Zininho”-, não tenha sonhado no momento da criação, o quanto seus versos seriam utilizados. Muito menos que se tomariam um símbolo da cidade, a ser contado e cantado. Ou ainda, que seriam usados com o objetivo maior de apaixonar, atrair, cativar e atingir “corações e mentes” de turistas, pela beleza e magia do convite. É pura sedução. Os versos do poeta figuram como um dos meios de divulgar a cidade.

A PROTUR (Fundação Pró-Turismo de Florianópolis) e a SETUR (Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte), junto com a Prefeitura Municipal de Florianópolis, na atual administração Angela Amin e Péricles Prade, afirmam que *Florianópolis, vale a pena*.

Apostam na imagem sedutora da cidade mostrando através de *folders* e suplementos turísticos. O *folder* produzido pela administração municipal, sem dúvida é sedutor e alerta ao turista: “não deixe de ver o centro da cidade e o interior da Ilha”, porque este “verá seus montes, o azul do céu, a beleza do mar com o colorido dos barcos dos pescadores, o centro urbano, a ponte Hercílio Luz, enfim belezas sem par, uma ‘fatia do paraíso’”.²⁷

Não deixe de ver.

NO CENTRO DA CIDADE

- ✓ A Praça XV de Novembro da Figueira centenária, Palácio Cruz e Sousa, Catedral Metropolitana, Câmara dos Vereadores além de um conjunto arquitetônico representativo de diversas épocas da urbanização de Florianópolis.
- ✓ As seculares igrejas Nossa Senhora do Rosário, da Ordem de São Francisco e a Capela Menino Deus no Hospital de Caridade.
- ✓ Os prédios do Mercado Público Municipal e do antigo Allendego, a casa de nascimento de Victor Meirelles, hoje um museu com acervo de suas obras e o conjunto histórico arquitetônico das Ruas Conselheiro Mafra e Francisco Tolentino.

INTERIOR DA ILHA

- ✓ Os distritos de Ribeirão do Ilho e Santo Antônio de Lisboa, onde estão localizados e preservados os mais importantes conjuntos históricos arquitetônicos da colonização açoriana na ilha de Santa Catarina.
- ✓ As fortalezas de São José de Ponta Grossa em Jurerê, Nossa Senhora da Conceição da Barra do Sul na ilha de “Araçáuba”, extremo sul do Ilho, Anhalomirim na ilha de mesmo nome e o de Santo Antônio na ilha de Ratonas Grande.
- ✓ A Igreja de São Francisco de Paula em Canasvieiras e a Igreja de Nossa Senhora da Conceição no Lagoa de mesmo nome.

AS PRAIAS E O LAGOA

- ✓ As lagoas da Conceição e do Peri.
- ✓ Os que gostam de caminhar podem usufruir da beleza dos caminhos que levam às selvagens praias de Naufragados e Lagoinha do Leste, e no Lagoa da Conceição têm a opção de dois caminhos sinalizados: um no Morro da Lagoa; e outro que leva até a comunidade da Costa do Lagoa.
- ✓ E as 42 praias de águas e paisagens para todos os gostos.

(1ª parte do folder)

²⁷ PROTUR (Fundação Pró-Turismo de Florianópolis); SETUR (Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte); Secretaria de Turismo; e Prefeitura Municipal de Florianópolis - *Florianópolis Capital da Gente* - lançam o “folder turístico” com o lema *Florianópolis Vale a Pena: não deixe de ver*, no ano de 1998, governo de Angela Amin e Péricles Prade.

“Paraíso” este que segundo o discurso de prefeitos e governadores estaduais, busca harmonizar beleza e consciência ecológica com desenvolvimento e progresso. Progresso que virá com a indústria do turismo na Ilha de Santa Catarina, Florianópolis, a “Capital Turística do Mercosul”, que “encanta pela beleza e aposta no futuro, no turismo e na indústria do lazer, como a locomotiva econômica que gera empregos e distribui rendas”?²⁸ Por conseguinte, esclarece o governador Paulo Afonso Vieira, as medidas para atrair turistas visam enfrentar os problemas com arrecadação e o desemprego. Estava então o governo, “dando especial ênfase, às atividades de prestação de serviços, como um gerador de empregos e rendas para o município e para as pessoas, ao mesmo tempo em que visa melhorar a qualidade de vida para todos”.²⁹

O grande trunfo que este grandioso empreendimento possui, como mostram insistentemente os *folders* da Ilha e suplementos turísticos pode ser vislumbrado nos 53 Km de extensão, com largura que varia de 5 a 18 Km, e sentido na “beleza sem par”, na diversidade, nos rostos de sua gente, na fala, nos contos. A Ilha guarda um mundo de interessantes contrastes. O modernismo das avenidas e dos edifícios, na visão dos divulgadores, se integra com perfeita harmonia à tranquilidade provinciana dos cantos e recantos charmosos do interior, propiciando um acolhedor dualismo onde a história se faz presente como um *show* à parte, expresso na arquitetura secular de suas igrejas, fortalezas, casarios coloniais e centro histórico. Com 280 mil habitantes na área metropolitana, Florianópolis oferece ainda boas opções de cinemas, teatros, universidades, restaurantes e *shopping centers*. Enfim, segundo o discurso, “uma cidade cercada por opções por todos os

²⁸ VIEIRA, Paulo Afonso Evangelista. *Santa Catarina Brasil: conhecer, investir, viver*. Florianópolis. Governo do Estado de Santa Catarina, 1997.p.2.

²⁹ *Idem*, p.2.

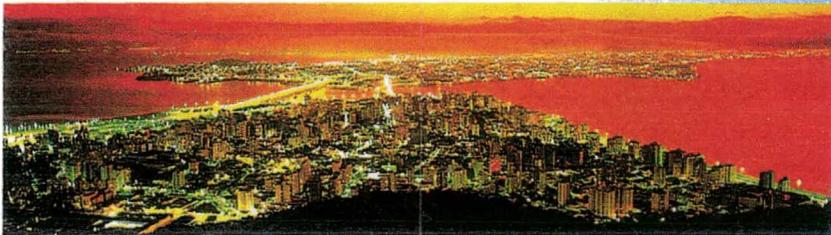
lados. A Ilha de Santa Catarina está cheia de cantos, encantos e recantos. Na primavera, no verão, no outono e no inverno, nunca faltam programas especiais na “Capital turística do Mercosul”: “Venha e confira”. Este convite é feito pela prefeitura da cidade, pela EMBRATUR (Ministério da Indústria do Comércio e do Turismo - Instituto Brasileiro de Turismo), Brasil em Ação e pela SETUR (Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte). O *folder*, afirma também, enfatizando o convite, que Florianópolis “é um porto que encanta viajantes desde o século XVI.”³⁰

Fonte: *Está na hora de os brasileiros descobrirem o paraíso dos argentinos, uruguaios, paraguaios e chilenos.* Edição e produção: Florianópolis - Capital da Gente, SETUR - Secretaria de Turismo Cultura e Esportes, EMBRATUR - Ministério da Indústria do Comércio e do Turismo e Brasil em Ação. Florianópolis, 1998.

FLORIANÓPOLIS



**ESTÁ NA
HORA DE
OS BRASILEIROS
DESCOBRIREM
O PARAÍSO
DOS ARGENTINOS,
URUGUAIOS,
PARAGUAIOS
E CHILENOS.**



Um porto que encanta viajantes desde o início do século XVI.



Uma ilha com 42 praias coberta de Mata Atlântica, onças, macacos, papagaios e índios Carijó. Essa era a Ilha de Santa Catarina do início do século XVI, segundo relato dos navegadores que passaram por aqui. Porto estratégico cobijado por espanhóis e freqüentemente assediado por corsários belgas e holandeses, no século XVIII a Ilha ganhou um conjunto de fortificações e recebeu 5.000 imigrantes vindos do arquipélago português dos Açores. Essa população moldou de forma marcante a cultura, a arquitetura, o folclore e a personalidade dos nativos. Dessa época ficou também a Mata Atlântica cobrindo a Ilha, apesar de o pequeno povoado de Nossa Senhora do Desterro haver se transformado em uma cidade de 280.000

habitantes, dividida entre o continente e uma ilha cheia de praias e belezas naturais, com um centro urbano localizado entre o Morro do Antão e as baías Norte e Sul. Mas é saindo do centro, nos nove distritos da Ilha (Lagoa da Conceição, Canasvieiras, Cachoeira do Bom Jesus, Santo Antônio de Lisboa, São João do Rio Vermelho, Ribeirão da Ilha, Pântano do Sul, Ratonés e Ingleses do Rio Vermelho) que se encontra o típico florianopolitano e as principais manifestações do folclore e do artesanato do município, em vilas e lugarejos onde a vida corre leve e solta, cheia de história, tradição e trabalho. Dia e noite, inverno ou verão, chuva ou faça sol, as belezas e encantos de Florianópolis estão sempre esperando por você. Bons ventos o tragam.



(1ª parte do folder)

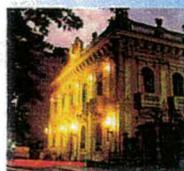
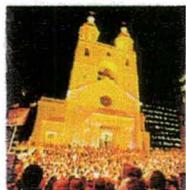
³⁰ Está na hora de os brasileiros descobrirem o paraíso dos argentinos, uruguaios, paraguaios e chilenos. *Folder turístico.*

Fonte: *Está na hora de os brasileiros descobrirem o paraíso dos argentinos, uruguaios, paraguaios e chilenos.*
 Edição e produção: Florianópolis - Capital da Gente, SETUR - Secretaria de Turismo Cultura e Esportes,
 EMBRATUR - Ministério da Indústria do Comércio e do Turismo e Brasil em Ação. Florianópolis, 1998.

Legenda: A prefeitura investe para divulgar a Ilha aos visitantes, afirmando que ela é

A CIDADE

Distribuído por uma área de 451Km², o Município de Florianópolis divide-se entre a Ilha e o continente.



da cidade, e onde a vida noturna acontece durante todo o ano. Entre as baías Norte e Sul, o chamado triângulo central

AS PRAIAS

Para uns, são 42 praias ao redor da Ilha, para outros, 60. De águas calmas ou agitadas, tépidas ou geladas, boas para a prática de qualquer esporte aquático,



algumas praias se transformam em balneários cosmopolitas, enquanto outras, menos acessíveis, permanecem desertas mesmo durante

O FOLCLORE E O ARTESANATO



Por toda a Ilha, as manifestações da cultura do ilhéu são facilmente

do Pau-de-Fita, Cacumbi, Terno do Reis, Cantoria do Divino e

ARQUITETURA E MONUMENTOS

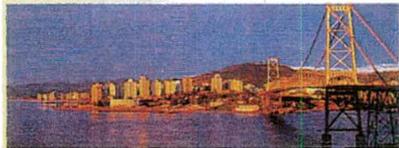
Fortificações do século XVIII, igrejas e casarões típicos, testemunhas de um passado histórico dos mais importantes do Brasil, encontram-se espalhados pela Ilha. A Ponte Hercílio Luz,



Uma cidade cercada de opções por todos os lados.

A Ilha de Santa Catarina está cheia de cantos, encantos e recantos. Na primavera, no verão, no outono e no inverno; nunca faltam programas especiais na capital turística do Mercosul. Venha e confira.

Do lado insular, a partir da Praça XV de Novembro irradiaram-se as primeiras ruas da pequena Nossa Senhora do Desterro, onde hoje está o centro comercial e financeiro



concentra o traçado urbano simples e fácil de entender de uma cidade que se pode tranquilamente atravessar a pé, em qualquer sentido, em cerca de vinte minutos.



do mergulho ao surf, do esqui à pura preguiça, é nas praias que a cidade ferve durante o verão. Visitadas por turistas de todas as origens,

a alta temporada. De Norte a Sul, de Leste a Oeste, quem visita a Ilha de Santa Catarina encontra sempre uma praia que combina com o seu estado de espírito.



identificáveis. A Casa de Estuque, o Café Sombreado, a Renda de Bilro, o Cesto Tipiti, o Oleiro, a Tarrafa, a Canoa Bordada, a Esteira, o Engenho de Farinha e o Tear são parte da história da cidade e do cotidiano da gente nativa. O folclore também está presente nos folguedos



na famosa dança do Boi-de-Mamão, com seus personagens fantásticos, originários do imaginário ilhéu.

cartão-postal da cidade, o Mercado Público, com pescadores e iguarias abrigados em seus traços neoclássicos, o Convento dos Jesuítas



no Morro das Pedras. Tudo tem um encanto que merece ser visto. Tudo tem uma história que vai ficar marcada para sempre na sua vida.

3. Rosário das praias

“Você pode escolher ir para o Norte ou rumar para o Sul. Tratando-se da Ilha de Santa Catarina, Florianópolis, a escolha do rumo tanto faz, pois a beleza e o prazer moram nos quatro pontos cardeais deste doce paraíso emoldurado pelo mar”.³¹*

O que percebemos é que ao demonstrar as belezas desta Ilha, ao ser descrita, cantada por poetas e músicos, por seus visitantes, moradores, ou pelos fazedores do turismo, o que fala mais alto é à busca do espírito ilhéu, uma visita ao passado, criada pela indústria do turismo. Declama-se o amor e a paixão por esta terra onde se “respira qualidade de vida”.³² O “espírito mané”, assim como sua cultura, hábitos, legado, tradição fazem parte da diversidade de imagens, relatos - peculiares e atrativos - que são vistos como identitários pelos homens que propõem idéias para inculcar uma rica e diferente imagem à ilha. Na busca pela memória cultural, afloram imagens, histórias, identidades, identificações. Uma “mescla de elementos, (...) enquanto potencial canalizado pela ação do Estado e configurado na busca de uma identidade nacional³³”. Identidade nacional, regional ou local, que apela ao tradicional, à cultura popular. Identidade que, ao ser construída pelo Estado, passa a ser idealizada por profissionais do turismo, por empresários, por alguns intelectuais interessados em fazer falar mais alto o “espírito ilhéu”. Neste sentido, a “música” passa a ser “hino”. A imagem, cartão postal. A fotografação, convite. E, a beleza, produto a ser vendido.

O que poderia ser mais usado, por sua beleza, que o litoral? Belas são as imagens que servem como cartão de Florianópolis. Elas são encontradas em todas as bancas, em vários lugares, em muitos Estados. São também vendidas em CD-ROM. Como

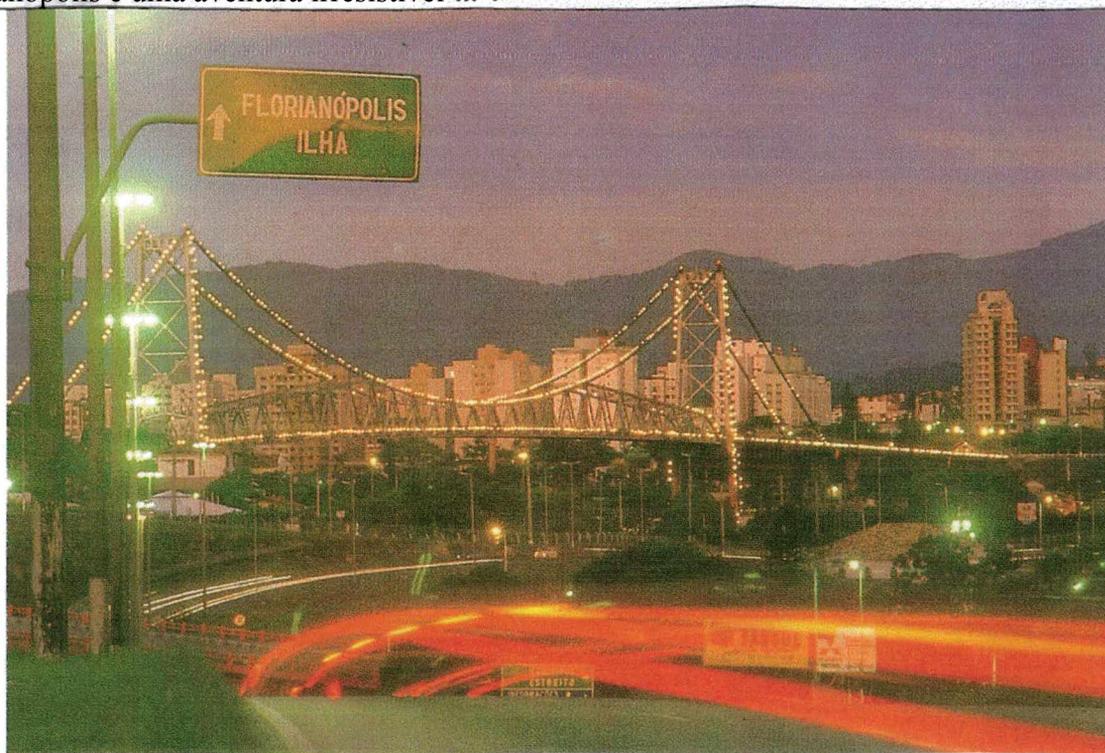
³¹ Na Ilha de Santa Catarina você decide, qualquer rumo dá certo. *O Estado*. Florianópolis, 31 dezembro 1993. p.6.

³² Florianópolis: a Ilha prometida. *Mares do Sul. Turismo e aventura*. Florianópolis. Ano 4, n? 18, outubro 1987. P.51.

por exemplo, o CD ROM - *Florianópolis: Ilha de Santa Catarina* - com 900 fotografias, 35 vídeos, 40 minutos de trilha sonora sobre a mais bela ilha do Sul do Oceano Atlântico.³³ Ou ainda *Ilha de Santa Catarina*, de Juarez Machado que “(...) inspirado na sua rica cultura, pinta a magia da Ilha para bem guardar este tesouro”.³⁴ Como patrocinadores, o primeiro tem: Diário Catarinense, BRDE (Banco de Desenvolvimento, Banco da Integração), Governo de Santa Catarina, administração Paulo Afonso, SEBRAE-SC, *Florianópolis de Todos*, administração popular de Sérgio Grando e Afrânio Bopré. O segundo, tem apoio da DATASUL, DOCOL, RBS, TELESC e Ministério da Cultura.

A SANTUR no Governo Paulo Afonso, explora e eterniza a “Ilha Prometida” por meio da revista *Mares do Sul: Turismo e Aventura*, afirmando, a revista que “descobrir Florianópolis é uma aventura irresistível ...”.³⁶

Fonte: Cartão postal “Chegada a Florianópolis”
Fotos: Eduardo Schumacher



Legenda: Cartão Postal da Ilha. com vista da Ponte Hercílio Luz

³³ ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1996. p.187-188.

³⁴ ^ *CD-ROM florianópolis, Ilha de Santa Catarina*. Florianópolis, 1997. Produzido por Juarez Machado.

³⁵ MACHADO, Juarez. *Ilha de Santa Catarina*. Paris, 1997. CD-ROM. Juarez é um artista de Santa Catarina e usa sua arte para dar vida ao folclore tradicional da Ilha. Ele contribui para a divulgação da cidade e conseqüentemente a venda da sua imagem lá fora.

³⁶ *Mares do Sul: turismo e aventura*. Florianópolis, nf 18, ano 4, outubro 1997. p.49 e 66.

M Tl-
vecom
97.0-
M^
OT
it
Hor
Jo. S.
rid S.
-l-
Val
6-
stai
Fc
4



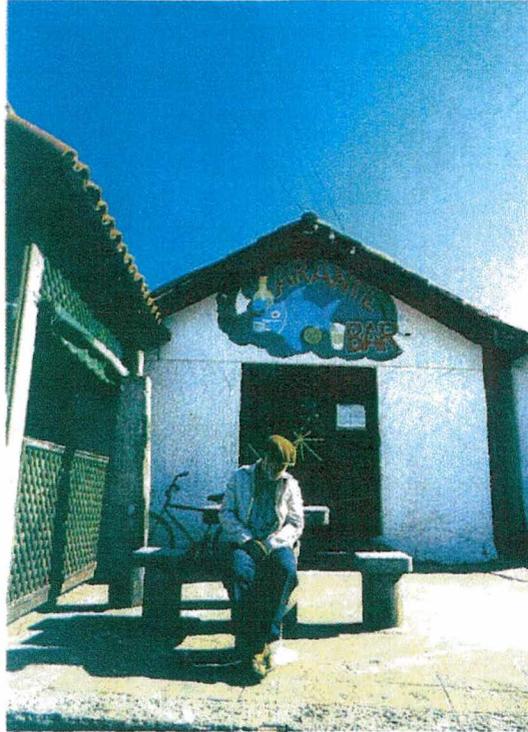
Legenda: Imagem do centro de Horíanópolis

M «n
ii
es
P
anópolis,
anópolis,
il
il
Va
40
stai



Legenda: Mercado Público - importante e representativo marco arquitetônico e cultural de Florianópolis, a edificação data de 1S98

Fonte: Cartão Postal - "Bar do Arantes". Foto: Eduardo Schumacher



Legenda: Bar do Arantes no Pantano do Sul. O cartão mostra seu Arantes, típico ilheu açoriano.

Fonte: as imagens são da revista Mares do Sul: Turismo&aventura, nº 10. Florianópolis: Ed. Mares do Sul, agosto 1996 p. 67



Legenda: Forte São José da Ponta Grossa, o 1º a ser construído, em 1739. Faz parte de um sistema de fortificações, em forma de triângulo, junto com o forte de Santo Antônio e o de Anhatomirim. Praia do Forte.

Passemos a considerar as praias, guiados por informações do SEBRAE, FEPES e UFSC que elaboraram um minucioso diagnóstico, onde através de textos e imagens apresentam, entre outras, a *Micro Região de Florianópolis*; este documento considera que “em nível de contexto estadual, a micro região de Florianópolis apresenta condições privilegiadas, seja em função da diversidade, base de atrativos naturais e culturais existentes no seu território, da oferta de equipamentos e serviços disponíveis ou do reconhecimento pelo mercado”.³⁸ O papel do SEBRAE,³⁸ assim como os demais órgãos de divulgação do governo é descrever os acidentes geográficos, privilegiar o fácil acesso a elas e então vender o produto ao turista.

A Praia da Armação, distante 25 quilômetros do centro de Florianópolis tem acesso pela rodovia SC 406. A praia concentra casas de moradores locais e de veranistas. Na Ponta da Armação o mar é calmo, por outro lado, no belo Morro das Pedras, o mar é bravio, mas de inigualável esplendor.

O Parque Municipal da Lagoa do Peri, com 23 Km², é outra atração. Circunda uma lagoa doce o maior reservatório de Florianópolis, com cinco Km² e profundidade de até 11 metros. Este reservatório natural de água doce preserva, nas suas margens. Mata Atlântica com nativa e exuberante fauna destacando-se as fragatas, lontras, tucanos, sabiá, gralha azul, tié, tatu, tamanduá, macaco negro, paca, entre outras que tomam o lugar ainda mais atrativo.

³⁸ SEBRAE - SC / FEPES / UFSC. *Diagnóstico Básico*. Florianópolis, 1996. p.1 15 - 155.

³⁸ O SEBRAE - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina, se apropria ou incorpora os discursos contemporâneos sobre ambientalismo/preservação/tradição e cultura, de maneira a formar um eixo coerente e legítimo. Assim, atualiza sua legitimidade para prosseguir o plano de exploração turística, enquanto uma política permanente, ou como “um projeto civilizatório”, afinado com o que há de mais atual. Usando este discurso dos “valores culturais e ambientais”, o engajamento se dá pela via racional, na medida em que se expõe como única saída, e também emocional na medida em que apela para as tradições, as raízes, o que há de único nas pessoas. A inserção do turismo no mundo se dá pela via da cultura, isto é através da experiência e vivência.

A prefeitura de Florianópolis, desde 1981, munida do discurso preservacionista, percebe a importância do parque e o administra. A responsabilidade é da Fundação Municipal do Meio Ambiente, amparado pela Lei 1828, que o classifica como patrimônio permanente; pelo Decreto 1408/76, cria o tombamento do parque e pela portaria 029/90, proíbe a pesca predatória.

Outros atrativos turísticos da Praia da Armação são as casas típicas e a histórica Capela da Armação de Santa Ana. Construída em 1772 com a finalidade de proteger o lugarejo e rezar pela vida dos pescadores. O discurso do turismo visa preservar o patrimônio histórico cultural da cidade, tão importante atrativo para a indústria do turismo.

Existiu um projeto a ser seguido para manter estes paraísos no futuro. Afrânio Boppré, economista e ex-vice-prefeito coordenava o projeto Florianópolis XXI, no qual um dos objetivos era:

“Encontrar um rumo, construir um projeto civilizatório tanto do uso do solo até valores culturais e ambientais”.³⁹

Sabe-se que o futuro dos lugares turísticos está destinado aos que ofereçam o diferente, o inovador, o peculiar. Então mais do que nunca é necessária uma consciência e uma política de preservação.

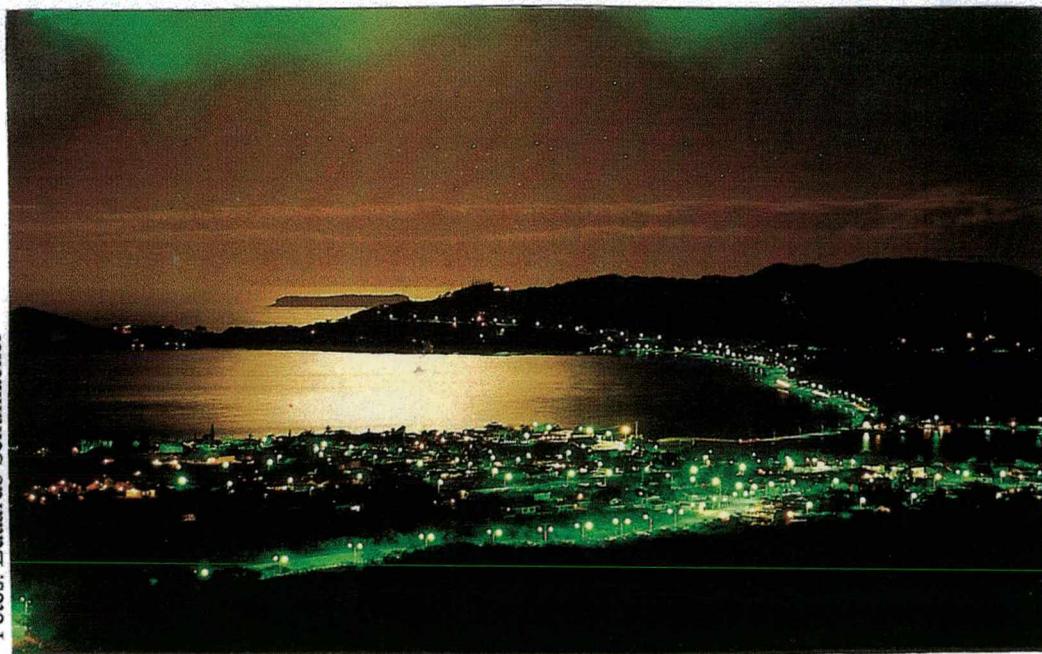
Mais à frente, encontra-se o Pântano do Sul, distante 30 quilômetros do centro, com acesso pela SC 405/406. É cartão postal, pois além da praia, abriga uma das mais antigas colônias de pescadores da Ilha, com forte tradição açoriana. Destaca-se ainda a Lagoinha do Leste classificada como área de preservação e ainda as praias de Naufragados, Tapera, Caeira, Matadeiro, entre outras belas praias compõem o mosaico da Ilha da Magia.

³⁹ BOPPRÉ, Afrânio. Futuro será debatido. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 23 março 1995. p. 14.

Hoje mais do que nunca, os governadores, prefeitos, empresários, enfim as pessoas encarregadas de mostrar nosso Estado para o Brasil e para o Mundo, sabem o quanto é importante se fazer ver. Como disse o governador Esperidião Amin, em 1983: “Venha visitar o que você ajudou a salvar”. E para que visitem, é preciso “vender o Estado lá fora”, como percebeu o vereador Curi. Então o Estado fez e faz acontecer. São revistas, livros, *folders*, painéis, postais, com um grande objetivo: atrair, convencer, cativar. Segimdo Amin (quando era governador do Estado), livros como *Ribeirão da Ilha: vida e retratos* de Nereu do Vale Pereira, “são um esforço de idealistas acolhidos por um Poder Público que se sente ‘docemente constrangido’ a preservar informações, notícias e memórias de nossa Terra e da nossa Gente”. Afirma ainda, que “graças a tal conjimção, de esforço e talentos, enriquecidos pela participação e pela consciência da comunidade, podemos, apresentar, (...) belos e alentados trabalhos”⁴⁰.

E o convite não poderia ser mais atrativo...

Fonte: Cartão postal “Lagoa da Conceição”.
Fotos: Eduardo Schumacher



Legenda: A magia da Lagoa da Conceição

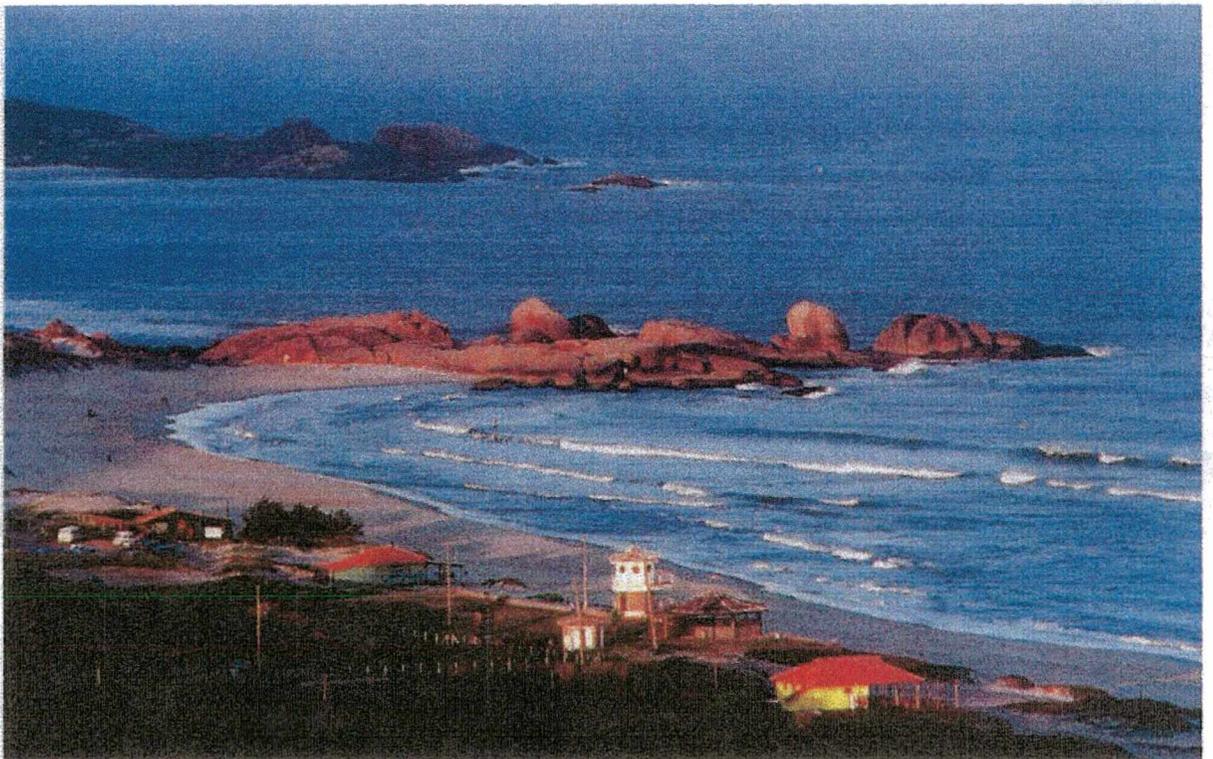
⁴⁰ AMIN, Esperidião. Introdução. IN: PEREIRA, Nereu do Vale (org.) *Ribeirão da Ilha - vida e retratos*. Florianópolis; Fundação Frankilin Cascaes, 1990. p.l.

Fonte: Cartão Postal - "Revoada". Foto: Eduardo Schumacher



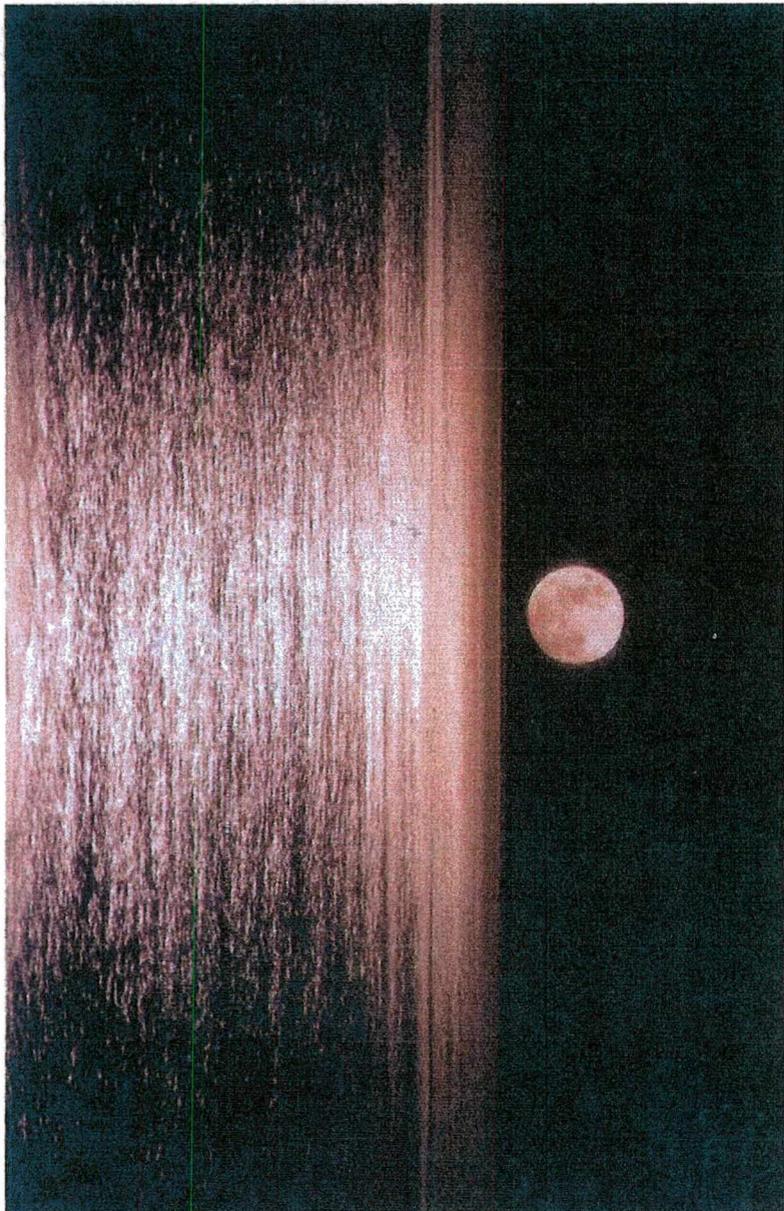
Legenda: Moçambique, praia que atrai pela calma.

Fonte: Cartão Postal - "Praia Mole". Foto: Eduardo Schumacher



Legenda: Praia Mole, "a bela dos surfistas".

Fonte: Cartão Postal - "Luar-Armação". Foto: Eduardo Schumacher



Legenda: Praia da Armação e a beleza do luar.

Fonte: Cartão Postal - Ilha do Campeche. Foto: Eduardo Schumacher



Legenda: Ilha do Campeche e o encanto das praias do sul

A Ilha é como uma bela e sedutora mulher, na visão de Sérgio da Costa Ramos, jornalista e escritor, manezinho apaixonado:

“Sempre soube que a Ilha é uma mulher, gênero bem feminino, espécie cheia de curvas, com seio com ancas e, surpresa, dois vmibigos: a Lagoa da Conceição e a Lagoa do Peri, é um lugar mágico onde a luz é diferente, como se fosse uma luz coroada pela mão dos impressionistas.”⁴¹

Percorrendo, este “lugar mágico”, chega-se a 25 quilômetros do centro, ao Norte, à Praia de Jurerê, de mar calmo e águas límpidas. Seu acesso se dá através da rodovia SC 401/402. Com 3000 metros de extensão, a praia está dividida em Jurerê e Jurerê Internacional.

A mais cantada, contada e divulgada é Jurerê Internacional. Praia de mil encantos, “é mais do que uma praia da Ilha de Santa Catarina em Florianópolis. É um conceito de lazer e diversão. Uma praia organizada, planejada, onde o mar e o verde estão em constante e permanente harmonia. Hoje, é o grande centro de atrações da Ilha, reimindo num só lugar emoções para todos os seus sentidos. (...)” argumenta o *folder* do Jurerê Praia Hotel.⁴² O jornal *Diário Catarinense*, em 1995, aclama esta praia como um maravilhoso empreendimento, com infraestrutura, serviços, hotéis, enfim todo o tratamento necessário para deixar satisfeito o turista mais exigente. Dedicando-lhe várias páginas do suplemento especial, com a matéria publicitária intitulada: “Jurerê Internacional: A praia de primeiro

⁴¹ RAMOS, Sérgio da Costa. Ilha da Magia. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 23 março 1995. p.12 (Suplemento Especial).

⁴² Venha fazer uma análise em Jurerê Internacional. Jurerê Praia Hotel. Florianópolis, 1997. *Folder de divulgação*.

mundo”. Diz, o referido jornal que a fama de Jurerê ultrapassou fronteiras e hoje é um dos pontos mais procurados e melhor equipado. Prontos para receber.”^^

Segundo Péricles Druck, diretor-presidente do Grupo Habitasul, que administra Jurerê Internacional, esforços não foram medidos, a fim de tornar o local o mais atrativo possível. Explica Druck que o plano desenvolvido na praia privilegia planejamento e preservação ecológica, cultural, histórica, infraestrutura urbana de qualidade superior. E, ainda seguindo o diretor, “organização sinérgica do *mix* de serviços, comércio e entretenimento. (...) O projeto Jurerê Internacional ressalta o diferencial competitivo, inimitável, representado pela magnitude do patrimônio cultural adotado como plataforma do seu desenvolvimento”⁴³. Busca atingir um grupo social de maior renda, oferecendo conforto, luxo, comércio, lazer.”⁴⁴ Diferente das demais praias, aqui se percebe a presença de um empresariado que aprendeu que se não atualizar o discurso ecológico com o do conforto, etc. não conseguirá vender seu produto, à classe alta a que se destina.

Jurerê é seguida do Balneário de Canasvieiras. Situado no Norte da Ilha de Santa Catarina, distante 28 quilômetros do centro da capital, com cerca de seis quilômetros de extensão de bela praia com águas calmas e quentes. É, segundo o SEBRAE, um “dos

⁴³ Jurerê Internacional; A praia do primeiro mundo. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 25 janeiro 1995. p.l. É importante lembrarmos que esta “praia de primeiro mundo” foi construída em cima do mangue que havia na região, então o discurso preservacionista entra em choque com o do progresso.

⁴⁴ Jurerê Internacional: Um moderno conceito imobiliário. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 25 janeiro 1995. p.6.

⁴⁵ Os dados contidos no Estudo da demanda turística de Santa Catarina, elaborados pela Secretaria do Estado do Desenvolvimento Econômico e Integração ao Mercosul, a SANTUR e pela Diretoria de Planejamento e Desenvolvimento Turístico em convênio com a Prefeitura Municipal de Florianópolis são esclarecedores. A sinopse comparativa de 1995, 1996 e 1997, elaboradas em janeiro/fevereiro de 1997, expõe que: “em 1995, o movimento de turistas nacionais representava 91,67% do movimento total. Em 1996, esse percentual cresceu para 92,46% e, em 1997, ele representou 88,22% do movimento total. O movimento de turistas estrangeiros também foi crescente nos três anos, sendo que em 1997 ele cresceu 126,73% em relação ao ano de 1996”. Dados estes encontrados em Estudo da Demanda Turística de Santa Catarina. *Sinopse Comparativa*. 1995, 1996 e 1997. Quadro 01, movimento estimado de turistas. Florianópolis, 1997. Sendo assim, através dos dados possíveis percebermos os motivos que levaram aos constantes investimentos em “turismo de primeiro mundo”, para atrair e atender os “turistas mais exigentes”, cada dia mais frequentes no Estado.

balneários mais tradicionais da Ilha, conhecida internacionalmente pela ótima infraestrutura turística e agitada vida noturna”⁴⁶.

Na mesma direção, pela SC 401, é possível ainda visitar as Praias de Cachoeira do Bom Jesus, Ingleses, Lagoinha, Brava, Santinho entre outras. E para contá-las, cantá-las, descrevê-las, tomamos as apaixonadas palavras do ex-prefeito da Capital, Osmar Cunha, que aos seus 76 anos de idade não cansa de admirar tão bela Ilha:

“Florianópolis é dez Caribes diferentes: tem Jurerê, Praia Brava, Barra da Lagoa, Lagoa do Feri. É difícil escolher. São tantas e tão variadas. Cada uma tem seu atrativo (...)”⁴⁷.

A Praia da Barra da Lagoa situa-se ao Leste da Ilha de Santa Catarina, entre as Praias do Moçambique e da Ponta da Galheta, distante 20 quilômetros do núcleo urbano central, ocupa dois quilômetros de extensão e larga faixa de areia branca, banhada por mar aberto. É reduto de pescadores, que festejam a fartura que recebem do mar com a Festa da Tainha, no início do mês de junho, dando assim vida à tradição da pesca artesanal.

José Valerim também homenageia a praia. O empresário além de mostrar seus hotéis, mostra igualmente a beleza das praias do Estado, com versos e belas imagens.

De Valerim, *A Barra da Lagoa*:

“Linda Barra da Lagoa
Sobe o Morro e não se estafa
Passam horas, passam dias
Seu visual nos abafa
Preserva-se a tradição
Do pescador com tarrafa
Esta praia vale a pena
Por tudo que ela oferece
Muito peixe em abundância

⁴⁶ Na Ilha de Santa Catarina você decide: qualquer rumo dá certo. *O Estado*. Florianópolis, 31 dezembro 1993. p.6.

⁴⁷ CUIWA, Osmar. Ilha da Magia. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 23 março 1995. p.2.

Beleza tal que envaidece
É uma das praias mais lindas(.../*".

Reduto dos surfistas são também a Praia Mole e a Joaquina. Fazem parte da “mesma rota” e com certeza “jamais se esquece”. A praia da Joaquina é conhecida pelos campeonatos de *surf*, por sua areia branca e pelas belas mulheres que lindamente compõem este paradisíaco cenário. “É luxúria pura, constante ameaça de um incesto ao sol”, diz Sérgio da Costa Ramos. O escritor têm o dom de compor o convite mais tentador e irresistível, ao mesmo tempo em que homenageia a praia:

“O mar da Joaquina é agressivo, a praia é dócil e feminina como a mulher que lhe emprestou o nome. Mítica, mulher solitária, mistura de Medusa e lemanjá, que costumava passear pela praia nos fins de tarde verão ou inverno, bela como uma princesa, triste como uma Julieta Capuletto, infeliz no amor. Mas, de qualquer maneira, fiel como as mulheres de Atenas”^^.

Sérgio da Costa Ramos busca referências internacionais e histórias fabulosas - para criar um clima de mistério. Através do desejo e do sonho o autor transforma a Ilha numa apaixonante magia, uma alquimia que quer seduzir, apaixonar, cativar o turista visitante. A publicidade, para Edgar Morin, põe em jogo a magia e a sedução; nesse sentido a Praia da Joaquina passa a ser “a mercadoria que faz o papel de mulher desejável, para ser desejada pelas mulheres, apelando para seu desejo de serem desejadas pelos homens”^®. Seguindo neste raciocínio do autor, a poesia da “ilha/mulher” toma-se visível, pois “operou uma espantosa conjunção entre o erotismo feminino e o próprio movimento do capitalismo moderno, que procura estimular o consumo. Utilizando o desejo e o sonho como

⁴⁸ VALERIM, José. Barra da Lagoa *Florianópolis em versos*. Florianópolis, janeiro 1997. p.23.

⁴⁹ RAMOS, Sérgio da Costa. A Ilha é mulher. IN: MACHADO, Juarez. *Ilha de Santa Catarina*. Curitiba: Simões de Assis, 1998. p.74.

⁵⁰ MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária. Volume 1 Neurose, 1990. p.73.

ingredientes e meio no jogo da oferta e da procura, o capitalismo, longe de seduzir a vida humana ao ‘materialismo’, impregnou-a, ao contrário, de um onirismo e de um erotismo difusos”^^ Neste jogo, Sérgio da Costa Ramos, incita ao conduzir a descrição da Ilha num belo domingo em que “o céu está tão transparente e puro que, se quisessem, as pessoas poderiam levitar. As montanhas revelam seus *biceps*, estufam a musculatura, revelam curvas e nervuras com o despudor de uma dançarina de *strip-tease*. O mar desmancha seu azul-turquesa em cristais que encharcam a areia e depois recuam para deixar na praia as digitais do Todo-Poderoso, maestro e condutor de todo o espetáculo⁵⁰. Sendo assim, a injeção de erotismo, numa praia, na Ilha, mercadoria não erótica, põe em jogo uma doce magia de identificação sedutora. Não somente nos “consumidores masculinos”, mas nas mulheres que farão parte do cenário e também irão figurar como objeto de prazer e desejo.

Com seus mil metros de comprimento, águas calmas e quentes a Lagoa da Conceição é mais um dos grandes atrativos da Ilha. Para chegar até ela deve-se passar pelo Morro da Lagoa e então vislumbrar a paisagem estonteantemente bela da Lagoa Formosa declamada por Cláudio Alvin Barbosa.

Quanto aos atrativos culturais, a Lagoa conta com a Igreja da Nossa Senhora da Conceição e com diversos traços da cultura açoriana deixados na região. A Igreja, construída no ano de 1750 sob as ordens do Governo Português, abriga presentes vindos do reinado, entre eles, os sinos que trazem as armas de Portugal, a coroa em prata lavrada, um cetro e uma espada. Os traços açorianos podem ser vistos tanto na Costa da Lagoa quando na Avenida das Rendeiras, onde é possível apreciar e adquirir lindas rendas de bilro e artesanato típico, comer um saboroso prato nativo, apreciar casarios e ainda conhecer os

⁵¹ *Idem*, p. 120.

⁵² RAMOS, Sérgio da Costa. Aos domingos, não. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 24 maio 1998. p.67

engenhos de farinha. Hoje, porém estes açorianos estão dividindo a Lagoa com inúmeros “estrangeiros”, o que modifica um pouco estas características tidas como originais.

A Lagoa é amada por muitos. Inclusive pelo colunista do Diário Catarinense, Cacau Menezes, que diz preferir a Lagoa da Conceição pela:

“Beleza, paz e poesia do lugar e pela população nativa. Lá estão os verdadeiros florianopolitanos, os verdadeiros manezinhos (...)”⁵³.

Divulgar a “Capital Tiiristica do Mercosul” e elaborar um discurso acerca da cidade é apostar na perspectiva do tempo do lazer*“^, na reutilização do pitoresco, do típico. É inserir-se na era da globalização, da competição, na Mundialização da Cultura. A cultura que, segundo Renato Ortiz, reorientará as sociedades atuais na busca pela memória cultural, dando força à tradição, investindo na imagem, no entretenimento e no turismo de massas, próprio da sociedade contemporânea, da modernidade, do mundo que está cada vez mais idêntico e de gostos cada vez mais convergentes.^ Por serem as sociedades muito semelhantes, com fronteiras diluídas, são também sociedades que estão em constante busca pelo diferente, peculiar, típico, regional. Daí o porquê de tanto se investir numa nova roupagem, a fim de apresentar a cidade neste novo cenário. O folclore, as culturas, as festas

⁵³ MENEZES, Cacau. Ilha da Magia. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 23 março 1995. p. 6

⁵⁴ A expressão “tempo de lazer” é utilizada por FLORES, Maria Bemadete Ramos. *Oktoberfest: turismo, festa e cultura na estação do chopp*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997. p. 137. A autora percebe, apoiando-se em Febvre que “no século XIX passaram a coexistir, dois movimentos, aparentemente contraditórios: enquanto a ociosidade continuava a ser combatida, aparecia a noção de lazer, como o tempo do não-trabalho. O dia, a semana e o ano fragmentaram-se em tempo do trabalho e do não-trabalho, ou seja, o tempo livre está associado à existência do tempo de trabalho. A fábrica, especial paradigma do desenvolvimento econômico, toma-se o local, o lugar de trabalho, enquanto outros locais foram criados para lugares de lazer: O campo de futebol, o clube e a academia, o salão de danças e o teatro, etc. O lazer passará a ser considerado uma necessidade das pessoas, para recompor suas forças de trabalho, e, ao longo do século XX, passará a ser ainda um bem de consumo, na medida em que serão criados equipamentos e atividades específicas para direcionar o lazer e haverá um mercado de consumo para estes. Neste contexto o turismo entrará como uma das opções”.

⁵⁵ ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1996. Capítulo III, p. 72 -104.

do interior da Ilha fazem hoje parte do cotidiano da cidade turística. Os habitantes da cidade turística fazem o espetáculo para “agradar o público”, os “espectadores”, buscam audiência e assim encantar, absorver, cativar. O turista se vê absorvido com o charme da “cultura local, cultura regional de província, que dispõe de uma linguagem (patuá, dialeto) de seus próprios meios de expressão (danças, ritos, jogos), de suas lendas, do culto de seu passado, das regras de seu presente”⁵⁶. As danças folclóricas do boi, maricota, as músicas, não mais são apresentadas com datas únicas, marcadas ou para um público pequeno, determinado, como eram quando demarcadas por um costume local. São agora, espetacularizadas, apresentadas em palcos, para um público indeterminado, em locais e datas diversas. A cultura, para Morin, “desintegra-as integrando-as, integra o impresso e seus conteúdos, mas para metamorfoseá-los; desintegra os folclores, mas para com eles universalizar certos termos”.⁵⁶ Isto cria um novo curso, a fim de vender o belo, o típico, o inusitado, o diferente, o produto local. “Paralelamente o turismo se toma uma grande viagem espetáculo ao interior de um universo de paisagens, de monumentos, de museus. O turista só se interessa pelo universo dos *guides bleus* e foge da vida real, quotidiana, salvo nos casos em que esta é classificada como ‘pitoresca’, isto é, volta a ser digna de imagem”⁵⁶. O turista fotografa, observa e participa do espetáculo sempre curioso, compra *souvenirs*, prova pratos típicos, interessa-se pelas lendas, histórias, pela magia do lugar. Isto tudo, para depois poder dizer “eu vi”, “eu comi”, “eu estive lá”, “eu participei daquele espetáculo”. Nesse contexto o papel dos fazedores do turismo é criar uma sociedade organizada, racionalizada, com atrativos, emoções, rituais organizados e até se possível cronometrados, tudo isto para cativar o visitante.

⁵⁶ MORIN, Edgar. *Cultura de massas no século XX: o espírito do tempo*. Rio de Janeiro: Forense Universitária. Volume 1 Neurose, 1990. p.63.

Tal como afirma Alain Touraine em a *Crítica da Modernidade*, esta é uma das características das sociedades pós-modernas que travam “lutas nacionais”, e que, por conseguinte, como argumenta o autor “introduzem ou fazem reviver a idéia de identidade cultural”. A defesa das línguas nacionais, toma-se essencial no movimento das nacionalidades “(...) assim , cada nacionalidade procura delimitar e aumentar seu território, criam-se símbolos de identidade coletiva, se arma e se constrói uma memória coletiva”.⁵⁸ O que se questiona neste momento é se a pós-modernidade é a possibilidade de “re-construção” do universo cultural em função da indústria do turismo. Fica claro que, na “derrubada das fronteiras”, nas desterritorializações⁶⁰, que a globalização e a comunicação em massa promovem acabam por fazer emergir do discurso local e do regional uma forma de preservação da identidade, de uma raiz comum, pois o mundo contemporâneo, caracteriza-se pela perda de referência e da consciência comum. Se por um lado o mundo está cada vez mais um só, único, próximo, com fronteiras diluídas e distâncias menores, por outro existe uma busca ímpar, única, uma fuga das histórias totalizantes, abrangentes, paradoxalmente o que se busca hoje é o diferente, o único, o peculiar, o tradicional, o típico. Dentro deste global a ênfase recai sobre o pontual. Florianópolis, neste cenário contemporâneo, aposta na beleza das suas praias, no verde das matas, no azul do céu e na indescritível beleza do mar, para compor o imaginário cultural da Ilha. Cenário este rico em imagens, tradições, crenças. Enfim, atrativos que buscam as origens, na era da imagem, da transitoriedade, do novo... na era da globalização.

⁵⁸ Idem, p.65, 66.

⁵⁸ Ibidem, p.73.

⁵⁸ TOURAINE, Alain. A modernidade em crise. IN: *Crítica da modernidade*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1994. p. 106.

⁶⁰ Sobre desterritorialização, globalização, ver: ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994.

É fato que, nossa cidade não tem indústrias, não vive da agroindústria como fonte de arrecadação, vive sim, da beleza natural, do pitoresco que a caracteriza, sendo o grande potencial a ser explorado pela empresa de turismo, o fator que promete modernizar e movimentar riquezas para o desenvolvimento dos que acreditam na nova ordem mundial.

Nas palavras do prefeito de Florianópolis, em 1983, Cláudio Ávila, “o turismo é sem dúvida, a Ypção de Florianópolis, uma cidade sem indústrias, mas de inigualável paisagem”. Sendo então, prioridade para o prefeito da Capital, naquele momento voltar-se na direção a indústria do lazer, para incrementar a atividade comercial no município, como um todo. Enfatiza Ávila, que “aliado a este visual de eloqüente beleza e a reconhecida hospitalidade de nosso povo, julgamos oportuno tratar de uma infinidade de pequenas obras que fundamentam a expansão do turismo”.⁶¹*

“Velha e moderna hospitalidade,
Florianópolis é um pólo turístico bem equipado para
brindar conforto a seus visitantes”⁶².

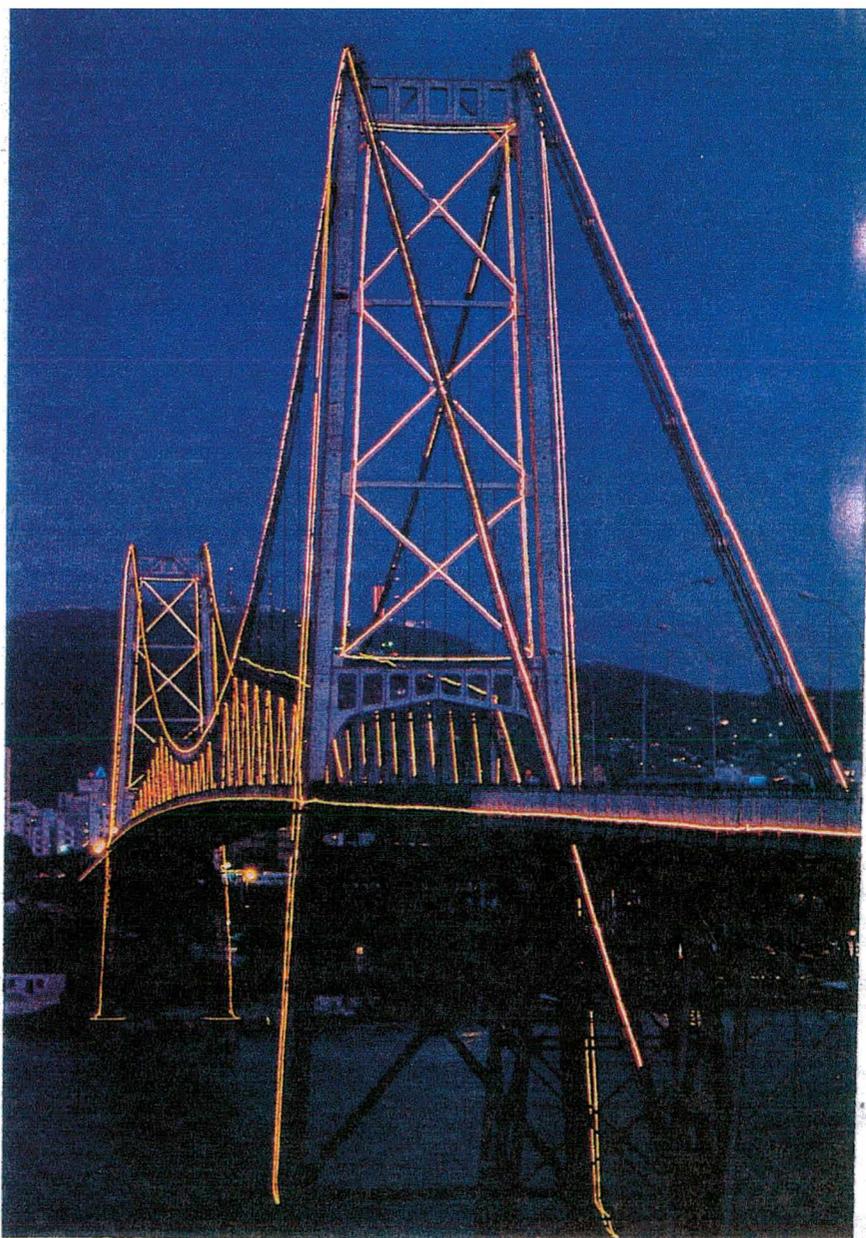
Percebemos que a cidade na visão dos seus divulgadores, não oferece somente beleza, sol e mar, presenteia seus turistas com qualidade de serviços, que são servidos por “gente hospitaleira”, “alegre” e “festeira”, cativando os que por aqui passarem com folguedos populares, danças e comidas típicas, cestarias, esculturas e rendas. “Sua infraestrutura turística, conta com hotéis, bares e restaurantes, com comércio forte, universidades, centros de lazer e cultura, teatros, museus, construções tombadas pelo patrimônio Histórico e a Ponte Hercílio Luz”.⁶³^

⁶¹ Onde o turismo é só o exercício da vocação. *Jornal de Santa Catarina*. Florianópolis, 23 agosto 1983. p. 1. Suplemento de Turismo.

“MERCOGUIA & MERCOTUR. *Cidades Catarinenses*. 93/94. p. 147.

“VALERIM, José. Uma metrópole em harmonia com a natureza. *Florianópolis em versos: 40 postais coloridos*. Florianópolis, janeiro, 1997. Contra-capá.

Fonte: Mares del Sur: Turismo & Aventura, n.1. Florianópolis: Edição Mares do Sul, 1997. p.82



Ponte Hercílio Luz, Cartão Postal da Ilha.

A bela Florianópolis é capaz de conquistar pela sua graça e beleza, majestosamente produzida pelo espetáculo da natureza típica das regiões privilegiadas pelo contato com os oceanos. A Ilha de Santa Catarina possui 42 praias, “tocadas pela divina graça da beleza”, compondo imia harmoniosa “sinfonia de enseadas, curvas crescentes.

promontórios, costões e lagoas - num caprichoso conjunto de praias brancas, ou de um vago amarelo refulgente, capaz de construir uma dessas impressões da natureza que raramente se extinguem”⁶⁴.

As tentativas freqüentes de construir ou induzir a construção, de vima atmosfera edênica, da cidade como um espetáculo da natureza “tocada pela divina graça da beleza” é uma das maneiras encontradas para impulsionar a cidade a acompanhar o progresso e aliar-se aos países que já apostam na “indústria do lazer” com perspectivas otimizadas de progresso.

Seduzidos pela idéia de ver a cidade desenvolvida, progredindo, crescendo, sempre dinâmica e próspera, enquadrada no ritmo que desencadeia mudanças, encurta distâncias, aproxima pela informação.

Visibilizamos, através do SEBRAE a produção discursiva acerca da representação da beleza da Ilha de Santa Catarina. Cada praia, cada lugar foi atentamente descrito e configurado como de uma beleza própria, diversa e específica. Todo este material discursivo assume forma nos jornais, folhetos, planos governamentais e dos prefeitos, determinando uma rede discursiva que elabora a publicidade turística de Florianópolis, tomando-a um produto comercial, pronto para ser vendido pelas operadoras de turismo, empresários, hoteleiros locais, restaurantes, comércio, e alguns biscateiros eventuais. Já que muitos buscam ganhar dinheiro, outros lutam pela sobrevivência.

O que estimula investigar é até que ponto a população local encontrou neste projeto turístico meios de sobrevivência ou se apenas corresponderam às expectativas de

⁶⁴ *Florianópolis: Ilha de Santa Catarina - Brasil*. Curitiba: ECPG - Editora de Guias e catálogos do Paraná LTDA, 1997.

uma elite governamental e empresarial. Contudo, neste trabalho não entramos nesta investigação, contemplamos somente a voz das elites devido principalmente à escassez do tempo destinado para escrever esta dissertação. Porém nada impede que possamos retomar em outro momento estes escritos e então procurarmos desnudar esta outra face do turismo na Ilha de Santa Catarina.

TERCEIRO CAPÍTULO:

A CIDADE MODERNA E O ESPÍRITO DO PASSADO QUE LHE DÁ

VIDA: RE-SIGNIFICAÇÃO DA IDENTIDADE NATIVA

1. A contemporaneidade e o reviver do passado

Nada parece mais antigo e ligado a um passado “naturalmente imemorial” que a tradição do colonizador açoriano na Ilha de Santa Catarina. Como será possível percebermos, muitos dos termos, histórias, lendas, músicas, que compõem este aparato, em sua forma atual, datam do século XVIII. Todavia muitas destas “tradições”, que parecem ou são consideradas antigas, são muito recentes, ou até mesmo “inventadas”. Por exemplo, a palavra “manezinho” - para significar os descendentes de açorianos - reaparece apenas em 1987. A partir de então esta palavra é ressignificada, positivada, reinventada na idéia de “retomo ao passado”, a fim de consolidar uma história para a Florianópolis Turística.

Essa “tradição inventada” a partir desse novo cenário - o do turismo - passa a ser apresentada através de práticas, de natureza ritual ou simbólica, que visam apresentar o homem nativo como o antepassado do povo ilhéu. Inventa-se assim a tradição, criando rituais que buscam a memória, parecendo estabelecer uma ligação entre passado e presente. A “tradição”, inclusive as inventadas, segundo Hobsbawm,[^] tem como objetivo a “invariabilidade”, impõe práticas fixas tais como a repetição.

Se em outro contexto esse passado não era nobre, para justificar o presente ele seria reinventado. Foi o que aconteceu em Florianópolis. Os meios de comunicação passaram a mostrar insistentemente o “real valor do povo açoriano”. Notificaram, esclareceram que ainda no ano de 1948, foi realizado em Florianópolis o Primeiro Congresso de História Catarinense, organizado pelo Instituto Histórico Geográfico de Santa Catarina - IHGSC. O evento objetivava homenagear os duzentos anos da vinda dos imigrantes açorianos[^] para o Estado. O Congresso comemorativo do Segxmdo Centenário

*HOBSBAWM, Eric. *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Tara, 1984. Introdução.

[^] Relata Osvaldo Cabral, que os açorianos chegaram a Santa Catarina, entre 1748 e 1796, aportaram na Vila de Nossa Senhora do Desterro, vindo principalmente das Ilhas dos Açores. OSWALDO, Rodrigues Cabral. Os açorianos. In: *Anais do Primeiro Congresso de História Catarinense*. Florianópolis, vol. II. p. 503-608.

da Colonização Açoriana teve por objetivo “resgatar o importantíssimo papel do açoriano na colonização de Santa Catarina”.[^]

O Instituto estava preocupado em resgatar o importantíssimo papel do açoriano e assim afirmar a identidade do povo catarinense a partir dos colonizadores luso-brasileiros, em especial os açorianos, que passaram, a partir de então a expressar os traços e laços, que serviriam para congregar e explicar o “ser catarina”. Até então estavam todos acostumados ao discurso desqualificador do homem do litoral, ligado ao “atraso” das cidades colonizadas pelos açorianos.”[^]

Notava-se que regiões de Santa Catarina, como Blumenau e Joinville - colonizadas por alemães e italianos - foram instituídas como o lugar da história do progresso. Em oposição ao litoral. Laguna, Florianópolis - com grande número de açorianos - inexistente enquanto símbolo de progresso foi sim, discurso e símbolo de atraso, decadência, indolência. Esta “missão” de desfazer este mal entendido que “influenciaria todo o futuro da região”, deveria ser “resgatada” no Congresso de 1948.[^] Assim estava o IHGSC imbuído da enorme responsabilidade de contribuir na construção da História Nacional[^], que naquele momento estava sendo elaborada pelo governo Vargas.

[^] BOLÉO, Manuel Paiva. *O Congresso de Florianópolis, comemorativo do bicentenário da colonização açoriana*. Coimbra: Coimbra Ed. Ltda, 1950, p. 8.

⁴ Não era, Florianópolis, neste período habitada somente por homens vindo das Ilhas dos Açores. Existiam, descendentes de outros povos, porém para elucidação da problemática levantada nesta dissertação os açorianos, constituindo a primeira corrente migratória a se fixar em Santa Catarina, são de suma importância.

Esclarece Oswaldo Furlam, professor de língua e literatura da UFSC, e, um estudioso da cultura açoriana, que: “entre 1748 e 1756 seis mil e setenta e um açorianos associam-se no litoral de Santa Catarina, aos então quatro mil, cento e noventa e sete descendentes dos vicentistas, o que implicou num aumento populacional de 145%”. E, acrescenta que não poucos estudiosos têm decantado influência açoriana não só na cultura, mas também na língua de Santa Catarina. In: FURLAM, O. Falar açoriano em Santa Catarina. *Diário Catarinense*, Florianópolis, 23 fevereiro, 1988, p. 6.

[^] Sobre as questões referentes a este “discurso desqualificador do homem do litoral”, ver: BITENCOURT,, João Batista. *Clío positivada. Laguna: uma história sobre sua historicidade*. Dissertação (mestrado em História) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1996; e ARAÚJO, Hermetes R. de . *A invenção do litoral: reformas urbanas e reajustamento social em Florianópolis na Primeira República*. Dissertação (mestrado em História) Pontifício Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1989.

* Essas discussões sobre criar uma “história Nacional” foram desencadeadas por análises, de grandes nomes da história brasileira, que muito influenciam e permeiam esta discussão; são eles: HOLANDA, Sérgio Buarque de. “Os caminhos do sertão”. In: *Monções*. São Paulo: Brasiliense, 1990; JÚNIOR, Caio Prado. “Povoamento”. In: *Formação do Brasil Contemporâneo*[^] São Paulo: Brasiliense, 1989; CABRAL, Oswaldo. *Os açorianos*. Florianópolis: I® Congresso Catarinense de História, 1948; e MANTEGA, Guido. “O nacional

Essas discussões foram desencadeadas por um pano de fiando, o IHGB, Instituto Histórico Geográfico Brasileiro, o qual no auge do processo das discussões e consolidação de forma sistematizada do criar da “história da Nação”, teve decisiva participação. Assim, uma vez implantado o Estado Nacional impunha-se como tarefa para a Nação Brasileira, garantir uma identidade própria, no conjunto mais amplo das “Nações”, de acordo com os novos princípios organizadores da vida social do século XIX. Estas idéias explicitaram o desejo dos homens públicos de pensar a Nação, em criar uma Identidade Nacional homogênea, em meio a gritante heterogeneidade de um país continental, com grupos nacionais diversos: etnicamente, culturalmente, socialmente e economicamente. Como aponta Bourdieu, o uso de discursos enquanto representações salientam “um poder de fazer o grupo impondo-lhes princípios de visão e de divisão comuns, portanto, uma visão única de sua identidade, e uma visão idêntica de sua unidade”.[^] Além disso, concomitantemente ao discurso a fim de criar uma nacionalidade, existia uma preocupação em “voltar para si”, criar um mercado consumidor brasileiro, regularizar importações e investir na industrialização como meta de crescimento e modernização.

No século XIX, naquele momento de construção da brasilidade, da Identidade Nacional, o papel dos intelectuais do Instituto, em Santa Catarina tomou-se essencial. Era necessário desconstruir o ideal teuto-brasileiro e a idealização dos colonizadores alemães e italianos, como “trabalhadores”, “ordeiros”, em detrimento do luso-brasileiro, o açoriano como “preguiçoso”, “indolente”. Necessário, porque, como afirmava o homem de destaque junto ao Instituto, Walter Fernando Piazza, então membro da União Democrática Nacional (UDN), os alemães viviam isolados, não considerando o Brasil como Pátria-Mãe. Estavam

desenvolvimentismo”. In: *A economia política brasileira*[^] São Paulo: Vozes, 1985. O IHGSC, nos últimos anos do século XIX, foi marcado pelas reminiscências da Revolução Federalista de 1893 e pelos discursos inovadores de administração, organização e modernização do capital do Estado, pelo governador Hercílio Pedro da Luz. O Instituto era formado por intelectuais, políticos, a elite Desterrense, ligados ao poder e ao discurso vigente e de interesse do governo.

[^] BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989. p.13.

estes colonos compactuando, na visão de Piazza, para a formação de segregacionismos e um endeusamento da Alemanha. Isto em pleno viver da Segunda Guerra em que alemães e brasileiros pegavam em armas por ideais diferentes. Daí a necessidade de clamar pelo “valor do luso” e mostrar o “perigo do europeu enquanto não brasileiro”.

As colônias dos imigrantes alemães eram “ricas”, “prósperas”, um exemplo de empreendimento, inovação, modernização. Ao contrário das zonas litorâneas, que se encontravam delimitadas a pequenos cultivos de produtos voltados para sobrevivência. “Com raras exceções de empenho industrial, o litoral, no início do século XX, mantinha suas técnicas de produção agrícola, com ênfase no cultivo da mandioca, fazendo lembrar os primeiros tempos da colonização açoriana”.[^]

Foi devido ao progresso de um e a estagnação de outro, que emergia na Primeira República, o discurso desqualificador do homem do litoral. Este discurso, segundo Hermetes Araújo, nasceu junto aos “setores que formavam as elites florianopolitanas, as quais passaram a enquadrar sob uma nova racionalidade aquilo que consideravam uma ameaça aos seus ideais de progresso e de modernidade: o grande número de habitantes que constituíam os segmentos pobres da população e que não se ajustavam facilmente às normas que a burguesia local pretendia impor ao espaço urbano da cidade (...)”. Segundo este autor, havia uma necessidade das elites de remodelar a sociedade da capital, pautadas no discurso que desqualificava o homem do litoral (a grande maioria açoriana), frente aos ideais e práticas da nova racionalidade, de industrialização, progresso, característico das colônias do interior do Estado, povoadas na sua maioria por imigrantes europeus, alemães e italianos) Neste contexto, era inventada uma imagem depreciativa do homem do mar, que

* PIAZZA, Walter F. A “modernização” e os contingentes imigratórios em Santa Catarina. *Revista de História*. São Paulo, 1976.

® Conclusões de: BITENCOURT, João Batista. *Clio positivada*. Laguna: uma história sobre sua historicidade. Dissertação (mestrado em História) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1996. p. 80; a partir de suas leituras de BOSSLE, Ondrina Pereira. *História da Industrialização Catarinense: das origens à integração do desenvolvimento brasileiro*. CNI-FIESC, 1988.

passava a ser visto como “indolente”, “incapaz”, “debilitado”; assim, era necessário enquadrá-lo, modificá-lo ou como fala Hermetes Araújo, “inventar o homem do litoral”.¹⁰

A intenção do IHGSC, em 1948, era esclarecer os “reais motivos” que fizeram os homens do litoral serem depreciados e, por conseguinte “coligir, organizar, redigir e publicar todos os dados existentes e necessários para a elaboração da história e da geografia do Estado”. E também, propondo-se à:

“Recolher e disciplinar os elementos dispersos que por aí gozem e que muito concorrerão para a documentação da história e da geografia desta terra, cuja gênese vagueia ainda envolta em trevas, e onde se elaborará toda a vida de nossa individualidade (...)”¹¹

o IHGSC, por sua preocupação com a “elucidação dos fatos”, inicia em 1948, um recontar da história do povo de Santa Catarina, particularmente da Ilha de Santa Catarina, enaltecendo o papel do luso, pois percebem que a “gênese” do povo catarinense estava “envolta em trevas”. Sendo assim, esclarece e enaltece o Instituto:

“Não poderíamos deixar, neste dia, de perpetuar num movimento, os laços de gratidão que nos unem a estes antepassados, pelo valioso legado que nos deixaram, principalmente a língua, que a trouxeram melodiosa e viva como a falavam e cantavam nas suas ilhas ensolaradas, e os sentimentos, que são aqueles de povo livre e consciente de que tanto nos envaidecemos, simples, entretanto, será este monumento da nossa gratidão, cujos fundamentos, neste instante lançamos (...)”¹²

¹⁰ ARAÚJO, Hermetes R. de. *A invenção do litoral: reformas urbanas e reajustamento social em Florianópolis na Primeira República*. Dissertação (Mestrado em História) Pontifício Universidade Católica de São Paulo. São Paulo, 1989. p. 13.

Era preciso retratar “verdades vivas e amargas”, nas palavras de D’DEÇA, Othon Gama. *Homens e Algas*. 2. ed. Florianópolis: Imprensa Oficial do Estado, 1978. Verdades vividas por ele e pelos homens simples, pobres, maltratados pelo sol e pela vida que habitavam o litoral. “São meus velhos amigos pescadores”, diz o autor, “êsses homens de côr de sahnora, de mãos lanhadas e pés descalços, que cheiram a sargaços moles e a limos esfiados”. Descreve “fatos que perturbaram a minha sensibilidade”, esclarece Othon, como a beleza ligeira sufocada pelo cansaço dos homens do mar, exaustos, “fatigados e semi-nus, que repousam nas areias opacas, depois de uma noite de vigílias secas e de cansaços estéreis”. “Dormem misturados aos rebutalhos das rêdes e aos detritos úmidos das vagas, ligadas ao mesmo destino e conftmdidos nas mesmas causas: - homens e algas cuspidos todos numa praia, sob o sol dourado e vivo: as algas pelo mar e os homens pela miséria”.

¹¹ CORRÊA, Carlos Humberto. Restauração Republicana e o Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina. *Diário da Cultura*. Diário Catarinense, Florianópolis, 05 novembro 1994. p. 4.

¹² Obelisco do bi-centenário da colonização Açoriana deixará de ser apenas a pedra fmdamental. *Jornal A Ponte*. Florianópolis, última semana de março 1984, p. 4.

Com estas palavras, propõem os homens do Instituto, fazer um monumento ao açoriano. Naquele momento, em 1984, pretendia-se retomar os discursos sobre os açorianos, lançar “a pedra fundamental” e, com ela iniciar a “correção devida, para então perpetuar os laços e enaltecer os “nossos antepassados”.

Legitimar o nativo, que em outro momento foi relegado ao esquecimento é possível pois este fato pode ser disfarçado como retomo ou redescoberta de alguma parte do passado erroneamente esquecida ou abandonada.*^ O papel dos realizadores do Congresso de 1948, no Bi-Centenário da Colonização, foi retomado em 1984. Propunham-se a dar visibilidade ao imigrante açoriano, contar sua saga, enaltecê-lo. Fazer a partir deste colonizador a história do povo de Florianópolis, que em contrapartida serviria como um produto para ser vendido na indústria do turismo. O passado legitimaria⁴ as histórias presentes, com fortes elementos simbólicos, uma espécie de “magia”, a identificar a cidade pela sua história. Assim, investiu-se nas restaurações, na busca da arte, nas tradições simbólicas, no linguajar nativo (até então desprestigiado), nas músicas enfim, em todos os sinais, em todos os indícios que pudessem formar a trama capaz de “reinventar a tradição”. O açoriano, sua saga, sua vida, seu cotidiano tomam-se “fermento simbólico”, sendo requisitado neste contexto de crise, para renovar o desenvolvimento da cidade.

No Primeiro Congresso de História Catarinense, a Academia Catarinense de Letras, Conselho Estadual de Cultura, Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina, Secretaria de Cultura Esporte e Turismo, Fundação do Movimento Brasileiro de Alfabetização, Comissão Catarinense de Folclore e as Prefeituras Municipais de Itajaí, Laguna e Florianópolis, reuniram-se para comemorar o Bi-Centenário da Colonização

¹³ HOBBSAWM, Eric J. O sentido do passado. *Sobre história*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p. 24

¹⁴ Ver o capítulo sobre *A autoridade do passado* em: FLORES, Maria Bernardete Ramos. *Oktoberfest, turismo festa e cultura na estação do chopp*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997; sobre discussão a cerca do passado sendo legitimado.

Açoriana. Neste Congresso, Cabral, como orador, encarregou-se dos discursos, tendo como objetivo mostrar os valores dos colonizadores do litoral e, “louvaminhar amor e gratidão aos açorianos fazedores do Brasil” estes homens que “chegaram por primeiro e mantiveram a UNIDADE CONTINENTAL BRASILEIRA”.¹⁵ A Pedra Fundamental havia sido assentada em 1948, mas como relata em 1984, Theobaldo Costa Jamundá, no Plenário da Semana de Estudos Açorianos, nada havia sido feito. Assim, ciente do fato, e “motivado para resgatar o compromisso de dotar a capital de Santa Catarina com um monumento ao imigrante”, o então Reitor da UFSC, Emani Bayer, afirma que; “o Obelisco do Bicentenário da Colonização Açoriana deixará de ser apenas a Pedra Fundamental”.¹⁶ Ainda que estas idéias tenham sido geradas em décadas anteriores, é 1984 que as palavras de Oswaldo Rodrigues Cabral, proferidas em 1948 são novamente declamadas.

Dotar a capital com o obelisco, como destacou o então reitor da UFSC, e “resgatar” o papel do imigrante, passa neste final de século a ser fundamental. Percebe-se a necessidade e a utilização de elementos antigos na elaboração de novas tradições, inventadas para fins bastante originais, como neste novo cenário, onde se investe na indústria do turismo. Para dar vazão a esta vertente econômica, investe-se nas potencialidades locais - entre elas o açoriano como representante da cidade -, criando imia imagem de cidade típica, peculiar, atraente, para com isso abarcar o filão do turismo.

O reviver contemporâneo do patrimônio tradicional, segundo Canelini, além do interesse econômico, pode ser visto como uma maneira de usar bens e práticas tradicionais para identificar uma nação ou um povo, que percebe no passado um prestígio simbólico indiscutível. Assim, preservá-lo, restaurá-lo, difundi-lo, constitui a base mais sólida, profunda que mantém um povo unido. O “patrimônio tradicional residiria em benefícios ‘espirituais’ difíceis de ponderar, mas cuja permanência dependeria a saúde presente dos

¹⁵ A PCWTE¹⁵ Florianópolis, última semana de março 1984, p. 4.

povos. Frente às catástrofes da modernização, das novas tecnologias e das cidades anônimas, suas tradições representarão a última esperança de ‘redenção’”.¹⁶ Os ilhéus foram em busca de uma origem fundadora, para poder legitimar-se neste mundo de fronteiras diluídas, neste planeta global. Identificar-se através de uma coesão interna, da busca por um passado “legítimo” e “coeso”, que foi construído com a legitimação dada ao açoriano, inclusive pelo IHGSC.

O Instituto, em 1986, não estava sozinho, recebeu o apoio de órgãos públicos, da iniciativa privada. Inovar, criar história, dar vida a tradição, serviria ao turismo, ao Estado, a cidade, ao empresariado, ao cidadão. Estes estavam cientes de que a economia catarinense precisava de “injeções”, devido à estagnação e crise trazidas pelas águas, com as enchentes de 1983. Tendo este objetivo em mente, o então Governador do Estado Esperidião Amin esboçou propostas de incentivo ao turismo, através de eventos, divulgação, parcerias, subsídios. Era meta do governo, vender o Estado e com o citado convite: “Venha visitar o que você ajudou a salvar”, Amin, procurava atrair atenções do turismo brasileiro¹⁷, num momento tão crítico para o Estado. Estas preocupações leva-nos a associar com o que propõe Bronislaw Baczko:

“a influência dos imaginários sociais sobre as mentalidades depende em larga medida da difusão destes e, por conseguinte, dos meios que asseguram tal difusão. Para garantir a dominação simbólica, é de importância capital o controle destes meios, que correspondem a outros tantos instrumentos de persuasão, pressão e inculcação de valores e crenças. É assim que qualquer poder procura desempenhar um papel privilegiado na emissão dos discursos que veiculam os imaginários sociais, do mesmo modo que

¹⁶ BAYER, Emani. Obelisco do Bi-Centenário da Colonização Açoriana deixará de ser apenas Pedra Fundamental. *A Ponte*. 1984, p. 4.

¹⁷ CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998. p. 161

¹⁸ HELOU, Esperidião Amin. Santa Catarina depois das cheias: hospitalidade redobrada. *Jornal de Santa Catarina*. Florianópolis, 23 agosto, 1983, p. 4.

tenta conservar um certo controle sobre os seus circuitos de difusão.”^^

Em seu discurso Amin, prop\inha-se a, entre outras coisas.

“realizar anualmente a ‘Semana da Cultura Catarinense’, incentivando-se a participar de todas as expressões artísticas-culturais do Estado; estimular a edição de livros de autores catarinenses, do presente e do passado; instituir concursos culturais no Estado; editar a Revista Cultural Catarinense; incentivar as Prefeituras Municipais a preservarem o patrimônio histórico-arquitetônico; implantar e manter os museus que digam respeito ao patrimônio histórico, artístico e cultural do Estado; apoiar financeiramente todos os grupos do Estado voltados à divulgação da cultura, da arte e das tradições catarinenses”.²⁰

O fato é estar em jogo, nas lutas pela identidade, esse “ser percebido”, que existe fundamentalmente pelo reconhecimento dos outros. E a oficialização, do açoriano, como o legítimo colonizador, “tem a sua completa realização na *manifestação*, acto tipicamente mágico (o que não quer dizer desprovido de eficácia) pelo qual o grupo prático, virtual, ignorado, negado se torna visível, manifesto, para outros grupos e *para ele próprio*, atestando assim a sua existência como grupo conhecido e reconhecido, que aspira à institucionalização”.^^

Estas propostas, entre outras, traziam como plano de ação, conscientizar sobre os valores de preservação da identidade cultural, regional, que naquele contexto, era vista pelos fazedores de turismo como um dos meios de atrair os turistas. Práticas foram criadas como treinamento para guias de turismo. Fundam a Escola Superior de Turismo e Hotelaria (ESTH) e a Unidade Catarinense de Ensino de Turismo (UNICA)), como

¹⁹ BACZKO, Bronislaw. “Imaginário Social” *Enciclopédia Einaudi*. Porto: Imprensa Nacional, Casa da Moeda, 1986. p.313.

²⁰ *CADERNO DE CULTURA CATARINENSE*. Aspectos do Contestado. Florianópolis: FCC, ano 1, jul/ set, 1984.

²¹ BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Lisboa: Difel, 1989, p, 118. (Grifos do autor)

instituições privadas que procuram atender a uma demanda e, ao que tudo indica estão ligadas a construção de uma cidade turística?^

Reinventar-se o açoriano dia-após-dia, dando-se assim, suporte aos seus produtos como a renda de bilro, a culinária, a cultura (boi-de-mamão, pau de fita, pão-por-deus, etc.), estes vão aos poucos figurando como produtos para a indústria do turismo. Fojam-se as redes que facilitam o uso deste passado através da ritualização, do uso de símbolos, da repetição. *Dai* a razão de reviver os discursos de 1948 e, em 1984 lançar a Pedra Fundamental, em homenagem à ancestralidade açoriana.

A cidade procura embelezar os casarões, faz questão de preservar os traços culturais. Igrejas, ruas, museus, fortes, contribuem para a afirmação de um passado comum. Nvim período de intensificação da globalização repensa-se o papel do local e da cidade na resolução de inúmeros problemas, bem como na busca por qualidade de vida e competitividade. Neste processo de transformação e redimensionamento das noções de fi-onteiras, limites, nações, tempos e espaços, a cidade e o local são reinventados, revitalizados como núcleos indispensáveis na esfera participativa. A participação popular então, une-se ao poder público e à iniciativa privada para formarem parcerias. Grupos com projetos de desenvolvimento que de alguma forma tomam-se responsáveis pela gestão e pelo engajamento da cidade neste contexto da contemporaneidade, onde se intensifica a busca pelas cidades com tradição e atrativos a oferecer na indústria do turismo. Criam-se ações conjuntas que almejam desenvolvimentos autônomos centrados nas possibilidades e prioridades de cada local.

O que propõe Amin, não é senão um pensar moderno e atual da cultura contemporânea. No mundo todo, percebe-se a busca pela história, pelo passado, peia

²² A Escola Superior de Turismo e Hotelaria teve autorizado o seu funcionamento em 27/12/1994, tendo como responsável Ayres Melchiades Ulysea e localiza-se no Saco Grande, em Florianópolis. A Unidade Catarinense de Ensino de Turismo tem como mantenedora a FESAG (Fundação de Estudo Superior de

memória. Fato que parece contraditório, pois a cada dia os povos estão mais “próximos”, “parecidos” e, ao mesmo tempo mais apegados e determinados a buscar e cultivar valores regionais, locais.

Pensar a cultura no mundo globalizado, interligado, não exclui pensarmos particularidades, pelo contrário é o particular que dá sentido ao global. O mundo da cultura dificilmente pode ser entendido como homogêneo, único, ele é sim um processo em construção, onde o global está dando vida às problemáticas nacionais e às locais. Por conseguinte, “o mundo seria um mosaico, compostos por elementos interligados mas independentes uns dos outros”.^{^^} Dá-se ênfase a valores, estilos, formas de pensar, histórias, credices, magias, que são parte desta diversidade particular da Ilha de Santa Catarina. Homens que cultuam “tradições inventadas” e passam a ser vistos no mundo globalizado, como senhores do seu próprio destino, da sua particular cultura. Complementa Ortiz, que “uma cultura mundializada não implica o aniquilamento das outras manifestações culturais, ela coabita e se alimenta delas”. A mundialização não é, pois um fator de uniformidade. Pelo contrário, é neste processo que vive as constantes e vibrantes manifestações culturais locais, particulares, enraizadas.

Jacques Le Goff afirma que a aceleração da história levou as massas dos países industrializados a ligarem-se nostalgicamente às suas raízes.^{^^*} E, esclarece, o autor que “a evolução das sociedades na segunda metade do século XX clarifica a importância do papel que a memória coletiva desempenha. Exorbitando a história como ciência e como culto político, ao mesmo tempo a montante enquanto reservatório (móvel) da história, rico em arquivos e em documento/monumento, e a aval, eco sonoro (e vivo) do trabalho histórico.

Administração e Gerência) e oferece o curso de Administração com Habilitação em Turismo e Hotelaria, desde 1998. A UNICA localiza-se no Itacorubi, em Florianópolis.

[^] ORTIZ, Renato. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1994. p. 17.

²⁴ LE GOFF, Jacques. *História e Memória*. Campinas, São Paulo: Editora da Unicamp, 1994. p. 220.

a memória coletiva faz parte das grandes questões das sociedades desenvolvidas e das sociedades em vias de desenvolvimento(...)”.²⁵

Essa busca pela “memória coletiva”, esta ligação ao passado não é somente investimento dos fazedores do turismo - empresários, políticos - que “procuram salvar o passado para servir o presente e o futuro”.²⁶ É também um atrativo, uma peculiaridade ao turismo da Capital, de grande interesse para os próprios “consumidores do turismo”, que valorizam e buscam a tradição. Que fogem da massificação do mundo pós-moderno e buscam um espaço único, aconchegante, pitoresco e peculiar.

Como serviços prestados à memória de Florianópolis está a arte, a culinária, a música, a dança, a poesia, o tombamento de monumentos históricos, as festas, enfim de tudo que referencie a cultura açoriana, mesmo que para isto seja preciso “inventar” uma cultura açoriana. Uma volta ao passado da cidade, como salienta Rodrigues, “o turismo vive de suas especificidades, uma vez que as pessoas se deslocam em busca do novo, do inusitado, da aventura de um *lugar* - caracterizado por sua força identitária”.²⁷ O artista plástico Domingos Fossari foi apontado, em 1989, pelo *Diário Catarinense*, como artista que mais se dedicou à pesquisa e registro do passado de Florianópolis. Além de ilustrar a flora e a fauna catarinense, em muitas aquarelas, em bicos-de-pena, Fossari lançou em 1973 um álbum de caricaturas: *Assim os vejo - homens de meu tempo*. Publicou também *Florianópolis de Ontem*. Por isso, o jornal homenageou o artista, “por seu talento e serviços prestados a memória da cidade”.²⁸

A busca pela tradição levou prefeitos, governadores, homens do governo, empresários, a enfatizarem os livros que “resgatavam” a história dos açorianos. Livros diversos e as publicações em jornais de Santa Catarina encarregavam-se de contar a vida

²⁵ *Idem*, p. 475.

²⁶ *Ibidem*, p. 477.

²⁷ RODRIGUES, Adyr. *Turismo. Modernidade. Globalização*. São Paulo: Hucitec, 1997. p. 12.

²⁸ Paisagem fixada em bico-de-pena. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 23 maio 1989, p. 13.

dos primeiros colonos açorianos que chegaram no Estado nos séculos XVII e XVIII.

Entre eles, destacam-se: Oswaldo Cabral, Paulo José de Brito, Arthur Reis, Othon Gama D’Eça, Jali Meirinho, Walter Piazza, importantes nomes que marcaram a historiografia e muito contribuíram para o estudo da colonização da Ilha de Santa Catarina?^

No caso específico de Florianópolis, como se não bastasse a cidade ser a “Ilha da Magia”, é também rica sua cultura. Seus antepassados legaram a este “centro de atrações” inúmeros traços identitários e culturais: folclore, arquitetura, língua, credences, mitos, culinária, igrejas, fortalezas, uma imensidade de atrativos reavivados pela indústria do turismo.

Para Luis Moretto Neto, Diretor de Planejamento da Santur, o incremento do turismo cultural tem como maior desafio, a preservação dos elementos de referência, sem que estes venham a sucumbir frente à dimensão da modernidade. Sendo assim, a preservação da dimensão cultural, no âmbito da atividade turística, necessariamente, passa pela via da sua incorporação sustentada como componente do produto turístico. Salienta Moretto que:

“a arte, através da pintura, das esculturas necessita ser levada aos espaços de circulação turística - aeroportos, hotéis, restaurantes e shoppings, para ser divulgada e valorizada, inclusive em nível comercial como manifestação representativa do povo. A arquitetura necessita ter uso contínuo, para manter-se integrada no dia-a-dia do locus. A música e a dança, necessitam ser difundidas através de festivais e/ou de eventos regulares que permitam a geração de renda, emprego e incentivem a manutenção econômica dos grupos envolvidos. Os museus, necessitam ser concebidos e operados sob a dimensão interativa, de

²⁹ São legados destes autores obras influentes no estudo sobre a colonização da Ilha de Santa Catarina, as quais passamos a citar: CABRAL, Oswaldo R. *História de Santa Catarina*, ed. rev. Rio de Janeiro: Laudes, 1970; BRITO, Paulo José de. *Memória política sobre a Capitania de Santa Catarina*. 1816; REIS, Arthur César Ferreira. Os açorianos e a integração territorial do Brasil. *Anais do Congresso*, 1948; D’EÇA, Othon Gama. *Homens e Algas*. 2 ed. Florianópolis: Imprensa Oficial do Estado, 1978; MEIRINHO, Jali. *Historiografia e história das migrações açorianas*. In: *Semana de Estudos Açorianos*, 2, 1989, Florianópolis. *Anais*, Florianópolis: UFSC, 1989; e, PIAZZA, Walter. *A colonização de Santa Catarina*. Florianópolis: UFSC, 1979. Estes são alguns exemplos, pois a historiografia de Santa Catarina é rica e não é possível neste momento relatar a abrangência de suas obras, porém é fato que todas são de extrema importância.

modo a representar a memória viva dos povos. Os aspectos gastronômicos necessitam estar disponíveis em espaços que permitam o contínuo acesso dos visitantes”³⁰®

Sendo assim, na visão do então presidente da Santur, “a preservação dos aspectos culturais dos povos, no âmbito do turismo, portanto, necessita abandonar a dimensão expositiva contemplativa - espetáculos e em prol da interativa, onde residente e visitante permitam conhecimento, valores e crescem juntos”.^{^*}

Para preservar os aspectos culturais dos povos, o Estado e em especial sua capital, foi necessária a participação, colaboração dos seus governantes. Foi no governo de Esperidião Amin, que propostas como a Semana da Arte Catarinense foram lançadas. Também nasceu, neste período, o Caderno da Cultura Catarinense, assim como o despertar das obras de Franklin Cascaes, até então quase esquecido. Este, reviver das obras de Frankiin e do Caderno da Cultura entre outras muitas atitudes, reflete a preocupação do governo, pensando em preservar a cultura açoriana na Ilha de Santa Catarina.

O Projeto Cascaes, diz o informativo da Fundação Catarinense de Cultura, foi “patrocinado e realizado pelo governo do Estado através da Secretaria de Cultura Esporte e Turismo e pela Fundação”.^{^^} O projeto aponta Cascaes e suas obras pelo valor “das lendas açorianas por ele registradas e por sua grande persistência em preservar a cultura açoriana”.

Diz ainda o informativo que “além de registrar o real, Cascaes registrou também o ‘desaparecendo’”, representando um papel significativo na re-consagração das histórias míticas da Ilha.

³⁰ NETO, Moretto. Turismo Cultural: desafios e perspectivas. *Ô Catarina*. Florianópolis, agosto 1996. p. 13.
[^]Idem, p.13.

³² INFORMATIVO da Fundação Catarinense de Cultura. *Caderno da cultura catarinense'*, imigração e colonização o patrimônio cultural do imigrante. Florianópolis, ano 1, outubro a dezembro 1984, p. 24.



Legenda: Obra de Franklin Cascaes, intitulada “viagem bruxólica à Índia”.

Como numa corrente a fim de registrar o que estava “desaparecendo”, no ano de 1987 o jornalista ilhéu Aldírio Simões, instituiu a premiação e homenagem aos “manés”, com o troféu “Manezinho da Ilha”. Entre os 20 homenageados de 1987, estavam o então prefeito Edison Andrino, o ex-governador Amin, o pintor Meyer Filho, Alcides Ferreira (o senador), o apresentador de televisão Fenelon Damiani, o vereador Içurity Pereira, o ex-jogador de futebol Saul Oliveira, entre outros “manés de peso”, personalidades e influentes

nomes da capital. Na época Aldírio Simões recebeu elogios, mas também algumas críticas, e a elas revidou dizendo que “as pessoas que condenam este tipo de cerimônia não têm qualquer relação com a ilha e não pensam no resgate dos seus valores”. E acrescentou: “esse resgate é importante porque a cidade cresce desenfreadamente e vai perdendo suas características mais conhecidas”.^^

Nessa relação é interessante lembrar o que considera Bourdieu:

“a procura por critérios ‘objetivos’ de identificação ‘regional’ ou ‘étnica’ não deve fazer esquecer que, na prática social, estes critérios (por exemplo a língua, o dialecto ou o sotaque) são objetos de *representação mentais*, quer dizer, de actos de percepção e de apreciação, de conhecimento e de reconhecimento em que os agentes investem os seus interesses e os seus pressupostos, e de *representação objectais*, em coisas (emblemas, bandeiras, insignias, etc.) ou em actos, estratégias interessadas de manipulação simbólica que têm em vista determinar a representação mental que os outros podem ter destas propriedades e dos seus portadores.”^^^

Onze anos depois da criação do Troféu “o jornalista Aldírio Simões ‘nom tem’”,^^ tem a satisfação de convidar para a festa do troféu ‘Manezinho da Ilha’ em sua 1ª edição, inserida nas comemorações dos 272 anos da cidade de Florianópolis”. Diz ainda o convite: “Ser ‘Manezinho da ilha’ é um estado de espírito, um sentimento de orgulho, de resistência”.^^

O que é ser manezinho? Além de ser um “estado de espírito”, o ser “mané”, transparece nas palavras de Claudir Silveira, escritas para a Campanha de Preservação da Identidade Florianopolitana:

“Vivo em Florianópolis por opção, disto muito me orgulho e diariamente agradeço a Deus o privilégio de aqui residir; curto as coisas da Ilha (natureza

³³ SIMÕES, Aldírio. *Troféu manezinho da Ilha*. Florianópolis, outubro de 1987.

³⁴ BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998. p. 112

³⁵ Esta expressão é habitual no vocabulário dos “manezinhos da Ilha” e, significa uma reafirmação no sentido de “não é”.

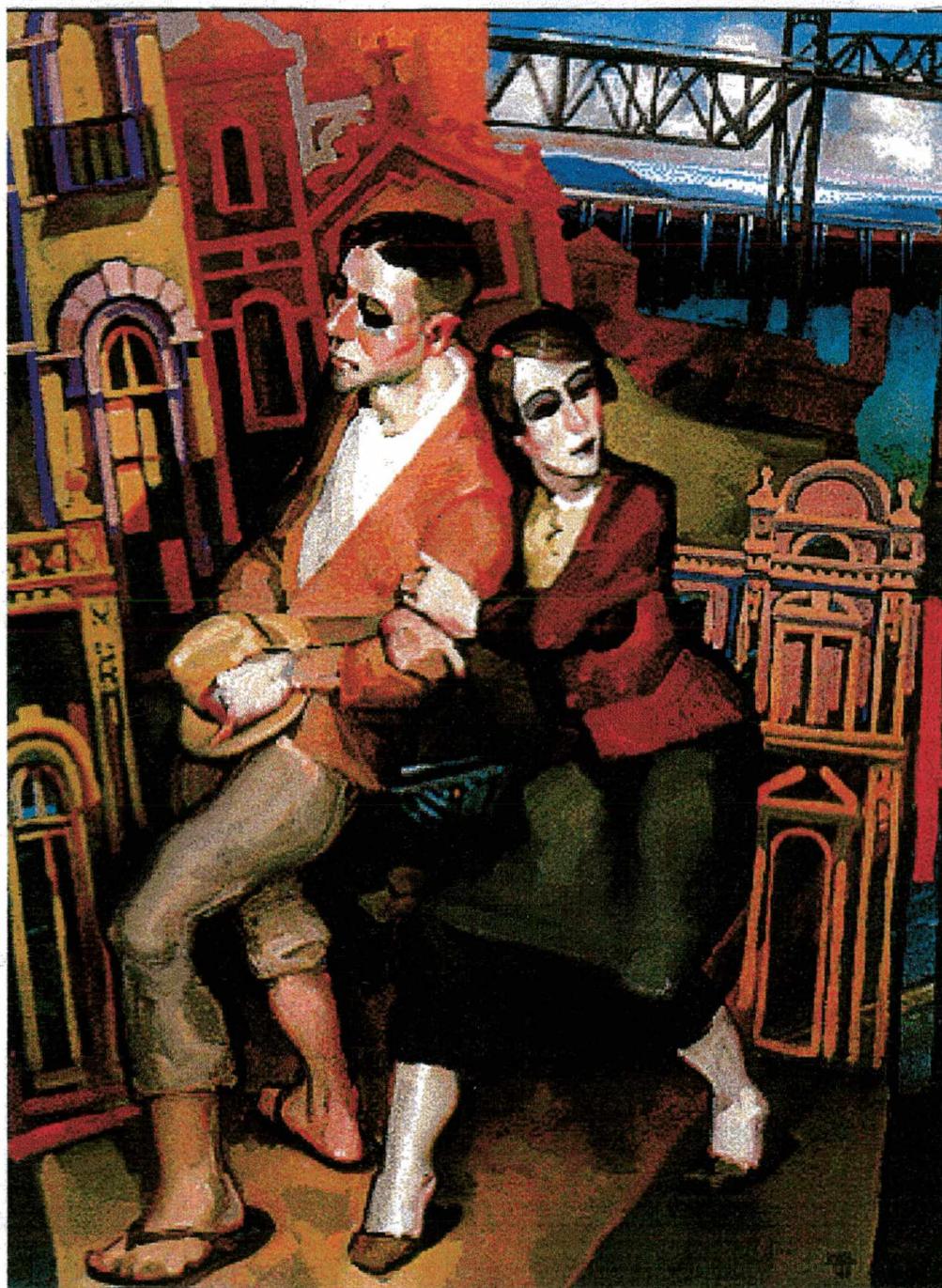
³⁶ SIMÕES, Aldírio. *Troféu manezinho da Ilha*. Florianópolis, outubro de 1987.

exuberante, povo simples, cultura açoriana misturada com uma infinidade de outras, seus abundantes casos e ocasos raros); sou eclético, portanto tolerante com outras culturas, pois a experiência tem demonstrado que logo serão absorvidas pela cultura local; conheço os símbolos do meu Município e sei cantar seu hino, o Rancho de Amor a Ilha do mestre Zininho; só voto nos políticos que agradecem minha terra com projetos, leis e medidas que a preservem dos inconseqüentes, dos insensíveis e dos gananciosos; sou hospitaleiro (sei receber bem, exceto os istepores mal agradecidos e despeitados), generoso (sei repartir as benesses do pedaço), mas não sou tanso, estou sempre alerta contra os esganados que querem tomar tudo; desejo o progresso da minha terra mas não às custas de sua descaracterização cultural e redução da excelente qualidade de vida nela existente; participo das coisas do meu Mimicípio (associações, movimentos e manifestações), porque sei que só pela participação poderei ajudar a preservar tudo que de bom aqui existe; aceito qualquer alimento, mas prefiro os que o conduto vem do Mar, de preferência acompanhados com pirão de farinha e mandioca; sou manezinho, si mi qués assim qués, se não me qués diz. Ó Ihó!^^

³⁷ SILVEIRA, Claudir. *Sou Manezinho*^ Florianópolis, 1986.

É importante esclarecermos que estas expressões utilizadas compõem o linguajar do açoriano ilhéu. Outras podem ser encontradas em SILVA, Adolfo N. Palavras, provérbios, citações e idéias genuínas e importadas, usadas no linguajar ilhéu. *Florianópolis: a história de uma cidade*. Florianópolis: Papa-Livros, 1995. p.27/67. São elas; andou com ela (transou); ‘anus’ em festa (aniversário); avacalhar (desordenar); batuta (bonito, legal); arresorvi (decidi); azucrinado (irritado); azulou (desapareceu); bolinar (arretar); cagaço (susto); cá de (onde está); cambado (inclinado); chamar as falas (advertir); constipado (resfriado); istepô (malandro); mandriando (descançando); co noju (com nojo); inticar (provocar); infesado (zangado); cupincha (protegido); esporro (desordem); fricote (manha); intica (provoca); lé gue lé (desclassificado); lambança (encrenca); meia sola (incompleto); murrinha muito (fede); mólho (monte); não serve para travessia (maricão); pandulho cheio (barriga cheia); parangolé (enfeite); perái (já vou); perciso (preciso); riffi (briga); sipuada (tapa); toró (mau tempo); urucubaca (azar); vasilha (vagabundo); às vera (as vezes); via de fato (briga); vira a esquina e vai toda vida (indicação de localização); etc sipuada (tapa); toró (mau tempo); urucubaca (azar); vasilha (vagabundo); às vera (as vezes); via de fato (briga); vira a esquina e vai toda vida (indicação de localização); etc.

Fonte: CD ROM - Machado, Juarez. *Ilha de Santa Catarina. Curitiba: Simões de Assis, 1998.*



Legenda: A Obra "Passeio do Último Manezinho", de Juarez Machado, retrata os manezinhos da Ilha, descendentes de açorianos.

Ainda para Aldírio Simões, “O ilhéu é tudo isso... e mais aquilo”: Faroleiro, mexeriqueiro, alienado, sentimental, cínico, criativo, irresponsável, hospitaleiro, ilhéu, ilhado, feliz. É “uma criatura onde qualquer definição a seu respeito pode ser indefinida”.³⁸

Este homem feliz, este mané, além de ser “indefinível”, possui um linguajar, um “dialeto tão confuso quanto fascinante”. E o “mané” reconhece que:

“Às vera, o povo ilhéu tem um módi fala que não dá de entendê. O zovido do turista, que tá mandriando na ilha, fica tanso de ouvi tanta coisa diferente. Às vez, o istepô que não intende o nosso módi di falá fica infesado e começa a inticar co **noju**”.³⁹

Este destaque e a maneira singular de expressar deste povo, como herança dos antepassados açorianos, tanto apaixonou e instigou, que resultou num dicionário, organizado por Fernando Alexandre.⁴⁰

Povo de muitos dizeres, apelidos, crenças, muitas histórias fascinantes. Histórias estas que, por exemplo, encantaram estudantes de Artes Cênicas da Universidade do Estado de Santa Catarina - UDESC. Estes estudantes formaram em 1990, o *Grupo de Pesquisa Teatral Atormenta*. O grupo divulga seus espetáculos em vários locais na ilha - ônibus, ruas, praia no interior do Estado e em Estados vizinhos. Os textos, do ator e diretor Geraldo Cimha - Seu Maneca - são escritos a partir de relatos e visitas a diversas comunidades no interior da ilha. As peças retratam um casal típico de nativos descendentes de açorianos. E, segimdo a atriz Vanderléia Will, na personagem da dona Bilica: “a idéia é

³⁸ SIMÕES, Aldírio. O ilhéu é tudo isso... e mais aquilo. *Diário Catarinense*. Florianópolis, Meu Amor. Florianópolis, 23 março 1995. p.18 e 19.

³⁹ ABREU, Janine. Mofas com a pomba na balaia. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 8 fevereiro 1994. p. 4.

⁴⁰ ALEXANDRE, Fernando. *Dicionário da Ilha\ Falar & Falares da Ilha de Santa Catarina*. 7. ed. Florianópolis: Cora Coralina, 1994.

resgatar e preservar, de alguma maneira o vocabulário e as maneiras dos descendentes açorianos”.⁴¹

“Resgatar e preservar” também são o objetivo da prefeita Angela Amin e seu compromisso é: “Consolidar Florianópolis como cidade turística, socializando, preservando e desenvolvendo seu patrimônio natural e cultural (...)”. Para tanto, a prefeitura pretende:

“iniciar a implantação do projeto Moçambique/Lagoa no atual Parque Florestal do Rio Vermelho, substituindo o reflorestamento por vegetação nativa, com aquário. Museu do Mar, hotéis, restaurantes, lojas de conveniência, Centro de Tradições Açorianas, praças, exposições, venda de produtos artesanais e outras atrações, constituindo-se na maior área de lazer e turismo de Florianópolis. Fazer dos patrimônios natural, histórico e cultural as principais riquezas do município, conservando-os e adequando-os para o lazer de turistas e florianopolitanos; fomentar a profissionalização e o aperfeiçoamento da mão-de-obra turística; desenvolver e incrementar novos produtos turísticos como: Ecoturismo, Turismo Cultural, Turismo Rural (Rio Vermelho, Vargem Grande e Pequena, Sul da Ilha, etc.); garantir a limpeza, a conservação e o embelezamento de logradouros e vias públicas e o embelezamento da cidade. Implantar sistemas de sinalização, informação e assistência turística. Garantir a execução de imi calendário de eventos, para preencher o tempo ocioso dos turistas e atraí-los para estadas mais longas e durante a baixa temporada; incentivar e ajudar a viabilizar a promoção de eventos (Festa da Tainha, Festival do Mar e outros); planejar e implantar o Plano de Promoção e Venda do Produto Turístico de Florianópolis - associado à Grande Florianópolis e integrado a Santa Catarina e ao Sul do Brasil. Fortalecer o Órgão Oficial de Turismo de Florianópolis”.⁴²

■ ⁴¹ DA NOVA, Flavia. O falar e o sentir manezinho. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 21 abril 1998. Nas peças, os personagens da dona Bilica e seu Maneca, encenam o cotidiano do ilhéu. Enfatizam seu falar, suas crendices, seus hábitos sendo assim considerados um retrato folclórico do “manezinho” ilhéu.

⁴² AMIN, Angela e PRADE, Péricles (PPB-PSDB-PTB) Força Capital. *Compromisso de Governo. Folder de divulgação do Plano de Governo, 1997.*

Como num convite de divulgação do patrimônio da Ilha, a prefeitura empenha-se em mostrar o legado açoriano, através de todas estas propostas de governo, voltadas para o crescimento da indústria do turismo e também por meio da imagem, do *folder* Boi de Mamão. O folclore da Ilha é retratado, seu passado preservado, assim como suas cantorias, sua história passam a figurar como mais uma dos bens simbólicos, que unem os ilhéus, que os identificam, que os remetem a um passado comum.

Boi-de-Mamão

O folguedo do Boi-de-Mamão é uma das manifestações mais significativas da cultura popular catarinense.

Está presente nos municípios do litoral e principalmente em Florianópolis, Capital de Santa Catarina.

O elemento principal como o próprio nome indica é o boi; de armação de madeira e bambu, coberta de pano pintado.

A brincadeira aborda um tema épico (a morte e ressurreição do Boi).

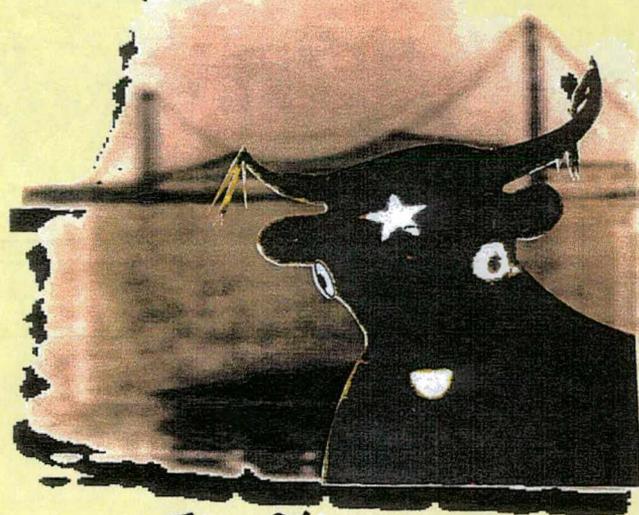
Apresenta a pantomima das investidas do boi, a sua morte, a encenação da cura, envolvendo, as personagens do Mestre Mateus, o Vaqueiro, o Doutor, o Urubu e a Benzedeira e, finalmente, culmina com a ressurreição do boi.

Os outros bichos (cavalinho e cabrinha) são confeccionados à semelhança do boi e juntos com o vaqueiro, mestre Mateus, o Doutor, o Urso, a Bernunça e a Maricóta são figuras obrigatórias no ritual do folguedo popular.

A "cantoria" acompanha toda apresentação cantando versos alusivos às figuras e à dramatização.

O folguedo do Boi-de-Mamão, uma das tradições populares mais fortes do município de Florianópolis, revela em sua manifestação um auto dramático, encenado com alegre coreografia e ao som de uma cantoria contagiante que encanta e envolve crianças e adultos.

Boi de



Mamão



Legenda: *folder* de divulgação do patrimônio histórico cultural da Ilha de Santa Catarina.

(1ª parte do *folder*)

Como vimos, a predominância do açoriano, na formação cultural de Florianópolis determinou sua acentuada influência nas manifestações folclóricas locais. Sendo assim, dentre as manifestações, as mais praticadas pelos florianopolitanos, e conseqüentemente

mais exploradas pelos “fazedores do turismo”, se destacam as chamadas “brincadeiras de boi” que demonstram as raízes rurais do açoriano. São três as principais “brincadeiras de boi”: a dança do Boi-de-Mamão, o Boi-de-Campo e o Boi-na-Vara.^{1*^}

Sendo o Boi-de-Mamão a dança mais popular e cultivada na região, é também a que os grupos folclóricos mais se empenham em ornamentar ricamente, para atrair a atenção do público e cultivar a tradição popular dos açorianos.

O Boi-de-mamão dança alegre e festiva, cantada, declamada e dançada, pode ser explicada a partir do boi, seu principal componente: a origem da denominação Boi-de-Mamão viria com o fato, de o boi ter a cabeça semelhante a um mamão. Outras figuras peculiares que fazem parte desta dança são: a cabra, a bemunça, a maricota, o cachorro, o cavalinho, o urso branco, o urso preto, o marimbondo, entre outros, que são animados pelos componentes que formam a cantoria e liderados pelo “chamador”.

Em Florianópolis, o grupo de destaque que é explorado enquanto exemplo da tradição, da peculiar e da típica demonstração cultural da ilha, é o do Itacorubi, formador da Sociedade Boi-de-Mamão do Itacorubi. A música que foi descrita no livro *Roteiro das Manifestações Culturais do Município de Florianópolis*, em 1995, mostra a expressiva demonstração da cultura da ilha:

Chamador - Olha lá, mestre vaqueiro
Faça a sua obrigação
Vá buscar o boi malhado
Pro meio do salão
Cantoria - Olê, olá .Nosso boi qué vadiá

⁴³ Em descrição do *Jornal de Santa Catarina* de 21/09/82, página 32, podemos distinguir três brincadeiras de boi:

- Boi-de-Mamão, a mais popular descrita no texto acima.

- Boi-de-Campo, “é uma brincadeira ainda hoje popular em Portugal e na Espanha, que consiste em soltar um boi bravo nas ruas de pequenas vilas do interior, sendo a população transformada em massas de toureiros que demonstram sua habilidade à frente do animal, que quando perde a agressividade pelo cansaço é substituído”. Para melhor entender esta brincadeira, mais conhecida em Santa Catarina como a Farra-do-Boi, ver: FLORES, Maria Bemardete Ramos. *A farra do boi: palavras, sentidos, ficções*[^] Florianópolis: Editora da UFSC, 1997.

- Boi-na-Vara, “semelhante ao Boi-de-Campo, apenas se diferencia porque o animal é preso pelo pescoço por uma corda, cuja extremidade é amarrada na ponta superior de uma vara de bambu. O boi se movimenta preso ao pau e os “vaqueiros exibem, sua perícia”.

A dança continua com a entrada do
Cavalinho,

Chamador - Ó meu cavalinho

Pode preparar

Entra no terreiro

Quando eu te chamar

Cantoria - Entra no terreiro

Quando eu te chamar

Prossegue com a entrada da Cabra,

Chamador - Olha lá, mestre vaqueiro

Cantoria - Ei, cabra, ei, cabra.

Chamador - Arrepara o meu cantar

Cantoria - Ei, cabra, ei, cabra.

Chamador - Vai buscar a tua cabra

Cantoria - Ei, cabra, ei, cabra.

Chamador - Quero ver ela berrar

Continua com a entrada da Bemúncia

Chamador - A bemúncia é bicho brabo

Eu lhe digo porque é

Cuidado com esse bicho

Só da de morder mulher

Cantoria - Olê, olê, olê, olê, olá

Arreda do caminho

Que a bemúncia quer passar

Nos intervalos entre a saída de uma figura e a entrada de outra, o Vaqueiro e o Mateus se encarregam de teatralizar, com brincadeiras e palhaçadas, os espaços vazios da apresentação, cumprindo assim, importante papel para a harmonia e o conjunto da mesma."⁴⁴

Se definíssemos o papel do Boi-de-Mamão e de outras manifestações culturais da ilha, poderíamos expor uma dupla utilização: a primeira, como manifestação cultural tradicional, "folclore", revivida pelas comunidades em gestos anônimos; a segunda, como *marketin*, talvez a mais explorada. Neste contexto de exploração comercial onde a indústria do lazer promete desenvolvimento e crescimento, seja como componente a ser "vendido" pela indústria do turismo, que como atividade econômica move-se pela lógica do lucro, em

⁴⁴ *Roteiro das manifestações culturais de Florianópolis*. Elaboração da equipe técnica da Coordenadoria de Patrimônio Cultural da Fundação Franklin Cascaes. 2 ed. rev. Florianópolis; Fundação Franklin Cascaes, 1995. p.7.

busca das melhores embalagens para seus produtos, que se destinam a um tipo especial de consumidor, que quer comprar o típico, o diferente, o exótico. Sendo assim, os folguedos passam a ser apresentados não mais nos terreiros das casas e sim em locais públicos em palcos, lugares estratégicos. Não mais por participantes espontâneos, mas por profissionais que não se apresentam em datas do calendário “próprio do boi”, mas em datas apropriadas à indústria turística.

O Praiatur Hotel unido ao governo, às prefeituras e à iniciativa privada, ao divulgar seu *folder* promocional faz questão de “valorizar nosso patrimônio cultural”.

Fonte: *Folder Praiatur Hotel. Valorizando nosso patrimônio Histórico*
 Edição e produção: Art & Contrast, Florianópolis, 1997.



Legenda: O *folder* do hotel mostra a “bernúncia”,
 figura típica do folclore da Ilha de Santa Catarina
 (1ª parte do *folder*)

Para isso, apresenta o Boi-de-Mamão, uma das atrações do folclore catarinense, criados pela artista plástica Gilma Alves de Mello. Fazendo questão de frisar que “esta atração de maior culto popular, encantando crianças e adultos, é apresentada diariamente pela equipe de recreacionistas do hotel”.⁴⁵

Outro quadro pitoresco do interior da ilha é marcado pela existência das rendeiras. No seu labor diário, à frente de suas almofadas, manejando os bilros, presos com suas linhas espetadas nos firos dos piques, são responsáveis por representarem o belo do artesanal e conseguirem um reforço na economia, pois “as rendas são muito apreciadas por alcançarem bons preços no mercado”.⁴⁶

As rendeiras da Ilha de Santa Catarina na sua maioria descendem de portugueses da Ilha dos Açores e herdaram, de seus antepassados, a arte de executar rendas e a transmitem as gerações que surgem. Na Ilha de Santa Catarina, onde se situa Florianópolis, nos recantos e em toda zona litorânea é possível distinguirmos esta autêntica “manezinha”, como marco identitário produzindo Renda de Almofada como um dos principais ramos do artesanato que tem significativa importância na economia doméstica e social da população, sendo também uma das muitas manifestações visíveis e expressivas do mercado turístico.

Tão “expressiva” que foi um dos atrativos da inauguração do Centro de Convenções de Florianópolis. No meio do saguão do Centro, onde se realizava o Congresso Internacional de Educação, eis que os congressistas eram presenteados com duas senhoras, com seus bilros, suas almofadas e com algumas de suas belas rendas. Este momento foi precioso para mais uma vez mostrar como uma cidade moderna pode conviver extremamente bem com a sua história, seu passado. A cultura açoriana no litoral catarinense “se mantém viva” (ou está sendo reinventada) com esta gente, com estas

⁴⁵ PRAIATUR HOTEL. Valorizando nosso patrimônio cultural. *Folder de divulgação*.

⁴⁶ Santa Catarina com prazer. *O Estado do Paraná*, 8 outubro 1978, p. 1.

senhoras e com suas belas rendas.

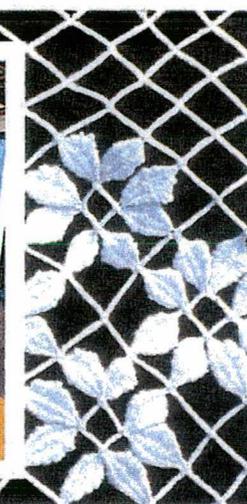
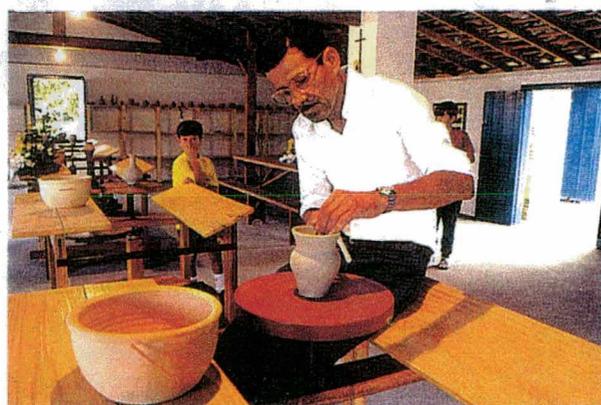
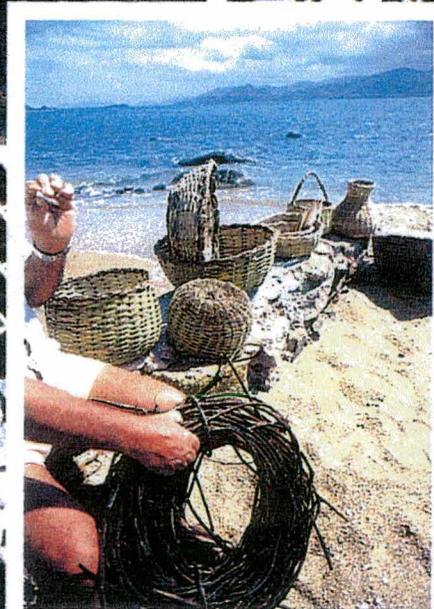
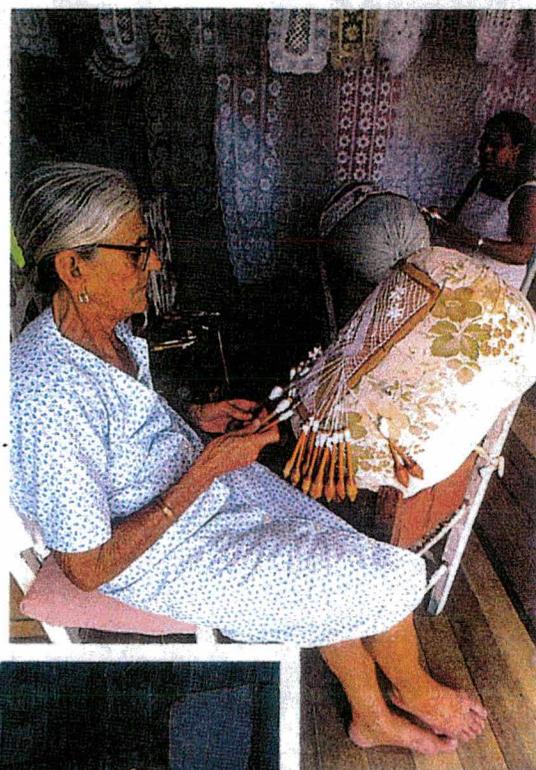
ARTESANATO

A tradição açoriana se expressa com vigorosa fidelidade nas peças do artesanato ilhéu, como a cerâmica de barro, as cestas tipitís e as rendas de bilro, artes e habilidades manuais que atravessaram os séculos até os dias de hoje.

Rendeiras da Lagoa são conhecidas em todo o Brasil pela qualidade artística do seu trabalho, manuseando bilros com incrível rapidez e talento, produzindo magníficas peças em crivo e criando trançados e tramóias originais.

Os oleiros ainda hoje transmitem sua arte de pai para filho, modelando a argila com singular sincronia nos pés e nas mãos.

A Ilha guarda uma ativa cultura das lidas da pesca e da roça, com seus instrumentos ainda em atividade, como a tarrafa, ou os belos exemplos ornamentais de engenhos de farinha e de cana, os carros-de-boi, teares seculares e os velhos alambiques.



Fonte: Florianópolis Ilha de Santa Catarina Brasil - Turismo. Curitiba: Editora de Guias e Catálogos do Paraná LTDA, 1997.

Legenda: as rendas são marcos da cultura açoriana que está sendo resgatada.

Os apontamentos de Canclini chamam a atenção acerca da busca pelas raízes, pela tradição como um fenômeno da modernidade. A partir das reflexões de Canclini, podemos pensar que na Ilha de Santa Catarina ocorre da mesma forma que em outros contextos. Comenta o autor que “os estudos sobre artesanato mostram um crescimento do número de artesãos, do volume da produção e de seu peso quantitativo: um relatório⁴⁷ o SELA ⁴⁸ calcula que os artesãos dos quatorze países latino-americanos analisados representam 6% da população geral e 18% da população economicamente ativa”.!⁴⁹ Podemos entender este incremento das práticas artesanais sob dois aspectos: a) a economia das últimas décadas não contemplou toda população nos meios formais de trabalho; com isso, devido ao grande desemprego, cresceram os trabalhos informais, o artesanato passa a ser uma forma de aumentar a renda familiar, uma maneira de sobrevivência; b) outra característica que faz do folclore uma prática importante na contemporaneidade é, a parceria entre iniciativa privada e órgãos públicos, a fim de fomentar o “tradicional”, o “típico”, o “peculiar”, o “local” e, conseqüentemente fortalecer sua hegemonia, sua legitimidade, a fim de atrair turistas, aproveitando o que lhes é “nato”. “Há diversos objetivos, criar empregos, fomentar a exportação de bens tradicionais, atrair o turismo, aproveitar o prestígio histórico e popular do folclore para solidificar a hegemonia e a unidade nacional sob a forma de um patrimônio que pareça transcender as divisões entre classes e etnias”.!⁵⁰

No citado Congresso Internacional de Educação, também foram apresentadas obras de escritores catarinenses, a bela peça *Imaginária Ilha Catarina* - retratando a cultura açoriana, sua vida, música, lendas, crenças; quadros do artista nativo que mostram a Ilha, com montagens em palha; um oleiro, mostrando a arte de dar vida ao barro e transformá-lo em obras de arte do trabalho artesanal.

⁴⁷ Santa Catarina com prazer. *O Estado do Paraná*, 8 outubro 1978, p. 1.

O SEBRAE, também contribuiu. Lançando *Arte Catarinense*, o Programa SEBRAE de Artesanato, “visa a revitalização do artesanato em nosso Estado”. O programa é “uma parceria entre o SEBRAE Nacional e o SEBRAE/SC, para resgatar, valorizar e desenvolver o artesanato catarinense. E, pretende possibilitar a modernização e qualificação do artesanato no Estado coletando informações e saberes técnicos dos artesãos (...)”.⁴⁹

Sendo assim, o artesanato revela para as comunidades da Ilha de Santa Catarina, um processo econômico moderno. Une-se a renovação do ofício artesanal, sustentação de sua identidade e ao mesmo tempo, complementam-se abrindo a modernização (ou se submetendo a ela), fazendo do seu produto fonte de atração turística, prosperidade econômica (ou sobrevivência) e, ao mesmo tempo identificação e reafirmação simbólica. Desse modo a contemporaneidade e a globalização, não irão abolir os grupos tradicionais. Seu trabalho, sua cultura irão sim, transformar seu uso e integrar-se a este “novo filão econômico: o turismo”, como uma típica estratégia de construção “que visam reconstruir retrospectivamente um passado ajustado às necessidades do presente”.⁵⁰

2. Considerações finais: turismo uma idéia em constante mudança

Podemos considerar neste momento, a partir dos fios que vislumbramos, vestígios explorados pelos discursos sobre a cidade visibilizada a partir da perspectiva da indústria do turismo. Sendo assim, optamos por mostrar falas, imagens, *folders* que referenciaram como a cidade de Florianópolis está pontuada de “marcos simbólicos” que visam garantir o

⁴⁸ *Idem. p. 217.

⁴⁹ SEBRAE, Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de Santa Catarina. *Arte Catarina*, Programa Sebrae de Artesanato. Florianópolis, 1998.

⁵⁰ BOURDIEU, Pierre. *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 1990. p. 162.

título de “Capital Turística do Mercosul” e inseri-la no mercado mundial por ser atrativamente bela e culturalmente rica.

Assim, numa conversa com a memória, percebemos as estratégias de controle, de manifestações e de criação de imaginários. Seria bem possível adaptar as palavras de

Georges Duby a este novo cenário, onde as cidades adquirem especificações e se “preparam” para encantar o turista. O turista estressado pelo grande caos do mundo “pós-moderno” está, segundo Duby: “vivendo a sufocação produzida pela sociedade industrial (pós-industrial), que nos faz procurar nossas ‘raízes’, que faz do folclore, os falares regionais, as ‘artes e tradições populares’, o caldo de couves já não sejam para nós, como eram para nossos avós, objetos de repulsa, mas antes de desejo”.^^

Desejos que, no nosso caso, afirmam o disciarso da Capital enquanto “objeto” a ser vendido no mundo globalizado, que apesar de cada dia mais idêntico pela grande influência e transferência de informações, hábitos, indústrias, capitais, dá valor ao peculiar, ao típico, único e diferente ao belo e natural.

Graças a uma estrutura complexa que visibiliza o presente e o futuro próspero principalmente através da circulação de informações e imagens, o discurso vinculado e difindido, não deixa dúvidas e apresenta Santa Catarina como única:

“Santa Catarina posee todo lo que los grandes polos de negocios tienen, con la ventaja de estar en el centro estratégico dei Mercosur. Aquí usted encuentra infi^aestructura, recursos humanos calificados, apoyo tecnológico y una excelente ubicación geográfica. Sin mencionar las bellezas naturales que hacen de este Estado un lugar privilegiado, tanto para vivir como para trabajar; o ambos. Si a usted no le gustan las aventuras en el momento de hacer inversiones venga a Santa Catarina. La mejor alianza para quien busca segurid, un lugar estratégico y apoyo. No se pierda por ahí”.^^

⁵¹ DUBY, Georges e LARDREAU, Guy. A memória, e o que ela esquece. In; *Diálogos sobre a nova história*. Lisboa: í*ublicações Dom Quixote, 1989. p. 69.

⁵² *MARES DEL SUR*, Turismo & Aventura. Florianópolis, n .1 (anuário em espanhol), 1997, p. 2 e 3.

Sendo assim “beleza”, oferta de turismo com “segurança” (para terceira idade), “infraestrutura, recursos humanos qualificados”, vêm como um convite e uma ordem: “não se perca por aí”!

Por conseguinte os florianopolitanos e os catarinenses em geral, não vão questionar, investigar e impor-se contra as “estratégias de progresso” (assim esperam os fazedores do turismo!). Então como uma crença, vtm propósito, são norteados rumos e valores, como uma composição e comunicação a impulsionar e envolver e legitimar uma realidade evidente e única; o turismo traz o progresso.

A insistente incorporação dos bens folclóricos aos circuitos comerciais inaugura uma nova etapa da modernidade em que os homens que estão em busca do lazer, do entretenimento, consomem o tradicional, o artesanato, a música folclórica, o mito, às credices, o falar, o fazer, o ser diferente. Homens estes das mais diversas classes, pois o folclore ampliou, expandiu. Ele atinge o nativo e o visitante de gosto “diferente”, “refinado”, que busca e se apaixona pelo que é firuto da terra.

É indiscutível o uso comercial dos bens folclóricos e daí o interesse da iniciativa privada em mercantilizar estes espetáculos. A indústria do turismo utiliza-se da mídia, dos *folders*, dos homens como espetáculo vivo e “vender seu produto lá fora”. Vimos então incrementarem os discursos de apoio e incentivo à produção de literaturas locais, concursos para a escolha do homem típico, eventos, espetáculos populares, etc.

A tradição passa no decorrer das circunstâncias vividas por inúmeras modificações, apropriações. A tradição é penetrada, modificada, inventada, reinventada. Muitos costumes, festas, cultos, sofíem drásticas mudanças nos seus elementos essenciais para serem mercantilizados. Para João Batista Bitencourt, fazendo uma leitura de Marshall Berman e Hannah Arent, o homem moderno parece viver numa constante luta entre o passado e o fiituro; fazer seu amanhã sugere implicar em constantes rupturas com a

tradição, em função do novo/ Porém, apesar das inovações, das rupturas, cortes, muitos dos elementos do passado permanecem vivos. A tradição e a economia monetária, especialmente para a exploração do turismo, encontram-se amalgamados. Por esses motivos, por essas influências diversas, dificilmente as tradições vividas hoje, nas últimas décadas do século XX, em Florianópolis, poderiam ser reivindicadas como continuidade da tradição. Expõe sim, uma pluralidade que se justapõe, sofre recortes, interage, age, fragmenta-se. Esta “tradição inventada”, nas palavras de Hobsbawm, é perceptível como “reação a situações novas que, ou assumem a forma de referência a situações anteriores, ou estabelecem seu próprio passado através da repetição”.

Análises como as trabalhadas na presente dissertação, não envolvem temas que se concluem, pois são assuntos que estão em constante mudança, adquirindo constantemente novas roupagens. Os temas que foram relatados são escolhas de um momento e procuram expressar inquietações, críticas e propostas sobre o turismo no mundo contemporâneo.

Trabalhando com materiais até então inusitados, enquanto fonte de pesquisa histórica, como *folders*, propagandas de hotéis, CD ROM, catálogos de exposições de arte, cartões postais, de pouco uso, ou mesmo não muito consideradas, e por isso Atrás da Porta, foi possível verificar estratégias montadas pelos vários poderes para legitimar o discurso sobre o turismo na Ilha de Santa Catarina.

⁵³ BITENCOURT, João Batista. *Clio positivada. Laguna: uma história sobre sua historicidade*. Dissertação (mestrado em História) Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1996. O autor discute com: BERMAN, Marshall. *Tudo que é sólido desmancha no ar. a aventura da modernidade*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. ARENDT, Hannah. *Entre e o passado e o futuro*. São Paulo: Perspectivas, 1992.

⁵⁴ HOBBSAWN, Eric. Introdução. *invenção das tradições*. Rio de Janeiro; Paz e Terra, 1997. p.35.

FONTES:

1. Revistas

- *Mares do Sul - Turismo e Aventura*. Florianópolis: Ed. Mares do Sul, n.10 agosto, 1996.
- *Mares do Sul - Turismo e Aventura*. Florianópolis: Ed. Mares do Sul, n.18 outubro, 1997.
- *Mares do Sul - Turismo e Aventura*. Florianópolis: Ed. Mares do Sul, n.14 maio, 1997.
- *Mares dei Sur - Turismo & Aventura*. Anuário em Español. Florianópolis: Ed. Mares do Sul, n.r janeiro, 1997.
- *Mercoguia & Mercotur*. Cidades Catarinenses. Florianópolis, 1993/94.
- *Santa Catarina Brasil: Conhecer, investir, viver*. Florianópolis, Governo de Santa Catarina, 1997.
- *Veja*. Editora Abril, n.776, 20 julho 1983.

2. Jornais

- *O Estado* - Florianópolis. Anos de 1983 até 1998
- *Diário Catarinense* - Florianópolis. Anos de 1983 até 1998
- *A Ponte* - Ano de 1984
- *Jomal de Santa Catarina* - Florianópolis. Anos de 1983
- *Ô Catarina* Florianópolis. Ano de 1996

3. Outros

- CD ROM. *Florianópolis Hha de Santa Catarina*. Produção e edição: Tempo Editorial. Patrocínio Diário Catarinense, BRDE (Banco de Desenvolvimento. Banco da Integração), Governo de Santa Catarina, SEBRAE, Florianópolis de Todos - Administração Popular. Florianópolis, 1997.

- CD ROM. Juarez Machado - *Ilha de Santa Catarina*. Edição: Simões de Assis Galeria e Arte. Produção: Megavision Multimídia LTDA. Apoio Cultural: DATASUL, DOCOL, Lei de Incentivo à Cultura, RBS, TELESC e Ministério da Cultura. Curitiba, 1997.

Folders:

- Praiatur Hotel. *Valorizando nosso patrimônio cultural*. Edição e produção: Art & Contrast. Florianópolis, 1997.

- *Está na hora de os brasileiros descobrirem o paraíso dos argentinos, uruguaios, paraguaios e chilenos*. Edição e produção: Florianópolis - Capital da Gente, SETUR -

Secretaria de Turismo Cultura e Esportes, EMBRATUR - Ministério da Indústria do Comércio e do Turismo e Brasil em Ação. Florianópolis, 1998.

- *Florianópolis Vale a Pena*. Edição e produção: Florianópolis - Capital da Gente, SETUR - Secretaria de Turismo Cultura e Esportes, PROTUR - Fundação Pró-turismo de Florianópolis. Florianópolis, 1998.

- *Boi de Mamão*. Edição e produção: Florianópolis - Capital da Gente, Fundação Franklin Cascaes, Correios e Ministério da Cultura. Florianópolis, 1998.

- *Venha conhecer Florianópolis e suas belezas* Edição e produção: Florianópolis - Capital da Gente, SETUR - Secretaria de Turismo Cultura e Esportes, PROTUR - Fundação Pró-turismo de Florianópolis. Florianópolis, 1998.

- *Venha fazer uma análise em Jurerê Internacional*. Edição e produção: Jurerê Praia Hotel. Florianópolis, 1997.

Cartões Postais:

- *Chegada a Florianópolis*, foto Eduardo Schumacher.

- *Ilha do Campeche*, foto Eduardo Schumacher.

- *Luar - Armação*, foto Eduardo Schumacher.

- *Lagoa da Conceição*, foto Eduardo Schumacher.

- *"Bar do Arantes"*, foto Eduardo Schumiacher.

- *Revoada - Moçambique*, foto Eduardo Schumacher.

- *Praia Mole*, foto Eduardo Schumiacher.

Guias e catálogos:

- *Florianópolis Ilha de Santa Catarina Brasil - Turismo*. Curitiba: Editora de Guias e Catálogos do Paraná LTDA, 1997.

-Mercotur & Mercoguia. *Cidades catarinenses*. Florianópolis, 1993/1994.

3- Bibliografia:

ALEXANDRE, Fernando. *Dicionário da Ilha: Falar & Falares da Ilha de Santa Catarina*. Florianópolis: Cobra CoraJina, 1994.

ALVES, Janine da Silva. Mercosul. Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Integração ao Mercosul. Diretoria de Integração Internacional. Florianópolis, 1997.

ARAÚJO, HERMETES R. de. *A invenção do litoral: Reformas urbanas e reajustamentos sociais em Florianópolis na Primeira República*. Dissertação (mestrado em História) PUC-SP, São Paulo. 1989.

ATA da Assembléia Legislativa do Estado de Santa Catarina. Florianópolis, 11 de novembro, 1993.

- BACZKO, Bronislaw. Imaginário social. *Enciclopédia Einaudi*. Porto: Imprensa Nacional. Casa da Moeda, 1986.
- BENJAMIN, Walter. *Magia e técnica, arte e política*. Obras escolhidas. 7 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.
- BERCOVICH, Néstor & LINS, Hoyêdo N. *Competitividade e internacionalização das pequenas e médias empresas metal-mecânica de Santa Catarina*. Florianópolis, UFSC, CSE, NEPIL, novembro de 1995. (mimeog.)
- BERMAN, Marshall. *Tudo o que é sólido desmancha no ar: aventura da modernidade*. 9ª ed. São Paulo: Cia das Letras, 1992.
- BITENCOURT, João Batista. *Clio positivada. Laguna: uma história sobre sua historicidade*. Florianópolis, 1996. Dissertação (mestrado em História) UFSC, Florianópolis, 1996.
- BOLÉO, Manuel Paiva. *O Congresso de Florianópolis, comemorativo do bicentenário da colonização açoriana*. Coimbra: Coimbra Ed. Ltda, 1950.
- BOSSLE, Ondina Pereira. *História da Industrialização catarinense: das origens à integração no desenvolvimento brasileiro*. Florianópolis: CNI-FIESC, 1988.
- BOURDIEU, Pierre. A economia das trocas lingüísticas. In: ORTIZ, Renato (org.) *Pierre Bourdieu*. 2ª ed. São Paulo: Ática, 1994. p. 156-183.
- BOURDIEU, Pierre. *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 1990.
- _____. *O poder simbólico*. Lisboa: DIFEL, 1989. Capítulo I.
- BRANCATO, Sandra (Org.). *O Cone Sul no contexto internacional*. Porto Alegre: Edipucrs, 1995.
- BURKE, Peter (org.). *A escrita da história*. Novas perspectivas. 2ª ed. São Paulo: Editora UNESP, 1992.
- CABRAL, Oswaldo Rodrigues. *Nossa Senhora do Desterro*. Florianópolis: Lunardelli, 1979.
- CADERNO DE CULTURA CATARINENSE*. Aspectos do Contestado. Florianópolis: FCC, ano 1 jul/set, 1984
- CALDAS, Raul. *Oh! Que delícia de Ilha*. Florianópolis: Lunardelli, Paralelo 27, 1995.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998.
- CARDOSO, Fernando Henrique. "Desenvolvimento: o mais político dos temas econômicos". *Revista de Economia Política*. São Paulo, Nobel, vol. 15, n. 4, dezembro de 1995.

CARTA AOS CATARINENSES: *Santa Catarina: Um compromisso com o futuro*. Governo Esperidião Amin/ Victor Fontana. Florianópolis, 1984.

CARUZO, Raimundo. *Vida e cultura açoriana em Santa Catarina*. 10 entrevistas com Franklin Cascaes. Florianópolis: Editora da Cultura Catarinense, 1997.

CERTEAU, Michel de. *A escrita da história*. Rio de Janeiro: Forense Universitária.

_____. *A invenção do cotidiano*. Petrópolis: Vozes, 1994.

CHARTIER, Roger. *A história cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: DIFEL, 1989. Introdução e Capítulo **in**.

_____. *O mundo como representação*. Estudos avançados, n.5 v. 11. São Paulo: USP, 1991.

CUNHA, Idaulo J. *Evolução econômico-industrial de Santa Catarina*. Florianópolis: Fundação Catarinense de Cultura, 1982.

_____. *O salto da indústria catarinense*. Florianópolis: Fundação Catarinense de Cultura, 1982.

D'ÊÇA, Othon Gama. *Homens e algas*. 2ed. Florianópolis: Imprensa Oficial do Estado, 1978.

DUBY, Georges & LARDREAU, Guy. *Diálogos sobre a nova história*. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1989.

FIORI, José Luís. *A governabilidade democrática na nova ordem econômica*. São Paulo: CEBRAP, n. 43, novembro 1995.

FLORES, Maria Bemadete Ramos. *Oktoberfest, turismo, festa e cultura na estação do chopp*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997.

FONSECA, Pedro Dutra. *Políticas sociais e estabilização econômica no Brasil*. Porto Alegre: Anos 90 Editora, n. 5, julho, 1996.

FOUCAULT, Michel. *As palavras e as coisas: Uma arqueologia das ciências humanas*. 6ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

_____. *Microfísica do poder*. 11ª ed. Rio de Janeiro: Graal, 1993.

FROTSCHER, Méri. *A vinculação do discurso da "laboriosidade germânica" durante as enchentes de 1993 e 1994*. Florianópolis, 1997. (Mineog.)

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

GORENDER, Jacob. *Globalização, tecnologia e relações de trabalho*. *Estudos Avançados*. São Paulo: USP, vol. 11, n. 29, abril 1997.

- GOULART F^{co}, Alcides. *A inserção da indústria do vestuário na economia do Sul de Santa Catarina*. Dissertação (Mestrado em Geografia - Área: Desenvolvimento Regional e Urbano). Universidade Federal de Santa Catarina: Florianópolis, 1995. (mimeog).
- GRIECO, Francisco de Assis. *O Brasil e a globalização econômica*. São Paulo: Aduaneiras, 1997.
- HARVEY, David. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Loyola, 1993.
- HELLER, Agnes. *O cotidiano e a história*. São Paulo: Paz e Terra, 1992.
- HIRST, Monica. La dimensión política dei Mercosul: actores, politización y ideología. *Estudos Avançados*. São Paulo: USP, vol. 10, n. 27, 1996.
- HOBSBAWM, E. J. & RAGERT. *A invenção das tradições*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.
- HOBSBAWM, Eric J. *Sobre História*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- IANNI, Octavio. Ocidentalização do Mundo. In: *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1997. Capítulo V.
- _____. *Teorias da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- _____. *A era da globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996.
- KURZ, Roberto. *O colapso da modernização: da derrocada do socialismo de caserna à crise da economia mundial*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1993.
- LAFER, Celso. "Cultura, democracia e direitos humanos: bases para um projeto inter-regional". *Revista Brasileira de Políticas Internacionais*. Brasília, ano 39, n. 2, 1996.
- LEFEBVRE, Henri. *A vida cotidiana no mundo moderno*. São Paulo: Ática, 1991.
- LE GOFF, Jacques. *História e memória*. 3^o ed. Campinas: Editora da UNICAMP, 1994.
- LINS, Hoyêdo N. "Integração econômica e geopolítica: algumas observações". *Geosul*, Florianópolis, UFSC, Depto. de Geociências, n. 10, 1991.
- _____. "Indústria e regiões catarinenses na perspectiva do Mercosul". *Atualidade Econômica*. Florianópolis, UFSC, Depto de Ciências Econômicas, n. 22, outubro-dezembro de 1994.
- _____. "Turismo em Santa Catarina". *Atualidade Econômica*. Florianópolis: UFSC, Depto. de Ciências Econômicas, n. 25, julho-setembro de 1995b.
- _____. *Santa Catarina e o Mercosul*. Florianópolis: Anais do IHGSC, 1997.
- LINS, Hoyêdo N. e BERCOVICH, Néstor A. "Cooperação envolvendo pequenas e médias empresas industriais no MERCOSUL". *Ensaio FEE*. Porto Alegre, 1995.

- _____. “Gestão tecnológica em PMIs no marco de abertura da economia”. *Texto para Discussão n° 03/96*. Florianópolis, UFSC, Depto. de Ciências Econômicas, abril de 1996.
- _____. *Estruturas regionais catarinenses frente à integração no Mercosul*. Florianópolis; UFSC, 1985. (Mimeog.).
- MACHADO, Juarez. *Ilha de Santa Catarina* [pinturas e desenhos de Juarez Machado; textos de poetas e escritores catarinenses, coordenação Waldir Simões de Assis Filho] Curitiba, Paraná: Simões de Assis, 1998.
- MAFFESOLI, Michel. Da aparência ao cinismo. In: *A conquista do presente*. Rio de Janeiro: Rocco, 1984. p. 107-130.
- MANTEGA, Guido. *A economia política brasileira*. Petrópolis: Vozes, 1992.
- MARINI, Rui Mauro. *América Latina: dependência e integração*. São Paulo: Página Aberta, 1992.
- MEIRINHO, Jali. “IHGSC honra e cultura catarinense”. *Ô catarina!*. Florianópolis, Set.-Out. 1996. p. 13.
- _____. *Anais. Semana de estudos açorianos*. Florianópolis: UFSC, 1989.
- MONTERO, Paula. Cultura e democracia no processo de globalização. *Novos estudos* São Paulo: CEPRAP. n. 87, março de 1996. p. 106.
- MORIN, Edgar. *Cultura de massa no século XX: o espírito do tempo. V. 1 Neurose* Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.
- NETO, Luis Moretto. *Atividades turísticas e o desenvolvimento sustentado*. Estudo de Caso: O balneário de Higleães e o projeto da costa norte - Ilha de Santa Catarina no período 1960-1990. Dissertação (mestrado em Economia) UFSC, Florianópolis, 1993.
- ORTIZ, Renato. *Cultura e sociedade global. Mundialização e cultura*. São Paulo: Ed. Brasiliense, 1994. p. 17.
- _____. *Mundialização e cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- PASSETTI, Edson et alii. *Modernidade: globalização e exclusão*. São Paulo: Ed. Imaginário, 1996.
- PEDRÃO, Fernando. *Raízes do capitalismo contemporâneo*. São Paulo: Hucitec, 1996.
- PEREIRA, Nereu do Vale (org.) *Ribeirão da Ilha - vida e retratos*. Florianópolis: Fundação Frankilin Cascaes, 1990.
- PLANO de Desenvolvimento Turístico do Estado de Santa Catarina*. Esperidião Amin Helou Filho. Florianópolis, 83/86. (Mimeog.).

- PLANO de Turismo do Governo Colombo Machado Salles - Ano Nacional do Turismo, ano 3. (Mimeog.).*
- PLANO Força Capital Compromisso de Governo. Governo Municipal Angela Amin/ Periclés Prade. Florianópolis, 1996. (Mimeog.)*
- PLANO Rumo à Nova Sociedade Catarinense. Goy&nxo Pedro Ivo/ Cassildo Maldaner. Florianópolis, 1987/91. (Mimeog.).*
- PLANO Sim. Kleinubing/ Konder Reis. Florianópolis, 1991/94. (Mimeog.).*
- PIAZZA, Walter. *A colonização de Santa Catarina*. Florianópolis: UFSC, 1979.
- RATTNER, Henrique. Globalização: em direção a “vim mundo só”. *Estudos Avançados*. vol. 9, n. 25. São Paulo: USP, 1995.
- RICUPERO, Rubens. *Processos de integração no América Latina: convergência/ divergência*. São Paulo: Estudos Avançados / USP, vol. 10, n. 27, 1996.
- RODRIGUES, Adyr. *Turismo e espaço rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: Hucitec, 1997.
- _____. (Org.) *Turismo, modernidade, globalização*. São Paulo: Hucitec, 1997.
- ROTEIRO das Manifestações Culturais do Município de Florianópolis!* Elaboração da Equipe Técnica da Coordenadoria do Patrimônio Cultural da Fundação Frankilin Cascaes, 1995.
- SADER, Emir.(Org.). *Pós-neoliberalismo: as políticas sociais e o estado democrático*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1995.
- SANTOS, Ademir. *Florianópolis precisa preservar sua história*. Florianópolis: Fundação Franklin Cascaes. s.d. (Mineog.)
- SIMÕES, Aldírio. *Retratos a luz de pomboca*. Florianópolis, 1997.
- SVARTMAN, Eduardo Munhoz. *As orientações fundamentais da política externa do primeiro governo Vargas*. Porto Alegre: Anos 90 Editora, n. 5, julho de 1996.
- TOURAINÉ, Alain. *Crítica da modernidade*. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1994.
- VALERIM, José. *Florianópolis em versos*. 40 postais coloridos. Florianópolis, janeiro, 1997.
- VEYNE, Paul M. *Como se escreve a história: Foucault revoluciona a história*. 3[^] ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 1995.
- VIEIRA, Sheila. *A Indústria de alta tecnologia em Florianópolis*. Dissertação (mestrado em Geografia - Área: Desenvolvimento Regional e Urbano) UFSC, Florianópolis, 1995. (Mimeog).

WHITE, Hayden. *Meta-história. A imaginação histórica do século XIX*. São Paulo: EDUSP. 1994.

_____. *Trópicos do discurso: Ensaio sobre a crítica da cultura*. São Paulo: EDUSP, 1994.