**UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
FACULDADE DE FILOSOFIA, LETRAS E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE GEOGRAFIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA HUMANA**

MARIA HELENA LENZI

**A INVENÇÃO DE FLORIANÓPOLIS COMO CIDADE TURÍSTICA:
discursos, paisagens e relações de poder**

**SÃO PAULO
2016**

MARIA HELENA LENZI

**A INVENÇÃO DE FLORIANÓPOLIS COMO CIDADE TURÍSTICA:
discursos, paisagens e relações de poder**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana do Departamento de Geografia da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo para a obtenção do título de Doutor(a) em Geografia Humana.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Adyr Aparecida Balastrieri Rodrigues

VERSÃO CORRIGIDA

SÃO PAULO

2016

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo

L575i Lenzi, Maria Helena
 A invenção de Florianópolis como cidade turística:
discursos, paisagens e relações de poder / Maria
Helena Lenzi ; orientadora Adyr Aparecida
Balastrieri Rodrigues. - São Paulo, 2016.
246 f.

Tese (Doutorado)- Faculdade de Filosofia, Letras
e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.
Departamento de Geografia. Área de concentração:
Geografia Humana.

1. Turismo. 2. Discurso. 3. Paisagem. 4. Espaço
urbano. 5. Relações de poder. I. Rodrigues, Adyr
Aparecida Balastrieri, orient. II. Título.

ATA DE DEFESA

Aluno: 8136 - 7762876 - 1 / Página 1 de 1

ata de defesa pública de Tese do(a) Senhor(a) Maria Helena Lenzi no Programa: Geografia (Geografia Humana), do(a) Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.

Aos 21 dias do mês de janeiro de 2016, no(a) Sala de Defesas realizou-se a Defesa da Tese do(a) Senhor(a) Maria Helena Lenzi, apresentada para a obtenção do título de Doutora intitulada:

"A invenção de Florianópolis como cidade turística: discursos, paisagens e relações de poder"

Após declarada aberta a sessão, o(a) Sr(a) Presidente passa a palavra ao candidato para exposição e a seguir aos examinadores para as devidas arguições que se desenvolvem nos termos regimentais. Em seguida, a Comissão Julgadora proclama o resultado:

Nome dos Participantes da Banca	Função	Sigla da CPG	Resultado
Adyr Aparecida Balastrieri Rodrigues	Presidente	FFLCH - USP	Aprovado
Leila Christina Duarte Dias	Titular	UFSC - Externo	Aprovado
Valéria Cazetta	Titular	EACH - USP	Aprovado
Rodrigo Ramos Hospodar Felipe Valverde	Titular	FFLCH - USP	Aprovado
Joseli Maria Silva	Titular	UEPG - Externo	Aprovado

Resultado Final: Aprovado

Parecer da Comissão Julgadora *

A banca deliberou a aprovação da candidata, reconhecendo a transversalidade acadêmica e a originalidade da tese. Dito isto, recomenda sua publicação.

Eu, Aline Nogueira Marques Nicolau _____, lavrei a presente ata, que assino juntamente com os(as) Senhores(as) examinadores. São Paulo, aos 21 dias do mês de janeiro de 2016.

Leila Christina Duarte Dias

Valéria Cazetta

Rodrigo Ramos Hospodar Felipe Valverde

Joseli Maria Silva

Adyr Aparecida Balastrieri Rodrigues
Presidente da Comissão Julgadora

* Obs: Se o candidato for reprovado por algum dos membros, o preenchimento do parecer é obrigatório.

A defesa foi homologada pela Comissão de Pós-Graduação em 21/01/2016 e, portanto, o(a) aluno(a) faz jus ao título de Doutora em Ciências obtido no Programa Geografia (Geografia Humana) - Área de concentração: Geografia Humana.

p/ Presidente da Comissão de Pós-Graduação

AGRADECIMENTOS

À Professora Adyr Balastrieri Rodrigues, por participar desses processos de confiança, respeito, crítica, erros, acertos, inquietações e mudanças de objetivos e de referencial, pelos quais passei e para os quais tive seu apoio irrestrito.

Ao Programa de Pós-Graduação em Geografia Humana e à Faculdade de Filosofia Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo.

À FAPESP, pelas duas bolsas concedidas, a nacional (Processo 2011/18559-9) e a internacional (Processo 2013/21688-0), bem como pelo apoio à minha participação em eventos científicos no Brasil e no exterior. Agradeço também à/ao parecerista, que contribuiu anonimamente com o aprofundamento da pesquisa.

À Joseli Maria Silva e ao Rodrigo Valverde, pela participação assertiva na banca de qualificação, encaminhando-me por uma direção de muita abertura e reflexão e abrindo-me portas teórico-metodológicas dentro da Geografia. Também à Joseli pelas respostas aos meus e-mails de socorro em meio às incompreensões de leituras e conceitos.

À professora Maria Gravari-Barbas, do *Institut de Recherche et d'Études Supérieures du Tourisme* da *Université Paris 1 Panthéon Sorbonne*, responsável pelo meu estágio doutoral em Paris.

Ao professor Eduardo Brito-Henriques, do Instituto de Geografia e Ordenamento do Território da Universidade de Lisboa, que gentilmente se dispôs a conversar a respeito de minha pesquisa.

Ao apoio, presença e compreensão de minha mãe, Lucia Helena Corrêa Lenzi, de meu pai, Elpídio Luiz Lenzi, e de minha irmã, Cecília Corrêa Lenzi.

Aos comentários, dúvidas e críticas de pessoas que indiretamente participaram da escrita do texto: Tiago Cargnin, Elias Veras, Lucia Helena Corrêa Lenzi, Eros Mussoi, Leila Dias, Murad Vaz, Valéria Cazetta e Ana Paula Chaves.

A Tiago Cargnin, Elias Veras, Murad Vaz, Pedro Murara, Andreza Martins, Volmir Cordeiro, Fábio Medeiros, André Martinello, Luciana Andrade e Ana Paula Chaves, amigas e amigos que, por estarmos na mesma situação, compartilhamos dúvidas, angústias, “co-orientações”, saídas de campo, participações em eventos, bibliografias, performances turísticas, impressões, palavras e sentimentos. Em especial ao Tiago, querido amigo, que esteve presente do início ao fim da tese, ajudando a pensar, a problematizar e a revisar boa parte das ideias, textos e referências aqui presentes.

Ao amigo Leodi Covatti, por me ajudar com as traduções das citações em inglês e francês.

Às professoras e aos professores com quem fiz disciplinas e/ou tive a oportunidade de trocar percepções a respeito das formas com que o turismo se manifesta em Florianópolis e em diferentes lugares do planeta: Antônio Carlos Robert Moraes, Boris Kossoy, Eduardo Yázigi, Elson Pereira, Ewerton Machado, José Guilherme Magnani, Leila Dias, Maria Inês Sugai e Rachele Borghi.

Às pessoas que me concederam entrevistas.

Às pessoas que trabalham nos arquivos e bibliotecas onde realizei a pesquisa.

RESUMO

LENZI, M. H. **A invenção de Florianópolis como cidade turística:** discursos, paisagens e relações de poder. 2016. 246 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

Tendo por objetivo investigar o processo de invenção de Florianópolis como cidade turística, analiso as relações de poder e a construção discursiva em torno do turismo na cidade, desde a década de 1970. Para as análises, dentre outros/as autores/as, estabeleço um diálogo entre as concepções teóricas e conceitos de Michel Foucault e de James Duncan. Nessa perspectiva, exploro as condições históricas de emergência e transformação das práticas, instituições e estratégias discursivas e analiso narrativas midiáticas, como jornais, revistas e publicidade, além da legislação urbana e turística. Esse conjunto de produções discursivas tramadas às relações de poder compõe a paisagem de Florianópolis e participa da invenção da cidade turística. A paisagem, nesta tese, é compreendida como um discurso, portanto mediada pelas relações de poder. Desse modo, quando vira produto turístico, a paisagem passa a ser analisada considerando escolhas, arranjos políticos e tensões entre os diferentes grupos sociais que disputam o poder pelo uso e significação do espaço. Nesta pesquisa, identifico discursos hegemônicos e contestatórios que moldaram a produção de determinadas paisagens da cidade: o empreendimento-balneário de Jurerê Internacional, como uma expressão do discurso hegemônico, e o balneário do Campeche, como expressão de contestação e resistência. Compreendo que o direcionamento simbólico-material da produção de discursos se deu a partir dos interesses de determinados/as atores/as, modelos e concepções de cidade e por meio de estratégias de legitimação de uma verdade por eles/as próprios/as enunciada, visando o controle do espaço urbano.

Palavras-chave: turismo, discurso, paisagem, espaço urbano, relações de poder

ABSTRACT

LENZI, M. H. **The Invention of Florianópolis as a Tourist City**: discourses, landscapes and power relations. 2016. 246 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

With the objective of investigating the process of inventing Florianópolis as a tourist city, I analyze the relations of power and the discursive construction about tourism in the city since the 1970s. For these analyses, I establish a dialog with theoretical concepts of Michel Foucault, James Duncan and other authors. From this perspective, I explore the historic conditions of the emergence and transformation of practices, institutions and discursive strategies and I analyze media narratives found in newspapers, magazines and advertising, as well as urban and tourist legislation. This set of discursive production, interwoven to the power relations, composes the landscape of Florianópolis and participates in the invention of the tourist city. The landscape, in this thesis, is understood as a discourse, and is therefore mediated by power relations. In this way, when it becomes a tourist product, the landscape is analyzed considering political choices and arrangements and tensions between the various social groups that dispute power and the use and signification of space. In this study, I identify hegemonic and questioning discourses that shape the production of certain landscapes of the city: the beach community of the Jurerê Internacional development, as an expression of the hegemonic discourse; and the beach community of Campeche, as an expression of contestation and resistance. I understand that the symbolic material that gives direction to the production of discourses takes place through the interests of certain actors/esses, models and concepts of the city and by means of strategies of legitimation of a truth that they enunciate, in efforts to control the urban space.

Keywords: tourism, discourse, landscape, urban space, power relations

RÉSUMÉ

LENZI, M. H. **L'invention de Florianópolis en tant que ville touristique** : discours, paysages et rapports de pouvoir. 2016. 246 f. Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.

Dans le but d'étudier le processus d'invention de Florianópolis en tant que ville touristique, j'ai analysé les rapports de pouvoir et la construction discursive à propos du tourisme dans la ville, depuis les années 1970. Pour les analyses, j'ai établi, principalement, un dialogue entre les conceptions théoriques et les concepts de Michel Foucault et de James Duncan. Dans cette perspective, j'ai exploré les conditions historiques de l'émergence et de la transformation des pratiques, des institutions et des stratégies discursives et j'ai analysé les récits médiatiques tels que ceux des journaux, des revues et de la publicité, outre la législation urbaine et touristique. Cet ensemble de productions discursives tissées de relations de pouvoir compose le paysage de Florianópolis et participe à l'invention de la ville touristique. Le paysage, dans cette thèse, est compris comme un discours et donc médié par les rapports de pouvoir. Ainsi, quand il devient un produit touristique, le paysage est analysé en prenant en considération des choix, des accords politiques et des tensions entre les divers groupes sociaux qui se disputent le pouvoir pour l'usage et la signification de l'espace. Dans cette recherche, j'ai identifié des discours hégémoniques et contestataires qui ont délimité la production de certains paysages de la ville : l'entreprise-balnéaire de Jurerê Internacional, en tant qu'expression du discours hégémonique et le balnéaire de Campeche, en tant qu'expression de contestation et de résistance. Je comprends que l'orientation symbolique et matérielle de la production de discours s'est faite à partir des intérêts de certain/es acteur/rices, de modèles et de conceptions de ville, et au moyen de stratégies de légitimation d'une vérité énoncée dans le but de contrôler l'espace urbain.

Mots-clés: tourisme, discours, paysage, espace urbain, rapports de pouvoir

LISTA DE FIGURAS

Figura da capa - Praia Mole (autoria e data desconhecidas)	
Figura 1 - Mapa turístico de Florianópolis	23
Figura 2 - Nossa Ilha, ponto de turismo.....	85
Figura 3 - Florianópolis	87
Figura 4 - Circuito Rodoviário	88
Figura 5 - Praia de Itaguaçu	139
Figura 6 - Mapa Rodoviário	140
Figura 7 - Florianópolis, uma cidade boa de se viver	142
Figura 8 - Florianópolis quer varar o século como paraíso internacional.....	145
Figura 9 - Na crista da onda 1	148
Figura 10 - Na crista da onda 2	149
Figura 11 - Florianópolis – vale a pena!	150
Figura 12 - Florianópolis é polo turístico internacional	151
Figura 13 - Os Prós	152
Figura 14 - Florianópolis. Polo turístico internacional.....	154
Figura 15 - Jurerê Internacional. A praia de primeiro mundo de Florianópolis.....	154
Figura 16 - O outro lado de Florianópolis	156
Figura 17 - A Ilha da Magia	157
Figura 18 - Florianópolis. A história do turismo	159
Figura 19 - Ilha da magia.....	163
Figura 20 - A Flórida brasileira	165
Figura 21 - Bem-vindos aos paraíso.....	166
Figura 22 - A cidade mais querida do Brasil.....	166
Figura 23 - Geografia – Florianópolis	168
Figura 24 - Localização de Jurerê Internacional e Campeche em Florianópolis, 2012	173
Figura 25 - <i>Beach club</i> de Jurerê Internacional.....	177
Figura 26 - Panorâmica de Jurerê Internacional	179
Figura 27 - Mansões típicas de Jurerê Internacional.....	179
Figura 28 - Foto-aérea de Jurerê Internacional, 2012	181
Figura 29 - Outrora praia de pescadores em Floripa: balneário de férias, Beverly Hills brasileira agrega valor à sociedade do sul	184
Figura 30 - Glamour e sofisticação são as marcas de Jurerê Internacional, em Florianópolis	184
Figura 31 - Como viver como poucos?.....	185
Figura 32 - Justiça Federal condena Habitasul por danos ao meio ambiente em Jurerê Internacional.....	187
Figura 33 - Jurerê recebe certificado sócio-ambiental.....	187
Figura 34 - Foto-aérea do Campeche, 1977	192
Figura 35 - Foto-aérea do Campeche, 1994	194
Figura 36 - Jornal Fala Campeche 1	198
Figura 37 - Jornal Fala Campeche 2	198
Figura 38 - Movimento Campeche contra PD do IPUF 1	199
Figura 39 - Movimento Campeche contra PD do IPUF 2	199
Figura 40 - Loteamento Novo Campeche.....	207
Figura 41 - Loteamento Novo Campeche sobre área de dunas e restinga.....	208
Figura 42 - Foto-aérea do Campeche, 2012	211

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AMOCAM	Associação de Moradores do Campeche
APP	Área de Preservação Permanente
Art.	Artigo
ATE	Área Turística Exclusiva
AUF	Aglomerado Urbano de Florianópolis
BESC	Banco do Estado de Santa Catarina
BPSC	Biblioteca Pública do Estado de Santa Catarina
CITUR	Companhia de Turismo e Empreendimentos de Santa Catarina
CF	Constituição Federal
CM	Câmara Municipal
CMF	Câmara Municipal de Florianópolis
CNPU	Comissão Nacional de Regiões Metropolitanas e Política Urbana
DEATUR	Departamento Autônomo de Turismo do Estado de Santa Catarina
DC	Diário Catarinense
DIRETUR	Diretoria de Turismo e Comunicações
EMBRATUR	Instituto Brasileiro de Turismo
ESPLAN	Escritório Catarinense de Planejamento Urbano
FATMA	Fundação do Meio Ambiente
FIFA	Federação Internacional de Futebol
FLORAM	Fundação Municipal do Meio Ambiente
FC&VB	Florianópolis e Região <i>Convention & Visitors Bureau</i>
IBAMA	Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IHGB	Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro
IHGSC	Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina
IPEA	Instituto de Planejamento Econômico e Social
IPUF	Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis
MEL	Movimento Ecológico Livre
MCMV	Minha Casa, Minha Vida
MCQV	Movimento Campeche Qualidade de Vida
Mtur	Ministério do Turismo
PMF	Prefeitura Municipal de Florianópolis
PD	Plano Diretor
PDAMF	Plano de Desenvolvimento da Área Metropolitana de Florianópolis
PDTAUF	Plano de Desenvolvimento Turístico do Aglomerado Urbano de Florianópolis
PFL	Partido da Frente Liberal
PSOL	Partido Socialismo e Liberdade
PT	Partido dos Trabalhadores
PROTUR	Fundação Pró-Turismo
PU	Planejamento Urbano
RBT	Revista Brasileira de Turismo
RM	Região Metropolitana
RMF	Região Metropolitana de Florianópolis
SANTUR	Santa Catarina Turismo S/A

SERFHAU	Serviço Federal de Habitação e Urbanismo
SETUR	Secretaria de Turismo
SOL	Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte
SUDESUL	Superintendência do Desenvolvimento da Região Sul
TURESC	Empresa de Turismo e Empreendimentos de Santa Catarina
UDESC	Universidade do Estado de Santa Catarina
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina
UNESP	Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”
UNIVALI	Universidade do Vale do Itajaí
USP	Universidade de São Paulo
ZUP	Zona de Urbanização Prioritária

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	14
CAPÍTULO 1 ORGANIZANDO O ROTEIRO DA VIAGEM: A TRAJETÓRIA DA PROBLEMÁTICA DE PESQUISA	22
1.1 Partindo de caminhos e lugares já conhecidos: os percursos e os questionamentos iniciais	23
1.2 Sobre os roteiros alheios e a programação de uma nova viagem: as pesquisas sobre Florianópolis e as dimensões teóricas do turismo	26
1.3 Mapeando as próximas paradas e os caminhos a seguir	36
1.4 O itinerário percorrido: transformando o disperso em pesquisa	42
CAPÍTULO 2 AS PERSPECTIVAS DA VIAGEM PARA ALÉM DO MAPA: ESPAÇO, PAISAGEM E DISCURSO PARA AS ANÁLISES DO TURISMO.....	48
2.1 Trajetórias do deslocamento I: a abordagem da dimensão espacial pela Nova Geografia Cultural	49
2.2 Trajetórias do deslocamento II: discurso, espaço e turismo ou quando a Geografia dialoga com Michel Foucault	60
2.3 As encruzilhadas teóricas: a paisagem como prática discursiva	68
CAPÍTULO 3 O TURISMO EM FLORIANÓPOLIS COMO CONSTRUÇÃO HISTÓRICA: AS RELAÇÕES DE PODER E OS INSTRUMENTOS DE CONTROLE DO ESPAÇO	78
3.1 O sonho de fazer da Ilha um centro turístico: os prelúdios do turismo em Florianópolis	80
3.2 A emergência do turismo como política institucional e parte do planejamento urbano... ..	90
3.3 “Florianópolis vale a pena”: a legitimação do turismo pela força do empresariado local.....	106
3.4 O turismo em tempos de elitização e marketing: permanências e tensões	119
CAPÍTULO 4 PAISAGENS DISCURSIVAS HEGEMÔNICAS: A CONSTRUÇÃO DA FLORIANÓPOLIS TURÍSTICA POR MEIO DAS NARRATIVAS MIDIÁTICAS	134
4.1 O nascimento de um novo olhar: a cidade de sol e mar	137
4.2 De cidade de sol e mar a paraíso internacional: inventa-se uma “vocação”	144
4.3 Narrativas de um roteiro único: produção e mediação do processo de elitização do turismo e da cidade	160
CAPÍTULO 5 DIFERENTES LÓGICAS ESPACIAIS: HEGEMONIA E CONTESTAÇÃO DE MODELOS URBANOS EM FLORIANÓPOLIS.....	171
5.1 “Jurerê é um fenômeno!”: conexões entre paisagem de elite, urbanização e retórica ambiental.	174
5.2 “O Campeche não optou pela verticalização”: o jogo de forças entre grupos sociais.....	191
CONSIDERAÇÕES FINAIS	212
REFERÊNCIAS	220
APÊNDICE	242

INTRODUÇÃO

Seria um exagero referir-se a Florianópolis como conceito, assim como se fala do Oriente (SAID, 2007), da África (NHAMPOCA, 2015)¹, do Nordeste (ALBUQUERQUE JR., 2011) ou da Baixada Fluminense (SILVA, L., 2013), talvez porque a própria escala não permita as generalizações que são feitas para os espaços citados, no entanto, isso não me impede de partir da mesma compreensão dessas pesquisas, que buscam desnaturalizar² os espaços, tratando-os como processos, como espacializações e não mais como essências.

Objetivo, nesta tese, desnaturalizar os espaços ao problematizar as imagens e as palavras que os definem, discursos que, ao longo de anos, foram delimitando modelos e conceitos e consolidando como verdades³ formas de ver e de dizer Florianópolis. Por meio de relações de poder que conectam discursos e práticas sociais foi instituída uma verdade, na forma de uma “vocaço”⁴, para aquela cidade. No entanto, o processo de construo de uma cidade que naturalmente turstica – sua “vocao” – aciona, em cada momento histrico, diferentes argumentos que objetivam inventar esse espao e no apenas descrev-lo.

Parto da noo de inveno da cidade turstica e no de origem ou descoberta, pois no havia uma cidade turstica *a priori* na qual simplesmente se manifestou ou se descobriu essa potencialidade, mas sim condies histricas que

¹ Informao verbal em palestra proferida na Universidade Federal de Santa Catarina em 25 jun. 2015, intitulada “Os trs Cs da frica (crises, catstrofes, conflitos) e a desconstruo do rtulo”.

² Utilizo o verbo *naturalizar*, *desnaturalizar* e suas derivaes para fazer referncia ao processo de cristalizao de uma nica forma de significar um espao ou de abordar um conceito ou ideia, tratando-os como neutros e destitundo-os de suas caractersticas polticas, econmicas e culturais que os constituem como construes histricas e sociais, sempre em transformao. Teoricamente entendo que no existem objetos naturais, no entanto, socialmente produzem-se naturalizaes de diversas ordens: do espao, do tempo, da cidade, do corpo, do alimento, do sujeito, entre outros. Desse modo, ao tratar de objetos naturalizados, refiro-me a fabricaes/invenes humanas, que tm um sentido histrico, mas que so tomadas como naturais.

³ Quando me refiro verdade no estou defendendo que exista um conjunto de ideias que se mostre mais correto do que outro e que, portanto, seja assim definido. Entendo que o que h, como expe Foucault (2015), so “efeitos de verdade” que so so assim compreendidos quando analisados no interior dos discursos. Ou seja, no h verdade fora de um discurso, pois nada absolutamente verdadeiro ou falso. A palavra verdade ser repetida muitas vezes neste texto, mas seu sentido sempre esse, de uma construo discursiva que tem um sentido histrico e no como algo universal.

⁴ “Vocao” turstica refere-se a uma verdade institida e no a uma ddiva natural, como os enunciados tursticos costumam apresentar. Para demarcar essa concepo e para no confundir com as vezes que a palavra “vocao” enunciada em jornais e revistas, ela sempre aparecer entre aspas neste texto.

tornaram possível a emergência de práticas, de novas instituições e políticas, de novas relações entre agentes da cidade, de novos enunciados e discursos. Foi devido a uma conjunção de fatores que o turismo passou a compor as relações de produção do espaço de Florianópolis.

Diferentemente do Oriente, da África, do Nordeste e da Baixada Fluminense, o que define Florianópolis não diz respeito a uma religião estranha ao cristianismo ou a seres exóticos, nem a crises, catástrofes e conflitos, muito menos à seca e ao coronelismo ou à ausência do Estado e à violência. Pelo contrário, Florianópolis vem sendo construída simbólica e materialmente como uma ilha dotada de dezenas de belas praias e alguns ecossistemas naturais ainda conservados, como manguezais, dunas, restingas e floresta atlântica, com o maior Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) dentre as capitais do país. Florianópolis é ainda apresentada como um lugar dotado de segurança e tranquilidade e, ao mesmo tempo, cosmopolita, além disso, como uma cidade “badalada” pelas festas e pelo público de alto poder aquisitivo que a frequenta na temporada de verão e que, com frequência, acaba se mudando para ela, como não cansam de enunciar os vários meios de comunicação que analiso ao longo da tese. Ademais, divulga-se que a cidade tem recebido significativos investimentos na indústria de alta tecnologia, considerada uma indústria “limpa”, ressaltando assim a preocupação de empresários/as⁵ e governantes com a “questão ambiental”. Não por acaso, em 2010, “por ser um caso exemplar de convívio íntimo entre cidade e natureza, Florianópolis foi escolhida para ser uma reserva da biosfera urbana modelo pela Unesco”⁶.

Assim como Said (2007), Nhampoca (2015), Albuquerque Jr. (2011) e Silva, L. (2013) mostraram o modo como determinados discursos participaram da construção daqueles espaços, nesta tese tenho por intuito fazer o mesmo para Florianópolis, priorizando argumentos que, segundo as fontes consultadas, têm sido objeto tanto de coalizões quanto de tensões políticas que visam naturalizar essa

⁵ A marcação de gênero ou flexão do feminino nos substantivos e adjetivos que se referem a pessoas ou a grupos de pessoas nos quais estejam incluídos/as homens e mulheres está presente nesta tese como estratégia discursiva que visa chamar a atenção para a universalização do masculino nos textos acadêmicos. Embora a perspectiva de gênero ou feminista não esteja na base de minha argumentação teórica a respeito do turismo, essas questões atravessaram a minha experiência e prática como pesquisadora e não poderiam ser simplesmente omitidas na escrita desta tese.

⁶ Disponível em: <<http://floripamanha.org/2010/04/florianopolis-sera-projeto-piloto-de-reserva-da-biosfera-urbana-da-unesco-2/#sthash.J7IHlrJM.dpuf>>. Acesso em: 10 mar. 2015.

paisagem, ou seja, destituir os interesses políticos e econômicos desse processo histórico de construção de uma cidade com “vocalção” turística.

Nesta pesquisa, não só a “vocalção” da cidade é vista como uma emergência histórica, fruto de interesses políticos e econômicos, mas também a própria natureza, seu principal produto turístico, dotada de distintos significados, nada naturais, que, de acordo com ditames internacionais, legislação federal e funções locais, deixa de ser empecilho e passa a compor as estratégias de *marketing* urbano. Assim, turismo, urbanização e natureza, tensamente conectados desde a década de 1980 até os dias atuais, são abordados por meio de práticas e discursos que delinearam formas de interpretar a paisagem florianopolitana nesse período, que se construiu não só de acordo com o discurso hegemônico mas também marcado por movimentos de contestação e resistência.

Atualmente o turismo não é mais um projeto, um sonho ou uma potencialidade para Florianópolis, como foi apontado em décadas precedentes, mas uma verdade ou uma forma de definir aquele espaço. No entanto, toda verdade tem uma história da qual se toma conhecimento quando se procura entender qual conjunto de procedimentos, entre modelos e planos urbanos e estratégias de poder, organiza o funcionamento de determinados enunciados – textuais e imagéticos – que passam a orientar aquilo que pode ser considerado verdadeiro e excluir aquilo que é considerado falso por contestar ou se opor ao anterior.

A prática turística foi sendo construída, configurando uma realidade para a cidade que, desde os anos 1980, ganha tamanha importância que é instituída como o principal desígnio de Florianópolis, construindo uma única interpretação de sua paisagem⁷. Esse processo é explicado por Duncan (1990, p. 19):

By becoming part of the everyday, the taken-for-granted, the objective, and the natural, the landscape masks the artifice and ideological nature of its form and content. Its history as a social construction is unexamined. It is, therefore, as unwittingly read as it is unwittingly written⁸.

⁷ A paisagem, conceito que será aprofundado oportunamente, é definida como um discurso. Deixando, portanto, de ser vista como um conjunto de formas para ser compreendida como um sistema de significação que não só reflete mas comunica e compõe as relações sociais e de poder (DUNCAN, 1990).

⁸ “Ao tornar-se parte do cotidiano, do presumido, do objetivo e do natural, a paisagem mascara a natureza artificial e ideológica de sua forma e conteúdo. Sua história como construção social não é questionada. Por conseguinte, é tanto involuntariamente lida quanto involuntariamente escrita” (tradução nossa).

À escala global, o turismo, da forma como se conhece hoje, é um fenómeno em crescimento e de gigantescas dimensões que, no ano de 1980, registrou um total de 277 milhões de chegadas internacionais ao redor do Mundo e que, em 2012, atingiu a marca de 1 bilhão de chegadas, com gasto total superior a US\$1.078 bilhões nesse mesmo ano⁹. Para a escala local os dados são mais módicos, mas representativos desse crescimento. Enquanto no ano de 1981 Florianópolis registrou um total de 67.800 turistas (IPUF, 1999), para a temporada de verão de 2014-2015 era esperado 1,5 milhão de pessoas, segundo os jornais locais¹⁰.

A constatação numérica de que o turismo assumiu um papel importante para a cidade enfatiza-se no verão, quando Florianópolis muda completamente sua dinâmica, tanto no que diz respeito à frequência das praias quanto ao comércio, ao mercado imobiliário, ao trânsito de automóveis e ônibus turísticos, aos idiomas falados nas ruas, entre outros aspectos.

No entanto, a presença do turismo também se mostra em outros âmbitos e em outros tempos, pois, do final dos anos 1960 em diante, essa atividade começa a compor os debates políticos sobre os usos do espaço da cidade, sobretudo da Ilha de Santa Catarina¹¹. Esses debates podem ser conferidos em todos os seus planos diretores desde o fim da década de 1970, de quando também data a aparição do turismo em declarações e planos de governo dos gestores públicos, assim como expressa-se nos rumos da urbanização da cidade que, aos poucos, vai trocando as colônias de pescadores por balneários turísticos internacionais¹².

Em nome dessa atividade crescente em todo o país, criam-se secretarias estaduais e municipais, institutos e outros órgãos responsáveis, por meio dos quais produzem-se planos de desenvolvimento visando integrar essa atividade ao sistema

⁹ Dados disponíveis em:

<http://dtxtg4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en_hr_0.pdf>. Acesso em: 24 mar. 2015.

¹⁰ Dados disponíveis em:

<<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/geral/verao/noticia/2014/12/populacao-de-santa-catarina-pode-aumentar-ate-80-com-vinda-de-turistas-para-a-temporada-4667373.html>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

¹¹ O município de Florianópolis é composto mormente de uma porção insular, que representa 97,23% de sua área total (675,409 km²). A estimativa de população do município para o ano de 2014 ficou em 461.524 habitantes e da Região Metropolitana em 1.096.476, de acordo com os dados do IBGE. Disponível em:

<<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=420540&search=santa-catarina|florianopolis>>. Acesso em: 14 jul. 2015.

¹² A internacionalização do turismo em Florianópolis deve-se aos/às turistas procedentes majoritariamente da Argentina, do Uruguai e do Chile (TISSIER, 1998).

produtivo, às relações de mercado e ao trabalho formal. Assim, também inauguram-se linhas de fomento para a atividade, a fim de impulsionar, sobretudo, a construção de hotéis.

O turismo em Florianópolis, assim como outras atividades econômicas do país, teve na década de 1970 um período relevante de investimentos públicos, sobretudo infraestrutura viária, e de incentivos por meio da legislação urbanística que ampliava o direito de área construída para empreendimentos turísticos, gerando, no fim dos anos 1980 e ao longo dos anos 1990, boas expectativas e investimentos por parte da iniciativa privada, sendo considerado, inclusive, uma interessante saída da crise econômica da década de 1980. Do final da década de 1990 aos dias de hoje, o turismo se tornou uma atividade capitaneada pela iniciativa privada, que controla não só as empresas do ramo, o que é evidente, mas também os planos e programas que, atualmente, são público-privados, como exposto no capítulo três.

Além dos vieses legislativo e institucional, a cidade turística em questão também passa a ser assunto de destaque nos jornais locais e começa a aparecer em reportagens de revistas de circulação nacional, tanto nas específicas de viagens e turismo quanto nas de assuntos gerais. A publicidade turística sobre Florianópolis, da qual encontrei registros desde a década de 1950, também é presente, apesar de relativamente escassa até os anos 1990, como demonstro nos capítulos três e quatro. Essa constatação é inegável: dos anos 1970 em diante o turismo ganhou uma posição de destaque na cidade, entretanto, mais do que isso, foi sendo naturalizado, pois passou a ser visto e caracterizado não apenas como mais uma atividade para a cidade mas também como sua própria “vocação” – aquilo que traria a modernidade para a pequena capital do estado, bem como a salvação para o seu desenvolvimento econômico e para a sua urbanização. Essa “vocação” é uma construção expressa por meio de relações de interesse entre determinados/as atores/as, sobretudo empresários/as e políticos/as locais, e que vem, desde praticamente o seu início, sendo contestada, sobretudo pelos movimentos sociais e ambientais fortemente presentes na cidade. Essa construção constitui-se tanto de materialidades quanto de processos simbólicos, todos atravessados por discursos, dos quais o turismo participa inicialmente como objeto e aos poucos vai estabelecendo um campo discursivo próprio.

Apesar da definição de turismo da *World Tourism Organization (WTO)* como “[...] a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes¹³”, ter se mantido a mesma durante todo o período desta pesquisa¹⁴, é notável que a função do turismo e as relações de poder que o permeiam sofreram grandes mudanças ao longo desses 50 anos, tendo em vista que essa prática está diretamente integrada às mudanças de ordem econômica, social, política, ambiental, cultural, entre outras ocorridas na cidade (e no país e no mundo) ao longo desse tempo.

Buscando compreender como se deu a invenção de Florianópolis como cidade turística, parto de algumas questões centrais: que atores/as sociais, instituições e estratégias discursivas compuseram as relações de poder que instituíram o turismo como uma prática central para a cidade? Quais foram as condições históricas que possibilitaram que essa prática fosse vista como uma promissora atividade econômica e como isso foi se transformando ao longo dos anos? Como diferentes discursos embasaram as leituras da paisagem de Florianópolis e como estes se concretizaram na cidade? Se alguma dessas leituras se tornou hegemônica, de que forma veio a ser legitimada e/ou contestada?

Visando responder a essas e a outras perguntas, organizei esta tese em cinco capítulos, além da introdução e das considerações finais. Esses capítulos expressam não só a construção de um texto mas de uma compreensão a respeito do objeto de pesquisa, que foi se transformando e assumindo diferentes forças ao longo da escrita. Em grande medida, este trabalho foi uma reflexão sobre a consolidação de uma verdade a respeito do espaço de Florianópolis e, portanto, a maior parte do texto objetiva comprovar isso. As resistências a essa verdade, que se expressam como contraposição a projetos e modelos hegemônicos de cidade são exploradas no último capítulo da pesquisa.

No primeiro capítulo, abordo a trajetória da pesquisa, desde os seus questionamentos iniciais, a relação com as fontes e o que isso possibilitou avançar teórica e metodologicamente, bem como as lacunas da produção acadêmica a

¹³ “[...] um fenômeno social, cultural e econômico que implica o deslocamento de pessoas para países ou lugares fora do seu ambiente habitual para fins pessoais ou empresariais/profissionais” (tradução nossa).

¹⁴ Disponível em: <<http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary>>. Acesso em: 24 mar. 2015.

respeito do turismo em Florianópolis; além da exposição dos pressupostos, os objetivos e os procedimentos metodológicos.

No capítulo dois, proponho uma discussão teórica sobre a dimensão espacial da Nova Geografia Cultural; aprofundo questões sobre discurso, verdade e poder e suas análises a partir de Michel Foucault; e discorro sobre o conceito de paisagem como produção discursiva na perspectiva de James Duncan.

No terceiro capítulo, exploro as mudanças históricas da cidade, desde fins da década de 1970 aos dias de hoje, visando compreender como se organizaram as relações de poder em torno do turismo, como o papel dessa prática foi sendo modificado de acordo com os diferentes interesses de atores/as da cidade, as mudanças institucionais, as práticas sociais e as estratégias políticas e como essas questões se tornaram visíveis também na legislação, que é parte do processo político da cidade.

No quarto capítulo, exploro argumentos, tensionamentos e leituras da paisagem urbana por meio de textos e imagens produzidos pelas narrativas da imprensa e da publicidade turística, por meio de periódicos de circulação local e nacional, entre jornais e revistas, e pelos guias e revistas turísticas, que participam desse processo de legitimação do turismo e de fabricação da cidade turística que, conjuntamente ao abordado no capítulo três, participaram da produção de um sentido hegemônico para Florianópolis.

No quinto capítulo, abordo a construção discursiva da paisagem e de como as tensões sociais são sua marca principal, tanto para a legitimação do discurso hegemônico quanto para sua contestação, respectivamente trabalhadas pelas paisagens de Jurerê Internacional e Campeche. Nesse capítulo final, desenvolvo a ideia de que não há apenas uma lógica espacial para se pensar, planejar e transformar a cidade.

Esclareço que, a princípio, a escrita desta tese partia de dois lugares: o de pesquisadora e o de nativa de Florianópolis. O de pesquisadora é marcado por um lugar de fala que reflete um distanciamento-aproximação eterno em relação ao objeto. O de nativa, por sua vez, é muito particular, sobretudo porque vivi nessa cidade boa parte do período que analiso, ou seja, não só reflito sobre as transformações simbólico-materiais da cidade, mas estive presente e misturada nelas ao longo de minha vida, não como turista, mas como habitante.

Esses dois lugares são importantes e são constituintes desta tese. Mas, além disso, esta pesquisa foi fortemente marcada por várias experiências distintas entre a pesquisadora, como observadora, e a cidade. Essas experiências não só modificaram minha relação com as análises e com a escrita mas com a própria cidade. Entendo esses processos de tese como experiências que necessariamente vão, ao longo de aproximadamente quatro anos, modificando a relação de quem pesquisa com o mundo e com os objetos pesquisados, que fazem parte desse mundo.

Esclareço também que escrevo este texto na primeira pessoa do singular, pois compreendo que a ciência é produto de subjetividades e não a expressão de uma pretensa objetividade que separa a pesquisa de quem a faz. Ao invés de utilizar um sujeito indeterminado e com isso sugerir algum grau de neutralidade, implico-me nas escolhas epistemológicas e políticas que fiz e que constituem esta tese, o que inclui também a linguagem.

CAPÍTULO 1 ORGANIZANDO O ROTEIRO DA VIAGEM¹⁵: A TRAJETÓRIA DA PROBLEMÁTICA DE PESQUISA

Neste capítulo, apresento a trajetória da problemática de pesquisa, desde as inquietações iniciais até as mudanças percebidas ao tomar contato com as fontes documentais e com a perspectiva teórica que pareceu mais adequada para responder as questões assumidas para esta tese ao longo do trabalho. Inicialmente, partindo de lugares e caminhos já conhecidos, exploro as primeiras ideias e questionamentos que me fizeram iniciar o trabalho; na sequência, trato daquilo que denomino roteiros alheios, por meio das pesquisas sobre turismo em Florianópolis, além das dimensões teóricas do turismo que me levaram além das pesquisas já realizadas; adiante, abordo novas questões teórico-metodológicas através da Nova Geografia Cultural e das análises dos discursos de Michel Foucault; por fim, descrevo o passo a passo da pesquisa, relatando como colhi os documentos, como foram feitas as entrevistas e como fui organizando todo o material para análise.

Aproveito o momento de exposição do roteiro da tese para apresentar também um mapa turístico de Florianópolis (Figura 1), visto que são mapas desse tipo e com essa linguagem que falam e mostram a cidade em foco:

¹⁵ Utilizo-me de metáforas relativas a viagens para os títulos e subtítulos dos capítulos um e dois com o intuito de conduzir o/a leitor/a ao universo das viagens, que é uma das faces do turismo, mas também aos caminhos teórico-metodológicos que percorri na escrita desta tese.

Figura 1: Mapa turístico de Florianópolis
Fonte: SETUR, n.d.

1.1 Partindo de caminhos e lugares já conhecidos: os percursos e os questionamentos iniciais

Em minha dissertação de mestrado (LENZI, 2010) objetivei compreender em que se fundamentavam as imagens de Florianópolis da época, que tinham a intenção de promover a cidade atraindo turistas, investimentos e novos/as moradores/as. Essas imagens possuíam um padrão fundamental: ao divulgar a cidade, não mostravam seu presente, mas voltavam seu foco para as memórias do passado e para as potencialidades do futuro. Além disso, percebi que as imagens

produzidas pela publicidade turística haviam sido amplamente apropriadas por outros meios de comunicação, bem como por políticos/as e habitantes, o que me levou a concluir que a imagem turística havia se transformado na imagem da cidade por excelência.

Um dos fatos que me fez ter essa percepção foi o vídeo produzido pelo governo do estado, em 2007, para apresentar a cidade à Federação Internacional de Futebol (FIFA) como uma das candidatas à sede da Copa do Mundo de 2014. Ao invés de mostrar projetos de ampliação da infraestrutura urbana ou de ressaltar a já existente, vendeu-se o clichê do produto turístico: praias, paisagens naturais, núcleos tradicionais, comidas típicas, povo hospitaleiro. Esqueceu-se de que, para receber equipes, torcedores/as e turistas nos meses de inverno, não seria suficiente aquilo que se costuma oferecer ao turismo durante o verão.

A comoção com a exclusão da cidade não só ganhou espaço nas conversas entre entusiastas como foi amplamente expressa nos jornais locais de forma taxativa: “como uma cidade paradisíaca como essa não vai ser uma das cidades-sede da Copa?”. Visto a dimensão assumida, isso me pareceu significativo e, a partir daí, passei a constatar que não eram só promotores/as turísticos/as que haviam se apropriado dessa imagem (LENZI, 2010).

A visão da cidade paradisíaca pareceu-me tão generalizada quanto ilusória. Em 2008, quando realizava aquela pesquisa, apenas 45% da população estava integrada à rede de esgoto. Um paraíso onde a maioria jogava (e ainda joga) seu esgoto no principal produto turístico da cidade, o mar. Além disso, esse dado contradiz todo o discurso ambiental, fortemente incorporado pela legislação municipal, tanto no Plano de Desenvolvimento Turístico do Aglomerado Urbano de Florianópolis quanto no Plano Diretor dos Balneários, ambos da década de 1980.

A partir da dissertação, surgiu o interesse em aprofundar o debate entre aquilo que propunha o planejamento urbano (PU) de Florianópolis e as formas pelas quais o turismo foi não só se destacando enquanto imagem da cidade mas sendo objeto de sua legislação, dos planos urbanos e de governo, bem como ditando os rumos da urbanização e transformando os balneários da Ilha de Santa Catarina.

Desde as primeiras leituras de parte das fontes da atual pesquisa, realizadas sobre os planos diretores e turísticos de Florianópolis, percebi que a relação entre PU e turismo, como já imaginava, não era fruto somente do que pregavam as

autoridades locais, tampouco era um reflexo exclusivo dos interesses de empresários/as e que, muito menos, estava de acordo com as reivindicações de cunho ambiental e social. Observei que a forte presença do turismo na urbanização da cidade era resultado de uma rede de relações e de um jogo entre atores/as que vinha se configurando desde fins da década de 1960, a partir de interesses de vários segmentos que possuíam distintos projetos de cidade e que, portanto, não era um fato unilateral ou consensual.

Esses projetos também se mostravam presentes nos guias turísticos, mais explicitamente nos produzidos até os anos 1990. A título de exemplo, os guias do final da década de 1960 apresentam a cidade por meio de um discurso técnico e racionalista, mostrando como ela é dotada de infraestrutura urbana, como postes e ruas calçadas. Esse discurso evoca argumentos próprios de um contexto histórico que, não por coincidência, mostrava-se presente tanto nos planos diretores quanto nos guias. A partir disso, elaborei uma questão que passou a guiar novas problematizações, leituras e interpretações: como se deram as transformações da produção discursiva em torno do turismo em Florianópolis?

Ao trazer o debate para as relações discursivas, abre-se a possibilidade de questionar os usos da linguagem, bem como a utilização de um grande arsenal de símbolos, imagens e ideias estereotipadas que compõem não só as peças publicitárias da cidade de Florianópolis mas também se encontram explícitas nas falas de políticos/as e nos planos urbanísticos e turísticos da cidade.

A desconsideração desses elementos – linguagem e discurso –, fortemente presentes nas relações espaciais e nas disputas pela construção do espaço, reflete uma certa inocência dos/as pesquisadores/as, pois, tal como relata Albuquerque Jr. (2011) para a historiografia e Silva et al. (2013) para a geografia brasileiras, os usos da linguagem na prática científica são políticos, construídos por articulações entre formas de saber e relações de poder, sendo, inclusive, suportes epistemológicos dos interesses de quem produz essas ciências. Ademais, são elementos praticamente onipresentes quando se trata do turismo.

Acredito que esse viés de análise, que considera a paisagem como produção discursiva e que também busca politizar o uso da linguagem, pode ser melhor explorado como campo na Geografia brasileira, já que tanto linguagem

quanto produção discursiva não estão desconectadas das relações e disputas políticas e econômicas que compõem as relações espaciais.

As relações políticas estão diretamente correlacionadas às tensões ou disputas pelo poder, sendo este também entendido como uma relação. As relações de poder se dão de múltiplas formas e acionam determinados instrumentos de controle, como é o caso da legislação urbanística abordada nesta tese. Como expõe Gomes (2002), pode-se chamar de “geopolítica urbana” os fenômenos que têm o território (ou alguns territórios) da cidade como objeto de disputa visando afirmar (ou questionar) as relações de poder que ali se exercem. As disputas políticas, são, de fato, disputas geopolíticas, ou seja, visam controlar determinado espaço e exercer de forma hegemônica determinado tipo de poder. As relações econômicas, por sua vez, não estão desconectadas das relações de poder, visto que, muito frequentemente, quem possui meios ou bens necessários para gerar capital, sejam indústrias, empresas no geral, hotéis, shopping centers, agências publicitárias, turísticas e afins, acaba assumindo posições privilegiadas nas relações de poder e, neste caso de estudo, na “geopolítica urbana”.

1.2 Sobre os roteiros alheios e a programação de uma nova viagem: as pesquisas sobre Florianópolis e as dimensões teóricas do turismo

Para a construção da problemática, realizei revisão bibliográfica visando compreender as abordagens sobre o turismo em Florianópolis, que revelou-se um tema de grande interesse acadêmico e também uma prática de importante dimensão social. Realizei pesquisas em periódicos *online*, em livros produzidos por pesquisadores/as do assunto e nos *sites* de algumas bibliotecas, como detalharei adiante.

Segundo o banco de dados das bibliotecas da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), onde encontra-se o maior número de trabalhos a respeito dessa temática, tem-se o seguinte resultado: um total de trinta e um trabalhos, entre

dissertações e teses, dos programas de pós-graduação em Administração, Antropologia, Arquitetura e Urbanismo, Engenharia Ambiental, Engenharia de Produção, Design e Expressão Gráfica, Geografia, História, Sociologia Política e Serviço Social, entre os anos de 1994 e 2015.

Entre os anos de 1994 e 2001, a média é de um trabalho defendido por ano com essa temática; a partir de 2002, a média fica entre três e quatro, sendo que nos anos de 2008 e 2009 não houve nenhum. Vale ressaltar que a produção acadêmica, em nível de pós-graduação, tem um aumento significativo nos anos 2000, não só no que diz respeito aos estudos sobre turismo mas no geral.

No banco de dados das bibliotecas da Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), existe referência de uma dissertação sobre a temática do turismo em Florianópolis, do ano de 2011, defendida junto ao Mestrado Profissional em Planejamento Territorial e Desenvolvimento Socioambiental, vinculado ao Departamento de Geografia.

Já no banco de dissertações do Programa de Pós-graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI), há uma grande diversidade de temas, mas, com foco no turismo em Florianópolis, há um total de quinze dissertações defendidas entre os anos de 2002 e 2015.

Existem também duas teses de doutorado defendidas em programas de pós-graduação em Geografia de outros estados que abordam o turismo em Florianópolis. Uma da Universidade de São Paulo (USP)¹⁶ e outra da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (UNESP)¹⁷.

A partir dessas leituras, avaliei que as pesquisas sobre turismo em Florianópolis podem ser enquadradas em três grandes grupos: as de viés econômico que, sinteticamente, visam explicar o desenvolvimento do turismo como um setor da economia, frisando criticamente seus impactos econômicos, como os problemas da sazonalidade e do subemprego, mostrando que o turismo produz muito mais uma ilusão ou um fetiche do que retornos concretos para a sociedade. Como expoentes desse viés destacam-se a dissertação (defendida na UFSC) e a tese (defendida na UNESP) de Ouriques¹⁸.

¹⁶ Machado (2000)

¹⁷ Ouriques (2003), publicado na forma de livro: Ouriques (2005)

¹⁸ Ouriques (1998, 2005)

O outro grande viés seria o das análises de caráter ambiental e ligadas à perspectiva da sustentabilidade que, da mesma forma que as econômicas, consideram os impactos negativos do turismo superiores às suas prometidas benesses, mostrando os resultados da degradação e apontando para as possibilidades do turismo sustentável. Esse viés se deve tanto à introdução do conceito de *desenvolvimento sustentável*¹⁹, nos anos 1990, quanto a já visível degradação dos ambientes naturais da Ilha de Santa Catarina. Uma das primeiras pesquisas com essa perspectiva é de Moretto Neto (1993), que questiona a relação da urbanização atrelada à atividade turística e suas implicações ambientais no balneário dos Ingleses, ao norte da Ilha de Santa Catarina. Segundo o autor, a racionalidade econômica guiou o modelo de desenvolvimento da cidade, causando danos ambientais irreparáveis e colocando o turismo, da forma como foi implementado até então, como um dos agentes predatórios. Como contraponto a esse modelo e arcabouço teórico, o autor apresenta as diretrizes do Desenvolvimento Sustentável, que serviriam de modelo para o turismo na cidade. Nesse mesmo sentido, encontra-se a dissertação de Mingori (2001), que aborda o turismo sustentável como um vetor de desenvolvimento para Florianópolis, pois parte do pressuposto de que o litoral tem potencialidade econômica sustentável desde que encarado da perspectiva do ecodesenvolvimento.

Essas pesquisas de cunho ambiental representam um marco do final da década de 1990 e início dos anos 2000, quando essas discussões despontavam no cenário internacional por conta dos debates sobre aquecimento global, da Rio 92, do Protocolo de Kyoto em 1997 e, à escala local, tanto pela publicação da Agenda 21 Local quanto pela construção da imagem da cidade de então, já atrelada à natureza. Isso significa que, naquele momento, algumas pesquisas defendiam que os argumentos da sustentabilidade não seriam puramente retóricos, apesar de que esse risco já era apontado por muitas pessoas.

Segundo as análises de Güttler (2002), que também buscava entender o direcionamento das pesquisas sobre turismo em Florianópolis, podem-se identificar

¹⁹ Termo popularizado na década de 1990 mas utilizado pela primeira vez em 1987, no Relatório Bründtland, *Nosso Futuro Comum*, elaborado pela Comissão Mundial sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento da Organização das Nações Unidas (ONU). A estratégia de “desenvolvimento sustentável” é um dos pontos centrais desse relatório, que questiona a forma como os países industrializados e em desenvolvimento vêm se utilizando dos recursos naturais (COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO, 1991).

mais dois vieses para a produção acadêmica voltada a esse fenômeno: o ideológico e o discursivo. As pesquisas contidas no primeiro estariam dirigidas para o contexto político-econômico, sobretudo focadas no planejamento turístico e na forma como as ideologias dominantes agem na estruturação do turismo. As de viés discursivo, por sua vez, visariam mostrar como o turismo é abordado pelos discursos.

Segundo minha leitura, esses dois vieses podem ser reunidos em apenas um, o viés político, recorrentemente marcado por análises que mostram o turismo como uma construção histórica da cidade e como expoente de relações de poder entre atores/as públicos/as e privados/as, instituições, normas do planejamento urbano, movimentos sociais, entre outros.

Nessa perspectiva, Santos (1993) aborda os reflexos do planejamento turístico nas praias de Canasvieiras e Jurerê Internacional, sobretudo na década de 1980 e início da década de 1990, objetivando mostrar que o planejamento realizado nesses balneários precisa ser compreendido como parte da dinâmica da urbanização capitalista, refletindo, dessa forma, as contradições do sistema. A autora faz uma detalhada análise dos agentes participantes desse processo, do papel representado pelo planejamento e das especificidades de uma urbanização voltada ao veraneio. Ela também destaca as características predatórias pelas quais o turismo foi desequilibrando o sistema natural e as comunidades tradicionais da ilha.

Januário (1997) analisa as redes formadas pelo empresariado do setor turístico da cidade entre 1979 e 1995, sendo de fundamental importância para pensar as redes que se configuram nesta tese. O autor apresenta a força do poder local empresarial frente ao poder público no que diz respeito à organização do turismo. Exemplifica como, com o passar dos anos e com a crescente institucionalização dessa atividade, o poder público tem seu papel praticamente invertido, passando da posição central a coadjuvante, sendo então convidado a participar das discussões, dos planos e das decisões que a iniciativa privada passa a controlar.

Já Zanela (1999) busca compreender o discurso do turismo em Florianópolis entre as décadas de 1980 e 1990. A autora mostra como foram criadas estratégias de *marketing*, como se estruturaram discursos políticos e investimentos privados

voltados para vender o “produto turístico”²⁰ Ilha de Santa Catarina. Também explora a questão da identidade do/a nativo/a da ilha como parte desse produto que, segundo ela, compunha uma imagem carregada de aspectos unicamente positivos. Ela ainda expõe que o turismo foi legitimado perante à cidade pois, além de prometer benefícios ao conjunto de seus/suas habitantes, foi sendo inventado discursivamente por meio de uma produção imagética forte. A dissertação fundamenta-se na perspectiva da história cultural.

Assis (2000), por sua vez, faz uma análise detalhada dos planos, das ações e das experiências por ela consideradas fatores de transformação da cidade de Florianópolis em paraíso turístico, ao longo dos anos de 1960, 1970 e 1980. Com um olhar histórico, a autora mostra que o turismo foi eleito pelos/as políticos/as como a “indústria” da cidade, que seria responsável não só por engordar os cofres públicos mas por torná-la cosmopolita. Ela analisa as tensões entre movimento ecológico e turismo, bem como os projetos políticos que visavam instituir a cidade como uma capital turística baseada em suas belezas naturais. A autora realiza um estudo de caso baseado na experiência de moradores/as da Lagoa da Conceição frente às mudanças impulsionadas pelo turismo no local, mostrando que os discursos políticos prometiam grandes avanços na cidade, além de benefícios à toda a população. Assis se utiliza da palavra “discurso” recorrentemente, embora com um sentido mais coloquial, normalmente referindo-se às falas de políticos/as ou como oposição à realidade.

Güttler (2002) apresenta um extenso debate sobre a comunicação do turismo e faz uma crítica ao *marketing* turístico, mostrando como a publicidade se sobrepôs às estratégias. A autora procura mostrar, entre outras coisas, que um dos motivos das modificações ambientais e paisagísticas impostas pelo turismo é a desarticulação entre o que é divulgado e a forma como se administra a atividade turística na cidade.

Por fim, Lohn (2002), com quem dialogo desde minha dissertação de mestrado, mostra que o turismo era visto, desde fins da década de 1950, como uma

²⁰ A partir da década de 1990, sob os ditames de uma economia neoliberal, as cidades passam a ser “vendidas” por meio de uma ampla produção de imagens e de políticas urbanas apoiadas no planejamento estratégico e no *city marketing*, com o intuito de trazer investimentos estrangeiros e renovar as cidades com base em modelos internacionais “exitosos”, a exemplo de Boston, Baltimore e Nova York, nos Estados Unidos, além de Londres e Barcelona, entre outros. Para aprofundamento desse processo, ver Sánchez (2003).

das “pontes para o futuro” de Florianópolis, algo que, caso chegasse a acontecer, levaria a cidade à modernidade, tanto desejada quanto temida.

Considerando o contato inicial com as fontes, em conjunto com a revisão bibliográfica sobre a produção do turismo em Florianópolis, percebi que essas pesquisas deixam um campo que permanece inexplorado, visto não considerarem a dimensão espacial da cidade como produção discursiva, embora algumas abordem o próprio discurso turístico. Tampouco as pesquisas que trataram da produção espacial, sobretudo as apresentadas primeiramente e que correspondem aos vieses econômico e ambiental, consideraram o turismo como produtor e objeto de discursos. Além disso, nenhuma das pesquisas considera o planejamento urbano como um discurso, próprio de um momento histórico, e também fruto de interesses e de relações de poder pelo controle do espaço urbano. Inclusive, costuma-se denunciar a falta de PU como um dos principais motivos pelo caos instaurado na cidade.

Observo que muitas das pesquisas realizadas na década de 1990 e no início dos anos 2000 tornaram-se paradigmáticas para olhar Florianópolis. No geral, o turismo é muito mal visto pelos/as pesquisadores/as que se debruçaram sobre esse fenômeno na cidade, talvez isso se explique pelo fato de o encararem apenas como uma atividade econômica que vem destruindo a ilha e não como uma prática social que fez parte da construção da própria cidade, como proponho nesta pesquisa. Definir o turismo como uma prática social significa dizer que é composto de práticas ou ações que acontecem com regularidade e com sentidos compartilhados por uma multiplicidade ou um grupo de atores/as. Com isso, não excluo o viés econômico da prática turística, o que seria absurdo visto que um dos sentidos dessa prática é, sem dúvida, o econômico. Mas, de forma alguma, resume-se a isso, como mostrarei ao longo da tese.

Ao me debruçar sobre as fontes que coletei em arquivos, bibliotecas e institutos na cidade de Florianópolis, percebi que os diferentes documentos que enunciavam o turismo seguiam um padrão temporal: por um lado, distintas fontes (fossem jornais ou planos diretores) de anos próximos definiam o turismo da mesma forma (como a “vocaço” da cidade, por exemplo); por outro, esse sentido mudava consideravelmente ao longo dos anos. Ou seja, aquilo que se comentava sobre o turismo nos jornais da dcada de 1970 e nos anos 2000 chamava a ateno para

práticas e ideias distintas, apesar de seguirem falando em turismo. No entanto, os jornais, guias turísticos e planos urbanos dos anos 1970, apesar de narrativas diferentes, estavam de acordo na definição e função do turismo. Ou seja, não havia uma linearidade temporal no sentido, mas existiam repetições de acordo com o contexto histórico, tal como explicito nos capítulos três e quatro deste texto.

Assim, passei a realizar leitura comparativa de mais e mais fontes, bem como a ampliar a revisão bibliográfica. Com isso, compreendi que as análises me levavam a uma crítica de uma concepção dos estudos de turismo que, tal como aponta Bertoncello (2006), tende a descontextualizá-lo de sua ordem social e de seu contexto histórico.

Segundo Guimarães (2012, p. 8), a história do turismo no Brasil aborda-o por meio de uma cronologia linear, como se já houvesse práticas turísticas na pré-história e “[...] num *continuum* harmonioso, sem conflitos nem rupturas, [...] evoluiria para as formas de turismo que conhecemos hoje”. No entanto, a historiadora defende, ancorada na perspectiva de Foucault, que pode-se “[...] perceber que o conceito de turismo moderno é dotado de historicidade, variando conforme os diferentes fatores que compõem a cultura política de seu contexto” (GUIMARÃES, 2012, p. 12). Contudo, ainda são recentes as novas abordagens dos estudos turísticos que o tratam como “[...] uma construção social e, portanto, como um fenômeno científico dotado de historicidade” (GUIMARÃES, 2012, p. 9). Nesse mesmo sentido vão as críticas de Bertoncello (2002, p. 31), quando afirma que

[...] la comprensión del fenómeno turístico y sus relaciones con el territorio exige comprender las características sociales generales en las cuales ellos están inmersos. La falta de esta articulación ha llevado a que muchos de los trabajos sobre el turismo hayan tenido un corte fuertemente voluntarista, analizando al turismo más desde lo que se espera de él o lo que se quiere que sea. En muchos casos, inclusive, el turismo se ha visto desde un lugar de excepcionalidad, lo cual ha impedido su articulación con las dinámicas sociales más amplias en las cuales cobra sentido y puede ser analizado²¹.

Compreendo que se deve abordar o turismo como parte da construção de um lugar, visto ser também constituído por relações sociais e não como algo cristalizado

²¹ “[...] a compreensão do fenômeno turístico e suas relações com o território requer a compreensão das características sociais gerais nas quais estão imersos. Essa falta de articulação conduziu muitos dos trabalhos sobre turismo a terem um corte fortemente voluntarista, analisando o turismo do ponto de vista do que se espera dele ou do que se quer que ele seja. Em muitos casos, inclusive, o turismo foi visto a partir de um lugar de excepcionalidade, o que impediu a sua articulação com as dinâmicas sociais mais amplas, dentro das quais ele faz sentido e pode ser analisado” (tradução nossa).

que, ao ser “inserido” em determinado espaço, geraria impactos negativos ou positivos ou seria responsável pela geração de empregos. Dessa forma, uma análise temporal linear não tende a contribuir para se pensar esse fenômeno em suas relações históricas, mas somente para tratar estatísticas e dados numéricos.

Assim, Bertonecello (2006, p. 333) aponta que as perspectivas correntes dos estudos de turismo, ao tratá-lo como um fenômeno excepcional, descontextualizam-no da ordem social, como se o turismo em nada contribuísse para compreendê-la, tratando o território turístico “[...] como el mero lugar donde esto sucede²²”, com foco na descrição dos fluxos turísticos entre origem e destino.

Nessa perspectiva vão as análises de Henriques (1996, p. 15), para quem o turismo não pode ser situado

[...] apenas como um fato da economia, embora conheça as restrições da vida material e ele mesmo participe na sua constituição ao gerar equipamentos, emprego e riqueza; é também verdade que as suas origens e as forças que o configuram devem ser pesquisadas no plano das ideias e dos valores que, em cada contexto histórico, balizam e enformam as condutas individuais.

O autor expõe que, ao analisar o turismo no espaço urbano, não se pode fixar a interpretação somente nos equipamentos turísticos, mas deve-se “[...] procurar delinear os contornos e precisar o conteúdo do lugar turístico que a cidade encerra, procurando interpretar ainda as condições em que são definidos e em cujo quadro ganham sentido” (HENRIQUES, 1996, p. 16).

Os questionamentos e afirmações de Rodrigues (2001, p. 17-18) vão nessa mesma direção. A autora indaga o que seria o turismo além de uma atividade econômica, respondendo que, devido à sua complexidade como fenômeno social, pode ser

[...] designado por distintas expressões: uma instituição social, uma prática social, uma frente pioneira, um processo civilizatório, um sistema de valores, um estilo de vida – um produtor, consumidor e organizador de espaços –, uma “indústria”, um comércio, uma rede imbricada e aprimorada de serviços.

Evidentemente, não pretendo, em nenhum momento, negar o viés econômico do turismo, o que seria um disparate, visto que o turismo, como atividade econômica, encontra-se atualmente entre “[...] uma das mais importantes formas de reprodução de capital e de captação de divisas no comércio internacional”

²² “[...] como o mero lugar onde isso acontece” (tradução nossa).

(RODRIGUES, 2001, p. 18). No entanto, apesar de o campo de pesquisa do turismo ser dominado pela visão econômica, pelo fato de os fluxos econômicos a respeito de transporte, hospedagem, alimentação, eventos e afins serem importantes para entender o fenômeno turístico, eles não o resumem e não são suficientes para explicá-lo (KNAFOU, 1996).

Partindo dessas críticas iniciais, analiso o fenômeno turístico considerando-o tanto como parte de processos mais amplos nos quais adquire sentido quanto a partir de:

Procesos específicos que conducen a la valorización turística de determinados lugares merced a la transformación de sus rasgos específicos en atractivos turísticos, llevada a cabo por actores sociales concretos e intencionados que intervienen en estos procesos (BERTONCELLO, 2006, p. 318)²³.

Assim, direciono esta pesquisa por um viés que considera o turismo como prática e construção social, mas também como prática discursiva.

Também recorro à perspectiva de Rodrigues (1997, p. 61), para quem o entendimento do turismo passa pela compreensão do território, insistindo na complexidade desse fenômeno, “[...] expressa pelas relações sociais e pela materialização territorial que engendra no processo de produção do espaço”.

O contato com essas leituras críticas, provenientes de historiadores/as e geógrafos/as que se identificam com os estudos de turismo, permitiram questionar a naturalização dessa prática, tanto no que diz respeito à considerá-la como um setor da economia que se instalou e impactou a sociedade local quanto à compreendê-la como algo dotado de um só sentido, ileso às mudanças históricas, sociais e econômicas. O turismo é parte de um processo, é um campo que coordena e engendra equipamentos turísticos e fluxo de turistas, além de participar da construção de determinados lugares, passando a ser objeto de discursos e a compor jogos de poder pelo controle do espaço.

Quando o turismo emergiu como uma possibilidade para Florianópolis, abriu caminho para um conjunto de discursos tensionados por uma rede de interesses e de significados que buscavam mais do que legitimar essa prática na cidade, reinventar essa cidade como um lugar propício para essa prática. Para tanto, essa

²³ “Processos específicos que conduzem à valorização turística de determinados lugares graças à transformação de suas características particulares em atrativos turísticos, levada a cabo por atores sociais concretos e intencionados que intervêm nesses processos” (tradução nossa).

rede passa a conectar tanto empresários/as com interesses estritamente econômicos quanto políticos, instituições públicas e órgãos privados, dando margem a transformações tanto das imagens da cidade, divulgadas por revistas e guias turísticos, quanto da sua paisagem urbana. Também é possível compreender que os elementos dessa rede não são estáticos, nem representam os mesmos interesses, visto que a própria posição do turismo nessa rede se modifica com o passar dos anos devido a mudanças econômicas, sociais e políticas, não só da cidade mas do país.

Por meio das fontes aqui analisadas, percebi indicativos de que havia repetições de ideias, de imagens, de argumentos, de análises e de diagnósticos que visavam legitimar a necessidade de novos investimentos, de incentivos, de hotéis, de estradas, de loteamentos, entre outras tantas materializações feitas em nome do turismo, o qual, por um bom tempo, foi visto como a atividade redentora da capital do estado. Isso me possibilitou entender que o que enlaçava essa concepção e constituía a rede entre fontes tão distintas era o sentido outorgado ao turismo, sentido produzido pelas relações discursivas que conectam não só enunciados e ideias mas também instituições e práticas.

Ao longo do processo de trabalho com as fontes, ocorreu um dos momentos-chave desta pesquisa: a compreensão de que o próprio espaço da cidade não era previamente dotado de sentido, pois esses discursos, expressos por diferentes narrativas, não só enunciavam esse espaço mas também o fabricavam. Como mostra a literatura, o banho de mar e a praia foram fruto de significações, de construções históricas, sendo, de fato, (re)invenções desses lugares de lazer (CORBIN, 1989; KNAFOU, 1991; FERREIRA, 1998; RODRIGUES, 1997).

Nem mesmo a paisagem natural possui um sentido prévio ao discurso, seja o do turismo ou o da geologia. Tanto a produção discursiva em torno do turismo, que visa divulgar determinado lugar para atrair público e investidores, quanto a produção discursiva científica, que visa descrever “fenômenos naturais”, são produtos humanos fruto de interpretações que, mesmo quando expresso por uma linguagem que se pretende mais técnica e neutra, não foge a essa regra, está impregnado de relações sociais.

Ao refletir sobre a insularidade expressa nas Ilhas Atlânticas (Açores, Madeira, Canárias e Cabo Verde), Henriques (2009, p. 135) contribui para adentrar

no imaginário insular e ilustrar alguns aspectos da produção discursiva da Ilha de Santa Catarina. O autor aponta projeções fantasiosas e míticas com relação a idealizações recorrentes que conectam a ideia de paraíso à de ilha, presente na mitologia grega e em representações da Idade Média. Para ele:

Esta ideia da *insula paradisiaca*, de tão antiga e de tão sedimentada que está na mentalidade ocidental, só podia ter originado uma atração turística forte pelos espaços insulares, sobretudo sabendo nós a importância que o turismo adquiriu como horizonte de felicidade na Modernidade.

Isso é fundamental para se pensar a produção da Florianópolis turística, do mesmo modo que a valorização das ilhas como “[...] territórios de exceção e de evasão, ou seja, como espaços privilegiados do anti-quotidiano” (HENRIQUES, 2009, p. 136). Henriques (2009) também cita a ideia, própria do Romantismo, que situa a ilha “fora do tempo”, lugar que não teria sido corrompido pela Modernidade, remetendo às ideias de “pureza original”, representação presente nas publicidades de condomínios residenciais de alto padrão em Florianópolis, como vastamente explorei em pesquisa anterior (LENZI, 2010).

Essa compreensão mostrou a necessidade de buscar bases teóricas afins, ou seja, que dessem conta de abordar o turismo em Florianópolis a partir de uma perspectiva que conectasse as mudanças urbanas aos discursos, bem como às relações políticas e econômicas que, por meio de planos urbanísticos e turísticos, iam transformando a rede de significados na qual não só o turismo mas a própria paisagem de Florianópolis estava conectada.

1.3 Mapeando as próximas paradas e os caminhos a seguir

A perspectiva teórico-metodológica que proponho nesta tese encontra-se fundamentada em um diálogo entre a Nova Geografia Cultural e a matriz foucaultiana. O que apresento adiante é uma busca por entender e operacionalizar as propostas de Michel Foucault para analisar os discursos, bem como a paisagem como um discurso, presente sobretudo nas pesquisas do geógrafo James Duncan.

O que faço por meio desta tese é analisar os discursos que considero terem participado da invenção de Florianópolis como cidade turística.

Entender os discursos enquanto parte das relações de produção do espaço e da realidade possibilita ultrapassar a habitual separação entre ações e objetos e materialidade e imaterialidade. Essa compreensão não mais encara a paisagem como um palco para ações humanas, mas como parte de uma rede ou de um sistema de significados, passando a ser lida como produção e prática discursiva, de acordo com Duncan (1990), Duncan e Duncan (1984; 2001), Silva (2002), entre outros/as.

Nessa perspectiva, as práticas discursivas configuram-se como:

Um conjunto de regras anônimas, históricas, sempre determinadas no tempo e no espaço, que definiram, em uma dada época e para uma determinada área social, econômica, geográfica ou linguística, as condições de exercício da função enunciativa (FOUCAULT, 1997, p. 136).

Analisar os discursos, portanto, implica desconstruí-los²⁴, compreendendo que sua emergência deve-se a um contexto específico. Essa emergência, por sua vez, não faz surgir um discurso monolítico e estático que todos identificariam dessa forma, mas, sim, enunciados e conjuntos de enunciados, bem como posições enunciativas que passam a ser organizadas de acordo com determinadas regras contextuais.

O caminho das análises desenvolvidas nesta tese, portanto, é o de uma busca por devolver textos e imagens aos discursos²⁵, ou seja, localizá-los para entendê-los em seus contextos de enunciação, nos quais têm uma eficácia estratégica para a instituição de uma verdade. Sem esses contextos, textos e imagens deixam de ser discursos, sendo somente textos e imagens sobre os quais não caberia uma análise dos discursos, mas uma análise sintática e pictórica, respectivamente.

Foucault (1997) adverte que, para analisar os discursos, não se deve buscar algo escondido a ser revelado, mas defini-los em suas especificidades, visando

²⁴ Desconstruir e desconstrução, nesta tese, têm o sentido de desmontar ou buscar compreender como determinadas verdades chegaram a esse *status* e como isso está relacionado aos seus contextos históricos, políticos e culturais de enunciação. Desconstruir um discurso significa dizer que ele não é uma verdade descoberta, mas um efeito de verdade que foi produzido e que é historicamente determinado.

²⁵ A compreensão de que “devolver os textos aos discursos” faz parte dos procedimentos de Foucault é de Edgardo Castro (informação verbal), em palestra proferida na Universidade Federal de Santa Catarina, em 9 de setembro de 2015, intitulada “Vigiar e Punir: 40 anos”.

entender o jogo de regras que utilizam internamente e os procedimentos de controle da produção dos discursos, que seriam suas exterioridades.

Desse modo, para essas análises, parto da perspectiva arqueo-genealógica identificada na bibliografia de Michel Foucault, a qual me permite buscar, de um lado, as regras que regem enunciados textuais e imagéticos que instituem determinados saberes como verdade, e, de outro, as condições históricas de emergência de práticas discursivas entremeadas às relações de poder. As análises dos discursos, portanto, exploram as relações de poder na instituição de verdades considerando práticas discursivas e não discursivas.

A relação entre práticas discursivas e não discursivas é marcada na bibliografia de Foucault. Essa relação aparece em *A Arqueologia do Saber*, apesar de o não discursivo não ser aprofundado no livro. A partir de *A Ordem do Discurso*, Foucault passa a se remeter às relações de poder e não mais ao não discursivo. Como, nesta tese, circulo entre diferentes períodos da bibliografia do filósofo, por vezes remeto-me ao não discursivo, por vezes às relações de poder.

A escolha por trabalhar com os procedimentos de Foucault deve-se à compreensão de que a instituição de Florianópolis como cidade turística não pode ser resumida a uma conjuntura ou plano econômico, tampouco a um conjunto de narrativas publicitárias, mas a um emaranhado de ideias, ações e interesses que se encontraram e se distanciaram ao longo dos últimos 50 anos, aproximadamente, e que dizem respeito não somente ao turismo como uma atividade isolada, que acontece sobre um determinado espaço, mas também ao turismo como uma prática social, portanto discursiva, que compõe as relações de poder e, por conseguinte, o jogo de atores/as que vão configurar o espaço de Florianópolis.

Para este estudo, a produção da verdade é uma genealogia do modo como foi organizado o espaço da cidade por meio das redes de interesse entre empresariado e governantes, pela legislação urbana e pela mídia, por meio das narrativas que constroem e divulgam os discursos, ou seja, as relações de poder em torno do espaço urbano.

Partindo dessas questões, direcionei a pesquisa no sentido de entender como se fabricam as “vocações”, as verdades dos planos e as interpretações homogêneas. Isso significa uma tentativa de compreender como, por que e em quais circunstâncias históricas documentos, imagens, notícias, concepções de cidade e de

turismo, instituições públicas e privadas ou determinados grupos sociais emergiram ou foram reformulados e passaram a receber destaque perante as formas de ver, falar e imaginar a cidade.

Nesta tese, como já dito, a paisagem é entendida como discurso, ou como um texto, segundo Duncan (1990). Duncan e Duncan (2001, p. 221) alertam para o fato de que “[...] tout paysage peut s’analyser à la manière d’un texte dans lequel sont inscrites des relations sociales. Toutefois, les lectures naïves ont le défaut de ‘naturaliser’ ces relations sociales”²⁶, naturalizações que levam a crer que as paisagens são entes naturais e não processos de significação social.

Desse modo, utilizo-me da intertextualidade como instrumento para a análise de enunciados, que são a materialidade dos discursos nos termos de Foucault (1997), conectada à interpretação das condições históricas, como venho explicando. Objetivo, assim, compreender os contextos de imagens e textos que se remetem às maneiras de ver e às maneiras de dizer a cidade, ou seja, ao visível e ao enunciável, que é particular à cada período histórico.

A intertextualidade também se refere a relações entre diferentes textos; relações de referências ou de citações explícitas. Contudo, ela não se dá entre quaisquer textos²⁷, somente entre aqueles que, dentro de determinado campo discursivo, são considerados legítimos. É também esse campo que define e organiza a maneira como essas referências se dão (DUNCAN, 1990; MAINGUENEAU, 2008).

Além disso, Foucault propõe tratar o documento não mais como uma matéria inerte portadora de sentidos do passado, mas como “materialidade documental” composta por livros, textos, narrações, registros, atas, edifícios, instituições, regulamentos, técnicas, objetos, costumes (FOUCAULT, 1997). Desse modo, os textos aos quais me refiro – paisagens, leis, publicidades, reportagens – são tratados também como materialidade, ou como acontecimentos.

Nessa perspectiva, não custa explicitar que a análise dos textos não se restringe a questões linguísticas. O que interessa é devolver os textos aos discursos,

²⁶ “[...] qualquer paisagem pode ser analisada como um texto no qual estão inscritas relações sociais. No entanto, as leituras ingênuas falham ao ‘naturalizar’ essas relações sociais” (tradução nossa).

²⁷ Não são quaisquer textos que participam das relações intertextuais dentro de determinado campo discursivo, pois não faria qualquer sentido, neste contexto, citar um texto bíblico, por exemplo, para definir o zoneamento da cidade. O que é diferente do contexto analisado por Duncan (1990), na cidade de Kandy, no Sri Lanka do século XIX, onde os textos religiosos eram usados para definir determinadas ordens espaciais.

analisá-los como partes de uma rede que institui determinadas verdades discursivas que são históricas e contextuais. Esses textos, quando analisados à luz dos discursos, são parte não somente de uma rede intertextual mas também de relações de poder.

A rede de significados da paisagem de Florianópolis é uma construção histórica estabelecida na relação de uma série de textos que dão sustentação a essa interpretação hegemônica, mas que pode mudar, pois, se passou a existir em um contexto específico, pode deixar de existir em outro ou ser ressignificada. Dessa forma, uma paisagem também compõe as relações de poder, já que seus significados e materialidades representam importantes papéis frente às disputas pelo uso e pelas transformações do espaço urbano. Assim, encaro a própria “cidade turística” como um acontecimento, uma verdade discursiva, textual e contextual, afirmada e reproduzida por uma série de enunciados precisos e regulados pelas relações de poder, e não uma verdade natural que foi descoberta por governantes e/ou empresários/as.

Com essas lentes, observo que determinadas ideias, modelos e formas de interpretar a cidade foram naturalizadas e ganharam força, assumindo maior legitimidade que as demais. Aquilo que é tido como natural, por ser praticamente inquestionável, acaba sendo visto como parte de uma ordem que nos é externa ou de um processo que corre sozinho, sem a participação direta da população²⁸. No entanto, há também outros interesses sociais e outros modelos de paisagem que imprimem tensão a esse processo e que contestam essa lógica, a ser explorado no capítulo cinco.

A invenção de Florianópolis como cidade turística surge de articulações entre relações de poder e formas de saber (o próprio planejamento urbano, nesse caso) que, a partir do final da década de 1970, passam a moldar simbólica e materialmente sua paisagem e acionam argumentos que cristalizam e destacam o turismo como fator de modernização e desenvolvimento econômico e urbano.

O projeto de transformar Florianópolis em cidade turística, como modelo viável para o crescimento da capital do estado, reduz outros sentidos possíveis, transformando-os, inclusive, em manifestações contra a cidade, como desenvolvo ao longo do texto. Essa redução de sentido não diz respeito somente ao turismo como

²⁸ A população também tem interesses e participa das relações de poder, no entanto, costuma ser cerceada das decisões no âmbito do planejamento urbano, mesmo nos processos ditos participativos.

uma atividade econômica, pois esta prática não se resume a isso, mas se encaixa em um projeto maior, em um processo de “segregação silenciosa” (SUGAI, 2015), no qual o turismo só veio a contribuir, pois, em seu nome, sempre se prometeu emprego e demais benesses para toda a população, preservação da natureza e mais do que tudo, dotar Florianópolis, a esquecida capital do Sul do país que por muito tempo era totalmente desconhecida, de um lugar não só no mapa do Brasil, mas do Mundo. O turismo aparece, portanto, como um modelo de cidade, uma força ou uma utilidade para “toda essa beleza”.

Partindo do até então exposto, neste estudo objetivo investigar como se deu a invenção de Florianópolis como cidade turística. Nesse sentido, visto explorar como se organizaram as relações de poder no processo de instituição do turismo como uma verdade em Florianópolis; analisar os argumentos e as tensões da produção discursiva no processo de invenção da cidade turística; e, na microescala, recorrendo aos recortes espaciais de Jurerê Internacional e Campeche, identificar como diferentes construções discursivas compõem as forças que produziram essas paisagens.

Parto do pressuposto de que o turismo foi sendo instituído como uma verdade para Florianópolis a partir da década de 1970, organizando, assim, um conjunto de regras sobre as formas de ver e as formas de enunciar essa cidade e orientando tanto os significados sobre sua paisagem quanto as diretrizes urbanísticas e econômicas que, desde então, passam a ter papel central nas relações de poder locais. Isso ocorre por meio do direcionamento simbólico-material da produção de discursos, o que inclui a produção da paisagem, a partir dos interesses de determinados/as atores/as, modelos e concepções de cidade. Os discursos são parte de estratégias de legitimação da própria verdade por eles enunciada, visando o controle do espaço urbano.

Ao instituir o turismo como principal significado da paisagem florianopolitana, o poder público legitima gradativamente não só as próprias ações de zoneamento²⁹ e investimentos que privilegiam os balneários ao dotá-los de infraestrutura, sobretudo viária, mas também naturaliza as ações do empresariado do setor, ou

²⁹ Souza (2002) apresenta um histórico crítico dessa prática, considerada o instrumento por excelência do planejamento urbano, apontando sua emergência e distintas funções. Basicamente, a prática do zoneamento urbano classifica e divide, em diferentes zonas, a terra urbana com vistas a controlar seu uso.

seja, essa significação tem um caráter material e dispõe acerca do controle do espaço urbano. Assim, o turismo não foi um projeto somente econômico, mas um projeto de cidade, um argumento para legitimar uma determinada forma de uso do espaço.

1.4 O itinerário percorrido: transformando o disperso em pesquisa

Visando atingir os objetivos propostos, apresento o caminho traçado neste trabalho desde a revisão bibliográfica até o detalhamento e a forma de coleta das fontes textuais, as fotografias da cidade, as entrevistas e a organização, sistematização e apresentação dos dados.

Foi realizada revisão bibliográfica e fichamentos sobre turismo, planejamento urbano, história e geografia da urbanização e do turismo em Florianópolis, discurso e análise do discurso e interpretação da paisagem segundo a perspectiva da Nova Geografia Cultural, como aprofundado no capítulo dois. Também foram feitas leituras de pesquisas acadêmicas sobre turismo em nível de pós-graduação desenvolvidas na França, durante estágio sanduíche realizado junto ao *Institut de Recherche et d'Études Supérieures du Tourisme* na *Université Paris 1*.

Boa parte do material pesquisado está disponível em periódicos *online* ou nas bibliotecas das universidades visitadas. Os periódicos são inumeráveis e serão apontados nas referências do texto quando citados. As principais bibliotecas pesquisadas são as da USP, especialmente a da Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas (FFLCH), da Faculdade de Arquitetura de Urbanismo (FAU), da Escola de Comunicação e Artes (ECA), da Faculdade de Educação (FE) e do Instituto de Estudos Avançados (IEA); as bibliotecas centrais da UFSC e da UDESC; as bibliotecas do *Institut de Géographie* e do *Institut de Recherche et d'Études Supérieures du Tourisme (IREST)* da *Université Paris IV e I*, respectivamente; as bibliotecas da Faculdade de Letras e do Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa; e a biblioteca da Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Estoril.

A escolha das fontes documentais focou diferentes narrativas sobre o turismo na cidade³⁰.

Por meio da análise dos planos diretores, turísticos e de *marketing*, foi explorado o caráter institucional e oficial de alguns discursos que têm legitimidade por terem sido referendados pelo poder público. Por meio de uma linguagem técnica expressa nesses instrumentos de controle do espaço, esses discursos instituem as regras de uso e ocupação do solo urbano.

Na coleta das fontes foram selecionados todos os planos diretores e planos de desenvolvimento turístico de Florianópolis, bem como os estudos diagnósticos que a cidade teve dos anos 1970 até o momento atual, tendo eles sido convertidos em leis ou não. No caso das leis, elegi as relativas aos planos, bem como suas alterações realizadas na Câmara Municipal de Florianópolis (CMF). Esses documentos foram obtidos nas bibliotecas do Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis (IPUF) e da UFSC, no site da Prefeitura Municipal de Florianópolis (PMF) e junto à Professora Maria Inês Sugai, do curso de Arquitetura e Urbanismo da UFSC. As alterações de legislação foram acessadas no site da CMF.

As publicações em jornais e revistas, bem como declarações extraoficiais de políticos/as e empresários/as, no que se refere ao turismo em Florianópolis, também foram utilizadas como fontes de produção discursiva. Por meio desses enunciados, é possível compreender como as ideias sobre o turismo circularam pelos meios de comunicação da cidade, como foram recebidas, apropriadas, debatidas e questionadas, ou seja, como projetos, eventos, acontecimentos e ideias repercutiram de diferentes formas. Por meio dessas fontes, tem-se acesso às falas de pessoas importantes para as conexões e redes de relações que proponho traçar nesta tese, relações que se constituem devido às semelhanças nos significados do turismo para cada uma dessas pessoas e/ou instituições por eles/as representadas.

A pesquisa nos jornais focou a menção do tema turismo em Florianópolis e se deu, mormente, junto à Biblioteca Pública do Estado de Santa Catarina (BPSC), à biblioteca do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina (IHGSC) e à Biblioteca Central da UFSC. No IHGSC havia poucos arquivos sobre o tema e tudo pode ser fotocopiado, o que facilitou a pesquisa; já na BPSC, havia um grande volume de pastas com material das mais diversas ordens, apesar de conectados

³⁰ Todos os documentos consultados, entre legislação, planos, jornais, revistas e guias turísticos estão detalhados nas Fontes.

pelo tema do turismo. Nada do que encontrei lá pode ser fotocopiado, o que me obrigou a fotografar cada uma das notícias que me interessava. Todo o material consultado e fotografado nessa biblioteca exige o uso de luvas e todo o cuidado possível, visto que, com o tempo, o papel jornal torna-se extremamente frágil.

Também realizei pesquisa na Biblioteca Nacional, no Rio de Janeiro, sobretudo na Revista Brasileira de Turismo (RBT), da qual não restam muitos exemplares; entre eles, não encontrei nada sobre o turismo em Florianópolis.

Por fim, nas análises da publicidade turística especializada, entre guias e revistas de viagens e turismo, é possível ter uma ampla noção daquilo que era considerado produto turístico pelos próprios agentes responsáveis pela divulgação da cidade turística, tanto de instituições públicas como privadas. Nesses materiais, pude delinear os retratos da cidade por meio dos principais imperativos utilizados para defini-la, seus pontos turísticos, orientação aos/às turistas, linguagem utilizada, informações úteis, etc. O trabalho de análise desses materiais foi tão importante quanto fascinante. Por meio dele, percebi como as concepções do que era turístico por excelência são, mais do que tudo, construções históricas. Mesmo as praias, atualmente o principal produto turístico da cidade sem qualquer questionamento, emergiram dessa forma em um momento determinado.

O número de guias de turismo arquivados não é muito grande, o que demonstra, entre outras coisas, pouco interesse no registro de materiais concernentes a essa temática, como relato da própria bibliotecária do IHGSC que, por interesse pessoal, acabou guardando parte desse material e juntando-o ao acervo da biblioteca do instituto. Os guias turísticos foram coletados no Acervo de Obras Raras da Biblioteca Central da UFSC, junto à biblioteca do IHGSC e em meu arquivo pessoal.

As revistas especializadas em turismo foram pesquisadas na Biblioteca Central da UFSC, em alguns arquivos digitalizados nos *sítes* das próprias revistas, em meu arquivo pessoal e no Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro (IHGB), no Rio de Janeiro, onde se localiza um número significativo de edições da revista do *Touring Club do Brasil*.

As matérias sobre turismo em Florianópolis das revistas de assuntos gerais foram obtidas na Biblioteca da UFSC, em arquivo próprio e no site da revista *Veja*.

Há muita informação na internet, entre *sites*, *blogs*, vídeos no *youtube*, fotos, páginas de redes sociais, revistas *online*, entre outros. Evidentemente, como a internet ocupou esse lugar de destaque somente num período recente, muito do que foi encontrado refere-se aos últimos anos. Essas fontes serão citadas à medida que forem utilizadas.

O material fotográfico visa tornar os rumos do turismo e da urbanização visíveis para o/a leitor/a. Utilizei, sobretudo, fotografias disponíveis na internet ou existentes nos jornais e guias turísticos. Já as fotos aéreas das transformações urbanas foram acessadas no portal Geoprocessamento Corporativo da PMF³¹.

As entrevistas realizadas ajudaram a compor os contextos históricos, as redes de interesses, as conexões entre os/as atores/as e, em muito, os discursos atuantes em cada momento, visto que as pessoas entrevistadas se encontram em diferentes posições do jogo político da cidade.

Para a seleção das pessoas para as entrevistas, foram seguidos alguns cuidados a partir da perspectiva qualitativa. Pela escolha desse viés, não trabalhei com a técnica de amostragem, visto que não pretendia alcançar um resultado numérico baseado em uma maior quantidade de entrevistas, mas, sim, a compreensão das diferentes concepções e opiniões que as pessoas entrevistadas tinham a respeito do tema da tese, tendo como objetivo “[...] maximizar a oportunidade de compreender as diferentes posições tomadas pelos membros do meio social” (GASKELL, 2003, p. 68).

Segundo Gaskell (2003), o objetivo da pesquisa qualitativa é o de apresentar um espectro dos pontos de vista relacionados ao tema e não o de exaurir um assunto chegando a um suposto consenso. Com relação à quantidade de entrevistas a serem realizadas, esse autor diz que não é um maior número delas que necessariamente irá melhorar a compreensão do tema. Primeiramente, pois as interpretações da realidade, por serem resultado de processos sociais, são compartilhadas por várias pessoas de um mesmo meio social, apresentando semelhanças consideráveis. Em segundo lugar, também porque há dificuldade em

³¹ Disponível em: <http://geo.pmf.sc.gov.br>. A escala das fotos de 1977 e de 1994 é de 1:35.000, enquanto as de 2012 possuem escala de 1:10.000. As fotos dos dois primeiros anos são preto e branco, enquanto as do último são coloridas.

transcrever e analisar uma quantidade muito grande de entrevistas sem ser de forma superficial.

Por buscar falas de diferentes perspectivas, abri o leque de posições institucionais ocupadas pelas pessoas a serem entrevistadas. A escolha respondeu ao lugar que elas representam dentro da rede de poderes que entendia compor as relações em torno do turismo. Dessa forma, as pessoas entrevistadas tinham relações com instituições, órgãos governamentais ou movimentos sociais, dentro dos quais assumiram posição de enunciação, marcada por esses lugares ou contextos enunciativos.

Inicialmente, selecionei as pessoas e realizei os contatos para agendamento da entrevista. Com base nos aceites, elaborei os roteiros de acordo com o cargo ou a função que a pessoa ocupa ou ocupou na cidade, partindo de um tópico comum: o significado e a relação do turismo na cidade para o órgão ou instituição do/a entrevistado/a. As entrevistas foram realizadas no primeiro semestre de 2013 e ao longo de 2015, em Florianópolis. No início das entrevistas disponibilizei o roteiro e deixei o/a entrevistado/a escolher se preferia responder uma questão de cada vez ou em blocos. Os roteiros, a lista das pessoas entrevistadas e um pequeno currículo de cada uma delas estão no Apêndice A desta tese.

Além das entrevistas formais, muitas foram as conversas com outros/as pesquisadores/as do tema e ativistas de movimentos ambientais, políticos e sociais; as participações em debates sobre turismo na cidade; as conversas com bibliotecários/as, historiadores/as e arquivistas; as trocas de impressões com turistas e novos/as moradores/as da cidade.

Para organizar as fontes, fiz uma segunda leitura sistemática do material, bem como uma primeira organização orientada pelas datas de publicação, tipo de fonte, autores/as, sentidos do turismo e demais conceitos conectados à ideia de cidade turística. Para tal, as fontes foram fichadas considerando os objetivos propostos nesta tese.

Após essa etapa, realizei outras leituras de todo o material, a fim de perceber recorrências, repetições ou conflitos entre os textos. Procurei compreender quais ideias eram frequentes, de onde surgiram, a quais políticas estavam conectadas, que concepção de cidade e turismo procuravam expor, qual papel davam ao turismo na cidade e que linguagem utilizavam, bem como se os textos

vinham ou não acompanhados de imagens. Além disso, também identifiquei os/as principais atores/as e instituições que foram chamados/as a se posicionar nos jornais por meio de textos autorais e/ou entrevistas.

As análises, de fato, já haviam se iniciado no momento da coleta e da organização das fontes, mas, quando me coloquei conscientemente a analisar, também passei a dialogar com os/as autores/as que fundamentam teoricamente esta pesquisa, além do diálogo constante com as fontes. Todas as análises das fontes estão presentes nos capítulos três, quatro e cinco.

CAPÍTULO 2 AS PERSPECTIVAS DA VIAGEM PARA ALÉM DO MAPA: ESPAÇO, PAISAGEM E DISCURSO PARA AS ANÁLISES DO TURISMO

A discussão teórica que se segue visa apresentar e fundamentar conceitos relativos à dimensão espacial e às análises dos discursos trabalhados ao longo do texto, com o intuito de organizar minha compreensão a respeito das relações entre práticas, discursos e demais elementos que compõem o *corpus* de análise desta pesquisa.

Detalho e delimito esses conceitos e as questões metodológicas para que sua operacionalização fique explícita no momento das análises. A rede conceitual que foi sendo construída ao longo da pesquisa, de acordo com as questões que foram levantadas no campo, bem como com a complexificação da própria relação entre conceitos e fontes, pretende dar conta não só de explicar como se deu a invenção de Florianópolis como cidade turística, como possibilitar uma ampliação do escopo das análises sobre o turismo.

De uma atividade marginal, tanto no que diz respeito às práticas turísticas quanto às discursivas, o turismo passa a ser encarado como um fato natural, uma verdade, algo para o qual a cidade teria plena “vocaço”. Com suas subseqentes transformaes, com a chegada espontnea dos/as argentinos/as s praias do norte da Ilha na dcada de 1960, bem como com o crescimento da atividade turstica mundo afora sobretudo na dcada de 1990, essa prtica, outrora to acessria e restrita aos balnerios continentais, passa a compor as relaes polticas que vo configurando grandes mudanas na significao da paisagem, do turismo, e da relao entre ambos.

J h algum tempo no se pode falar em Florianpolis sem mencionar o turismo. Nesta tese, investigo a trajetria dessa prtica social, para compreender sua emergncia e transformaes. Desse modo, costuro as fontes, para que, ao fim do texto, seja possvel vislumbrar, alm das concluses finais, relaes e trajetrias que se aproximam, ideias que se encaixam e desencaixam, arranjos polticos, discursos precisos, verdades institidas e, mais do que tudo, a inveno de uma cidade turstica. A fora que o turismo veio adquirindo perante s transformaes

urbanísticas não é despropositada, mas deve-se a redes de relações com grande peso dos/as atores/as locais, bem como a tensões que se manifestaram pelas ruas da cidade e pela forma particular com que diferentes discursos foram sendo chamados a participar da sua configuração.

O presente capítulo compõe-se de três partes: a primeira aborda a dimensão espacial pela Nova Geografia Cultural, na qual encontra-se o debate conceitual que ancora a perspectiva de análise espacial desta tese; na segunda, apresento os diálogos que estabeleci com o pensamento de Michel Foucault no que diz respeito à produção da verdade, aos discursos e às relações de poder; e, na terceira, discuto a paisagem como prática discursiva, sobretudo na perspectiva de James Duncan.

2.1 Trajetórias do deslocamento I: a abordagem da dimensão espacial pela Nova Geografia Cultural

Nesta pesquisa, o termo “dimensão espacial” é utilizado para abordar algumas categorias de análise espacial, sobretudo “espaço” e “paisagem”, além de seus derivados, como “paisagem urbana”, “paisagem-texto”, “cidade-texto”.

Esclareço que espaço e paisagem são duas categorias de análise espacial que apresentam histórias distintas dentro do pensamento geográfico, cada qual com definições próprias e de acordo com seus contextos político-epistemológicos de produção. Para esta tese, no entanto, sugiro que ambas as categorias se aproximam, visto que, segundo geógrafas e geógrafos com quem dialogo, suas definições e usos não se opõem, mas apresentam significativa semelhança, como ficará explícito ao longo do capítulo.

Partindo da perspectiva da Nova Geografia Cultural (NGC), a dimensão espacial da vida social é uma construção histórica e relacional, definida a partir de relações sociais e de poder e como prática socioespacial (SILVA, 2013a), não comportando, portanto, inércia, mas sempre uma expressão de movimento.

Doreen Massey inicia seu livro *Pelo Espaço* afirmando que defenderá uma abordagem alternativa do espaço. Alternativa esta que é apresentada por meio de

três proposições iniciais a respeito de sua concepção sobre o espaço: é o produto de inter-relações; é a esfera da existência da multiplicidade, onde coexistem distintas trajetórias; está em constante construção (MASSEY, 2008). Frente a essas três proposições, enxergo férteis possibilidades não só de responder às questões com as quais me deparei ao longo da pesquisa mas, sobretudo, de poder formulá-las.

Considerando o que diz Massey (2008), esbarro, logo de início, em uma dificuldade de linguagem, pois, se o espaço está em constante construção, sempre aberto e em processo, reproduzindo-se por meio de práticas que só podem ser compreendidas de forma relacional, sem essências ou identidades pré-constituídas, não consigo, para definir espaço, conjugar o verbo “ser” no presente do indicativo. Ou seja, o espaço nunca é. Ao questionar essa relação com a linguagem, tão essencialista e categórica, é possível questionar também a linguagem com a qual costuma-se ingenuamente analisar e apresentar os objetos de pesquisa, como se fossem coisas que estão em algum lugar e não nas relações.

O que exponho aqui, portanto, é também um grande esforço de não somente questionar a forma estanque com a qual normalmente os/as governantes, os/as técnicos/as de planejamento urbano ou as imagens publicitárias essencializam e naturalizam processos sociais, como o espaço urbano, mas também a forma como eu, enquanto pesquisadora, posso estar fazendo algo parecido. Esbarro na força de uma linguagem hegemônica que institui as coisas e que nega apresentar-se como parte do processo de construção dessas coisas que julga apresentar, como se se encontrasse em uma posição hierárquica diferente, distante. Posição esta reconhecível explicitamente nas narrativas (políticas, técnicas, jornalísticas e publicitárias) a respeito de Florianópolis.

Essa exposição faz-se necessária para demarcar que aqui há um incômodo, um desconforto, mas não uma crença de que, por conta da “capa” da *theo-ria*, eu estaria fora, como observadora não participante da construção disso que nada mais é do que a expressão de uma relação – seja qual for o modelo ou teoria utilizado – de interação com algo que, nesse momento, faz-se objeto de pesquisa. Essa observação a respeito de meu próprio processo é importante pois os usos da linguagem permeiam a quase totalidade da tese, linguagem que, quando identificada a partir de seus/suas enunciadores/as (sejam pessoas ou instituições) e dotada de

tempo e espaço, passa a ser considerada uma prática social, detentora de um poder de ação, e não mais como um conjunto de elementos sintáticos.

Nessa perspectiva, é possível compreender que as formas de linguagem que analiso – narrativas imagéticas e textuais – não são vistas como representações da cidade, mas elas instituem-na. Não há espaço ou paisagem objetivos e inertes em um lugar, e, em outro lugar, a linguagem, o olhar e a significação. Essa abordagem, como expõe Albuquerque Jr. (2013, p. 34) para a historiografia, traz à tona o papel político do uso da linguagem e, desse modo, também as questões que envolvem

[...] a mediação dos signos, o papel dos símbolos, das imagens, dos ícones, a importância do imaginário, do discursivo para a instituição, produção, veiculação, legitimação, reprodução e circulação do que pensamos ser o real, do que definimos ou aceitamos como sendo a realidade, a verdade.

Assim, enunciados textuais e visuais, conectados às instituições das quais fazem parte, performam³², visto que constroem esse espaço e não constroem sobre o espaço, pois não há um espaço prévio. Assim, “os discursos não se enunciam a partir de um espaço objetivamente determinado do exterior, são eles próprios que inscrevem seus espaços, que os produzem e os pressupõem para se legitimarem” (ALBUQUERQUE JR., 2011, p. 34). Ou seja, os discursos não são apenas construções linguísticas, palavras ou significantes que encontrariam nas coisas do mundo concreto seus referentes.

Seguindo essa mesma abordagem, que busca romper com as concepções representacionais do mundo, para os/as autores/as da NGC que trago para construir esta tese, o espaço passa a ser interpretado como um produto de inter-relações e como uma esfera de coexistência da heterogeneidade (MASSEY, 2008), o que significa que é construído por uma pluralidade de atores/as e de práticas sociais; além disso, o espaço não é o resultado da história³³, visto estar sempre em construção, sempre num fazer-se; “talvez pudéssemos imaginar o espaço como uma simultaneidade de estórias-até-agora” (MASSEY, 2008, p. 29). Segundo essa abordagem, o espaço só pode ser entendido “[...] enquanto relacional, definido nas

³² Essa noção de performance ancora-se nos trabalhos de Judith Butler (2007), que, por sua vez, dialoga com John Austin (1970). Ambos corroboram a ideia de que as palavras, por serem ações, performam o mundo e não somente o representam. Essa perspectiva de performance também tem se tornado típica para alguns/algumas geógrafos/geógrafas, a exemplo de Borghi (2015), Chapuis (2010; 2012), Johnston (2005), Thrift e Dewsbury (2000), entre outros/as.

³³ Com isso não quero dizer que o espaço não seja histórico, mas exatamente por ser um processo histórico não pode mais ser compreendido como apenas uma síntese da história.

práticas socioespaciais e nas relações sociais e de poder” (SILVA, J., 2013b, p. 248).

Para Gregson e Rose (2000, p. 434), nessa mesma perspectiva, o espaço “[...] needs to be thought of as brought into being through performances and as a performative articulation of power”³⁴, pois também o consideram como um fazer-se e não como resultado ou síntese de algo. O que significa que o espaço constitui-se de ações.

Cosgrove (1998) chama a atenção para a importância de considerar o quadro cultural no qual práticas e ideias tomam sentido, são reproduzidas e transformadas. Ele também explica que o conceito de cultura, para a geografia cultural de Carl Sauer, esteve relacionado à interpretação da paisagem e que, naquele momento, a cultura parecia algo que funcionava através das pessoas, o que foi criticado e revisto pela NGC.

Para Cosgrove, ao contrário de Sauer, a cultura não é algo que funciona através dos seres humanos, mas “[...] tem que ser constantemente reproduzida por eles em suas ações, muitas das quais são ações não reflexivas” (COSGROVE, 1998, p. 101).

Duncan (2003) também problematiza a reificação do conceito de cultura que predominou na Geografia Cultural norte-americana. Segundo sua crítica, na abordagem de Sauer, adotada entre as décadas de 1920 e 1930 e difundida nos anos posteriores, “a cultura era vista como uma entidade acima do homem, não redutível às ações dos indivíduos e misteriosamente respondendo a leis próprias” (DUNCAN, 2003, p. 64). É exatamente dessa concepção de cultura, como algo homogêneo e que está fora e acima dos indivíduos, que nasce a compreensão de paisagem de Sauer, como o resultado da ação da cultura sobre as formas espaciais e humanas, que seriam passivas e condicionadas nesse processo.

Já para Duncan (2003), cultura é um conceito e não existe autonomamente aos indivíduos e às relações sociais, econômicas e políticas. Ele defende que esse conceito expressa “[...] contextos para ação ou conjuntos de acordos entre pessoas em vários níveis de agregação”. Ademais, ele afirma que “em qualquer sociedade não há um único contexto e, sim, uma série de contextos em uma variedade de escalas” (DUNCAN, 2003, p. 88).

³⁴ “[...] precisa ser pensado tanto como tendo sido trazido à existência por meio de performances quanto como uma articulação performativa do poder” (tradução nossa).

A discussão desses/dessas autores/as se aproxima das problematizações feitas pelo antropólogo Clifford Geertz (1989), que questiona definições que consideravam a cultura um mecanismo abstrato que serviria para orientar comportamentos, um modo vida padrão ou, ainda, “[...] uma ‘realidade superorgânica’ autocontida, com forças e propósitos em si mesma” (GEERTZ, 1989, p. 21). Para o autor, essas seriam formas de reificar um processo, um contexto. Defendendo um conceito semiótico de cultura, embasado em Max Weber, Geertz (1989) parte do pressuposto de que a cultura pode ser compreendida como teias de significado, às quais o ser humano não apenas está amarrado como também é responsável por tecê-las. Aprofundando, ele define cultura como

[...] sistemas entrelaçados de signos interpretáveis (o que eu chamaria símbolos, ignorando as utilizações provinciais), a cultura não é um poder, algo ao qual podem ser atribuídos casualmente os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos; ela é um contexto, algo dentro do qual eles podem ser descritos de forma inteligível – isto é, descritos com densidade (GEERTZ, 1989, p. 24).

Para Geertz (1989), portanto, no estudo da cultura, os significantes – os elementos materiais do signo linguístico – são atos simbólicos e são analisados como parte do discurso social. Desse modo, arte, religião, ideologia, ciência, lei, moralidade e senso comum são classificados como dimensões simbólicas da ação social que, para serem analisadas, precisam estar conectadas aos acontecimentos sociais e situações concretas.

Nesse mesmo sentido, a respeito da categoria de paisagem, a abordagem de James Duncan (1990), que a considera uma forma de produção discursiva, representa uma quebra com a Geografia Cultural norte-americana de Carl Sauer. Duncan (1990) argumenta que essa quebra se deve ao fato de a paisagem nunca ter sido vista como um meio de alcançar objetivos sociais e políticos, muito menos como constitutiva das práticas políticas e sociais. Para Sauer (1998, p. 23), a paisagem era definida como “[...] uma área composta por uma associação distinta de formas, ao mesmo tempo físicas e culturais”, cujo conteúdo seria encontrado “[...] nas qualidades físicas da área que são importantes para o homem e nas formas do seu uso da área, em fatos de base física e fatos de cultura humana”.

Compreendo que James Duncan aborda a dimensão espacial via paisagem e não via outra categoria de análise espacial como lugar, território ou espaço por

alguns motivos: Duncan é canadense e fez seu doutorado nos Estados Unidos, o que significa que a geografia norte-americana é a base de sua formação. Ele participa da renovação da Geografia Cultural norte-americana, que tinha Carl Sauer como principal expoente. Para Sauer, a paisagem era a categoria por excelência da análise espacial. Duncan e demais geógrafos/as culturais, sobretudo, norte-americanos/as, herdaram não só essa categoria, mas o papel de renová-la, passando a criticar as concepções culturalistas que a conceituavam. Essa renovação, denominada Nova Geografia Cultural, expressa-se por várias correntes que definem a paisagem de diferentes formas, sendo que têm em comum a crítica à noção supra orgânica de cultura e a crítica às ausências dos âmbitos político e econômico das análises da paisagem. Desse modo, o uso da paisagem em Duncan abriga, no mínimo, essas duas questões, a herança de uma categoria de análise e a necessidade de reformular o conceito que lhe era devido.

A ideia que fundamenta a abordagem de Duncan, e que desenvolvo nesta tese, está no argumento de que a paisagem é “[...] a signifying system of great but unappreciated social and political importance [...]”³⁵ (DUNCAN, 1990, p. 3), não estando focada, portanto, na morfologia, como no caso de Sauer³⁶.

Os objetivos dos estudos de Duncan estão direcionados à construção de uma metodologia alternativa para a análise da paisagem e fundamentados nas relações entre poder político e paisagem em um determinado contexto que, em seu caso de estudo, dizem respeito a Kandy, capital real do Sri Lanka no século XIX. Assim, ele defende que a paisagem exerce um papel nas práticas políticas e sociais e considera que, para a compreensão desse processo, faz-se necessário focar na forma como se constituem, reproduzem-se e também como se contestam as relações de poder.

Concordo com a exposição de Silva, J. (2013a, p. 156), que argumenta que Duncan

³⁵ “[...] um sistema de significados de grande porém desvalorizada importância social e política [...]” (Tradução nossa).

³⁶ Não custa advertir também que a definição de paisagem adotada nesta pesquisa diferencia-se da de Milton Santos, mais usual na Geografia brasileira, para quem o conceito de paisagem está relacionado a “[...] um conjunto de formas que, num dado momento, exprimem as heranças que representam as sucessivas relações localizadas entre o homem e a natureza” (SANTOS, 2002, p. 102), sem considerar a vida que o anima, que seria a sociedade. Assim, as formas da paisagem mais a vida que as anima constituiriam a definição de espaço para este autor.

[...] considera a paisagem urbana como um sistema de significados e, tal qual a linguagem expressa no texto, ela é depositária de informações e as transmite. A “paisagem/texto” para ele é um discurso, uma estrutura social de inteligibilidade dentro da qual todas as práticas são comunicadas, negociadas e desafiadas.

Nesse caminho, corroboro também com Sarmiento (1999, p. 167), que expõe que, para a NGC,

[...] as representações de paisagens não são entendidas como sendo miméticas, isto é, não são uma simples imitação das paisagens, um espelhar em forma resumida de um mundo objetivo, mas são um produto da natureza do discurso em que são escritas, uma comunicação de ideias dentro de um contexto cultural e político.

Esse direcionamento para os discursos é, segundo McDowell (1996), característica dos/das geógrafos/as da NGC, que não mais encaram a paisagem como neutra, mas como expressão das relações de poder e de modos de ver o mundo em disputa. Essa perspectiva representa uma guinada da geografia em direção à teoria literária, à semiótica e à teoria dos discursos, quando a paisagem passa a ser lida também como um texto, à exemplo das pesquisas de Duncan e Duncan (1984; 2001) e Duncan (1990), que serão aprofundadas no terceiro tópico deste capítulo.

Para McDowell (1996 p. 177), o discurso do qual se fala pode ser definido como uma maneira de pensar ou escrever limitada por “[...] um sistema de pensamento ou conjunto de conhecimento codificado”, portanto, “todas as declarações funcionam dentro de um determinado discurso, o que define ou limita como pensamos a respeito das coisas”. O que não significa que não exista realidade material ou relações de exploração, “[...] mas que não conseguimos pensar a respeito de seus significados, a não ser dentro de um considerado quadro explanatório” (MCDOWELL, 1996, p. 177).

Com essa atenção dada à produção discursiva, a geografia também passa a contestar e a desafiar “as noções predominantes de verdade” e a investigar “[...] os múltiplos discursos acerca de lugar e identidade, revelando os antes ignorados sentidos de lugar e visões de paisagem construídas mais pelos destituídos do que pelos poderosos” (MCDOWELL, 1996, p. 177).

Além disso, a ausência da dimensão simbólica também é questionada. Para Cosgrove (1998, p. 97, grifo nosso), determinadas questões que foram banidas da

geografia deixam “[...] escapar muito do *significado contido na paisagem humana*, tendendo a reduzi-la a uma impressão de forças demográficas e econômicas”, o que acabou dificultando o tratamento da paisagem como “[...] uma expressão humana intencional composta de muitas camadas de significados” (COSGROVE, 1998, p. 97). Apesar de Cosgrove questionar a ausência da dimensão simbólica nas análises geográficas, o que é fundamental, ele considera que o significado da paisagem está nela contido, ao invés de ser fruto de atribuição de sentido humano definido nas relações de poder, tal como defendo nesta tese.

Retomo a perspectiva de Said (2007) que, apesar da diferença escalar, ainda é esclarecedora para compreender a materialidade dos discursos e a forma como estes estabelecem verdades e configuram entidades espaciais. O autor explica que Oriente e Ocidente não são fatos naturais, mas produtos humanos tais quais as demais entidades geográficas, como região ou lugar, ademais, o discurso Orientalista não é “[...] uma estrutura de mentiras ou de mitos que simplesmente se dissipariam ao vento se a verdade a seu respeito fosse contada”, portanto, o que é preciso buscar “[...] compreender é a pura força consolidada do discurso orientalista, seus laços muito próximos com as instituições do poder político e socioeconômico, e sua persistência formidável” (SAID, 2007, p. 33).

O Orientalismo é um discurso que funda um espaço, que institui uma paisagem, que transforma algo que é múltiplo e processual em uma coisa acabada e inerte, em algo que já estava “lá” para ser descrito e interpretado; no entanto, como explica Silva, J. (2013b, p. 249):

O espaço enquanto entidade essencializada ou pré-discursiva não existe. O que se convencionou chamar de espaço na Geografia nada mais é do que criações humanas para a compreensão de nossa realidade dentro de um campo específico de conhecimento.

Dessa forma, os textos e as imagens da Florianópolis turística dos últimos 50 anos mostram-se como construções político-discursivas de uma verdade e como tentativas de forjar uma única forma de ver e de dizer a cidade. Evidentemente, isso não se dá com uma ou duas imagens ou textos, mas na repetição destes, na frequência com que são evocados, divulgados e tornados legítimos, instituindo uma realidade, uma verdade a respeito da cidade, como será abordado oportunamente.

A ideia de “vocação” para o turismo em Florianópolis foi construída nesse sentido, tendo sido apresentada, por um lado, como uma tradição, remontando à

história da cidade ao século XIX ao citar viajantes que se encantaram com as particularidades locais, buscando construir uma ideia de continuidade e fluidez, como se tivessem reservado a Florianópolis, por ser bela, tal função; uma tradição sem conflitos, sem tensões, sem segregação, no entanto, plena de estereótipos internacionais de “lugares turísticos”. Por outro lado, atribuía-se ao turismo uma abertura para a modernidade e para o desenvolvimento futuro. Com a legitimação dessa “vocaço”, instituiu-se o turismo como o sentido primordial da cidade de Florianpolis.

No entanto, a afirmao dessa “vocao” nada mais do que a inveno de uma srie de desgnios, que serviram para legitimar projetos poltico-econmicos de determinados grupos, e que buscaram argumentos na fabricao de sua paisagem como um conjunto de formas passivas e no como uma construo social.

Assim, essa leitura da paisagem de Florianpolis no a nica, tampouco natural, mas foi produzida; por isso argumento que fruto de um projeto. Projeto no qual existem evidentes diretrizes econmicas, concepes urbansticas, interpretaes peculiares dos ecossistemas naturais e de tudo o que diz respeito s questes ambientais, alm de claras orientaes a respeito da participao popular nesse debate. A fra do turismo como designo tamanha que quando essa verdade questionada, o/a questionador/a passa a ser visto/a como algum que est contra a cidade como um todo, tal qual ocorre em Florianpolis, como mostrarei adiante.

A construo dessa suposta “realidade” da Ilha de Santa Catarina como lugar paradistico, tal como divulga a publicidade e vem sendo legitimada por outros meios, fruto de significaes, no sendo, portanto, uma caracterstica somente emprica, mas tambm simblica. Como expe Albuquerque Jr. (2007, p. 25), “a realidade no uma pura materialidade que carregaria em si mesma um sentido a ser revelado ou descoberto [...]. A realidade no um antes do conceito, um conceito”. Portanto, no porque a cidade dotada de belas caractersticas paisagsticas que naturalmente turstica, mas, sim, por ter sido inventada como turstica, pois somente dessa forma sua paisagem ganha tal valorao.

Isso no significa uma negao das variveis naturais que configuram Florianpolis, mas sim que essa natureza significada e, portanto, simblica. E ser simblica no significa que no material, mas que a sua prpria materialidade

construída nessa atribuição de sentido, por meio de relações sociais e culturais. Assim, como expõe Albuquerque Jr. (2008), os próprios espaços são acontecimentos, não só como relações ou como práticas mas também como conceitos. Nesse sentido, “o espaço está em permanente processo de produção, e isso traz um importante caráter de abertura para uma imaginação geográfica que possa conceber o espaço enquanto praticado e relacional” (SILVA, J., 2013b, p. 249).

Frente à constatação de que “as belas paisagens da Ilha” ocupam papel central na instituição dessa cidade turística, exploro a paisagem não somente como algo aberto ao campo de visão ou como formas disponíveis aos olhos e transformadas em atributos visuais da cidade mas como produções, como parte de uma visão construída. Ao invés de somente “enxergar” a paisagem, é preciso entendê-la em sua complexidade, o que não é simples, visto que esta foi transformada em cenário e, além disso, em cenário natural, o que torna mais difícil compreendê-la como uma construção política e não como um fato.

Nesse momento dialogo com Rose (1993), que expõe que a própria visualidade também tem sido questionada pela NGC. Segundo a autora:

More recent work on landscape has begun to question the visibility of traditional cultural geography, however, as part of a wider critique of the latter's neglect of the power relations within which landscape are embedded. [...] They have begun to problematize the term “landscape” as a reference to relations between society and the environment through contextual studies of the concept as it emerged and developed historically [...]. They have stressed the importance of the look to the idea of landscape and have argued that landscape is a way of seeing which we learn (ROSE, 1993, p. 87)³⁷.

De acordo com Raffestin, a paisagem costuma ser vista como um quadro, como parte do mundo externo, a qual o/a geógrafo/a irá observar e descrever, sem considerar a prática do olhar e a linguagem que está na base dessa observação. Para ele, a geografia acabou cegada pelas próprias formas visíveis e “[...] only reproduces natural or human morphologies, without being entirely conscious of the

³⁷ “Trabalhos recentes na questão da paisagem começaram a questionar a visualidade da geografia cultural tradicional como parte de uma crítica mais ampla em relação à negligência desta perante as relações de poder dentro das quais a paisagem está inserida. [...] Começa-se a problematização do termo “paisagem” como referência a relações entre sociedade e ambiente através de estudos contextuais sobre o termo como fora concebido e desenvolvido historicamente [...]. Salienta-se a importância do olhar sobre a ideia de paisagem e argumenta-se que paisagem é um meio de ver pelo qual aprendemos” (tradução nossa).

practices and knowledges that conditions his vision” (RAFFESTIN, 2007, p. 133)³⁸. Isso fez com que a paisagem fosse encarada como pura abstração visual, não só destituída de qualquer caráter relacional mas também apartada dos demais sentidos.

Raffestin também aponta que outra consequência dessa visão não relacional da paisagem foi tratá-la somente como um resultado:

Landscape geography, which sought to be an operation of unveiling, unveils in fact, only an image, a caricature of reality, whose development process remains to a very large degree hidden. [...] The geographical gaze is self-conditioned by a canonical tradition that finds legitimation in itself, without realizing that these practices are at fault (RAFFESTIN, 2007, p. 133)³⁹.

Esforço-me, portanto, nesta tese, para mostrar o movimento, o processo, as mudanças e os constantes rearranjos que organizam e transformam a paisagem de Florianópolis, tanto em seus aspectos materiais quanto simbólicos.

Em cada momento histórico, o turismo é apropriado como coisa a ser inserida num espaço disponível, que não seria um processo constante de inter-relações e múltiplas trajetórias, mas que já teria seu futuro determinado, visto ter, por natureza, uma “vocação”. O que sugere que toda essa multiplicidade de trajetórias (MASSEY, 2008) levaria a um só lugar, a uma só paisagem, visto estar sujeita às definições de quem tem o poder da enunciação, que é também o poder da ação.

Essas questões se explicitam nas narrativas analisadas nesta pesquisa, nas quais o caráter processual do espaço é substituído por diretrizes, que não só definem o futuro da cidade mas também o justificam de acordo com os diagnósticos e planos de técnicos/as de planejamento urbano, dos interesses institucionalizados de políticos/as e de empresários/as locais e pela forma como a mídia de ampla divulgação cristaliza esse processo.

De acordo com as fontes analisadas, foi possível identificar padrões temporais relativos a dinâmicas discursivas, que expressam diferentes concepções do urbano, no que diz respeito às políticas oficiais nas diversas escalas

³⁸ “[...] somente reproduz morfologias naturais ou humanas, sem estar inteiramente consciente das práticas e saberes que condicionam sua visão” (tradução nossa).

³⁹ “A geografia da paisagem, a qual procurou ser uma operação de descoberta, revela de fato apenas uma imagem caricatural da realidade, cujo processo de desenvolvimento permanece ainda muito desconhecido. [...] O olhar da geografia é autocondicionado pela tradição canônica que procura legitimação em si mesma, sem atentar que estas práticas são falhas” (tradução nossa).

governamentais, às diferentes compreensões do papel do turismo na cidade, o que inclui relações de interesses de atores/as públicos/as e privados/as, e aos distintos papéis dos meios de comunicação nas transformações dos discursos sobre o turismo. À essa dinâmica discursiva somam-se as transformações nas redes de significados da paisagem, possibilitando mudanças materiais, ou seja, a partir do momento que a cidade passa a ser considerada uma cidade turística, o zoneamento, os empreendimentos e as obras de infraestrutura urbana – as mudanças materiais – também passam a ser possíveis.

Essa busca por uma abertura para rever a dimensão espacial como prática e não como produto ou síntese faz parte do questionamento da naturalidade do mundo, da “vocação” turística e da “vocação” da natureza para o turismo, pois essa própria compreensão do espaço é também uma conquista política, que o coloca como algo natural e não passível de questionamento.

No próximo subcapítulo, o conceito de discurso em Michel Foucault é aprofundado para, posteriormente, adentrar na concepção de paisagem como produção discursiva em James Duncan.

2.2 Trajetórias do deslocamento II: discurso, espaço e turismo ou quando a Geografia dialoga com Michel Foucault

Partindo da ideia central desta tese, de que o turismo foi instituído como uma verdade para a cidade, por meio de um conjunto de produções discursivas permeadas por relações de poder, levanto algumas questões a serem exploradas a partir das conexões estabelecidas com o pensamento de Michel Foucault: como uma verdade é construída e apresentada? Por que determinado discurso é aceito como verdadeiro em detrimento de outro? Em que condições emerge determinado discurso?

Para trabalhar essas questões, proponho uma análise dos discursos que tem por objetivo entender a engrenagem em torno das discussões sobre verdade, produção de discursos e suas emergências e transformações. Para Foucault (2003;

2015), a verdade é histórica e condicionada pela associação entre regularidades discursivas e relações de poder. Estando a verdade conectada ao poder, ela não é desinteressada nem universal.

A questão da verdade é um dos principais focos das pesquisas de Foucault. O filósofo buscou entender os jogos de “veridicção”, ou seja, os meios de dizer e legitimar verdades (CASTRO, 2015). Para ele, a divisão entre verdadeiro e falso é uma manifestação histórica, pois, em diferentes contextos, as formas, os instrumentos e os demais meios de “veridicção” são particulares. No período histórico atual, por exemplo, a enunciação da verdade é marcada pela neutralidade e pela cientificidade, enquanto que sua legitimação se dá pela conexão dos enunciados verdadeiros a instituições e organismos, alguns dos quais supranacionais, bem como por sua expressão por meio da legislação, entre outros procedimentos de transformação de uma ideia em verdade. Em cada contexto histórico, uma determinada ideia precisa passar por determinadas instâncias para ser considerada verdadeira.

Portanto, pode-se dizer que a própria verdade tem uma história (CANDIOTTO, 2007), já que o propósito dessa análise não é encontrar a verdade, mas explorar o regime de produção daquilo que é verdadeiro ou falso, ou o percurso histórico de sua instituição. De fato, Foucault (2003) considera a existência de efeitos ou regimes de verdade construídos de acordo com a instituição de sistemas de poder, isto é, a própria noção daquilo que é verdade, ou não, parte de uma construção histórica e discursiva.

A produção dos discursos, por sua vez, é mediada pelas relações de poder e por procedimento de controle (FOUCAULT, 2012a), de acordo com o contexto histórico e espacial em que se desenrolam. Para Foucault (2013a; 2015), o poder não é algo que se possui, nem está centralizado na figura do Estado; não é uma instituição ou uma estrutura, mas uma situação estratégica que, por sua vez, “[...] toma corpo nos aparelhos estatais, na formulação da lei, nas hegemonias sociais” (FOUCAULT, 2013a, p. 103).

Desse modo, os discursos não se resumem a um conjunto de signos; embora feitos de signos, são práticas que formam os objetos de que falam (FOUCAULT, 1997). Não há um discurso em si, monolítico, definido *a priori* e que serviria de guarda-chuva para enunciados ou para dar lógica a determinadas ações; o discurso

não é “[...] uma unidade retórica ou formal, indefinidamente repetível e cujo aparecimento ou utilização poderíamos assinalar (e explicar, se for o caso) na história” (FOUCAULT, 1997, p. 135), mas “[...] é constituído de um número limitado de enunciados para os quais podemos definir um conjunto de condições de existência” (FOUCAULT, 1997, p. 135-136).

É no conceito de enunciado que Foucault encontra a *materialidade* do discurso, que é a localização total do enunciado, sua substância, seu suporte, seu lugar e tempo. Segundo Lecourt (2008, p. 50):

O que Foucault descobre é que a localização espaço-temporal pode ser deduzida das “relações”, ou “nexos”, entre enunciados ou grupos de enunciados, depois que se reconhecer a esses nexos uma existência material, e quando se compreender que tais nexos não existem fora de certos suportes materiais em que se encarnam, se produzem e se reproduzem.

Os enunciados, portanto, são vistos por Foucault não como algo que estaria numa superfície a ser ultrapassada para descobrir seu real significado, pois cada enunciado ocupa uma posição singular e não o lugar de algo que não foi dito e que o subjaz. Não há, portanto, como determinar o discurso de antemão e, a partir disso, apontar enunciados que lhe pertenceriam. Não há algo pré-determinado, não há uma força transcendental ou uma totalidade controlando o que pode ou não ser dito, mas há uma constante co-construção.

Com isso, ele chama a atenção para outro traço dessas análises que denomina de exterioridade. Exterioridade que em nada se refere a uma possível oposição entre exterior e interior, como se daquele fosse necessário partir para adentrar alguma verdade não-manifesta no interior dos enunciados. Foucault explica que ver um enunciado em sua exterioridade significa encará-lo como acontecimento enunciativo, com a possibilidade de apreendê-lo por “[...] sua própria irrupção no lugar e no momento em que se produziu; para encontrar sua incidência de acontecimento” (FOUCAULT, 1997, p. 140).

Dessa forma, discursos não são simplesmente ideias, expressões linguísticas ou reflexos de outras coisas, mas acontecimentos. E tratar um discurso como acontecimento deve-se a querer

[...] descrever, entre ele e outros sistemas que lhe são exteriores, um jogo de relações. Relações que se devem estabelecer – sem passar pela forma geral da língua, nem pela consciência singular dos

sujeitos que falam – no campo dos acontecimentos (FOUCAULT, 1971, p. 24).

Um dos pontos centrais para a compreensão do acontecimento discursivo – ou do discurso como acontecimento – é a noção de *relação*. Em Foucault, as práticas discursivas (entre enunciados e distintos discursos heterogêneos, por vezes divergentes) e não discursivas (instituições, questões econômicas, forças políticas) estão amarradas a relações de poder (FISCHER, 2001); assim, enunciados, instituições, formas de ver e formas de dizer são práticas sociais constituídas pelas relações de poder. É a partir das práticas que se define uma rede conceitual que é constitutiva do discurso e que possibilita distinguir determinados enunciados que se deram naquele tempo e lugar, naquele contexto político e não em outro.

Não há primeiro um discurso já estabelecido, mas antes existem as práticas sociais, as relações de poder, os acordos políticos que se articulam e que, de acordo com seus interesses e suas relações institucionais, objetivam-se e comunicam suas ideias por meio de textos, relatórios, jornais, planos, paisagens, entre outros.

Assim, as práticas devem ser centrais nas análises, visto que são elas que projetam objetivações. Essas práticas também são valorizadas por Veyne, para quem, em Foucault, “[...] não há objetos naturais, não há coisas. As coisas, os objetos, são apenas os correlatos das práticas” (VEYNE, 2008, p. 328). Segundo Veyne, a tese de Foucault estabelece-se sobre o paradoxo entre o objeto e a prática, “[...] *aquilo que é feito*, o objeto, explica-se pelo que foi o *fazer* em cada momento da história; é erradamente que imaginamos que o *fazer*, a prática, se explica a partir daquilo que é feito” (VEYNE, 2008, p. 328, grifo no original).

De acordo com essa abordagem, o turismo é considerado uma prática social que dá margem a enunciados e narrativas e aciona diferentes discursos, com perspectivas por vezes semelhantes, por vezes divergentes, seja pelas leituras e valorações da paisagem, seja com relação às questões urbanísticas de Florianópolis.

Buscando operacionalizar algumas das principais ideias de Foucault, Rose (2005) chama a atenção para duas possíveis ênfases metodológicas de análise dos discursos: a primeira articula as práticas implicadas a determinado discurso às imagens visuais e textos verbais, com foco na linguagem; e a segunda estaria mais relacionada às práticas institucionais, às noções de poder e aos regimes de verdade.

Essa divisão proposta por Rose (2005) segue uma identificação relativamente consensual de dois períodos na bibliografia de Foucault: a arqueologia e a genealogia.

Apresento a seguir o que seria o foco de cada um desses períodos, mas alerto que essa divisão existe apenas com fins didáticos, pois expressam dois procedimentos metodológicos que, apesar de terem especificidades, não são excludentes. De fato, Foucault (2012b, p. 224) explicita que não tem um método que poderia aplicar a domínios diferentes. Ele argumenta que procura isolar um conjunto de objetos utilizando instrumentos encontrados ou forjados por ele mesmo, ao longo de suas pesquisas. Para ele, o método não era algo com qualquer tipo de privilégio, tanto que chegou a se denominar um “empirista cego”. O que há para ele, portanto, são procedimentos metodológicos e não um método ao estilo dos métodos científicos tradicionais que não se alteram, apesar da mudança dos objetos e dos contextos de análise.

Retomando o que foi dito no capítulo um, a arqueologia explora as regras que determinam os discursos e como as verdades são instituídas dentro desses discursos, com o objetivo de entender a construção dos saberes e das verdades desses saberes. Em *A arqueologia do saber*, o discurso é autônomo, ele instaura, efetua, opera (FOUCAULT, 1997). Nesse momento, Foucault defendia que as mudanças nas práticas médicas, por exemplo, não eram resultado de transformações técnicas, institucionais ou de conceitos, pois o discurso era dito como o fator unificador das práticas (DREYFUS; RABINOW, 2013).

Já a partir de *A ordem do discurso*, o discurso passa a ser compreendido como produto de relações de poder e, portanto, também como uma forma de se exercer o poder. Passa-se a considerar que as condições de sua produção são reguladas por procedimentos de controle, por interdições que são externas ao discurso, que seriam: quem fala, acerca do que se fala e em quais circunstâncias se fala (FOUCAULT, 2012a). Os procedimentos utilizados desde então estariam explicitando o período genealógico, pois visam mostrar que o discurso é também um instrumento de poder, explorando a construção histórica dos condicionantes políticos de possibilidade dos discursos.

Como a construção dos saberes e dos discursos está, para Foucault (2012a, 2015) conectada às redes de poder, essa divisão se mostra, de fato, exclusivamente

didática e não estanque. Para as análises dos discursos desta tese, esforço-me em explorar a dimensão vertical dos discursos que, como define Castro (2014), atravessa o discursivo e o não discursivo. Isso significa que não analiso os discursos sem suas relações espaço-temporais ou fora de suas redes políticas de produção e controle. Assim, não dissocio essas duas ênfases, tal como denominou Rose (2005), mas trabalho a partir de uma proposta arqueo-genealógica.

É importante ressaltar que essas noções de saber e de poder são não-essencialistas: “O saber diz respeito somente aos procedimentos e efeitos de conhecimento aceitáveis num momento e domínio definidos; o poder concerne aos mecanismos específicos e estratégicos suscetíveis de induzir comportamentos ou discursos” (CANDIOTTO, 2007, p. 207). Tanto que Foucault não se referia propriamente ao saber, mas aos modos de “veridicção”, nem ao poder, mas às técnicas de governamentalidade, pois estes só existem como formas históricas e não em essência ou de acordo com uma identidade singular (CASTRO, 2014).

Ao buscarem ampliar os estudos sobre paisagem na geografia, Duncan (1990) e Rose (2005) exploram as possibilidades metodológicas de Foucault por meio da intertextualidade.

The diversity of forms through which a discourse can be articulated means that intertextuality is important to understanding discourse. Intertextuality refers to the way that the meanings of any one discursive image or text depend not only on that one text or image, but also on the meanings carried by other images and texts (ROSE, 2005, p. 136).⁴⁰

De acordo com essa abordagem, que considera tanto enunciados verbais e visuais quanto paisagens entendidas como textos, faz-se necessário entender “[...] como os diferentes textos de que tratamos remetem uns aos outros, se organizam em uma figura única, entram em convergência com instituições e práticas, e carregam significações que podem ser comuns a toda uma época” (FOUCAULT, 1997, p. 137).

Retomando o que foi exposto no capítulo um a respeito de devolver os textos aos discursos, a intertextualidade expressa exatamente que os textos têm

⁴⁰ “A diversidade de formas pelas quais um discurso pode ser articulado deixa claro que a intertextualidade é importante para entender tal discurso. Intertextualidade definida como a dependência que os significados de qualquer imagem discursiva ou texto têm, mais que somente de uma imagem ou texto, mas também dos significados carregados por outras imagens e textos” (tradução nossa).

contextos, que tanto dizem respeito a características históricas quanto possuem relações de significação que lhes são internas. Essas relações, além de apresentarem regularidades intrínsecas, definem uma rede conceitual. Essa rede, constitutiva do discurso, possibilita distinguir determinados enunciados que se deram naquele tempo e lugar, naquele contexto político e não em outro, visto serem acontecimentos singulares e situados, dotados de temporalidades e espacialidades específicas.

Quando Duncan (1990) fala que a paisagem-texto tem importância social e política, ele já toma o texto por discurso, ou seja, o texto trabalhado por ele é um texto tomado em seu contexto. Portanto, o processo para considerar uma paisagem como um texto, tal como propõe Duncan (1990), é também entender essa dimensão espacial em seu contexto e não como mero substrato ou forma, mas como uma dimensão que age, que está conectada às estratégias de poder constituídas historicamente.

As ideias de Duncan a respeito da análise da paisagem não se remetem somente ao que foi edificado mas também às mudanças de significado da paisagem. E essa parece ser a principal diferença entre sua proposta e a da escola de Carl Sauer, pois, caso seu argumento fosse somente correlacionar as mudanças físicas às mudanças da ordem dos discursos, a separação entre material e imaterial ou entre discurso e espaço seria mantida. Entretanto, um sistema de significados (DUNCAN, 1990) é mais que a pura e tradicional materialidade. Como já afirmado, os significados, assim como os discursos, possuem também uma materialidade.

Desse modo, as maneiras de instituir o turismo como verdade para olhar e falar sobre a paisagem de Florianópolis se deram por meio de diferentes conjuntos de regras que estabeleciam enunciados verdadeiros e falsos, além de verdades e falsidades a respeito do processo de significação da paisagem, que, como desenvolvo ao longo da tese, é o que determina as ações, as transformações, a materialidade do espaço.

É por isso que trabalho com narrativas que têm legitimação social, que são compreendidas como verdadeiras, como descritivas e, por vezes, até naturais. Não estou afirmando que concordo com o *status* dessas narrativas, mas o que importa é exatamente esse *status* que lhes foi atribuído socialmente.

Para configurar uma rede de significação discursiva, é preciso entender quais textos orbitam a paisagem-texto, dando-lhe sustentação, e como esses textos se relacionam. Com isso explicita-se que, dentro dessa rede de significação, não apenas existem convergências mas também disputas pelo significado. Esse significado, como já exposto, não é somente simbólico, ele é constituído de interesses materiais que, neste caso de estudo, estão conectados com o uso e ocupação do espaço urbano para fins turísticos.

A prática turística em Florianópolis desencadeou mudanças não só na ordem dos discursos mas também nas instituições, nas relações políticas entre público e privado, no mercado imobiliário, nos processos econômicos, na forma como a cidade foi midiaticizada, entre outras práticas sociais.

As práticas políticas e os objetivos econômicos, à medida que se constroem e se transformam, configuram diferentes objetos e espaços para o turismo – o que vai tramando diferentes redes de relações entre os agentes do turismo e do mercado imobiliário, os representantes do poder público e a população, e abrindo novas frentes de atuação e de legitimação. Nas formas como essas relações vão se dando, o turismo adquire diferentes *status* perante os distintos grupos sociais presentes na cidade, ou seja, as configurações nessas redes de relações fazem com que o turismo apareça e reapareça de diferentes formas na cidade. Ao turismo é delegado diferentes funções, nem todas num mesmo sentido, pois muitas vezes nota-se grandes contradições naquilo que se espera dessa atividade. No entanto, a criação e a reprodução da ideia de turismo como “salvação” econômica para a cidade praticamente impera em determinados períodos, estabelecendo aproximações e conflitos com questões relativas à preservação ambiental.

Juntamente com os discursos, espaço, paisagem e turismo também são compreendidos como práticas localizadas e datadas. Portanto, quando falo em espaço, turismo ou discurso, refiro-me a práticas espaciais, práticas turísticas e práticas discursivas, e também a relações entre essas práticas, sem contar suas relações com outras tantas práticas próprias de cada momento, como as práticas urbanísticas e de planejamento. O espaço, pois, é sempre um processo, ele nunca é estaticamente, mas sempre está fazendo-se de práticas (MASSEY, 2008).

Nesse sentido, o turismo não se configura como um objeto uno e coeso a partir do qual busca-se uma identidade discursiva, pois as práticas discursivas, nas

quais se incluem as espaciais, são processos que se configuram por relações de poder. A materialidade dessas práticas se dá de diversas formas, seja nas leis e planos, na mídia comum ou específica, seja através das declarações de governantes que expressam não só o que pretendem fazer mas a forma como concebem as cidades, as relações sociais etc.

É por meio dessa concepção que posso descrever os laços que conectam as mudanças institucionais, as relações políticas, os fatores econômicos e a própria organização do turismo na cidade. Além disso, cada um dos diferentes discursos em torno do turismo possui distintas concepções de cidade e do lugar que o próprio turismo ocupa nessa cidade, que são expressas pelas propostas de planejamento urbano, materializadas pelos planos diretores e turísticos; pelas relações de poder entre políticos/as, empresários/as e movimentos sociais, materializadas nos jornais e entrevistas, mas também nos planos e nas alterações de leis da Câmara Municipal; pela publicidade turística; e pelas transformações da paisagem ou da cidade, que expressam esse movimento, esse jogo de interesses, as concepções e os debates políticos revestidos de argumentos técnicos, ambientais, sociais e econômicos.

A análise foucaultiana, portanto, fundamenta a compreensão que apresento nesta tese em torno da construção discursiva de verdades e de como isso está conectado às relações de poder que participam dos processos de produção da paisagem e de invenção da cidade turística.

2.3 As encruzilhadas teóricas: a paisagem como prática discursiva

A partir das recém apresentadas noções de dimensão espacial para a Nova Geografia Cultural e de discurso para Foucault, neste tópico parto para um breve aprofundamento das ideias de James Duncan, presentes sobretudo em seu livro *The city as text*, e em textos publicados em coautoria com Nancy Duncan.

Neste ponto do texto o foco se dá sobre as formas como ocorre a invenção de determinada paisagem, ou seja, como um discurso hegemônico consegue impor a sua leitura sobre o espaço, implicando que suas ações sejam tratadas como

evidentes. Essa naturalização é possível pois os discursos são, ao mesmo tempo, “[...] enabling resources as well as constraints or limits within which certain ways of thinking and acting seem natural and beyond which most who have learned to think within the discourse can not easily stray”⁴¹ (DUNCAN, 1990, p. 16).

Os discursos funcionam como um quadro social por meio do qual práticas tomam sentido e é por meio desse quadro que determinadas ideias e ações são vistas como naturais. Desse modo, a naturalização de um determinado uso do espaço, por exemplo, tem sentido quando ganha coerência dentro de uma determinada ordem discursiva e, assim, como expõe Duncan (1990), pode ser comunicada, negociada e também desafiada.

A noção de texto possui uma definição expandida e é relativa a de discurso, como já dito. Um texto é um meio concreto, escrito e lido em diferentes linguagens e que comunica ideias, concepções e conceitos. Paisagem, cidade ou espaço são assim definidos como textos. Essa compreensão deve-se a uma aproximação de Duncan e Duncan (2001) à teoria literária e, mais especificamente, a Roland Barthes.

Para Duncan e Duncan (2001), a leitura que Barthes fez da paisagem é mais interessante e crítica que a de muitos/as geógrafos/as que a encararam como um traço que revela uma cultura. Em concordância com o semiólogo francês, expõe-se que “son désir n’était pas de décrire les paysages en eux-mêmes, mais de montrer que leur sens se trouve toujours enfoui sous des couches de ce qu’il a appelé ‘sédiment’ idéologique”⁴² (DUNCAN; DUNCAN, 2001, p. 212). No entanto, essa leitura é parcial, pois não aborda o processo social do qual a paisagem é parte constituinte. Assim, de Barthes, herda-se a ideia de “desnaturalizar” as paisagens e, além disso, trabalha-se o papel da paisagem no processo social. Dessa forma, a paisagem passa a ser estudada a partir do cruzamento entre a teoria literária e a teoria social⁴³ (DUNCAN; DUNCAN, 2001).

⁴¹ “[...] fontes de permissão tanto quanto de constrangimentos ou limites dentro dos quais certas formas de pensar e agir parecem naturais e além das quais a maioria, que aprendeu a pensar dentro do discurso, não pode facilmente desviar-se” (tradução nossa).

⁴² “Seu desejo não era o de descrever as paisagens nelas mesmas, mas de mostrar que seu significado ainda se encontra enterrado sob as camadas daquilo que ele chamou ‘sedimento’ ideológico” (tradução nossa).

⁴³ Da primeira, a ideia de encarar a paisagem como um texto, percebendo-a como ideologias concretizadas. Da segunda, o tratamento da paisagem como um processo social.

Esse cruzamento é operacionalizado pela intertextualidade, que mostra-se uma importante ferramenta da análise dos discursos, como apresentado anteriormente. “[The] intertextuality refers to the textual context within which a text (be it a landscape or any other form that can be read) is understood”⁴⁴ (DUNCAN; DUNCAN, 2001, p. 12). Ou seja, textos são compreendidos em seus contextos enunciativos e, como dito, não se resumem aos usuais textos escritos, os quais não estão excluídos, mas podem ser de diferentes meios, possuir diferentes formas e linguagens. Para Duncan e Duncan (2001), as noções pós-estruturalistas abriram essa nova possibilidade de leitura da paisagem, pois rejeitam a autoridade do/da autor/a, relevam a questão da intertextualidade na produção dos textos e desconstroem a ideia de que os textos referenciam ou representam o mundo real, tal como já explorado anteriormente.

Outro ponto importante é a visibilidade da paisagem, que é ressaltada por Bondi (1992), Rose (2005), Duncan e Duncan (2010), entre outros/as. Esse conceito diz respeito à significação daquilo que é visível e refere-se a uma construção cultural e não a uma simples relação entre os olhos e as coisas. Para Albuquerque Jr. (2011), tanto as visibilidades quanto as dizibilidades são construídas na articulação das práticas discursivas e não discursivas no processo de pensar e produzir o espaço. Enquanto as visibilidade são formas de ver e de fazer ver, as dizibilidades são formas de falar e de fazer falar. Como argumentado anteriormente para as formas de falar ou enunciar, as formas de ver também são construções culturais pelas quais conceitos, valores e ideais tomam corpo.

A paisagem de Florianópolis está expressa em vários meios. Ela é ressaltada nos textos dos planos, além de ser dirigida e divulgada por fotos em revistas, jornais, guias turísticos, entre outros. Essas imagens, no entanto, não tratam somente de algo acessível aos olhos, mas, sobretudo, de algo com valor simbólico. Aquilo que é tornado visível não é somente uma expressão das formas, mas dos significados, marcados por interesses de diversos grupos sociais em conflito na cidade.

As imagens, nesta pesquisa, são encaradas como parte da construção discursiva, visto que não se mostra qualquer imagem, mas somente as selecionadas para compor a trama discursiva. As imagens fazem parte das estratégias de

⁴⁴ “[A] intertextualidade refere-se ao contexto textual dentro do qual um texto (seja ele uma paisagem ou qualquer outra forma que possa ser lida) pode ser compreendido” (tradução nossa).

fabricação de uma paisagem hegemônica, pois manifestam unicamente aquilo que é valorado pelo mercado. E quando mostram algo diferente, como habitações de população de baixa renda ou comércio ilegal nas praias, não é para apontar a própria diferença existente na cidade, mas para propor “soluções” a esses “empecilhos”. Com isso, vão se produzindo efeitos de verdade a respeito daquilo que é próprio ou impróprio a essa cidade e que concomitantemente a constroem.

Aquilo que foi dito para os textos também é válido para o campo das imagens. Quando analisam-se textos e imagens procura-se, antes de mais nada, situá-los em seus contextos históricos de produção e de divulgação, além de suas conexões com outros textos e imagens e, assim, devolvendo-os aos discursos.

As narrativas trabalhadas nesta tese configuram um regime de dizibilidade, que se materializa nas leis e planos, nos enunciados jornalísticos, nas publicidades; e também um regime de imagem, ou de visibilidade, que toma corpo por meio das formas da paisagem que são evocadas pelas imagens e que estão disponíveis ao olhar segundo ambos os regimes. Quando olhamos para a cidade ou quando falamos dela, o olhar e as palavras estão marcados pelo regime de dizibilidade e de visibilidade, ou seja, não apenas mostram e dizem uma cidade mas também fazem ver e fazem dizer aquilo que dizem e mostram.

Essas narrativas, portanto, que expressam formas de dizer e formas de ver Florianópolis, passam a denominar algumas de suas partes sob o nome de “atrativos turísticos”, declaram todos os balneários da ilha como “área especial de interesse turístico”, entre outras formas de dizer e de fazer dizer essa cidade. As atribuições, os significados, as representações e as analogias não se devem, portanto, somente às formas de enunciar ou de ver Florianópolis, mas a ambas. O turismo passa a ser uma forma de dizer e também de olhar para a cidade.

Desse modo, imagens e textos, à medida que vão sendo repetidos e legitimados por instituições e grupos sociais representativos, são naturalizados e tomados como verdade, transformando a paisagem em mais um instrumento de manutenção de seu poder sobre o uso do espaço urbano. Assim:

Landscapes are normally viewed in practical, non-discursive, inattentive manner and tend to be interpreted as physical evidence of social standing and material success [...]. Landscapes have an important inculcating effect as they tend to be taken for granted as tangible evidence of the naturalness of the social, political and

economic practices and relations (DUNCAN; DUNCAN, 2010, p. 14).⁴⁵

Se as paisagens possuem sentidos, estes não são expressões naturais de sua existência, no entanto, é exatamente aí que se pode compreender o processo político de naturalização da paisagem. Para Duncan e Duncan (2001), a paisagem, ao ser naturalizada, tem o papel de servir “[...] de support à un ensemble d'idées et des valeurs, à des hypothèses incontestées sur la manière dont une société est ou devrait être organisée”⁴⁶ (DUNCAN; DUNCAN, 2001, p. 221). Para Silva, J. (2013a, p. 156), essa característica é própria dos discursos, pois

[...] os discursos estão sempre permitindo recursos e limites dentro de certas direções de pensamento e ações que “aparentemente” são naturais. A pretensa naturalidade da ordem do mundo e, portanto, da dimensão espacial da sociedade, para James Duncan, é resultante de vários embates e lutas entre os grupos sociais.

Considerando que não é só a dimensão material que constitui a paisagem, esta não é apenas um conjunto de formas disponíveis à visão, mas uma rede de significados, pois a possibilidade de sua leitura passa pela conexão das relações sociais e dos acordos políticos que estão escritos em variados enunciados, textuais e imagéticos, entre leis e planos, jornais, publicidade turística, entre outros.

Com isso não se nega a materialidade da paisagem, muito pelo contrário, como afirma Duncan (1990), esse texto tem uma linguagem concreta que comunica não somente suas formas visíveis – ecossistemas naturais, praias e comunidades tradicionais – mas também as relações políticas e os interesses econômicos que atribuem sentido a essas formas.

A materialidade da paisagem, associada à usual estase da dimensão espacial, como já observado, possibilita não só a naturalização de uma única leitura mas também do *status quo*, como apontam Duncan e Duncan (2010). No entanto, a materialidade não significa algo em si, mas depende de quem a lê.

As diferentes concepções de cidade, de sociedade e de natureza fazem com que a interpretação da paisagem se altere, ou seja, a leitura do empresariado é

⁴⁵ “As paisagens são normalmente vistas de uma maneira prática, não-discursiva e desatenta; sendo assim interpretadas como evidências físicas das posições sociais e sucesso material [...]. As paisagens têm uma função reveladora, pois são como testemunhas, evidências tangíveis da naturalidade das práticas e relações sociais, políticas e econômicas” (tradução nossa).

⁴⁶ “[...] de suporte para um conjunto de ideias e de valores, de suposições não questionadas sobre a maneira pela qual uma sociedade é ou deve ser organizada” (tradução nossa).

diferente da leitura de ambientalistas e da população, apesar de supostamente estarem em frente à mesma coisa. Portanto, não é a forma que condiciona a leitura, mas a perspectiva que dá margem à interpretação daquilo que é visto, ou seja, a visibilidade, como diz Albuquerque Jr. (2011), não é natural.

Assim, a maioria da população de habitantes e de turistas, evidentemente, lê a paisagem ignorando que as mensagens ali absorvidas dizem respeito a relações sociais das quais também é parte. Isso possibilita que interesses privados e institucionais sejam encarados como o pano de fundo para o funcionamento da sociedade.

Entretanto, a contestação dessa hegemonia também é parte do processo e, segundo Duncan e Duncan (2010), discursos concorrentes são frequentes e bem evidentes quando se trata de questões ambientais e de planejamento. Essa contraposição discursiva evidencia-se nesta pesquisa, pois a história recente da cidade é uma história de tensão entre concepções de planejamento urbano e questões ambientais que parecem se opor quando o turismo está em foco.

Dentre os discursos concorrentes existem os hegemônicos e os que pretendem contestar essa hegemonia. Esses discursos em conflito, os quais “[...] shape and are shaped by social institutions and interacting groups, each of which may have differing material interests. [...] As modes of signification, discourses are embodied in texts broadly construed, including landscapes” (DUNCAN, 1990, p. 155)⁴⁷. Os discursos tanto constituem-se quanto são legitimados por textos associados entre si e que possuem um modelo de paisagem respectivamente correspondente. Ou seja, não são somente ideias, como já mostrado, mas formas de agir, visto que os discursos não se resumem à linguagem, mas envolvem “[...] uma trama de ações que possuem significados e articulam outros elementos para além da linguagem” (SILVA, 2013a, p. 156).

Pelo fato de os discursos concorrentes possuírem distintos modelos de paisagem, ou seja, diferentes ideias, concepções e projetos que visam diferentes materializações, a paisagem passa a ser vista como *locus* de luta política entre grupos com interesses diferentes (DUNCAN, 1990).

⁴⁷ “[...] moldam e são moldados por instituições sociais e grupos que interagem, sendo que cada um deles pode ter interesses materiais diferentes. [...] Como modos de significação, os discursos estão incorporados nos textos em sentido *lato* (amplo), incluindo as paisagens” (tradução nossa).

Desde 1985, quando o Plano Diretor dos Balneários instituiu todos os balneários da ilha como “Área Especial de Interesse Turístico”, a tensão entre discursos concorrentes tomou uma amplitude considerável em Florianópolis, visto que, com isso, empreendimentos turísticos passaram a ser privilegiados pelo zoneamento, desconsiderando, inclusive, áreas ambientalmente protegidas por legislação federal. Dessa forma, a própria instituição municipal responsável pelo planejamento urbano legitimou uma leitura única da paisagem florianopolitana, que, desde então, fortaleceu-se como a hegemônica. Além disso, esse plano afirma que os ecossistemas naturais devem ser preservados pelo fato de possuírem interesse turístico, o que institui também uma única leitura da natureza.

Desde aquela época, o planejamento urbano oficial institucionalizou que os interesses do mercado turístico-imobiliário valiam mais que outros, assim determinando o poder de certos/as atores/as sobre o uso do espaço urbano, bem como sobre a significação da paisagem. Em algumas áreas da cidade, tornou-se claro como o zoneamento restringiu a população residente de acordo com o poder aquisitivo, pois essa prática, que é um dos principais instrumentos do planejamento urbano, comumente limita não só os usos para determinadas partes da cidade, mas o acesso de certos grupos sociais (SOUZA, 2002). A hegemonia de significado/leitura da paisagem agiu como mecanismo de acirramento da segregação socioespacial.

Concomitantemente, os alertas com relação às questões ambientais começaram a ser fortemente difundidos no planeta, lançados pela Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente Humano, em 1972, em Estocolmo, pela publicação do Relatório Brundtland, em 1987 e pela realização da Eco-92, no Rio de Janeiro, todos marcos de internacionalização dos problemas ambientais. Esses eventos e suas repercussões impulsionaram a criação ou a mudança nas instituições afins, alterações nas legislações nacionais, planos e pesquisas voltados a buscar sanar problemas ecológicos, e mais uma série de ideias e ações que passaram a mostrar que as questões ambientais precisariam ser pesadas e consideradas frente ao desenvolvimento econômico. Nesse contexto, difunde-se a noção de desenvolvimento sustentável, buscando atrelar interesses do mercado a uma espécie de consciência ambiental e estimulando ações de mudança na escala local. Essa atenção à natureza passou a ser divulgada, desde então, como uma

característica de Florianópolis, o que dotou habitantes, empresários/as e governo municipal de uma suposta consciência ecológica, além de ser um dos ingredientes principais na divulgação da imagem da qualidade de vida presente na cidade.

No entanto, isso foi mais uma estratégia política da elite, do empresariado e dos governos, que, ao tomarem para si expressões como sustentabilidade, preservação de ambientes naturais, consciência ecológica, preocupação com gerações futuras, entre outras, com sentidos totalmente diferentes daqueles propagados pelos movimentos ambientais, promovem não só o *marketing* da cidade mas estratégias de elitização e expulsão das pessoas pobres e de quem não esteja de acordo com os parâmetros privados do “sustentável” (ACSELRAD, 1999).

Muitas vezes, os argumentos de cunho ambiental, que são genuínos e socialmente aceitos, são acionados para assegurar o controle do uso e ocupação de áreas da cidade onde se pretende manter ou direcionar um uso mais restrito, selecionado e “diferenciado” e que, mais uma vez, vai perpetuar a segregação espacial. A fragilidade dos ecossistemas ou a consciência ambiental são acionadas para proteger áreas ao lado das quais a população de mais alta renda reside.

Com isso, é possível inferir que a significação da paisagem tem uma história que está relacionada à genealogia dos discursos. Os contextos textuais-discursivos, que são também político-econômicos, que embasam essas leituras transformam escolhas e interesses de grupos sociais em pressupostos para a compreensão da paisagem, permitindo a repetição das relações de poder existentes, já que esse apelo ao meio ambiente, por parte do empresariado e governo local, tem se mostrado como mera artimanha retórica.

Além do que foi exposto a respeito da naturalização da paisagem e de como a sua concretude é significativa nesse processo, também é importante expor o que Duncan (1990) denomina a retórica⁴⁸ da paisagem. Para o autor, isso trata não só da leitura da paisagem mas explica como ela serve como um dispositivo para a reprodução da ordem social – o que está totalmente conectado com o que foi exposto anteriormente, visto que isso ocorre exatamente pela naturalização da paisagem e pela pacificação das tensões sociais.

⁴⁸ A palavra retórica aparece neste texto com dois sentidos distintos: nesse momento, com sentido mais amplo, como uma arte ou uma técnica da qual figuras de linguagem fazem parte; no entanto, quando acionada para falar das apropriações de termos do discurso ambiental, retórica adquire o sentido mais usual, de convencimento, como já usado no parágrafo anterior.

Para abordar a retórica, Duncan (1990) chama a atenção ao vocabulário utilizado para fazer referência à paisagem, explorando algumas figuras de linguagem. Considerando que a linguagem tampouco é neutra e que isso também faz parte do processo de naturalização da paisagem, faz-se necessário observar as repetições, os símbolos e os estereótipos acionados, pois fazem parte da produção discursiva sobre a cidade.

Said (2007), nesse mesmo sentido, expõe como uma geografia imaginativa é construída pela repetição de um vocabulário e de determinadas figuras de linguagem, quando se refere ao Oriente. No entanto, ele mostra como não há uma correspondência ou precisão, visto que o que se quer é transformar o Oriente em um palco voltado à Europa. E, de acordo com esses interesses, serão escolhidas as figuras de linguagem que, aos poucos, tornam-se naturais, tal qual a paisagem, as pessoas, as relações sociais e todas as demais construções históricas que, de longe, correspondem à realidade construída por essa geografia imaginativa.

Tal qual Said (2007) notou para o Oriente, nas fontes analisadas nesta pesquisa, o tempo verbal usado para construir as frases mostram uma concepção atemporal, transmitindo uma ideia de repetição eterna e natural daquilo que se quer mostrar a respeito de Florianópolis. A repetição das afirmações ganha força e, de acordo com quem a enuncia, vai recebendo legitimidade até assumir uma posição de verdade. Os capítulos quatro e cinco exemplificam esses usos da linguagem.

Em pesquisa anterior (LENZI, 2010), eu já havia percebido e categorizado a forte relação entre a produção de imagens simbólicas de Florianópolis e sua concretização na paisagem urbana. Anseios, desejos e memórias fazem parte da visibilidade de Florianópolis, bem como daquilo que se fala e se escreve sobre ela. Assim, elementos da paisagem têm sido transformados em ícones textuais e imagéticos e colocados num lugar de destaque frente a qualquer outra questão, ao mesmo tempo que os interesses de quem comanda esse jogo assumem uma posição de destaque frente às políticas da cidade.

Nesta tese, mostro que um conjunto de enunciados e narrativas que configuram um determinado discurso, quando institucionalizado, produz e concretiza uma paisagem. Essa estratégia discursiva faz com que circulem verdades sobre Florianópolis: uma cidade onde não há grandes problemas urbanos e ambientais, onde a segregação espacial é mínima, onde a população tem ótima qualidade de

vida, onde há segurança, onde se vive perto da natureza, onde se respeitam as diversidades, onde as pessoas que são ricas têm vez e onde não há pobres, além disso, onde essas imagens foram construídas coletivamente.

CAPÍTULO 3 O TURISMO EM FLORIANÓPOLIS COMO CONSTRUÇÃO HISTÓRICA: AS RELAÇÕES DE PODER E OS INSTRUMENTOS DE CONTROLE DO ESPAÇO

Ao longo deste capítulo, apresento as conexões ou as condições históricas que constituem as tensões e colaborações existentes entre os diferentes anseios e instrumentos a respeito do controle do espaço de Florianópolis relacionados ao turismo.

Como a produção discursiva está permeada pelas relações de poder, entendo que as narrativas em torno do turismo estão tramadas a acontecimentos relativos ao planejamento urbano, à legislação, aos arranjos do empresariado local, às transformações sociais e econômicas em diferentes escalas e aos distintos rumos da urbanização da cidade nos últimos 50 anos. Objetivo, assim, compreender a forma como as relações entre acontecimentos que envolvem instituições, atores/as públicos/as e privados/as, movimentos socioambientais, entre outros orbitam nas discussões relativas ao turismo e à cidade e reorganizam os significados da paisagem de Florianópolis, reproduzindo-os ou contestando-os.

Essas relações, no entanto, não são causais, ou seja, não se pode determinar que, para cada momento histórico, existe um discurso que lhe é relativo e que foi causado por acontecimentos de ordem econômica e política.

Planos diretores, de desenvolvimento urbano, turístico e afins são analisados como parte do processo de instituição de um modelo de cidade e como documentos que fazem surgir efeitos de verdade, nos termos de Foucault, a respeito dos rumos do planejamento urbano. Os planos são também parte de tensões e arranjos políticos, pois são instrumentos de controle do espaço urbano. Desse modo, articulo essas narrativas que não só abordam mas também constituem as relações entre o turismo e a cidade.

Essa leitura, como defendo nesta tese, entende que também a paisagem é um discurso, escrita na linguagem do concreto e, por isso, portadora de uma importante força política. É exatamente pela força das formas e da concretude da paisagem que se costuma olhar para ela como resultado e não como processo, como estase e não como movimento. Desse modo, valores dominantes e

interpretações hegemônicas passam a ser tratados como naturais e não como uma realidade que foi fabricada por meio de relações de poder e que, portanto, pode ser alterada, pois a única realidade do espaço é a de que é um processo em movimento, ao invés do resultado de um processo. Nessa perspectiva, existe, portanto, a possibilidade de contestar a perpetuação de leituras e práticas referendadas por concepções hegemônicas e excludentes que têm por intuito ratificar a segregação socioespacial e a elitização de Florianópolis.

Visando expor um viés de interpretação desse movimento, este capítulo está dividido em quatro subcapítulos. Apesar de sua apresentação cronológica, essa sequência de textos não tem por intuito conduzir os/as leitores/as a uma compreensão causal, para a qual as práticas turísticas atuais seriam somente um efeito do primeiro banho de mar tomado nessa cidade.

Desse modo, os cortes que delimitam os períodos foram feitos com base nas diferenças observadas entre as estratégias discursivas relativas às mudanças de significado do turismo. Tais mudanças, desde que o turismo aparece como uma política institucional dentro de uma proposta de desenvolvimento econômico e urbano específico, atualizam o significado não só do próprio turismo mas também do território que esse significado ajuda a construir.

Os subcapítulos, portanto, não traçam uma linha evolutiva, mas movimentos de continuidades e mudanças, de rearranjos institucionais, de transformações do espaço e da própria experiência turística, que mostram que as posições de quem participa das redes de poder não são sempre as mesmas.

No primeiro subcapítulo são abordados acontecimentos que envolvem as relações iniciais entre aquilo que começa a ser identificado como turismo e a cidade de Florianópolis; no segundo, é explorada a configuração do turismo como um projeto para a capital do estado, por meio de planos e instituições públicas; na sequência, atendo-me à organização do empresariado do setor, que passa a controlar o turismo já legitimado pelo poder público; e, por fim e mais contemporaneamente, discuto a força das imagens publicitárias da cidade e o *marketing* urbano, aliados aos interesses do empresariado, além do processo de elitização pelo qual passa não só a prática turística mas Florianópolis.

Com esses subcapítulos, o objetivo não é escrever a história do turismo, mas compreender as formas pelas quais Florianópolis foi sendo inventada, transformada

ou até reduzida a uma cidade turística. Os períodos não são momentos estanques, foram criados por uma necessidade metodológica de organizar a análise, a partir de questionamentos suscitados ao longo desta pesquisa.

3.1 O sonho de fazer da Ilha um centro turístico: os prelúdios do turismo em Florianópolis

O historiador Sérgio Luiz Ferreira dedica um dos capítulos de seu livro – *O Banho de Mar na Ilha de Santa Catarina* – ao “sonho de fazer da Ilha um centro de turismo”, atendo-se, sobretudo, ao “[...] que os homens estão sonhando, projetando para a Ilha de Santa Catarina, a fim de explorar o banho de mar e suas potencialidades turísticas” (FERREIRA, 1998, p. 96). O autor explora as décadas de 1910 e 1920, quando:

O poder público já dava mostras de que gostaria de controlar a exploração das potencialidades turísticas e planejava, pois, empreendimentos turísticos na Ilha de Santa Catarina, posto que percebia a falta, no Sul, de um “*ponto para a reunião do mundo elegante, apreciador de banhos de mar*” (FERREIRA, 1998, p. 97, grifo no original).

Ferreira (1998) ressalta que esses anseios eram apenas projetos (e assim permaneceram por muitos anos) e não realizações. Tanto Ferreira (1998) quanto Bitencourt (2005) remetem-se ao ano de 1918 para tratar do que seria um possível início da abordagem do turismo pelo governo estadual, em uma conferência feita pelo então governador Hercílio Luz. Ferreira, com um tom irônico, diz que “as promessas feitas nesta conferência são pérolas dentre os projetos nunca realizados pelo governo” (FERREIRA, 1998, p. 96). Muito visionária, na conferência já se projetava o norte da Ilha com futuras estações balneárias, inclusive contando com a participação de turistas da Argentina, do Uruguai e do Rio Grande do Sul.

Nos periódicos das décadas de 1920 e 1930, havia, por parte de jornalistas, cronistas e governantes da época, um vislumbre de que, num futuro próximo, as praias oceânicas da Ilha seriam reconhecidas e passariam a ser exploradas com fins turísticos (FERREIRA, 1998). Vale ressaltar que as praias das Baías Norte e Sul, da

Ilha e do continente⁴⁹, já eram frequentadas por habitantes da cidade, mas com fins de lazer e, portanto, não turísticos.

No verão, já havia exploração das praias oceânicas em outros estados do país e, até mesmo, na praia de Cabeçudas que,

[...] ao que tudo indica, foi, de fato, a primeira praia ocupada sistematicamente para fins de veraneio. Enquanto todo o litoral catarinense encontrava-se praticamente despovoado de banhistas, a praia itajaiense já apresentava, em 1930, progressos inerentes a uma estação balnear (FERREIRA, 1998, p. 99).

A Praia de Cabeçudas tornou-se importante local de lazer para habitantes do Vale do Itajaí a partir da construção do Hotel Herbst, entre 1911 e 1912. Desde então, o balneário passou a ser dotado de infraestrutura urbana pioneira no litoral catarinense, inclusive com mais de um hotel. Ficou conhecida como praia de pessoas ricas no final da década de 1920, devido à frequência da burguesia e de políticos/as, sobretudo de Blumenau, Itajaí e Brusque (CHIRSTOFFOLI; SANTOS, 2000).

Esses “progressos inerentes” podem ser lidos como a presença de hotéis, além de alguma infraestrutura de estradas, visto que, segundo a imprensa da época, o que faltava para as praias da capital catarinense “[...] era a infraestrutura necessária, sobretudo a melhoria e abertura de uma malha viária básica para ligação com estas praias” (FERREIRA, 1998, p. 99).

Nessa época, ao que tudo indica, a cidade litorânea que possuísse uma estação balnear podia considerar-se parte do mundo moderno e civilizado, pois contaria, ao menos, com um hotel, além das estradas, fato que pode ser observado como importante atrativo turístico até as décadas de 1960 e 1970, conforme os guias turísticos desse período (DIRETUR, 1970; SANTA CATARINA, 1970). A infraestrutura viária, como se sabe, era indício de modernização em todo o país, reflexo da política rodoviarista adotada pelo governo federal na década de 1950, especialmente a partir da administração de Juscelino Kubitschek, que também inventou a indústria automobilística no país.

Já em Florianópolis, o anseio por trazer “a modernidade” para a cidade fazia eco apenas no pequeno núcleo urbano de então, que se restringia ao Centro da

⁴⁹ Até os anos 1970, eram as praias do continente – Coqueiros, Palmeirinha, Saudade, Balneário do Estreito – que serviam de veraneio para a população que morava na Ilha, segundo Afrânio Boppré (informação verbal em entrevista concedida à autora em 16 de maio de 2013).

cidade, visto que, na década de 1930, o trajeto de pessoas entre o norte da Ilha e seu centro, por exemplo, podia ser realizado apenas a pé ou de canoa⁵⁰. O que pode significar que o “trajeto das ideias” tornava-se ainda mais difícil. O próprio transporte coletivo entre Canasvieiras e o Centro só passou a existir a partir de 1937, quando as condições da estrada foram melhoradas (BITENCOURT, 2005). Segundo relatos de moradores/as locais, esse transporte não era feito por ônibus, mas “[...] tratava-se de um caminhão modificado que continha alguns bancos no seu interior, cujas laterais eram abertas e havia uma cobertura” (BITENCOURT, 2005, p. 48).

Esses relatos falam de temporalidades diferentes coexistindo na mesma Ilha. Numa época em que o Centro da cidade aspirava por um direcionamento modernizador, o interior e os balneários ainda viviam sem contato algum com qualquer tipo de ideal de modernização. No entanto, surpreendentemente, o remoto norte da Ilha e o Centro ganham, no mesmo ano, os dois primeiros hotéis da cidade: “a construção do Hotel Balneário, iniciada em 1930 na praia de Canasvieiras, fluía sem alterar significativamente a percepção da maioria dos moradores da antiga Freguesia de São Francisco de Paula [atual Canasvieiras]” (BITENCOURT, 2005, p. 61)⁵¹. Já no Centro da cidade, o Hotel Majestic é inaugurado também em 1930, na Praça XV de Novembro (BITENCOURT, 2005).

Esses dois hotéis, mais a Ponte Hercílio Luz, a primeira entre a Ilha e o continente, inaugurada em 1926, colaboravam para que Florianópolis começasse a sonhar em compor a rota do turismo nacional, ao menos no imaginário local (mesmo que apenas do Centro da ilha), pois até mesmo a BR-101 não começaria a ser construída em Santa Catarina antes de 1940, sendo concluída, somente, no início da década de 1970. Parece-me que, nesses tempos, as ideias modernizantes da cidade não só se restringiam ao Centro da cidade mas mal conseguiam atravessar a ponte.

Com base em relatos de habitantes da época, Bitencourt (2005) afirma que o acesso da freguesia (o núcleo do bairro) ao mar era precário e fazia-se entre

⁵⁰ A distância entre a Igreja São Francisco de Paula, núcleo da então freguesia de mesmo nome e atual praia de Canasvieiras, e a Praça XV de Novembro, no Centro da cidade, pela estrada atual (SC-401), é de 28km.

⁵¹ Esse hotel foi viabilizado por um grupo de acionistas da “[...] *Empresa Balneária Beira Mar*. A sociedade era composta de pessoas que pretendiam inaugurar na ‘Capital do Estado, instalações balneárias’ modernas. A finalidade primeira da empresa consistia em conduzir justamente as obras de construção do hotel” (BITENCOURT, 2005, p. 62).

“mangues e picadas”. O que corrobora com a hipótese de que, entre os/as moradores/as de Canasvieiras, nem turismo, nem mesmo a praia, enquanto lugar de lazer, faziam parte de seu cotidiano. Inclusive, segundo a autora, o lazer à beira-mar só passa a ser uma prática em Canasvieiras a partir da década de 1960. “As narrativas apontam que somente a partir de 1960 é que passou a ser comum o aparecimento de pessoas frequentadoras da praia em trajes específicos e que se lançavam ao mar” (BITENCOURT, 2005, p. 82). Tais acontecimentos passam a ser mais comuns, segundo Ferreira (1998, p.103), somente a partir da década de 1970, quando o turismo já é parte dos projetos institucionais do estado, devido a alguns fatores: “Com a abertura e asfaltamento das estradas estaduais, aliada à poluição das praias do perímetro urbano, o eixo de interesse dos veranistas mudou-se das praias das baías Norte e Sul para as praias oceânicas”, fazendo com que os/as veranistas passassem a frequentar Canasvieiras e Ingleses.

Esse período é marcado pelo início da construção da BR-101, trecho Santa Catarina, em 1940, e, sobretudo, pela Lei Nº 79, de 1951, que dispõe sobre a necessidade de elaboração de um Plano Diretor para Florianópolis, que se transforma em lei em 1954. O Plano foi realizado por uma equipe de urbanistas contratada pela Prefeitura Municipal, da qual faziam parte Edvaldo Paiva (o diretor da equipe), Demétrio Ribeiro e Edgar Graeff. Esse plano é um importante registro para esta pesquisa, pois no documento denominado “Plano Diretor de Florianópolis – Estudos Preliminares”, de 1952⁵², elaborado pela equipe de Paiva, a discussão sobre a atividade turística como fator de desenvolvimento urbano é citada apenas como função acessória da cidade.

Essa equipe fazia parte da prefeitura de Porto Alegre e estava preparando um plano para aquela cidade. [...] Sob a inspiração da Carta de Atenas, o trabalho deles adotava o princípio do zoneamento que dividia o espaço urbano em zonas residenciais, de comércio, de indústrias e destinada aos principais órgãos culturais. A preparação do plano para Florianópolis seguiu os mesmos princípios (PEREIRA, 2000, p. 2).

Na década de 1950, o turismo não constava nas questões urbanísticas discutidas no país. Sua ausência como parte do projeto urbano para Florianópolis não se deve somente a uma escolha dos urbanistas contratados, mas é própria

⁵² Esse estudo é a base do Plano Diretor de 1954, vigente até 1976.

desse momento. Isso se modifica no final da década de 1960, quando o turismo passa a compor os planos urbanísticos, como explicito a seguir.

Para a equipe de Paiva, as linhas gerais do desenvolvimento futuro da cidade se restringiam às funções de centro administrativo, comercial e residencial atribuídas à Ilha; além da:

Implantação de um porto, e, no futuro, a instalação de indústrias no continente, [o que] provocará uma tendência de procura e consequente densificação da zona oeste do perímetro urbano [onde se localiza o centro da cidade], na Ilha, atuando o acesso ao continente (Ponte Hercílio Luz) como polo de atração (PAIVA et al., 1952, p. 8).

Não se planejava que a “atividade” turística poderia sobrepor-se às atividades portuária e industrial no desenvolvimento da cidade, pois os anseios políticos e as perspectivas econômicas não vislumbravam nessa prática uma possibilidade real para aquele momento; tampouco o discurso do urbanismo considerava sua relevância, ou seja, não havia “vocaço” turística, pois Florianpolis ainda estava para ser inventada como cidade turística. Desse modo, nas palavras dos urbanistas:

O desenvolvimento do turismo ou, melhor, o seu surgimento, pode parecer a alguns uma funo fundamental para Florianpolis. [...] No entanto, a funo turística de um lugar depende, tambm, da existncia de um fluxo regular de turistas provindos de lugares prximos. O turista proveniente de estados ou pases distantes no pode constituir uma esperana sria e, muito menos, uma garantia de mercado turstico para Florianpolis. [...] Acredita-se, assim, que o turismo poder ser mais uma funo acessria da cidade, que rene muitas condies para isso. No pensamos que tal funo possa adquirir primazia sobre a funo econmica de produo e de intercmbio, nica capaz, a nosso ver, de sustentar uma grande urbe (PAIVA et al., 1952, p. 7-8).

No texto fica evidente que existiam “alguns” que viam no turismo uma possibilidade para a cidade, pois, segundo as palavras do prprio Paiva, “o desenvolvimento do turismo ou, melhor, o seu surgimento, pode parecer a *alguns* uma funo fundamental para Florianpolis” (PAIVA et al., 1952, p. 7, grifo meu). Tanto que, anos antes, em 1946, j era publicada pela *Revista Atualidades*, de circulao local, uma pequena nota intitulada “Nossa Ilha, ponto de turismo”, ressaltando os encantamentos de sua natureza e chamando a ateno dos “capitalistas” para investirem no melhoramento dos acessos s praias do norte e Lagoa da Conceio, para que a cidade pudesse se transformar num j desejado “ponto de turismo”, como pode ser visto na Figura 2:

Figura 2 - Nossa Ilha, ponto de turismo.
Fonte: Revista Atualidades, 1946, n.p.

Assim, os urbanistas do primeiro PD, ao desconsiderarem o turismo como um elemento significativo para o desenvolvimento da cidade, respondiam tanto a questões internas do discurso do planejamento urbano quanto a questões externas, econômicas e sociais. Segundo suas análises, além de terem outras prioridades para Florianópolis, os autores do plano não imaginavam que turistas iriam se deslocar em massa, inclusive de outros países, para lá veranejar. Naquele momento, sobretudo dentro do contexto do urbanismo, parecia não fazer sentido apostar no turismo como elemento centralizador da prática do planejamento.

No entanto, Pereira (2000) e Leme (1999) explicam que a prática dos urbanistas de então era tão desconectada da realidade que, talvez, suas análises estivessem mais presas à ordem do discurso do urbanismo e controladas pelo que esse saber designava do que em diálogo com aquilo que começava a nascer na cidade.

Nesse sentido, Pereira (2000, p. 6) analisa que:

A influência do plano diretor de 1952 sobre o desenvolvimento de Florianópolis foi limitada, pois o setor público não construiu os principais elementos previstos como essenciais para os objetivos traçados para a cidade. A maioria desses elementos se mostrou

dissociada da realidade. Mesmo se o zoneamento previsto pelo plano toma força de lei em 1954, suas principais diretrizes não são seguidas. Sucessivas leis mudaram os parâmetros de cada zona até a completa substituição da lei em 1976.

Leme (1999, p. 14) aponta que esse desencontro deve-se ao fato de que, nessa época:

O saber desenvolvido nesta atividade de proposição legislativa torna-se gradativamente um saber codificado entendido e decifrado por poucos. [...] Feldman [para o caso de São Paulo] mostra também que o trabalho se realiza “no gabinete” sem nenhuma forma de respaldo político, nem da Câmara, nem de outros setores da população.

A partir dessas narrativas que parecem sonhar com projetos distintos para a cidade, além do discurso do urbanismo, insensível ao turismo, infiro que essa prática parecia acompanhar os anseios que já se faziam presentes na cidade, talvez como ecos da escala nacional, mostrando que, quem olhava de fora, a partir de outros regimes de visibilidade e de dizibilidade, atravessados por outros discursos, considerava que essa cidade poderia vir a ser turística. Encontro nisso um primeiro acontecimento, no âmbito desta tese, de discursos conflitantes. Tanto que, em 1963, a *Revista Touring Clube do Brasil* destina a sua capa e seus elogios a Florianópolis, que seria a “Cidade-Menina” (Figura 3).

Figura 3 - Florianópolis.
Fonte: Touring Clube do Brasil, 1963

No interior da revista há uma matéria intitulada “As Rodovias em Santa Catarina. Circuitos turísticos: praias e serras”, na qual várias cidades do estado são descritas como pontos turísticos e, para a Ilha de Santa Catarina, a descrição é clara: “verdadeiro paraíso turístico”. Como já era de se esperar, o Touring Clube publica o mapa rodoviário de parte do estado, por meio do qual busca situar os circuitos turísticos da matéria, tal como ilustra a Figura 4.

Figura 4 - Circuito Rodoviário
Fonte: Touring Clube do Brasil, 1963, p. 27

Nessa época, segundo Guimarães (2012), a cidade do Rio de Janeiro, então a mais moderna do país, começava a chamar a atenção como um possível exemplo para a elite da capital catarinense, também ávida por outros tempos, por outra cidade. Como expõe Rodrigues (2002), o turismo é uma prática passível de compreensão à luz da modernidade e, para o caso de Florianópolis, parece ter sido visto como um veículo para “trazer” a modernidade a este lugar. Nessa perspectiva também vão as análises de Lohn (2002, p. 17, grifo no original), ao observar que

[...] há um acento muito importante na incorporação do discurso nacional-desenvolvimentista por parte das elites, projetando uma cidade que superasse o *atraso*, as ruas estreitas e as dificuldades econômicas. O turismo surgiu então como a alternativa praticamente solitária para que os anseios de acelerar as transformações se concretizassem.

Em meados da década de 1960, questões relacionadas ao turismo começam a mudar no Brasil, pois a atividade turística “retoma seu ritmo de crescimento com grande vigor, atingindo proporções inimaginadas, tornando-se, nas décadas

seguintes, um fenômeno massivo em escala global” (RODRIGUES, 2002, p. 12) e que “[...] tornou-se um fenômeno social não pela simples quantificação de viajantes, mas através de um fato coletivo que produz o desenvolvimento de instituições, relações sociais, políticas e econômicas complexas” (JANUÁRIO, 2007, p. 43).

É um contexto de mudanças nos significados do turismo, pois, com sua institucionalização nas várias escalas políticas, são criados não somente planos mas também linhas de crédito. O que não significa afirmar que foi somente a partir da década de 1960 que o poder público reconheceu a existência do turismo no país, pois essa prática já era visível e reconhecida no Rio de Janeiro há, pelos menos, 30 anos. No entanto, apesar da Divisão de Turismo, que foi o primeiro organismo oficial de turismo na administração pública federal, datar de 1939, essa prática só veio a merecer uma política nacional na década de 1960 (CRUZ, 2001)⁵³.

Como colocam Barretto, Burgos e Frenkel (2003), a atividade turística acompanha o “espírito da época” com a criação de órgãos de financiamento em nível federal e de políticas públicas, como o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), a Política Nacional de Turismo, o Fundo de Investimento Setorial (Fiset-Turismo), o Fundo Geral de Turismo (Fungetur), todos em 1966. Ao mesmo tempo, em Santa Catarina, é lançada a linha de crédito Besc-Turismo (BARRETTO; BURGOS; FRENKEL, 2003) e inicia-se um intercâmbio turístico com a Argentina, por meio de agentes de viagens do Rio da Prata (SUGAI, 1994).

Ainda na escala estadual, em julho de 1965, é assinada a Lei Nº 3.684, pelo governador Celso Ramos, que institui o serviço Estadual de Turismo, sob tutela do Conselho Estadual de Turismo e ainda subordinado à Secretaria de Viação e Obras Públicas. Em 1968, é assinada a Lei Nº 4.240, que define a Política Estadual de Turismo, cria o Departamento Autônomo de Turismo do Estado de Santa Catarina (Deatur) e institui o Conselho Estadual de Turismo, revogando também a lei anterior, de 1965. Em paralelo ao Deatur, e para fomento dessa atividade, é criado o Besc Empreendimentos e Turismo S/A – parte da estrutura de apoio ao turismo do Banco do Estado de Santa Catarina (BESC) –, também mantido pelo governo do estado. Em 1975, com a extinção do Besc Turismo, foi criada a Empresa de Turismo e

⁵³ Uma política pública de turismo é, segundo Cruz (2001, p. 40), “[...] um conjunto de intenções, diretrizes e estratégias estabelecidas e/ou ações deliberadas, no âmbito do poder público, em virtude do objetivo geral de alcançar e/ou dar continuidade ao pleno desenvolvimento da atividade turística num dado território”.

Empreendimentos de Santa Catarina (Turesc), já na forma de economia mista. Da fusão da Turesc com a Citur/Rodofeira, uma empresa privada sediada em Balneário Camboriú, funda-se a Companhia de Turismo e Empreendimentos de Santa Catarina (Citur), que, a partir de 1987, passa a denominar-se Santa Catarina Turismo S/A (Santur)⁵⁴.

Esses últimos acontecimentos afetaram o lugar institucional do turismo no estado e foram responsáveis por demarcar o momento em que essa prática começa a ser objeto de discursos específicos e a organizar instituições, serviços, planos e modelos, passando a fabricar uma cidade que teria no turismo sua “salvação” econômica ao instituí-lo como um projeto político e como centro de toda uma rede de significação no seu entorno.

3.2 A emergência do turismo como política institucional e parte do planejamento urbano

Entre meados da década de 1970 e início dos anos 1980, à medida que vão sendo legitimados pelos órgãos públicos e pelo empresariado interessado, projetos políticos e econômicos visando transformar Florianópolis em uma cidade turística começam a se tornar visíveis em enunciados textuais e visuais, em planos de desenvolvimento turístico e em projetos específicos para determinados balneários. São novas relações que aparecem na cidade, novas funções, novos usos e anseios que se fazem presentes nas relações sociais e nos arranjos políticos da capital do estado. Nesse contexto, a emergência de discursos até então desconhecidos passa a compor a legislação urbana e a construir novos conflitos sociais.

Esse processo inicia-se nos últimos anos da década de 1960, com a elaboração do segundo plano diretor de Florianópolis, que preconizava o sistema viário e o zoneamento da cidade, tal qual ocorreu em tantas outras cidades

⁵⁴Disponível em: <<http://www.santur.sc.gov.br/institucional/a-santur/a-empresa.html>>. Acesso em: 4 dez. 2014.

brasileiras (PEREIRA, 1992; SUGAI, 1994). Como esclarece Souza (1999, p.118), a concepção daquele momento histórico embasava-se em uma

[...] visão setorialista do urbano, ou seja, as prioridades eram estabelecidas com base nos setores (transporte urbano, saneamento, drenagem etc.), e não nos lugares numa perspectiva de promoção do desenvolvimento da totalidade do território urbano brasileiro.

Esse e os demais planos a serem apresentados, sejam urbanos ou de desenvolvimento econômico, são interpretados em seus contextos discursivos, por meio dos quais ganham sentido (DUNCAN, 1990). Os planos também são textos que se remetem a outros textos, elaborados com base em modelos de cidade e de urbano vigentes em cada época e que, por serem instrumentos de controle, ditam as normas da materialidade espacial. É a partir desses instrumentos que o turismo começa a ser enunciado como um projeto de cidade.

O Plano de Desenvolvimento da Área Metropolitana de Florianópolis (PDAMF), elaborado pelo Escritório Catarinense de Planejamento Urbano (ESPLAN)⁵⁵ e publicado em 1971⁵⁶, não se restringia à normatização do zoneamento, como passou a ser corrente nas décadas seguintes, mas possuía intenções maiores: planejar o que viria a ser a Região Metropolitana de Florianópolis (RMF), que seria composta por vinte municípios⁵⁷, prevendo transformar a cidade “[...] em um grande centro urbano, capaz de equilibrar a atração de São Paulo, de Curitiba e de Porto Alegre, polarizando progressivamente o espaço catarinense e catalisando a integração e o desenvolvimento harmônico do Estado [...]” (ESPLAN, 1971, p. 5). Como relatou Pereira (informação verbal)⁵⁸, segundo o Plano, considerando o projeto da Região Metropolitana, Florianópolis seria uma cidade de trocas; o eixo da BR-101, entre São José e Palhoça, compreenderia a cidade industrial; e a unidade produtiva estaria espalhada, formando um anel de produção

⁵⁵ Criado segundo normas do Serviço Federal de Habitação e Urbanismo (SERFHAU), é um escritório privado de arquitetura e urbanismo contratado pela Prefeitura Municipal de Florianópolis (PMF) para elaboração do plano.

⁵⁶ Elaborado entre os anos de 1967 e 1969. Aprovado na forma da Lei N. 1440/76 pela PMF não mais como PDAMF, mas como Plano Diretor Urbano de Florianópolis.

⁵⁷ São eles: Águas Mornas, Angelina, Anitápolis, Antônio Carlos, Biguaçu, Canelinha, Florianópolis, Garopaba, Governador Celso Ramos, Leoberto Leal, Major Gercino, Nova Trento, Palhoça, Paulo Lopes, Rancho Queimado, Santo Amaro da Imperatriz, São Bonifácio, São João Batista, São José e Tijucas.

⁵⁸ Informação verbal em entrevista concedida à autora em 1º de abril de 2013. No Apêndice encontra-se um pequeno currículo das pessoas entrevistadas nesta tese.

agrícola que começaria em Tijucas, passaria por Antônio Carlos, São Pedro de Alcântara, Angelina e iria até Garopaba.

Esse Plano adquire sentido se analisado à luz do discurso racionalista e da política tecnocrática⁵⁹ presentes no Brasil daquela época, quando o turismo também era objeto do discurso do planejamento, que visava ampliar a normatização do território nacional. Os princípios racionalistas do planejamento de então, bem como a crença no planejamento como salvação para todos os problemas das cidades, são constantemente reforçados nesse Plano, o que não ocorre por acaso, visto que nesse período, como aponta Deák (1999), os planos urbanísticos e a atividade de planejamento no Brasil viviam uma época de ouro. Segundo o autor:

Tais planos, mais por falta de critério de delimitação do campo do que seria “planejamento urbano” do que por arroubos de ambição excessiva, abrangiam todos os aspectos possíveis e imagináveis da vida das cidades, desde obras de infraestrutura física até a renovação e o desenho urbano, ordenação legal do uso do solo e da paisagem urbana, até a provisão de serviços tão pouco espacial-específicos quanto saúde e educação pública (DEÁK, 1999, p.13).

Na introdução do PDAMF, evidencia-se a matriz conceitual do ESPLAN, que expressa que o plano é parte de um processo de racionalização da RMF⁶⁰. São incontáveis as vezes que a palavra “racional” é usada como adjetivo para qualificar as ações previstas, o que caracteriza o plano como um instrumento discursivo que tem a capacidade não só de organizar mas de comandar esse processo.

Devido ao tamanho e à amplitude do Plano, direciono minhas análises somente no que diz respeito ao turismo⁶¹, o qual aparece em duas partes do documento. Primeiramente, no Capítulo IX do Volume III do PDAMF, apontando questões gerais dessa “atividade econômica”, desde a introdução a sua conceituação, um censo com todos os lugares e demais atrativos com perfil turístico

⁵⁹ Nesta tese, defendo uma visão crítica com relação ao planejamento urbano tecnocrático, que desconsidera o viés político do pensamento e da atuação sobre a cidade. No entanto, não quero com isso defender que o planejamento possa ou deva prescindir da esfera técnica. Acredito, em acordo com Souza (2002), que as dimensões política e técnico-científica precisam ser colocadas lado a lado na prática e na construção dos instrumentos de planejamento urbano.

⁶⁰ Segundo Pereira (informação verbal), essa configuração foi construída pelo arquiteto que dirigia o ESPLAN, Luís Felipe Gama D'Eça, que tinha em Le Corbusier sua fonte de inspiração, o qual havia recém escrito um livro chamado *Os três estabelecimentos humanos*, no qual falava da grande metrópole de troca, da produção industrial linear e das unidades de produção agrícola. Exatamente o exemplo no qual ele se inspirou para fazer o planejamento regional de Florianópolis.

⁶¹ Para detalhamento do Plano como um todo, consultar Pereira (1992), Rizzo (1993) e Sugai (1994).

da cidade, além dos objetivos e metas específicas, bem como alguns projetos, etc.⁶² A segunda vez que o turismo aparece trata-se de um documento específico, com três volumes, intitulado *Setor Oceânico-Turístico da Ilha de Santa Catarina*, constituído de um grande memorial sobre os problemas do desenvolvimento catarinense, sobre urbanismo e planejamento e onde é apresentado um PD exclusivo desse Setor da cidade. Foi designada uma zona específica da Ilha, a planície do Campeche, para a exploração da “atividade turística”.

Uma das principais preocupações desse Plano era construir uma Região Metropolitana para Santa Catarina⁶³. Muitas de suas páginas servem para demonstrar que Florianópolis não se aproximava de Porto Alegre ou Curitiba no que diz respeito à hierarquização da rede urbana nacional. A capital catarinense, que então contava com uma população aproximada de 140 mil habitantes⁶⁴, era considerada somente um centro regional, comparável a Blumenau (SC) ou a Ponta Grossa (PR)⁶⁵. Com isso, a verba federal destinada às regiões metropolitanas não chegava a Santa Catarina, o que, segundo as análises presentes no Plano do ESPLAN, geraria abandono e esvaziamento não só de Florianópolis mas de todo o estado.

Assim, o turismo emerge como projeto alternativo para a cidade, sendo apresentado como importante fator de desenvolvimento econômico e modernizador, parte de uma proposta maior que visava, a todo custo, “[...] colocar Florianópolis em lugar de merecido destaque entre as capitais brasileiras” (ESPLAN, 1971, p. 55).

Como expressão dos projetos de modernização e crescimento – baseados sobretudo na expansão da infraestrutura viária –, o trecho da BR-101 de Santa Catarina foi concluído em 1971. Ademais, com incentivos atrelados à criação de órgãos oficiais de turismo em nível estadual, “a atividade turística como alternativa econômica começa a ficar explícita nas políticas públicas [...]” (GÜTTLER, 2002, p.

⁶² Esse capítulo aborda o turismo conjuntamente a questões relativas ao transporte, comunicações, energia elétrica e iluminação pública, gás, combustível, abastecimento de água, esgotos sanitários, drenagem urbana, limpeza pública, recreação, esporte, abastecimento, segurança e cemitérios.

⁶³ Vale ressaltar que as primeiras Regiões Metropolitanas brasileiras foram criadas pela Lei Complementar nº 14/1973, que se restringiu a 8 capitais brasileiras, não contemplando Florianópolis.

⁶⁴ Em 1960, a população de Florianópolis era de 98.520 habitantes e, em 1970, de 143.414 habitantes. Disponível em: <<http://www.censo2010.ibge.gov.br/sinopse/index.php?dados=6&uf=00>>. Acesso em: 20 set. 2015.

⁶⁵ De acordo com o IBGE, em estudo intitulado *Divisão do Brasil em regiões funcionais urbanas*, publicado em 1966.

320) e o turismo passa a ser encarado como a alternativa para o desenvolvimento econômico e urbano de Florianópolis⁶⁶.

De acordo com Lago (1996, p. 263), na década de 1970, ocorre uma ruptura na “lentidão do crescimento de Florianópolis”, decisiva para seu modelo de crescimento, visto que “nos gabinetes e corredores das instituições públicas desenvolviam-se ideias sobre as estratégias de aceleração de uma tendência perfeitamente avaliável, quando se examinava o avanço da ‘frente de ocupação’ turística [...]”. O geógrafo afirma que foi nesse ínterim que o turismo começou a assumir visibilidade, ganhando credibilidade e sensibilizando a esfera pública⁶⁷ no que diz respeito aos investimentos públicos de infraestrutura, bem como chamando a atenção não só de investidores internos mas também externos. É dessa época, do “turismo redentor”, segundo as palavras de Lago (1996), que nasce o turismo como prática institucional em Florianópolis, o que lhe confere força para se destacar entre outras possibilidades de investimento existentes.

Não por acaso, o turismo passa a influenciar os processos decisivos de urbanização do município (MACHADO, 2000), confundindo-se com o crescimento da cidade, o que levou a urbanização a avançar pelos balneários do norte da Ilha de Santa Catarina, de modo disperso e polinucleado. Essa região teve, em 1974, algumas rodovias estaduais pavimentadas, marcando o processo que priorizou a urbanização do norte em detrimento do leste-sul, contrariando o PDAMF, que não havia sido aprovado e que previa uma urbanização turística na Planície do Campeche que, como comentado, seria denominado Setor Oceânico-Turístico⁶⁸.

Para Schinke (2015), esse direcionamento já representava o projeto das elites da cidade, conectadas à visão do “Brasil Gigante” da ditadura, que teve no zoneamento um importante instrumento tanto de difusão quanto de legitimação desse projeto. Época, portanto, decisiva para a definição dos rumos da urbanização de Florianópolis,

⁶⁶ A perspectiva que desenvolvo nesta tese é a de que o turismo não é somente uma atividade econômica, como já esclarecido no capítulo um, no entanto, quando a referência for ao tratamento do turismo como um setor ou uma atividade da economia, utilizarei as palavras “atividade”, “indústria” ou “setor”, dependendo do uso que as fontes fizerem.

⁶⁷ Da qual ele próprio fez parte, como coordenador de um estudo de investimentos turísticos, em 1970, para o Conselho de Desenvolvimento do Extremo Sul.

⁶⁸ Em grande parte, essas infraestruturas foram construídas com incentivo do BESC e da Superintendência do Desenvolvimento da Região Sul (SUDESUL), por meio do Plano Regional de Turismo, de 1972.

[...] com o desmantelamento do porto, a construção das duas novas pontes de concreto e os aterros nas Baías Sul e Norte, assim como, por consequência lógica, a Lei do Parcelamento do Solo 1.215/74, o Plano Diretor “de Gama D’Eça”, para coroar e dar a moldura institucional nesse radical câmbio no uso e ocupação do solo na capital (SCHINKE, 2015, p. 334).

A lógica racionalista do projeto do PDAMF, no qual se inclui o Plano do Setor Oceânico-Turístico que previa a expansão da cidade para a planície do Campeche, preconizado pelo arquiteto Luiz Felipe da Gama D’Eça, não foi mais forte que o poder político-econômico dos proprietários de terra do norte da Ilha. Tanto que, apesar de volumoso em estudos, mapas, contas e projeções, pouco do PDAMF foi concretizado, resumindo-se a uma nova ponte entre ilha e continente, a novos acessos ao centro, aos aterros e às propostas de zoneamento. O plano aprovado tampouco abrangeu outros municípios, como pretendido, visto que a RM não foi efetivada.

A escolha por não seguir esse que seria o segundo PD da capital – e o primeiro que legislaria para além do Distrito Sede – é um acontecimento significativo não só para a história do planejamento da cidade mas também para o jogo de poderes locais que atuaram diretamente na configuração da urbanização de Florianópolis, além de ser um marco fundamental para ajudar a entender as relações entre o recém chegado turismo e o discurso do planejamento urbano, que começa a ganhar força e assumir posição de destaque perante o poder local. A então considerada “indústria sem chaminé” buscava legitimação, assentando-se sobre dois principais pilares: a promessa de salvação econômica e as belezas naturais da Ilha, o que prometia, inclusive, preservar.

Para regulamentar essas transformações em curso, em maio de 1977, é criado o Instituto de Planejamento Urbano de Florianópolis (IPUF), órgão que fica responsável pelo planejamento urbano da cidade e pela elaboração de seus planos diretores, de desenvolvimento turístico, entre outros⁶⁹.

Ainda no ano de sua fundação, o IPUF, tão imbuído de um discurso calcado no racionalismo técnico quanto o ESPLAN, visto ter surgido para controlar os “inconvenientes do crescimento desordenado”, propôs o Plano de Estruturação do

⁶⁹ Quando foi criado, o IPUF era uma autarquia com autonomia financeira. Atualmente, o órgão está vinculado à Secretaria Municipal do Meio Ambiente e Desenvolvimento Urbano.

Espaço do Aglomerado Urbano de Florianópolis⁷⁰, alterando o recém aprovado PD de 1976, mudando o zoneamento e classificando os balneários do Norte da Ilha como “Zona de Urbanização Prioritária” (ZUP). Esse fato justificaria a imediata execução da Via de Contorno Norte-Ilha (Avenida Beira Mar Norte), que ligaria a região central e continental da cidade com os balneários do Norte, ao invés de outras obras de infraestrutura avaliadas pelo PD de 1976 como mais importantes para a cidade naquela época (SUGAI, 1994), o que consolidou a priorização do Norte em detrimento do Leste-Sul.

Não foi apenas a criação de um novo órgão mas também o direcionamento de seus discursos e ações, no que diz respeito aos rumos das alterações da dinâmica espacial da cidade, que demarcaram esse momento. A partir de então, o turismo passa oficialmente para a esfera do planejamento urbano de Florianópolis, o que reformula o lugar institucional que o turismo ocupa na cidade, bem como a produção de teorias e modelos a seu respeito, já que fica sob o controle de especialistas, ou seja, de quem detém o domínio sobre o saber a respeito da cidade. Esses domínios sobre o saber, que são os domínios sobre a verdade, são determinados socialmente e expressam formas históricas que falam sobre a constituição das relações entre saberes e poderes.

Nesse sentido, para Sostizzo (informação verbal)⁷¹, então técnico de planejamento urbano do IPUF, esse órgão foi criado, entre outros motivos relativos a ditames federais, devido aos interesses do capital turístico e imobiliário que pretendia investir na cidade sem grandes receios. Nas suas palavras:

O IPUF, pra mim, nasce [mais] em resposta a essa necessidade que o capital tem de garantia do seu investimento, do que de organizar um processo, ou de ordem urbana ou de setor de desenvolvimento econômico. O IPUF é uma resposta a uma demanda. Os agentes econômicos precisam segurança nos seus investimentos. O cara que põe um hotel, que põe um restaurante, que constrói a segunda casa, ele quer segurança, garantia do seu capital. E não tinha planejamento urbano fora do Centro de Florianópolis, então, as demandas eram de um órgão que pensasse Florianópolis, que estavam sendo sugeridos investimentos nos balneários, rotas novas para os balneários [...], sabe que isso são justificativas, não é? O discurso da motivação da justificativa acaba acontecendo: “Florianópolis precisa se inserir no contexto da modernidade”, mas, no fundo, precisa é de um planejamento urbano que garanta que o capital que se investe naquelas condições tenha segurança. Então,

⁷⁰ Aprovado na forma da Lei N. 1.516/77, de 17 de junho de 1977.

⁷¹ Em entrevista concedida à autora em 16 de abril de 2013.

na verdade, o IPUF, pra mim, está no vertedouro do surgimento do turismo como um fenômeno típico em Florianópolis, ele é uma resposta.

Nesse sentido, já em 1978, o IPUF, em convênio com o então Instituto de Planejamento Econômico e Social – atual Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA) – e em colaboração com a Comissão Nacional de Regiões Metropolitanas e Política Urbana (CNPU), elabora o Plano Diretor de Uso do Solo dos Balneários da Costa Norte da Ilha de Santa Catarina, explicando que:

A legislação atual não é suficientemente precisa e não se dispunha de planos especificamente dirigidos para a melhoria das condições de ocupação e uso do solo nessas áreas. Na condução de soluções para este problema o IPUF dividiu o litoral costeiro da Ilha de Santa Catarina em dois grandes conjuntos de planejamento: a Costa Norte e a Costa Leste/Sul. Considerando que os balneários da Costa Norte são os que se apresentam hoje mais ocupados e onde se verificam as maiores transformações, foram definidos como os primeiros a serem objeto de intervenção do planejamento (PMF, 1977, n. p.).

A justificativa, que reaparece ao longo do documento, de que a Costa Norte da Ilha terá prioridade na elaboração do plano e, conseqüentemente, na implantação de infraestrutura, somente por ser a que está mais avançada no processo de urbanização, é questionável. Segundo Barretto, Burgos e Frenkel (2003, p. 97):

O caso dessa controvérsia, nos anos 70, entre um projeto de desenvolvimento que privilegiava a região sudeste e outro que privilegiava a região norte da ilha, e o triunfo contra todas as recomendações técnicas e legais vigentes na época, do vetor de desenvolvimento para o norte, demonstra que, longe de resultar apenas das determinantes “naturais” da região, a constituição do norte como lugar turístico foi, em primeiro lugar, um processo de construção política do espaço.

Desse plano, além das condições históricas de sua elaboração – descritas detalhadamente pelo IPUF –, interessa-me o teor de sua linguagem e a teoria proposta para regular o uso do espaço em vias de urbanização. A palavra “desenvolvimento”, por exemplo, aparece recorrentemente entre aspas, para retratar esse quadro recém narrado, afirmando-se que a intervenção do poder público era decisiva para orientar o que, de forma desordenada, vinha ocorrendo na cidade.

O direcionamento para o Norte da Ilha ocorreu calcado em um discurso no qual os argumentos técnicos embasavam todas as decisões, desde alterações de zoneamento até áreas destinadas a planos de urbanização específica. Essa forma

de compreensão do espaço urbano transforma questões políticas em questões técnicas e expressa que relações de poder constituem-se correlatamente a campos de saber (FOUCAULT, 1977), e que essa interface entre saber e poder é também a interface entre verdade e poder (FOUCAULT, 2012b). Da mesma forma, o turismo é apresentado e defendido, cientificamente, como parte do Sistema de Atividade, de acordo com as definições da metodologia utilizada no Plano⁷².

Embora se afirme que o futuro do Norte da Ilha está ligado, “[...] sem dúvida, ao crescimento de seus balneários como centros de turismo e lazer”, por outro lado, também adverte-se que o turismo só poderá ser mantido com uma “racional exploração” da natureza, visto que esta precisa ser preservada para a própria continuidade do turismo.

Assim, essa atividade, que no início da década de 1970 vinha sendo enunciada como a salvação da cidade, sem grandes restrições, começa a suscitar previsões fatalistas e tensões entre grupos sociais com interesses distintos, pois, ao mesmo tempo que a chegada de veranistas e o aumento do fluxo turístico com a BR-101 consolida o turismo no Norte da ilha, “[...] é fácil avaliar o enorme prejuízo já registrado quanto à preservação dos valores de paisagem, potencial turístico por excelência” (IPUF, 1977, n. p.).

Tanto que o então prefeito, Espiridião Amin, havia se posicionado contra o investimento para o aumento do fluxo turístico, pois não acreditava nas vantagens prometidas por essa atividade. No entanto, por questões de ordem econômica, o lado negativo do turismo acabou superado, merecendo algum destaque já nesse Plano de 1977 e um grande foco nos seguintes.

Assim, “urbanização”, “desenvolvimento”, “avanço”, “infraestrutura” e outras tantas palavras, ações e modelos de paisagem relacionados à modernização, inclusive o *turismo*, foram direcionados para o Norte da Ilha, sendo que, nesse ínterim, o mercado turístico-imobiliário começa a mostrar-se como um dos principais atores da construção do espaço da cidade. Não por acaso, no final dos anos 1970,

⁷² A metodologia para elaboração do plano seguiu o modelo de análise de Brian A. Thomson, sobretudo porque este valoriza o “Sistema de Sustentação Natural”. A intersecção entre o “Sistema de Atividades” (SA), o “Sistema de Sustentação” (SS) e o “Sistema de Controle” (SC) embasava o seu conceito de planejamento, bem como definia o seu campo de atuação. Já o “Sistema de Controle” estava inserido em um “Sistema de Valores”.

são adquiridos por Fernando Marcondes de Mattos⁷³ os primeiros terrenos do que viria a ser o empreendimento Costão do Santinho Resort. Já na década seguinte, ao mesmo tempo que a Via de Contorno Norte-Ilha é concluída em 1980, inicia-se o projeto de Jurerê Internacional pela Habitasul Empreendimentos Imobiliários⁷⁴. Ambos os empreendimentos são, atualmente, responsáveis por grande parte das imagens da cidade e também pelo fluxo de turistas de alto poder aquisitivo.

Com isso, considero que esse discurso técnico e com claras pretensões científicas dos planos diretores, que legitima a expansão da infraestrutura urbana para uma parte específica da cidade, está atrelado a diversas práticas políticas: algumas evidentes, visto que são responsáveis por configurar de maneira desigual a paisagem de Florianópolis; outras nem tanto, já que a construção desses planos não era compreendida enquanto prática política, mas como uma decisão técnica, como já dito. Esse discurso é apropriado pelos sujeitos como se fosse parte da própria cidade, como uma verdade sobre a organização e as transformações em curso do espaço urbano.

Como parte desse processo em curso de invenção de Florianópolis como cidade como turística, elaboram-se o Plano de Desenvolvimento Turístico do Aglomerado Urbano de Florianópolis (PDTAUF), de 1981, e o Plano Diretor dos Balneários, de 1985.

O PDTAUF parece o retrato de um momento no qual evidenciava-se um misto de receio e esperança com relação ao turismo. Por um lado, havia um apelo planetário referente a questões ecológicas, nas quais o crescimento do turismo

⁷³ Esse ator merece um parêntese, visto ter destaque no planejamento econômico e na produção do espaço turístico não só da Praia do Santinho, onde instalou um *resort*, mas por ter dirigido empresas estatais de grande porte e por ter feito parte de algumas equipes de governo no estado. Mattos entra na cena política catarinense ainda jovem. Nos anos 1960 é assessor econômico do Governo de Celso Ramos; em 1965 assume o cargo de diretor financeiro da Sociedade Termoelétrica de Capivari (Sotelca); em 1968, no Rio de Janeiro, é diretor financeiro das Centrais Elétricas do Sul do Brasil (Eletrosul), sendo responsável, em 1975, pela transferência dessa empresa para Florianópolis; em 1979 torna-se presidente da Siderúrgica Sul-Catarinense (Sidersul); foi secretário de Estado do Planejamento e Fazenda de Santa Catarina, de março de 1991 a novembro de 1992. Como empresário, em 1974 inicia a INPLAC Indústria de Plásticos S/A; no fim dos anos 1970 adquire o primeiro terreno do que seria o Costão do Santinho *Resort* e no início da década de 1980 adquire outros terrenos para o mesmo empreendimento, com um total de 28 terrenos; em 1989 inicia a construção do *resort* que tem suas primeiras vilas inauguradas em 1991, sendo internacionalizado em 2000 e finalizado em 2002, representando, atualmente, o maior empreendimento turístico-habitacional do Sul do país, com 1 milhão de m² e 450 colaboradores; o empresário possui outros empreendimentos turísticos-habitacionais pelo Brasil (MATTOS, 2007).

⁷⁴ O Grupo Habitasul foi fundado em 1967, na cidade de Porto Alegre/RS. Iniciou suas atividades na Região Sul, focado no segmento habitacional, expandindo sua atuação para as indústrias metalúrgicas e de celulose, na década de 1990. Disponível em: <<http://www.habitasul.com.br/institucional/quem-somos/>>. Acesso em: 24 ago. 2015.

poderia interferir negativamente; por outro, era impensável dispensar o turismo, visto que a cidade não tinha consideráveis fontes de renda, ainda muito dependente do funcionalismo público. Assim, o turismo, além de prometer somas vultuosas, parecia não exigir muitos investimentos do poder público, pois a própria cidade era vista como seu principal produto turístico.

Como reforçou Sostizzo (informação verbal), essa atividade⁷⁵ era encarada como a “salvação” de Florianópolis pelo corpo técnico do IPUF, do qual ele fazia parte, tanto que o PDTAUF vai longe nas expectativas. Além de novos empregos, aumento de renda intrarregional e fortalecimento das finanças públicas, previa mais recreação para toda a população do AUF, preservação do patrimônio cultural e das comunidades tradicionais e, inclusive, preservação de elementos significativos do sistema natural, recuperação e preservação da paisagem urbana e a possibilidade de evitar a ocupação desordenada dessas áreas turísticas.

Segundo as pesquisas realizadas previamente à elaboração do plano, as praias e o desfrute das belezas naturais foram apontados como os principais motivos para veranejar em Florianópolis, sendo esse o motivo pelo qual se valoriza a preservação da natureza na cidade. Nesse mesmo sentido, as estratégias de *marketing* apostaram nos aspectos naturais, tanto que a “Ilha” de Santa Catarina foi definida como o produto de venda, por ser mais estratégica do que seria o produto “Florianópolis”, visto que “nem o Brasil, nem os mercados estrangeiros da Argentina e do Uruguai⁷⁶ dispõem de muitas ilhas, e ilhas exploradas como um centro urbano são mais raras ainda e por si só constituem uma atração turística” (IPUF, 1981, p. 180). Essa transformação de uma característica geomorfológica em produto turístico não é uma novidade ou invenção local, pois como demonstrado no capítulo um, as ilhas habitam o imaginário relacionado ao paraíso e, portanto, são lugares primordiais para o turismo litorâneo (HENRIQUES, 2009).

Ademais, o plano afirma que Áreas de Preservação Permanente (APP) serão mantidas e que não haverá exceção para uso turístico, visto que “[...] a beleza natural é o maior incentivo turístico a longo prazo, o que não deve ser prejudicado irreversivelmente por vantagens duvidosas a curtíssimo prazo” (IPUF, 1981, p. 264).

⁷⁵ Nesse caso a referência é ao turismo como atividade econômica, pois era assim que esses planos e que o IPUF abordavam tal prática.

⁷⁶ Grande parte do fluxo de turistas da alta estação de 1981 é proveniente da Argentina, com 52% do total. Um porcentagem mais alta do que a somatória de turistas do Brasil, que é de 43%. Sendo o restante, 5%, proveniente do Uruguai e de outros países (IPUF, 1981, p. 30).

Assim, a valorização econômica da natureza era o que regia a sua preservação, sempre em tensão com a exploração turística.

Seguindo a mesma direção do Plano Turístico, veio a público, em 1984, o diagnóstico do *Plano Diretor dos Balneários e do Interior da Ilha de Santa Catarina*⁷⁷, declarando os balneários da ilha como “Área Especial de Interesse Turístico”. Dentre as nove diretrizes desse Plano, a primeira refere-se ao turismo: “promover a utilização racional do potencial turístico da Ilha de Santa Catarina, criando zonas específicas de interesse turístico onde é incentivada a instalação de hotéis e equipamentos turísticos” (IPUF, 1984, n. p.). Há um item no plano denominado “Modelo Proposto”, que discorre sobre o modelo de ocupação dos balneários e afirma, categoricamente, que “[...] a ilha de Santa Catarina aparece como o grande espaço turístico da Região” (IPUF, 1984, n. p.).

Com a aprovação desse PD, em 1985, o turismo é reafirmado como um projeto institucional, reforçando seu destaque como elemento central de controle do espaço urbano de Florianópolis. Sendo esse o primeiro plano municipal a legislar sobre o uso e ocupação dos balneários da cidade, juridicamente, eles já nascem como lugares turísticos.

Como venho defendendo, o espaço não existe previamente aos discursos (SILVA, 2009; DUNCAN, 1990), pois sua significação é aquilo que serve de base para a própria legitimação desses discursos. Nesse sentido, a afirmação de um espaço como turístico expressa tanto um modelo quanto a possibilidade de legitimar as próprias políticas e ações que visam assim instituí-lo.

Esse Plano é um marco institucional na abordagem do turismo não só como “vocação”, o que está enunciado em suas primeiras linhas, mas na naturalização dessa cidade como turística. Afinal, quem contestaria tal afirmação, quando é feita pelo órgão “técnico” responsável pelo planejamento e legislação urbanos?

Reitero que o IPUF, nesse momento, era detentor de um saber específico a respeito da cidade, que se apresentava como neutro, por meio da corrente utilização de termos como “racional” e “técnico”, por exemplo, e que, ao prometer “desenvolvimento” e “modernização”, além da “preservação” da natureza, conseguia

⁷⁷ Aprovado na forma da Lei 2.193/85, “este documento é parte integrante de um Plano maior denominado Plano de Desenvolvimento da Área Conurbada do Aglomerado Urbano de Florianópolis” (IPUF, 1984, n. p.), constituído pelos PD de São José, Biguaçu, Palhoça e PD das Áreas Central e Continental de Florianópolis.

legitimar suas práticas como desinteressadas e necessárias para a cidade e não como parte de uma rede de poder que, por meio dos planos diretores e de desenvolvimento turístico – os instrumentos diretos desse poder –, permitiram o controle da significação e do uso do espaço.

Nesse mesmo sentido vai a discussão de Duncan e Duncan (1984) a respeito do zoneamento, considerando-o como uma das estratégias para que determinados grupos sociais, majoritariamente de elite, assumam o controle de parcelas do espaço urbano, legitimados pelo poder público. Assim, os planos consolidam determinadas paisagens e reduzem as possibilidades de sua leitura, solidificando também o poder de uma minoria sobre o espaço urbano.

Segundo o relato de Sostizzo (informação verbal), foi o Plano de Desenvolvimento Turístico que serviu de base (e de contexto textual, acrescento) para as discussões do PD dos Balneários, não sendo à toa a declaração dos balneários como “Área Especial de Interesse Turístico”, que é praticamente uma citação explícita dos objetivos daquele plano. Assim, também a concepção da natureza como recurso turístico e de sua preservação como garantia de fluxo turístico, que havia sido explorada no plano anterior, foi integral e intertextualmente transferida para este que, em princípio, não dizia respeito à atividade turística, mas como qualquer outro PD dessa época, estaria focado no zoneamento da cidade. Para Sostizzo (informação verbal),

[...] aquele valor da paisagem do capital natural, dos recursos naturais, da preservação, ele, na verdade, foi muito fomentado dentro da visão turística. Esse era o entendimento. O grande capital turístico não era nem os balneários, mas era o capital natural de Florianópolis. Ele é que devia ser o grande fomentador preservacionista para garantir o fluxo permanente.

Ainda segundo ele, não só as praias mas o conjunto da ilha era vista como um cenário excepcional e, portanto, como recurso para o turismo, pois

[...] balneário tem em tudo quanto é lugar, mas uma sucessão de morros, de planícies, de encostas verdes, de dunas e manguezais num pequeno espaço, cercado por núcleos urbanos, era uma coisa inédita. Preservar esse cenário, essa paisagem, era a grande mensagem, o grande valor que foi incutido por essa equipe.

Essa valorização da natureza não é um fenômeno local e sua emergência relaciona-se a um contexto histórico e discursivo no qual ocorria uma mudança global no seu significado. Por conta da crise ambiental planetária, a natureza passa

a ser capital, “capital de realização atual, ou de realização futura” (BECKER, 2002, p. 183); e, dessa valorização da natureza como capital ou como produto, surge também sua valorização como mercadoria turística, que se torna mais cara à medida que se torna mais escassa.

Para Becker, a articulação das questões ambientais ao turismo pode ser considerada como um dos marcos da década de 1980 no Brasil,

[...] porque houve, como se sabe, a criação de uma política nacional de meio ambiente, em 1981, e a partir daí uma tentativa de se criarem laços do turismo com a questão ambiental, a ponto de em 87 a Embratur lançar oficialmente, um novo produto no mercado, que ela chamou de turismo ecológico na época e depois passou a ter o nome de ecoturismo. Um novo produto, já mostrando essa tentativa de interação com a questão ambiental (BECKER, 2002, p. 187).

Portanto, a visão que o corpo técnico do IPUF tinha era de que a preservação dessa “inérita” paisagem natural – planícies, encostas, dunas – e cultural – núcleos urbanos – era necessária para a preservação do próprio turismo, o que ocorria de acordo com ações e discursos que circulavam em outras escalas.

Ademais, também segundo Sostizzo (informação verbal), o PD dos Balneários funcionou praticamente como uma oficialização das preocupações dos investidores, ou seja, uma expressão das relações de poder que então se constituíam em torno do espaço florianopolitano. Nesse sentido, ele considera que houve excesso na classificação dos balneários como de especial interesse turístico, pois

[...] se tu fores analisar toda a orla de todos os balneários, algumas partes foram consideradas Área Exclusiva de Uso Turístico, outras, Área Residencial Predominante, mas que podiam receber investimentos turísticos. Então, é quase um privilegiamento. Houve um atendimento significativo da demanda dos investidores turísticos.

Quando questionado a respeito do motivo pelo qual esse beneficiamento ocorreu, Sostizzo (informação verbal) afirma que, naquele momento, o turismo “[...] parecia ser o único fator indutor, ordenador ou dinamizador dos espaços balneários” de Florianópolis, e que os/as profissionais do IPUF acreditavam que estariam agindo de forma técnica e não política. A crença no planejamento como um instrumento técnico de resolução de problemas urbanos era típica daquela época, no entanto, a própria fala de Sostizzo deixa transparecer que esses enunciados e ações não são

destituídos de interesses ou alheios às relações de poder em torno da definição das regras de uso e ocupação do espaço urbano.

O PD dos Balneários, apesar de ter um caráter primordialmente econômico, estava repleto de termos relacionados ao universo das questões ambientais. No entanto, fica claro que não havia uma única compreensão de natureza, mas que isto estava de acordo com os grupos sociais que a enunciavam. Dessa forma, a ideia de natureza, bem como a valoração contábil dos recursos naturais

[...] são construções sociais e históricas, que por isso transitam pelo universo das mentalidades e das ideologias. Assim, ao conteúdo eminentemente econômico e material da noção de “valor”, há que se associar essa ótica de apreende-lo também enquanto valor simbólico (MORAES, 2000, p. 80).

É nesse contexto enunciativo, no qual as questões ambientais estavam em voga, que o significado apresentado pelos órgãos municipais foi contestado pelo Movimento Ecológico Livre (MEL), que se contrapunha exatamente à concepção divulgada pelo IPUF e, com isso, contestava o modelo de cidade que esta instituição defendia. Um dos grandes pontos de confronto foi a liberação de 18 andares para hotéis nos balneários, previsto pelo PD dos Balneários, o que chocou a opinião pública, que compreendeu isso como uma reprodução de Balneário Camboriú, que, já naquela época, exibia altas torres à beira mar e problemas de poluição causados pelo despejo direto do esgoto, além de evidenciar um fenômeno de elitização dos espaços balneários.

O movimento socioambiental, naquele momento representado pelo MEL, conseguiu barrar esse item do plano, além de colocar em pauta as discussões sobre os modelos de cidade que estavam em jogo, trazendo, dessa forma, tanto as questões ambientais quanto as decisões com relação à urbanização para a esfera da política, não as deixando relegadas a argumentos técnicos ou exclusivamente econômicos, questionando os discursos que atrelavam natureza a turismo e turismo a Florianópolis. Isso ocorreu em um contexto no qual o discurso ambientalista internacional começa a se tornar forte também no Brasil, em muito devido à realização da Conferência das Nações Unidas, em 1992, no Rio de Janeiro, e de suas consequências para as questões ambientais, como a Agenda 21.

Desde os anos 1980, a natureza é pautada nos pronunciamentos políticos, planos de campanha e planos diretores em Florianópolis. E, apesar da preservação

da natureza ter assumido várias conotações desde então, passando a ser defendida tanto por quem a entendia como fonte de renda como por quem a defendia por atribuir-lhe valor intrínseco, ela foi sendo incorporada aos discursos oficiais de Florianópolis, multiplicada por meio de inúmeros enunciados textuais e imagéticos, passando a configurar uma imagem de cidade associada à preservação dos ambientes naturais.

Essa imagem, desde então, é utilizada como estratégia discursiva para promover o turismo na cidade e está retoricamente ancorada na força que os argumentos de fundo ambiental conquistaram. A partir da construção de tal imagem, qualquer menção às questões ambientais tem força significativa e de difícil contestação, costumeiramente gerando consenso, pois as ações se justificam no uso consciente e “sustentável” da natureza e em nome das gerações futuras e da própria biosfera (ACSELRAD, 1999). Isso auxiliou em muito a consolidação de uma leitura hegemônica da paisagem por parte da iniciativa privada e de órgãos de planejamento urbano e turístico, que incorporaram retoricamente a defesa da natureza em seus discursos.

Para que essa leitura se consolidasse, apesar dos diferentes significados e funções do termo “natureza” nos diferentes meios, o jogo semântico passa a ser recorrente em documentos, jornais e em outras publicações da cidade, tendo sido, anos depois, apropriado pela publicidade turística e residencial, quando a natureza virou também parte de uma imagem de marca, servindo para diferenciar Florianópolis das demais capitais do país.

A partir desses acontecimentos, a legitimação do turismo perante a opinião pública deu-se, em boa parte, por meio de um discurso técnico saído de dentro de instituições públicas, nesse caso via planejamento urbano, apresentando o turismo como “panaceia” tanto para os problemas econômicos quanto urbanos e ambientais. No entanto, como exposto por Sostizzo (informação verbal), esse discurso técnico estava atrelado a interesses do empresariado que tiveram força suficiente, “[...] a ponto de transformar o turismo em ‘alternativa preferencial de desenvolvimento econômico para o espaço local’” (CECCA, 1996, p. 214).

O próximo tópico inicia-se com outro acontecimento importante nesse processo de invenção de Florianópolis como cidade turística, que foi a criação da Fundação Pró-Turismo (PROTUR), em 1989; uma iniciativa privada, fruto da

organização de empresários e empresárias do setor, que passa a coordenar e, de certa forma, a regular aquilo que é dito e mostrado não só em nome do turismo mas da própria cidade. Nesse momento, ocorre outra reformulação da relação entre o turismo e a cidade: o empresariado, respaldado tanto pela legislação quanto pelos anseios do poder local, não vê mais o turismo como uma aposta incerta – devido a toda essa segurança institucional que havia sido efetivada pelo próprio Estado. Isso faz com que, sobretudo da década de 1990 em diante, comece a aumentar consideravelmente o número de empreendimentos receptivos tanto para o turismo de massa quanto para o turista de maior poder aquisitivo, ou seja, o Estado abriu, literalmente, o caminho para o poder privado instalar seus empreendimentos. Concomitantemente, outras narrativas também participam da instituição dessa prática como verdade para e na cidade, como apresento no capítulo quatro.

3.3 “Florianópolis vale a pena”: a legitimação do turismo pela força do empresariado local

“‘Florianópolis vale a pena’, você lembra desse slogan?” – pergunta-me Lázaro Daniel (informação verbal)⁷⁸, que retoma esse “período” algumas vezes em sua entrevista, sempre questionando para quem a cidade passa a valer a pena desde então.

Florianópolis aparece como uma cidade que “vale a pena” num contexto em que um novo grupo de instituições e de atores/as passa a compor as relações de poder por suas dimensões simbólicas e materiais e no qual o papel do Estado é atualizado, passando a legitimar o empresariado, que também tem seu papel ressignificado, como exponho ao longo deste subcapítulo.

Nesse período articula-se um conjunto de elementos para dar vida à “Florianópolis turística”, visto que em vários âmbitos o turismo passa a ser enunciado como a “vocaço” da cidade, como a melhor alternativa econmica e como o uso mais adequado para sua “bela paisagem”. A legitimao disso no

⁷⁸ Em entrevista concedida autora em 11 de setembro de 2015.

fruto somente dos planos urbanos e econômicos, nos quais o turismo é recorrentemente citado, mas ganha uma nova força: a organização do empresariado turístico e sua maior participação nas decisões políticas da cidade. Ademais, o final da década de 1980 e a década de 1990 são marcados pela busca da construção de uma imagem da cidade que atraia turistas e investimentos.

O desfecho dos acontecimentos deflagrados pela escolha de não seguir o Plano de 1976, tal como descrito no ponto anterior, foi o início do processo de consolidação do Norte da Ilha como o principal eixo de desenvolvimento turístico da cidade. Isso demonstra que uma das formas de o poder público incentivar a atividade turística é por meio da criação ou alteração das leis que regulamentam a produção do espaço urbano com esses fins, o que é parte do processo político de naturalização de determinadas funções para determinados espaços, como venho tratando.

Em nível estadual, em 1987, é lançado o Plano de Governo *Rumo à Nova Sociedade Catarinense*, quando o Estado passa:

A priorizar o turismo e considerá-lo como “compromisso de governo”. Até então, o turismo em Santa Catarina, segundo Campos⁷⁹, acontecia de forma aleatória, dispersa, 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 (ZANELA, 1999, p. 28).

Segundo Zanela (1999, p. 30), é no contexto de formulação e execução desse Plano que se iniciam as “construções dos discursos sobre o Estado de Santa Catarina, apostando sempre na beleza natural e peculiaridade do território”. No entanto, essa não foi uma iniciativa exclusiva desse governador, visto que o turismo também compunha o plano de governo de outra chapa que, em 1986, havia disputado com Campos. A chapa do Partido da Frente Liberal (PFL), formada pelo político Vilson Kleinübing e pelo político-empresário Fernando Marcondes de Mattos, lançou o *Plano 90*, no qual o *Turismo: Fonte do Desenvolvimento*, era uma de suas 26 metas. Ao mesmo tempo, o Brasil passava por mudanças significativas, como a redemocratização e a aprovação de uma nova Constituição Federal (CF), que dotaram os municípios de mais autonomia.

⁷⁹ Pedro Ivo Campos, governador do Estado de Santa Catarina pelo Partido do Movimento Democrático Brasileiro (PMDB), entre 1987 e 1990.

Com a promulgação da CF de 1988, a política de desenvolvimento urbano passou a ser elaborada e executada pelo Poder Público municipal, como pode ser conferido no seu Art. 182. No mesmo documento, o plano diretor, que deve ser aprovado pelo Poder Legislativo municipal, na figura da Câmara Municipal, passou a ser obrigatório para cidades com mais de 20 mil habitantes, sendo, desde então “[...] o instrumento básico da política de desenvolvimento e de expansão urbana” (BRASIL, 2000).

Essa autonomia relativa dos municípios, no que diz respeito à política de desenvolvimento urbano, possibilita uma abertura para a participação de grupos sociais locais no processo de planejamento urbano. Segundo Januário (1997, p. 7), esses grupos podem ser caracterizados por um “[...] conjunto de redes sociais estruturadas através de interesses identificáveis, sendo não apenas fisicamente localizado mas, sobretudo, socialmente construído”. Evidentemente, as relações entre grupos sociais, locais ou não, não se constituem somente por interesses semelhantes mas também por conflitos e resistências.

Como expõe Januário (1997), para o caso do grupo social que constitui o setor turístico de Florianópolis, identificam-se conexões não apenas entre atores/as de grupos empresariais – com o interesse comum de crescimento do setor – mas também entre estes/as e a esfera política, tanto pela participação direta de empresários/as em cargos públicos quanto como membros de fundações, organizações ou associações empresariais que passaram a representar o setor perante a prefeitura e o governo do estado.

Além disso, e como reprodução de uma característica nacional, as elites locais, que conjugam tanto o poder político quanto o econômico, pouco foram alteradas com o fim da ditadura, como expõe Januário (1997, p. 9):

Mesmo com as transformações sócio-políticas e econômicas ocorridas neste período, em Florianópolis as elites locais não sofreram alterações radicais, permanecendo integrantes do mesmo setor de atividades [...] aumentando, inclusive, seus espaços de atuação e expressão.

Nesse mesmo sentido, tampouco extingue-se o modelo do “consórcio governamental-empresarial” herdado da ditadura militar, que, como expõe Lohn (2014), caracterizou-se pelo estímulo e fomento aos empreendimentos privados por parte do governo.

Essa relação, ou quase integração, público-privada também pode ser conferida nas novas formas que o empresariado criou para participar ativamente dos fóruns de decisões políticas locais, inicialmente representadas pela Fundação Pró-Turismo de Florianópolis (PROTUR) e demais organizações que a sucederam e que serão citadas oportunamente.

Assim, como analisa criticamente Januário (1997) e como fica explícito na autobiografia de Fernando Marcondes de Mattos (2007)⁸⁰, bem como na entrevista de Anita Pires, a PROTUR, primeira entidade a reunir os/as empresários/as do setor na cidade, assume a função de “‘governo paralelo’ no que diz respeito às políticas públicas referentes ao turismo, emergindo como um aparelho privado de hegemonia diante do governo local” (JANUÁRIO, 1997, p. 12).

A PROTUR foi fundada e presidida pelo mesmo Fernando Marcondes de Mattos, citado anteriormente como candidato a vice-governador do estado e como empresário do setor turístico e hoteleiro. Segundo a percepção de seu fundador,

[...] a cidade necessitava de um órgão promotor de turismo e de conscientização de sua importância. Estava convencido de que essa atividade econômica deveria ser o carro-chefe do processo de desenvolvimento de Florianópolis, pois nenhuma outra poderia superá-la na geração de renda e empregos (MATTOS, 2007, p. 295).

Em sua autobiografia, Mattos narra que, no dia 22 de julho de 1989, propôs para vinte e duas pessoas, segundo ele os/as principais empresários/as da Grande Florianópolis, a criação da PROTUR. Cada um/a desses/dessas empresários/as faria parte do conselho curador da fundação e contribuiria mensalmente para sua manutenção. Sua proposta foi aceita e a PROTUR começou a funcionar naquele mesmo ano. Segundo ele:

A Protur tinha como objetivos básicos editar material de informação turística; reduzir a sazonalidade do turismo na Ilha; divulgar o produto turístico e conscientizar a comunidade florianopolitana sobre os benefícios dessa atividade econômica. [...] O Conselho estava composto por representantes de entidades públicas e de empresas privadas (MATTOS, 2007, p. 295)⁸¹.

⁸⁰ Tentei entrevistar esse ator, mas não obtive êxito.

⁸¹ Dentre as entidades participantes da fundação da PROTUR estão cinco organizações empresariais; oito empresas da construção civil; quatro grupos hoteleiros; treze empresas privadas de comércio diverso; seis grupos de comunicação; e, por fim, três agências públicas, duas de âmbito estadual e uma municipal. De um total de trinta e nove entidades, somente três são públicas (JANUÁRIO, 2007).

Na fala de Anita Pires (informação verbal)⁸² fica claro como, nos anos 1990, deu-se início à construção de uma rede local de ações em torno do turismo e, segundo ela:

O Fernando Marcondes, nessa questão de trabalhar uma consciência do potencial de Florianópolis, foi sempre uma liderança muito forte. Tanto que ele começou o Costão há vinte anos atrás [onde] era [só] mato. Não tinha estrada para chegar onde é hoje o Costão. Mas ele acreditou.

Para Pires (informação verbal), não se pensava o turismo pois não se pensava a cidade. Nesse sentido, ela afirma que o poder público não conseguiu planejar Florianópolis e somente correu atrás do prejuízo. Além disso, ela expõe que nem o próprio empresariado tinha iniciativa, pois o potencial da cidade não era percebido por ninguém:

Quando a gente discutia com a cidade, os empresários e o poder público as questões da cidade, a gente percebia um grande desinteresse, uma falta de pró-atividade e uma falta muito grande de cultura de cooperação. [...] Tanto que a gente não conseguia motivar os hoteleiros e o pessoal da área de turismo para que eles se juntassem com o poder público e tirassem do bolso cem reais para fazer um folder bonito de Florianópolis, ou de Santa Catarina. Ou fazer um mapa da cidade.

Mattos afirma ter “[...] plena consciência de que a PROTUR foi um marco histórico no despertar da cidade para um processo mais profissional no tratamento do turismo” (MATTOS, 2007, p. 296). A partir dessa ação, a promoção e a divulgação de Florianópolis como cidade turística ganha maior visibilidade. Segundo a compreensão de Güttler (2002), a PROTUR foi uma das grandes protagonistas no processo de incorporar o turismo no inconsciente coletivo da cidade, inserindo-o nos planos institucionais de empresas públicas e privadas e pelo convencimento do turismo como importante fator econômico.

As interações entre as esferas de poder público e empresarial não se dão somente pelo fato de alguns/algumas atores/as privados/as assumirem cargos públicos ou pela participação das associações empresarias nos fóruns de decisão pública, mas também pela circulação desses/as atores/as e também de ideias, bem como pela troca de funções. A PROTUR passa a ter seu poder de organização e decisão das ações do setor turístico legitimado, visto que se estabelece uma relação

⁸² Em entrevista concedida à Leila Dias e Tiago Gonçalves em 10 de setembro de 2008.

de interdependência entre participantes dos órgãos empresariais (dentre os quais dirigentes de hotéis, restaurantes, comércios ligado ao turismo e agências de viagens) e os órgãos públicos responsáveis por legislar, organizar e/ou divulgar ações relacionadas à atividade turística.

Sem contar que, a favor desses/as empresários/as, estava toda uma construção discursiva iniciada na década anterior de que o turismo era a única alternativa para a cidade. Dessa forma, o papel da PROTUR, no que diz respeito ao fortalecimento de Florianópolis como cidade turística, mostrou-se inquestionável e legítimo. Assim, o principal significado da paisagem-discurso, como turística por excelência, alcançou seu ápice nesse contexto em que os laços que conectavam o empresariado às instituições do poder político trabalhavam a favor da consolidação desse modelo de cidade, já circulando pela opinião pública, pois o turismo havia sido instituído de tal forma que já era evidente.

Buscava-se mostrar como a cidade como um todo tinha essa “vocação”, ou algo como uma essência, que precisava ser trabalhada por todos e todas para que a cidade ganhasse e, como explícito no capítulo quatro, a mídia passa a ser uma grande aliada nesse processo. Isso era importante de ser reforçado, pois, pelo fato de existirem discursos concorrentes, o significado da paisagem e essa suposta “vocação” da cidade eram também disputados. Essa disputa não era somente simbólica mas totalmente conectada às ações que estavam em vias de acontecer na cidade.

Essa interpretação parece estar em consonância com as ações políticas com relação à PROTUR, visto que, em 1991, por meio da Lei Nº 3554/91, a organização foi declarada de Utilidade Pública. Para que isso ocorra, uma entidade deve servir à coletividade sem interesses próprios. Esse acontecimento demonstra que o empresariado, além de organizar o setor e divulgar a cidade como destino turístico teve, mais uma vez, a aprovação política sobre seus projetos e modelos que são ratificados como benéficos para a coletividade da cidade. Ainda há outro fator, que marca a própria figura de Fernando Marcondes de Mattos, que é a mistura entre interesses públicos e privados, visível no panorama político florianopolitano (JANUÁRIO, 2007)⁸³.

⁸³ Na década de 1990 o turismo é super valorizado e os planos de turismo fervilham em todo o país. Além da Política Nacional de Turismo, ainda no governo de Fernando Collor, em 1992, com características claramente neoliberais (RODRIGUES, 2001), há também a criação do Programa de

Mattos (2007), por exemplo, apresenta-se como um defensor das tradições locais e da natureza, alguém que, por meio de seu empreendimento, não só gera empregos mas coloca a cidade e o estado em posição importante. Além disso, afirma que quem se opõe aos seus empreendimentos não o faz por questões ambientais ou por preocupações técnicas, mas por oposição política e porque é contra o desenvolvimento da cidade.

Em 1991, o empresariado local, aliado a políticos/as e à imprensa, lançou uma campanha publicitária visando convencer a população de que havia dois grupos em disputa na cidade: um a favor de Florianópolis, que seria formado por eles/elas próprios/as, e outro contrário, que seria formado por ambientalistas e quem mais se opusesse aos seus projetos. Assim:

Esta campanha apresentava modelos de turismo internacional para a Ilha, como a cidade de Miami, e defendia os grandes projetos urbanísticos da Prefeitura Municipal em tramitação na Câmara de Vereadores. Todos os que discordavam ou questionavam este modelo de desenvolvimento eram acusados de ‘sabotadores, inimigos’, e de serem contra o progresso e desenvolvimento de Florianópolis (CECCA, 1996, p. 116-117).

Essa disputa, de certa forma, retoma a “polêmica urbana” registrada por Lago (1996), como se houvesse apenas duas escolhas para Florianópolis. Ademais, o fato de esse grupo ter lançado uma campanha evidencia que as pessoas consideradas “inimigas de Florianópolis” tinham força suficiente para desafiar essa verdade. Afinal, se essa leitura da paisagem de Florianópolis não é natural, mas resultado de uma disputa de poder, tal como explica Duncan (1990), deve haver também resistência, sobretudo quando o resultado dessa leitura pode se transformar em um importante instrumento de manutenção do poder sobre o uso do espaço, que era o que ambos os lados buscavam⁸⁴.

Dando sequência às ações em prol do setor turístico, em 1994, foi fundado, também por Mattos, juntamente com Anita Pires e entidades representativas das atividades relacionadas ao turismo na cidade, o Fórum Permanente de Turismo de Florianópolis⁸⁵, em substituição à PROTUR, “[...] aliança hegemônica [que se] torna

Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (Prodetur-NE) (CRUZ, 2001; RODRIGUES, 2001; SILVA, 2001; BENEVIDES, 2001; MARCELINO, 2001).

⁸⁴ É desse período que datam os debates e disputas a respeito do Plano Diretor do Campeche, tratado no capítulo cinco.

⁸⁵ O Fórum Permanente de Turismo veio a público em 1994, quando da realização do I Fórum Internacional de Planejamento Turístico da Grande Florianópolis (JANUÁRIO, 1997).

assim o núcleo gerenciador do turismo local” (GÜTTLER, 2002, p. 350), e que perdurou até 1999, a partir do qual organizou-se o Florianópolis e Região *Convention & Visitors Bureau* (FC&VB).

Segundo Pires (informação verbal):

A PROTUR era uma entidade privada que congregava as entidades empresariais e setoriais de Florianópolis. Ela fez história. Foi, vamos dizer assim, a primeira organização público-privada para trabalhar a questão da cidade e do turismo. Depois ela morreu. Aí nasceu esse Fórum, porque a PROTUR fazia parte desse fórum guarda-chuva que era informal. Ele não tinha figura jurídica.

Frente à defasagem da organização do turismo, à falta de interesse geral e à considerada importância do setor para a cidade, justifica-se, segundo Pires, a criação desses dois órgãos, um subsequente ao outro, PROTUR e Fórum, inicialmente com ação local, e que acabaram dando base para uma futura conexão com a escala internacional por meio do FC&VB.

Segundo Pires (informação verbal), com o Fórum Permanente de Turismo iniciou-se “um trabalho de [...] sensibilização do setor empresarial, principalmente do setor turístico, porque o que aconteceu aqui é que o turismo não tinha nenhum profissionalismo”. Ainda segundo ela, esse foi um processo sofrido, pois, como relata, “os donos de hotéis jogavam esgoto em riachos ou no mar” e não se preocupavam com o que, segundo ela, é a “galinha dos ovos de ouro” da cidade e o motivo pelo qual turistas vão pra lá: a praia e a qualidade de vida. Ademais, foram seis anos para que o fórum ganhasse um caráter permanente. Ao longo desse processo, de amadurecimento dos envolvidos, Pires (informação verbal) expõe que “[...] o turismo passou a ser uma atividade produtiva no mundo inteiro e extremamente crescente”.

As falas, em tom comovente, de Fernando Marcondes de Mattos, constroem uma narrativa na qual se afirma que os interesses e benefícios de grupos privados seriam transferidos para a cidade toda e isso se deu por meio de argumentos que não provinham somente dele próprio mas também de órgãos oficiais, de planos de governo, dos meios de comunicação e da própria legislação urbana, como venho argumentando, pois, como explica Januário (1997), os interesses corporativos precisam ultrapassar o setor e serem reconhecidos como interesses de todos/as.

O uso dessas generalizações, que promete algo para toda a população e para toda a cidade, é estratégia retórica recorrente e, apesar de não ser cumprida

empiricamente e de ser teoricamente conhecida como uma falácia lógica, ainda persiste válida, sendo utilizada como forma corrente de convencimento. É nesse sentido que foram construídos os enunciados em torno do turismo, pois se essa paisagem-texto é lida por esses/as atores/as como turística por excelência, e essa leitura é reproduzida tanto nos meios de comunicação quanto na legislação, ela passa a comunicar essas mesmas ideias, tornando-se reprodutora da ordem social hegemônica (DUNCAN, 1990). Isso transforma um processo social, que é a paisagem urbana, em objeto, visto que, como expõe Duncan (1990), o efeito da concretude da paisagem é um veículo sutil e gradual – e por isso fundamental – de impressão e registro de valores sociais.

A partir desse contexto, a força da paisagem como sistema de significação social passa a se constituir, cada vez mais, por interesses de atores/as privados/as, pois são “[...] as agências públicas [que] passam a fazer parte da estrutura de organização e representação de interesses empresariais do setor de serviços ou, mais especificamente, do ramo de turismo” (JANUÁRIO, 1997, p. 117), e não mais o contrário, como nas décadas anteriores, quando era o Estado que ditava as normas.

Essa ampliação do poder (privado) local deve-se também à descentralização promovida pelo governo federal no que diz respeito à execução do turismo. Segundo Becker (2002, p. 188), nesse contexto, ao se implantar uma nova política nacional de turismo, a sua execução “[...] passa para outras esferas governamentais de estados e municípios, e incorpora a iniciativa privada”.

O empresariado se fortalece ainda mais com a segunda edição do Fórum Internacional de Planejamento Turístico da Grande Florianópolis, em 1995, quando é produzido o Plano Estratégico de Turismo para Florianópolis (PLANET 2000), o qual se constituiu como “[...] um dos principais referenciais de planejamento e execução de atividades voltadas para o turismo em Florianópolis” (JANUÁRIO, 1997, p. 118). Um refencial, sobretudo, para os/as empresários/as participantes desse Fórum, que, por serem os representantes dos sindicatos, associações e conselhos dos ramos de turismo, comércio e construção, bem como donos/as dos principais empreendimentos de turismo da cidade, além de contarem com o fato de o poder público estar diretamente conectado a eles/as, por meio do Fórum, não resta dúvidas de que as definições desse grupo acabaram assumindo a força de uma

política oficial perante as demais. Frente a isso, Januário (1997, p. 118-119, grifo no original) expõe que

[...] é a partir das definições de planejamento de ações referentes ao turismo realizadas por uma entidade privada que o setor público passa a ser condicionado a realizações sobre o espaço local no que se refere ao turismo. Assim, o *Planet 2000* aproxima-se de ser um *plano diretor do turismo local*, inclusive com a indicação de encaminhamento deste documento com o intuito de ser apreciado pela Câmara de Vereadores a partir do executivo local⁸⁶.

Embora o PLANET 2000 não tenha se tornado lei de fato, e boa parte de suas propostas não tenham sido viabilizadas, os acontecimentos dessa época mostram que o setor turístico não apenas conseguiu se impor perante o poder público municipal como também as ações privadas assumiram uma legitimidade sem igual na cidade, pois essas organizações passaram a ser encaradas como representantes dos interesses não só de um grupo de empresários/as mas do próprio poder público.

Tal legitimidade, construída ao longo dos anos por meio de redes pessoais e institucionais, expressa as formas locais das relações de poder, nas quais a paisagem também é parte, sendo tanto argumento quanto “fato” quando é vista somente como uma evidência física ou um resultado das relações de poder e não como um discurso. Esses planos, portanto, acabam sendo um instrumento de legitimação não só de discursos em torno do turismo mas também de paisagens-discurso, transformando a estratégia de um determinado grupo social em estratégia da cidade.

Além disso, a forma como esse setor foi organizando suas ações acabou por enredar tudo aquilo que dizia respeito ao turismo na cidade nesse período, como explica Januário (1997, p. 21-22):

[...] no que se refere ao empresariado em geral, e ao setor turístico em particular, as atuações da PROTUR (organização civil) e do SHRBS-Florianópolis (sindicado patronal) são expressivas na medida em que promovem ou participam de congressos sobre desenvolvimento turístico; mantêm relações com políticos individuais e/ou com partidos políticos, explicitados em jornais internos às entidades ou de ampla circulação; participam direta e/ou indiretamente em agências estatais de caráter decisório ou consultivo em nível municipal e estadual (SANTUR, SETUR, e um empresário do setor ocupando o cargo de Secretário de Estado de Planejamento e Finanças em 1992).

⁸⁶ Tentativa que se repete em 2014, quando o *trade* turístico entrega aos/à candidatos/a a prefeito/a um documento com uma proposta de plano turístico para a cidade, como relatado por Pereira (informação verbal) e apresentado adiante.

Em Florianópolis, o turismo alcançou uma posição central, privilegiada perante as demais práticas, visto que a cidade passa a ser vista essencialmente como turística, fazendo com que “[...] suas estruturas econômicas, sociais, políticas, culturais e ambientais [acabem] por serem influenciadas pelo turismo como forma de desenvolvimento ou de incremento ao desenvolvimento da cidade” (JANUÁRIO, 1997, p. 53). Sendo que não só economia, mas segurança, saúde e infraestrutura passam a considerar a demanda turística.

Assim, não foi à toa que o turismo foi apresentado para a cidade como algo benéfico a todos/as, como a saída para o desenvolvimento, como a expressão de uma verdade, pois a invenção da Florianópolis turística, como apontam seus/suas críticos/as, foi, em muito, lastreada pela legitimação de interesses de um empresariado conectado, direta ou indiretamente, às instâncias do poder político da cidade e do estado.

A significação da paisagem e seus usos simbólico-materiais são compostos de uma rede de atores/as e instituições que se conectam por objetivos em comum e que ampliam suas possibilidades de controle sobre a cidade à medida que ampliam também sua presença e força nessas relações de poder. Portanto, dotar o turismo dessa força não foi simplesmente “aproveitar” a “bela paisagem já disponível”, como a maioria afirma, mas foi um processo tomado por conflitos e controvérsias, nada coeso, mas, desde a década de 1970, calcado nesses instrumentos de controle do espaço que são os planos urbanos e de desenvolvimento.

Concordando com essa argumentação, é possível negar toda a neutralidade desses/as próprios/as atores/as – boa parte políticos/as e, ao mesmo tempo, empresários/as do setor –, visto que liberações de obras, alvarás, legislações, entre outros acabaram passando duplamente por determinados grupos.

Esse conjunto de ações, institucionais e privadas, acabou gerando uma mitificação do turismo que, em meados da década de 1990, possibilitou a conclusão de que, mesmo com a sazonalidade (e sem dar a devida atenção a isso), a cidade estava “[...] vivendo o apogeu do boom (ou melhor, vivemos uma ‘febre turística’) de um ciclo econômico marcado pela monocultura do turismo que, como os ciclos anteriores, desarticula e marginaliza a pequena produção independente” (CECCA, 1996, p. 214).

As visibilidades da paisagem, nesse sentido, são construídas com base em condicionantes culturais e políticos diversos, não sendo, portanto, naturais. Estão atreladas, entre outras coisas, às distintas formas de compreender a cidade, tanto que, como já exposto, a leitura do empresariado é diferente da leitura de ambientalistas, apesar de estarem em frente às mesmas formas espaciais. Assim, a materialidade da paisagem não significa o mesmo para todos os grupos sociais, mas depende de quem a lê, pois a única justificativa para uma leitura exclusiva da paisagem é quando os grupos sociais hegemônicos – como empresários/as e governantes nesse caso específico – conseguem impor sua leitura sobre tantas outras possíveis.

A exclusividade do turismo parece, de fato, alastrar-se e modificar a dinâmica espacial florianopolitana, porém, não sem resistência, como já apontado. Segundo Magaly Mendonça (informação verbal)⁸⁷, ativista do Movimento Ecológico Livre (MEL), entre as décadas de 1980 e 1990, “tudo o que a gente não queria para a Ilha era Balneário Camboriú. Hoje é uma coisa absurda, mas já [naquela época] era verticalizado, a praia já era poluída”.

No entanto, como tudo que é sólido se desmancha no ar, o discurso ecológico, marca da resistência em um determinado contexto, foi novamente apropriado de forma retórica por governantes e empresários/as com a publicação da *Agenda 21 Local*⁸⁸. A partir desse momento, o que antes era denominado “preservação da natureza”, “preservação da paisagem natural” ou “preservação do meio ambiente” é substituído pelo conceito de “desenvolvimento sustentável”. Apesar de esse termo estar em discussão há algumas décadas, é a primeira vez que o encontrei explicitado e defendido em um documento municipal.

Nesse documento, o conjunto de ecossistemas da ilha também é considerado atrativo turístico, portanto fator que impulsiona a economia local, tal qual relatado para o PD dos Balneário de 1985. Da mesma forma, a preocupação com os “impactos ambientais” do turismo é levantada, pois “a necessidade da conservação dos atributos paisagísticos muitas vezes é antagônica ao aporte turístico que se tenta impor a um ambiente de limites naturais tão conspícuos como

⁸⁷ Em entrevista concedida à autora em 3 de maio de 2013.

⁸⁸ Como resultado da Rio 92, mais de 170 países referendaram vários compromissos ambientais, um deles é a Agenda 21 Global, que se constitui num plano de ação para ser usado globalmente, mas com um enfoque na ação local, que convoca as autoridades locais para elaborar uma Agenda 21 Local. (Disponível em: <<http://www.onu.org.br/rio20/documentos/>>. Acesso em: 2 abr. 2015).

uma ilha” (FLORIANÓPOLIS, 2000, p. 127). Contudo, algo que até então não tinha sido notado em documentos oficiais é a forma como se propõe uma solução para isso:

A questão então se coloca [em] como direcionar o tipo de demanda que queremos para Florianópolis, se uma cidade voltada para o turismo de massa ou uma atividade de turismo *seletiva* adaptada a sustentabilidade ambiental dos ambientes naturais e suas comunidades antrópicas (FLORIANÓPOLIS, 2000, p. 127, grifo nosso).

Isso é muito significativo – uma atividade de turismo seletiva –, visto ter sido nesse contexto político, quando a cidade era administrada pela Prefeita Ângela Amin⁸⁹, que a imagem de Florianópolis começa não apenas a se fortalecer mas a assumir ares de elitização: é quando a natureza passa a ser considerada um fator de diferenciação, de segregação espacial e social, de conforto, de qualidade de vida, de segurança, etc. E aliado à natureza preservada, o alto IDH também passa a figurar entre os elementos de venda da imagem da cidade. Essas “qualidades” da cidade aparecem como objetos de um novo discurso que começa a se materializar em Florianópolis, que tem na elitização da cidade seu principal eixo de articulação, tal qual aprofundo no tópico seguinte.

Entendo que, quando se relaciona diretamente sustentabilidade ambiental a turismo seletivo, não se está falando de ecoturismo ou turismo de baixo impacto, mas de turistas de alto poder aquisitivo. Portanto, a promoção de elementos paisagísticos (ambientais e antrópicos) preservados não é apenas um argumento econômico ligado à manutenção do fluxo turístico, como expresso pelo IPUF na década de 1980, mas adicionado a isso, tem-se também o fator elitização. Novamente, o valor não está na natureza, mas naquilo que ela representa e, desde então, em quem pode pagar por ela. Com isso, o significado não só da natureza mas também da cidade, por ser dotada de natureza, passa a estar conectado à elitização.

Outra novidade percebida nesse documento é o verbo utilizado para falar do turismo: “impondo-se como vocação natural para o município”. A forma como o enunciado é construído dota o turismo de uma força ou agência natural, como pode

⁸⁹ Ângela Amin, do Partido Progressista, foi prefeita de Florianópolis por dois mandatos consecutivos, entre 1997 e 2005. Foi também vereadora entre 1988 e 1990 e deputada federal entre 1991 e 1995 e entre 2007 e 2011.

ser percebido também na citação seguinte, que sugere que potencialidades naturais e Mercosul *impuseram* o turismo à cidade: “A escolha do turismo como força principal do desenvolvimento do município de Florianópolis não foi por acaso, foi imposto por suas potencialidades naturais aliadas à disponibilidade financeira dos estrangeiros do Mercosul [...]” (FLORIANÓPOLIS, 2000, p. 224).

Mais uma vez, por meio de narrativas institucionais, o espaço de Florianópolis aparece como suporte de projetos diretamente relacionados ao turismo, que são expressões do poder pelo controle e pelas transformações materiais desse mesmo espaço, pois, como expõe Sánchez (2003, p. 115), “essas leituras oficiais da cidade, que configuram imagens, costumam ser mostradas com aparência de objetividade, apresentando fatos sociais como inquestionáveis”.

3.4 O turismo em tempos de elitização e marketing: permanências e tensões

Duas questões importantes marcam o contexto pós-organização do empresariado turístico em Florianópolis: a primeira diz respeito aos planos turísticos se desvincularem dos planos da cidade, possibilitando que a iniciativa privada aumente ainda mais seu papel frente à elaboração daqueles, consolidando o rumo do planejamento e das ações em torno do turismo “[...] ao sabor de iniciativas e interesses privados” (CRUZ, 2001, p. 9), como vem sendo retratado por inúmeros autores/as para outras cidade do Brasil, visto que nessa época houve o *boom* nacional do turismo (CRUZ, 2001; DANTAS, 2010).

A segunda, considera que os planos turísticos passam a focar suas ações, sobretudo, em estratégias de *marketing*, os quais

[...] não trata[m] apenas de emitir para o exterior uma imagem atractiva dos lugares, mas que procura[m] também manipular as representações que os próprios residentes fazem do território e da comunidade em que se inserem (HENRIQUES, 1994, p. 405)

A partir disso, para o caso de Florianópolis, observo que a imagem turística passa a assumir o status de imagem da cidade por excelência (LENZI, 2010). É um

momento no qual há uma nova restrição de significado da paisagem, avançando no projeto de elitização da cidade, que segue direcionando determinadas ações que são políticas como exclusivamente técnicas e fazendo com que a interpretação hegemônica seja recebida como única e natural. Apesar da existência de movimentos de resistência a essa interpretação, essa paisagem-discurso direciona as práticas, os enunciados textuais e imagéticos, os planos e as ações que fazem sentido, excluindo, cada vez mais, aquilo que “destoa” de seus princípios.

Souza (2002) classifica o *marketing* urbano como um dos instrumentos *informativos* do próprio planejamento urbano, o que significa que teria por objetivo principal informar sobre seus alcances. Segundo o geógrafo, uma das formas como vem sendo abordado,

[...] o *marketing* urbano “deformado” deve ser considerado como o resultado de uma tentativa de influenciar não apenas investidores e turistas em potencial, mas toda uma opinião pública, formando uma imagem de cidade conforme aos interesses e à visão de mundo dos grupos dominantes (SOUZA, 2002, p. 303)⁹⁰.

Em 1999, o IPUF realiza uma atualização do Plano de Desenvolvimento Turístico do Aglomerado Urbano de Florianópolis, de 1981. Segundo a introdução deste documento:

O planejamento e controle da atividade turística, até 1994, com exceção do Plano de Desenvolvimento Turístico do AUF/81, limitava-se apenas às normas definidas nos Planos Diretores do Distrito Sede e dos Balneários, mais precisamente ao uso e ocupação do solo, quando a partir do I Fórum Internacional de Turismo da Grande Florianópolis, estabelece-se o Plano Estratégico de Turismo para Florianópolis – PLANET 2000⁹¹ –, contendo uma série de ações que visam transformar Florianópolis num pólo turístico internacional. O alcance desse objetivo exige um esforço concentrado do poder público e da iniciativa privada através de ações atreladas e complementares dentre as quais destacam-se o planejamento e o controle desta atividade, visto que o turismo em Florianópolis está alicerçado na atratividade natural, já que um turismo com qualidade requer a preservação dos recursos naturais para as gerações futuras. Dentro desta perspectiva, a atualização do Plano de Desenvolvimento Turístico do AUF assume um papel importante servindo como um instrumento para nortear as diversas ações e

⁹⁰ Souza (2002, p. 303) afirma que não se pode reduzir o *marketing* urbano à manipulação ou à deformação de informações. Segundo ele, esse instrumento informativo deveria “[...] servir para mostrar, com a maior fidelidade possível, os resultados alcançados na busca por um desenvolvimento sócio-espacial autêntico [...]”.

⁹¹ Segundo as informações que encontrei e que já apresentei anteriormente, o Planet 2000 é fruto da segunda edição do Fórum e não da primeira, como consta no documento do IPUF.

assegurar a preservação ecológica e a própria sustentação econômica do local (IPUF, 1999, p. 11).

Como pode ser lido na citação acima, esse documento não só referenda o PLANET 2000 como deslegitima o Plano Diretor dos Balneários do próprio IPUF, de 1985, no que diz respeito ao planejamento e execução da prática turística, colocando o turismo como uma atividade, de fato, externa à cidade e que seria nela inserida, o que não é verdade, como já mostrado, visto que Florianópolis foi construída como um cidade turística, tanto externa quanto internamente.

Além disso, essa citação explicita o papel da iniciativa privada no planejamento e controle do turismo e busca colocar esse documento, que, como dito, é uma atualização do antigo plano, que junto com os demais há poucas linhas atrás havia sido desprezado, como um roteiro para as ações futuras.

O atestado da pouca legitimidade desse plano viria anos depois quando, em 2011, em reportagens de jornais locais e comentários em sites de organizações ligadas ao turismo em Florianópolis, comemorou-se o primeiro plano turístico da cidade (o Plano de Turismo Sustentável), o qual já seria o terceiro ou quarto plano.

Nesse mesmo ano, a integração de interesses públicos e privados tem mais um marco institucional (privado) na cidade: a organização do Florianópolis Convention & Visitors Bureau (FC&VB), que aproveitou a estrutura do Fórum Permanente de Turismo que, juntamente com outras entidades desse tipo:

Representam a articulação da iniciativa privada na disputa de interesses e poderes sobre o turismo em Florianópolis. A regulamentação do território pode ser tarefa do poder público, mas ela é fortemente influenciada pelos empresários que se organizam e que, muitas vezes, assumem cargos políticos na gestão da cidade (GONÇALVES, 2010, p. 69).

O FC&VB aponta para uma nova perspectiva para as ações do empresariado turístico em parceria com o poder público: o turismo de negócios e eventos, a ser tratado a seguir.

A partir de uma mudança no panorama nacional do turismo que se iniciou em 2003, com criação do Ministério do Turismo⁹², houve um significativo reflexo local. Segundo Pires (informação verbal), a partir daí o turismo começa a se

⁹² A partir de 2003, com o Governo Lula, o turismo é assumido “[...] de maneira substantiva como instrumento de desenvolvimento regional e local sustentável [...]” (CARVALHO, 2009, p. 60), com a criação do Ministério do Turismo e o lançamento de um novo Plano Nacional de Turismo.

profissionalizar e dá-se início à construção de uma rede de atores/as públicos/as e privados/as que têm interesses semelhantes e que ultrapassa a escala local. Portanto, a partir de 2003,

[...] a gente conseguiu essa interlocução com o governo estadual e federal também. Porque isso coincide com a nova gestão do ministério de turismo. Quando apareceu o ministério de turismo, ele foi montado de uma forma muito técnica e profissional. Eu digo isso porque hoje a minha filha é presidente da EMBRATUR e ela foi convidada para ir para lá. Não era do PT, não fez campanha, não tinha padrinho, era uma profissional no nordeste dos Conventions Bureaux.

Com a criação do Ministério, este fica responsável pelos projetos e capacitações e a EMBRATUR, pela promoção do Brasil no exterior⁹³, que, segundo Pires (informação verbal), passa a ter “[...] a teoria de que quem tem que vender o Brasil para o Brasil são os estados. Se eu quero vender SC lá no Rio de Janeiro eu tenho que ter estrutura para ir lá vender e trazer o turista do Rio de Janeiro, não é a EMBRATUR”.

Nesse mesmo ano, assume o Governo do Estado de Santa Catarina Luiz Henrique da Silveira⁹⁴, um grande incentivador do turismo no estado e, sobretudo, em Florianópolis. Com declarações sempre muito enfáticas no que diz respeito ao seu apreço aos/às empresários/as do setor turístico, foi responsável por levar a Santa Catarina consultores e eventos internacionais de grande importância para o cenário do turismo internacional, reforçando, cada vez mais, o laço entre o planejamento e as ações do governo e o setor privado.

Com a criação da SC Parcerias, em 2005, declaradamente o braço empreendedor do Governo do Estado⁹⁵, fica explícita a forma pela qual os planos e projetos desenvolvidos por essa entidade pública internalizaram o discurso empresarial de “eficácia” e “qualidade” recorrente na última década. A análise dos enunciados contidos nos estudos, planos e declarações de agentes (nacionais e internacionais) que estavam envolvidos com o governo estadual nesse período são

⁹³ Em Santa Catarina, a hierarquia estatal do turismo segue o mesmo modelo. Em 2003, o estado também cria um órgão de gestão, a Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte (SOL), sendo que a SANTUR, antigo órgão responsável, assume a parte de *marketing* e divulgação.

⁹⁴ Desde 1971, atua na política do estado, já tendo sido deputado estadual e federal durante a Ditadura Militar e deputado federal eleito, em 1995; prefeito de Joinville entre 1977 e 1982 e entre 1997 e 2002; foi governador por dois mandatos consecutivos, entre 2003 e 2010; e, em 2011, foi eleito senador. Foi Ministro da Ciência e Tecnologia do Governo Sarney, entre 1987 e 1988, e presidente nacional do PMDB, entre 1993 e 1996.

⁹⁵ Disponível em: <<http://www.scparcerias.com.br>>. Acesso em: 24 abr. 2015.

canais para entender como a iniciativa privada não só é privilegiada na construção do espaço urbano, por meio de incentivos e legislação adequada, mas também como estes espaços não mais são considerados em seu uso público ou caráter social, mas como uma empresa onde existem metas e cifras a alcançar.

Compans (2005, p. 271), explica essa relação entre o setor público e privado como uma nova forma de redistribuição do poder político. Para ela:

A construção de um consenso político em torno da agenda da inserção competitiva favoreceu o estabelecimento de uma nova relação entre Estado e sociedade local, baseada numa nova repartição de papéis sociais entre o poder público municipal e o capital privado.

Assim, não era de se esperar outros rumos para o turismo, que não uma maior integração entre os órgãos públicos e privados no que diz respeito à elaboração de legislação, planos de incentivos e financiamento, planos de *marketing* e, conseqüentemente, mais uma vez, um acréscimo na legitimidade desse setor perante à sociedade.

O aprofundamento desse processo é confirmado por Pires (informação verbal), segundo quem, “[...] hoje a SANTUR e a Secretaria do Turismo não contratam uma consultoria sem falar conosco. Quem define que tipo de consultoria nós precisamos é o *Trade* Turístico”. Segunda ela, os custos de consultoria ou de participação em feiras e eventos também são divididos, metade paga pelo poder público, metade pelo *Trade*. Fato que Pires classifica como um avanço extraordinário, visto ser o momento no qual “se passa a ter uma nova consciência do que é construir a cidade como um espaço que tem como sua principal vocação a atividade turística”. Relações de poder e verdade se reafirmam nessa articulação político-econômica na qual se evoca uma verdade construída historicamente por esses/as próprios/as atores/as para legitimar suas ações presentes. É um momento no qual a figura do/a técnico/a, antes mais clara, confunde-se com as figuras de empresários/as, políticos/as, consultores/as internacionais – conhecedores/as do assunto que dão seus vereditos para legitimar uma verdade cada vez mais restrita, especializada e privada.

Nesse mesmo sentido, e também como fruto da aclamada profissionalização do setor, Pires (informação verbal) explica que, desde então:

A SANTUR não diz mais [como o estado e a capital serão promovidos]. A SANTUR não vai para o Japão vender Santa

Catarina. Nós⁹⁶ decidimos junto com o poder público o que é que vai ser feito do dinheiro da promoção de Santa Catarina: [...] quantas feiras nacionais e quantos festivais, [...] quais são as feiras internacionais, [etc.]. Nós vamos à Argentina, nós vamos a Montevidéu, nós vamos a Lisboa e nós vamos à Alemanha.

No prefácio de uma publicação denominada *O futuro do turismo em Santa Catarina*⁹⁷, de 2007, o então governador Luiz Henrique da Silveira não desaponta o empresariado⁹⁸, ao afirmar que se busca formar “uma nova mentalidade”, no que diz respeito ao turismo em todo o estado, citando o que considera importante, pois:

Precisamos superar preconceitos e obscurantismos que ainda atrapalham e retardam investimentos na implantação de marinas, ancoradouros, campos de golfe, *resorts* que atraem turistas internacionais de elevado poder aquisitivo. É alvissareiro o interesse de grupos empresariais europeus e as negociações para investimentos externos aqui em nosso território (SILVEIRA, 2007, n.p.).

Segundo consta na introdução desse documento, escrita por Vinícius Lummertz Silva, então presidente da SC Parcerias (e atual presidente da Embratur, empossado em junho de 2015), essa publicação pretende orientar Santa Catarina para uma transformação, em termos de comunicação e infraestrutura, que a nivelará ao que há de mais avançado no planeta. Ele afirma que para entrar definitivamente na era pós-industrial, que é “[...] a era do conhecimento, em que a criatividade, a marca, a moda, o design agregam mais valor à produção industrial de qualidade” (SILVA, 2007, p. 2), cultura, arte, esporte e turismo precisam ser reconhecidos entre as principais atividades econômicas, além das já tradicionais, do estado.

É notável o tom de previsão desse texto, pois os verbos estão conjugados no futuro. São referências abstratas e generalistas, apoiando-se em comparações e expectativas fundamentadas em fontes não explicitadas. Além disso, há um tom panfletário, buscando divulgar benesses dessa “nova era”. A linguagem usada nesse documento explicita sua força como instituidora de realidades, quando conectada a atores/as e instituições que ocupam posições hegemônicas nas redes de poder das quais o turismo participa.

⁹⁶ Ao usar a primeira pessoa do plural, Pires refere-se ao *trade turístico* e não mais ao Fórum ou a qualquer outra organização do setor.

⁹⁷ Elaborado por Domenico De Masi e Stefano Palumbo.

⁹⁸ No ano de 2009 a cidade chegou a sediar o 9º. Fórum Mundial de Turismo, o maior evento empresarial do setor turístico, promovido pelo World Travel & Tourism Council (WTTC).

Como consequência desse estudo, em outubro de 2010, é lançado “O Plano Catarina 2020 - Marketing Turístico do Estado de Santa Catarina” que, segundo o diretor de *marketing* da SANTUR, tem como objetivo “tornar o turismo catarinense líder e referência internacional até 2020, a partir de uma proposta de atuação estratégica e coordenada entre Estado e regiões para a comunicação e a promoção turística”⁹⁹. Esse plano, bem como o “Aquarela” da Embratur, foi elaborado pela empresa de consultoria espanhola Chias Marketing, e “sugere o desenvolvimento do turismo ativo com qualidade e diversidade. A sua primeira recomendação é a de modernizar a marca SC”¹⁰⁰.

Considerando que a primeira recomendação diz respeito à fragilidade da “marca” do Estado – *Santa & Bela Catarina* –, bem como a defesa incansável dos grandes empreendimentos privados relacionadas ao turismo durante a administração de Luiz Henrique da Silveira, não se pode esperar projetos e ações relacionadas aos problemas infraestruturais e básicos da população e que se intensificam durante as temporadas turísticas. Em estudo anterior (LENZI, 2010), já discuti as pretensões para o desenvolvimento do turismo em Santa Catarina e Florianópolis do então governador, que sonhava com a implantação do “Modelo Dubai” nesses lugares.

Como expõe Sánchez (2003), a busca dos/as gestores/as municipais e técnicos/as de planejamento urbano por dotar as cidades de atrativos se parece a um campeonato esportivo no qual são lançadas inúmeras e repetidas figuras de linguagem, até então próprias do vocabulário empresarial e que, desde então, são correntes nos planos dos governos locais. A autora cita expressões que são usuais nos planos analisados nesta pesquisa, “[...] como ‘orientação para demanda’, ‘atrativos da oferta urbana’, ‘posicionamento competitivo’, ‘ações de *marketing*’, ‘produção de imagens’ e ‘planejamento estratégico’” (SÁNCHEZ, 2003, p. 375). De modo que a iniciativa privada passa a ter uma grande representatividade nas discussões a respeito do planejamento e decisões relacionadas ao turismo não só na escala local, como fica explícito no projeto “65 Destinos Indutores”¹⁰¹, elaborado,

⁹⁹Disponível em:

<http://www.sol.sc.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2217:implantacao-do-plano-catarina-2020-e-tema-de-seminario-realizado-na-sol&catid=1:noticias-em-destaque&Itemid=177>. Acesso em: 24 abr. 2015

¹⁰⁰Disponível em: <http://floripamanha.org>. Acesso em: 12 fev. 2012.

¹⁰¹ “O projeto ‘65 Destinos Indutores’ tem como objetivo capacitar os atores locais para a gestão em turismo, ampliar os conhecimentos sobre planejamento estratégico, fortalecer a governança e a inter-relação dos destinos com as regiões em que estão inseridos. Escolhidos para receber uma estratégia

em 2010, pelo Ministério do Turismo, que contempla Florianópolis e que demandou a constituição de um Grupo Gestor, do qual fazem parte:

As principais entidades do segmento turístico, além de representantes do governo do Estado, através da Secretaria de Estado do Turismo, Cultura e Esporte e Santur dentro da orientação do MTur que recomenda a participação no processo da iniciativa privada, do Poder Público e do Terceiro Setor. A coordenação do Grupo Gestor é do Florianópolis e Região *Convention & Visitors Bureau*¹⁰².

Tanto que Anita Pires (informação verbal), mais uma vez, expressa seu apreço pelo Mtur, dizendo que partiu desse órgão o estímulo para a criação dos *Conventions Bureaux*, visto que, inclusive, “ele (o Mtur) manda recursos a fundo perdido para a construção, capacitação e para a infraestrutura dos *Conventions Bureaux*”.

A aposta no turismo de negócios e eventos e a existência dos *Conventions Bureaux* é um fenômeno planetário. Como explica o Funcionário da Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte (SOL) do Governo do Estado (informação verbal)¹⁰³ para o caso de Santa Catarina e como argumenta teoricamente Bertonecello (2006), novas tendências se impõem à prática turística como estratégias para enfrentar as crises econômicas e sociais, e assim criam-se especificidades para diversos públicos.

Nesse contexto, o turismo de negócios e eventos desponta entre as demais modalidades turísticas consideradas potenciais em Florianópolis, como o já habitual

prioritária de investimentos técnicos por parte do Ministério do Turismo, os 65 Destinos Indutores foram selecionados a partir de roteiros que já possuíam uma infraestrutura turística básica, com atrativos qualificados, capazes de atrair e distribuir visitantes às próprias cidades do seu entorno. Sob a gestão do Instituto Marca Brasil, a metodologia teve como objetivo supremo a sensibilização e a disseminação de conceitos e práticas de gestão e planejamento turístico, tendo como meta a construção de Planos de Ações focados no aumento da competitividade desses 65 destinos eleitos pelo MTur”. (Disponível em: <<http://gestaodedestinos.com.br/>>. Acesso em: 11 fev. 2013).

¹⁰² “Integram o Grupo Gestor de Florianópolis as seguintes entidades: ABAV-SC (Associação Brasileira de Agências de Viagem de SC), ABIH-SC (Associação Brasileira da Indústria de Hotéis de SC), ABEOC-SC (Associação Brasileira de Empresas Organizadoras de Eventos de SC), ABETA-SC (Associação Brasileira das Empresas de Ecoturismo e Turismo de Aventura de SC), ABRASEL-SC (Associação Brasileira de Bares e Restaurantes de SC), ACIF-SC (Associação Comercial e Industrial de Florianópolis), ASSESC (Associação de Ensino de Santa Catarina), ATHISC (Associação de Turismo Hidrotermal de SC), CDL Florianópolis (Câmara de Diretores Lojistas de Florianópolis), FC&VB (Florianópolis e Região *Convention & Visitors Bureau*), POUSAR (Associação de Pousadas de Florianópolis), SETUR (Secretaria de Turismo de Florianópolis), SOL (Secretaria de Estado de Turismo, Cultura e Esporte de SC), SHRBS (Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Florianópolis) e SEBRAE-SC (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas)”. (Disponível em: <www.sc.abrasel.com.br>. Acesso em: 11 fev. 2013).

¹⁰³ Em entrevista concedida à autora em 14 de abril de 2013. Esse funcionário preferiu não ter seu nome divulgado. Nas próximas citações ele será identificado apenas como Funcionário.

ecoturismo, o turismo LGBT¹⁰⁴, o turismo de festas¹⁰⁵, o turismo de luxo¹⁰⁶, o turismo gastronômico¹⁰⁷, entre outros. Apesar de o turismo de “sol e praia” ainda predominar entre os motivos pelos quais os/as turistas vão a Florianópolis, esses outros segmentos elencados, pelo fato de estarem presentes em suas políticas, obras e em sua divulgação, merecem ser citados.

Assim, segundo informações do site do *FC&VB*:

Nos últimos anos, o setor turístico viveu uma forte transformação na Grande Florianópolis. A busca por maior organização e crescimento planejado na área levou a região ao ranking das 10 primeiras cidades brasileiras na realização de eventos segundo a ICCA.¹⁰⁸

De fato, segundo os dados do *International Congress and Convention Association* (ICCA), em 2010, Florianópolis ocupou a quarta posição entre os destinos internacionais de eventos no Brasil¹⁰⁹. No entanto, segundo o relatório no qual consta esse dado, dos dezessete eventos que lá ocorreram em 2010, apenas três foram internacionais, doze nacionais e dois regionais. Com base nisso, fica a dúvida: tendo realizado apenas três eventos internacionais, a cidade poderia ficar na quarta posição?

Segundo dados do Ministério do Turismo (MTur), a resposta a essa pergunta é negativa. Entre os anos de 2006 e 2012¹¹⁰, Florianópolis figura como segundo e terceiro destino para *lazer* mais procurado por turistas internacionais, alternando-se

¹⁰⁴ Exemplificado nas seguintes matérias. Disponível em:

<<http://www.gaycities.com/outthere/22833/our-newest-guide-florianopolis-brazil/>>. Acesso em: 08 jan. 2015; e <<http://www.passportmagazine.com/destinations/Florianopolis767.php>>. Acesso em: 08 jan. 2015.

¹⁰⁵ Florianópolis foi eleita o melhor destino de festas do Mundo para o ano de 2009 – *PARTY DESTINATION OF THE YEAR* –, segundo o jornal The New York Times. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2009/01/11/travel/11party.html?_r=0>. Acesso em: 12 out. 2013.

¹⁰⁶ Como pode-se ver nas seguintes matérias: Disponível em:

<<http://wp.clicrbs.com.br/viajareupreciso/2015/02/10/jurere-internacional-supera-leblon-e-e-destino-mais-valorizado-no-carnaval-segundo-site/?topo=52,2,18,,159,e159>>. Acesso em: 24 abr. 2015; <<http://www.mylifestyle.com.br/jurere-internacional-praia-mais-badalada-de-sc/>>. Acesso em: 24 abr. 2015.

¹⁰⁷ Visto ter sido classificada pela UNESCO como cidade da gastronomia. Disponível em:

<<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/geral/noticia/2014/12/florianopolis-e-classificada-como-cidade-unesco-da-gastronomia-4654402.html>>. Acesso em: 1 dez. 2014.

¹⁰⁸ Disponível em: <<http://www.florianopoliscvb.com.br>>. Acesso em: 12 out. 2013; e <<http://www.abec.org.br/2012/05/top-10-do-ranking-icca-por-pais-e-cidades-das-america-e-do-brasil/>>. Acesso em: 24 abr. 2015.

¹⁰⁹ Segundo consta no relatório *Estudo de Perfil e Impacto Econômico dos Eventos Nacionais e Internacionais Realizados em Florianópolis-SC*, da Fundação Getúlio Vargas e do Florianópolis e Região Convention & Visitors Bureau, de 2011. Disponível em: <<http://www.florianopoliscvb.com.br/index.asp?dep=109>>. Acesso em: 3 out. 2013.

¹¹⁰ *Demanda Turística Internacional – Síntese 2006 – 2012*. Disponível em: <<http://dadosefatos.turismo.gov.br>>. Acesso em: 2 out. 2013.

com Foz do Iguaçu¹¹¹. No entanto, no que diz respeito a *negócios, eventos e convenções*, não aparece entre os cinco primeiros destinos mais visitados¹¹².

Apesar da dúvida com relação à posição que a capital catarinense ocupa no cenário nacional, o FC&VB cresceu e, segundo Pires (informação verbal), está em uma fase boa e conseguindo cumprir seu papel que é o de vender a cidade. Além disso, em 2015, deve ser inaugurado mais um centro de eventos na Ilha¹¹³, em Canasvieiras. A sua localização deve-se à uma análise mercadológica que vislumbra para aquela região a criação de um cluster turístico. Para Funcionário (informação verbal), “[...] na realidade, lá não é um cluster turístico por falta de interação, por falta de planejamento estratégico [...]”, pois, segundo sua análise, o próprio *trade* turístico não vê a região como um todo, mas cada um só se preocupa com o seu próprio empreendimento.

De fato, como mostrei ao longo deste capítulo, desde os anos 1970, os rumos da urbanização foram possibilitando um maior desenvolvimento turístico no norte da Ilha, o que levaria qualquer pessoa a concluir que, assim como afirmou Funcionário (informação verbal) por meio de análise mercadológica, a “vocação” daquele lugar é o turismo. Além disso, segundo relato de Funcionário, foi avaliado que a melhor gestão para o espaço seria por empresas privadas devido a burocracia e “[...] às dificuldades da administração pública”.

Reforçando as ideias que perpassam essas últimas décadas, no que diz respeito às relações entre órgãos públicos e privados, nesse mesmo sentido, Funcionário (informação verbal) complementa que esse novo centro de eventos

[...] dá bastante força para que o próprio *trade* venha trabalhar o desenvolvimento desse segmento e um dos grandes beneficiados com isso acaba sendo também o *Florianópolis Convention & Visitors Bureau*, que faz a captação de eventos para o município. Ele passa a ter mais um bom produto pra trabalhar a captação de eventos para Florianópolis.

Já com relação à segmentação e ao combate à sazonalidade, Funcionário (informação verbal) afirma que esse centro de eventos deve trazer um novo cenário para o turismo em Florianópolis, pois vai começar a diversificar os segmentos, não

¹¹¹ O primeiro destino mais visitado é o Rio de Janeiro/RJ, o quarto São Paulo/SP e, o quinto, Armação dos Búzios/RJ.

¹¹² São Paulo/SP, Rio de Janeiro/RJ, Curitiba/PR, Porto Alegre/RS e Brasília/DF, em ordem decrescente.

¹¹³ O primeiro, o Centro Sul, uma concessão ao capital privado inaugurado em 1998, está localizado no Centro da cidade.

mais ficando o turismo restrito a “sol e mar” pois, para ele, esse foco quase que exclusivo acarretou efeitos negativos para a cidade e para o estado.

Além da segmentação, Anita Pires (informação verbal) e Ricardo Valls (informação verbal)¹¹⁴ defendem que outro aspecto a focar é o público, ou seja, o tipo de turista que se quer trazer para a cidade, o que se conecta com o exposto sobre a Agenda 21 Local anteriormente. Ambos são explícitos em suas opiniões. Segundo a avaliação de Pires (informação verbal), o público de turistas que interessa é o que tem dinheiro, além do que, ela considera que este é o mesmo que respeita o meio ambiente e que não deixa lixo:

Temos clareza que precisamos trazer para cá um turismo de qualidade. Que turismo é esse? É um turismo de pessoas que respeitam o meio ambiente, que têm dinheiro para gastar, que vão ao restaurante, que frequentam o CIC, que vão ao teatro e que fazem investimentos aqui. E não pessoas que vêm só para deixar o lixo e criar problemas de trânsito. Porque essa é uma atividade produtiva de manutenção da geração de trabalho e renda para a cidade.

Em pleno acordo está Valls (informação verbal) que, mais explicitamente, também defende uma elitização do turismo:

Pode-se optar também por um turismo de baixa qualidade no sentido de que quem vem não vai gastar a mesma coisa que o outro. Mas o que é melhor pra cidade e pra sua infraestrutura? O que é mais inteligente economicamente falando? Trazer 40.000 pessoas que gastam US\$1.000 por dia, o que são US\$40.000.000, ou trazer 400.000 pessoas que gastam US\$100? Essa é a comparação. Se você trouxer 400.000 pessoas, você vai ter problema de esgoto, de falta de água, trânsito caótico, pra alcançar o mesmo resultado que você teria trazendo apenas 40.000 pessoas. Porque estes vão pagar diárias mais caras, vão consumir em restaurantes mais caros, vão gastar mais no comércio, vão consumir mais os serviços turísticos disponíveis, não vão fazer compra no supermercado e levar pra dentro do quarto do hotel.

Evidentemente, nesse mesmo sentido vão as ações e posturas de Fernando Marcondes de Mattos. Ele declara, a respeito de seu empreendimento Condomínio Residencial Costão Golfe¹¹⁵, que:

Consciente da importância desse esporte para a qualificação turística da cidade e também como oportunidade para desenvolver um projeto

¹¹⁴ Em entrevista concedida à autora em 26 de agosto de 2009.

¹¹⁵ Projeto de um campo de golfe profissional de nove buracos, 181 unidades residenciais e 124 apartamentos. 14% da ocupação do condomínio é de edificações, 6% de ruas e estacionamento e 80% de área verde, entre gramado, bosques e lagos.

imobiliário integrado nesse campo, há quase 20 anos venho procurando implantar um campo de golfe em Florianópolis (MATTOS, 2007, p. 233).

Mais uma vez, o seu empreendimento é elevado ao status de qualificação turística para a cidade. Algo que não teria legitimidade alguma, não fosse tudo o que foi apresentado anteriormente, no que se refere ao poder sobre planos e ações voltadas ao turismo na cidade por parte dos/as empresários/as, sobretudo, Fernando Marcondes de Mattos que, consciente da importância desse empreendimento, relata em sua autobiografia a “saga” pela qual passou em busca dos alvarás para materializar a obra, entre 2003 e 2006, expondo que:

Na Câmara Municipal, o projeto foi submetido a duas sessões públicas, quando opositores, *descompromissados com os interesses da cidade*, quiseram impedir a sua aprovação. Todavia, prevaleceu o bom senso; e no dia 15 de dezembro de 2003 finalmente foi aprovado (MATTOS, 2007, p. 236, grifos nossos).

Mattos não poupa palavras para ressaltar os benefícios do empreendimento, tanto para geração de empregos quanto pela prática do golfe e educação ambiental, bem como por conta da criação de um parque nas dunas dos Ingleses e do Santinho. Na busca de deixar registrada sua defesa à natureza, argumenta que um campo de golfe não representa risco algum, ao contrário, traz

[...] muitos benefícios para o meio ambiente e para a qualidade da vida circunvizinha, pois funciona como imenso gerador de ar limpo e puro. [...] Os campos de golfe podem ser considerados áreas verdes de preservação ambiental, agregando aos projetos urbanísticos grandes pulmões de ar limpo e criando amplas áreas permeáveis, fundamentais para a recarga de aquíferos (MATTOS, 2007, p. 238).

Essa estetização das relações sociais e a naturalização de privilégios da elite, por meio de determinadas representações da paisagem que tendem a romantizar ou destacar sentimentos de nostalgia não é notável somente nos estudos de caso de Duncan e Duncan (1984, 2010), mas é característica evidente na história da construção da Florianópolis turística. Além disso, a fala do empresário possibilita ver como textos desconectados de seus contextos de enunciação não só perdem sentido mas soam de forma desafinada, pois um condomínio não é um contexto espaço-temporal abstrato, mas que está localizado em um bairro e em uma cidade.

As obras do empreendimento de Mattos foram paralisadas em julho de 2005 por determinação da Procuradoria da República, por conta de possíveis danos

ambientais, seguindo embargadas até dezembro de 2006, quando da finalização de sua autobiografia. Em 2007, ele chegou a ser preso pela Polícia Federal durante as investigações da Operação Moeda Verde. Por fim, conseguiu a aprovação e o Costão Golfe desponta iconicamente na paisagem do bairro dos Ingleses, tal qual o seu imponente *Resort*, no costão Sul da praia do Santinho.

Mattos (2007) insistentemente busca reafirmar a legitimidade de seus projetos expressando o descontentamento do Governador Luiz Henrique da Silveira, com o embargo da citada obra, reproduzindo um comentário do jornalista Moacir Pereira no qual o Governador expressa sua indignação dizendo que o empreendedor é tratado como predador e que o que segura a realização desse empreendimento seriam “movimentos ideológicos de minorias”. Como já comentado, qualquer tipo de resistência ou contestação aos modelos de cidade e de turismo hegemônicos é menosprezado pelo próprio poder público, mesmo quando essas ações provêm de órgãos federais como nesse caso.

Com esses acontecimentos, tudo leva a crer que o turismo tem sido um fator de privatização, de elitização e de aumento da segregação espacial em Florianópolis. A crítica ao turismo como um dos principais vilões da cidade é bastante difundida e segue sendo reproduzida desde a década de 1990. Críticas que não partem somente da academia ou de movimentos sociais e ambientais, mas também de dentro dos órgãos públicos responsáveis e dos/as próprios/as empresários/as.

Essas críticas cumprem o papel social de mostrar que tudo aquilo que essa “atividade” prometia, em termos de melhorias na qualidade de vida e ambiental da cidade como um todo, não estava ocorrendo. No entanto, apesar das críticas ao modelo corrente de turismo em Florianópolis abundarem, ele segue hegemônico. Frente a isso, e à tendência de crescimento desses fluxos em Florianópolis, encontro na fala de Elson Pereira (informação verbal) um posicionamento diferente que, ao mesmo tempo em que questiona esse modelo, sobretudo o privilégio do empresariado do setor, não nega a existência e a importância da prática na cidade. Diferentemente de Valls, Mattos e Pires, Pereira (informação verbal) contesta a ideia de “vocação” turística, a qual considera forçada, pois entende que a “[...] atividade econômica turística é socialmente construída e Florianópolis passa a buscar essa

atividade turística a partir de determinado momento por decisão de atores econômicos e atores políticos locais”.

No mesmo sentido do que defendo nesta pesquisa, Pereira (informação verbal) acredita que a difusão da ideia de “vocação” é estratégica e também uma tentativa “[...] de subordinar outras políticas públicas à política turística, o que, a meu ver, é um erro, é você inverter a questão do planejamento”. Dessa forma, ele considera que as ações voltadas ao turismo, como outras atividades econômicas consideradas importantes para a cidade, devem estar submetidas à uma concepção de cidade e não a ditames exclusivos dos/as empresários/as do setor.

Tendo Elson Pereira (informação verbal) sido um dos candidatos a prefeito de Florianópolis em 2012, ele relatou que o *trade* turístico elaborou um documento a ser assinado pelos/a candidatos/a e que equivaleria à política municipal de turismo. Segundo sua posição:

Por mais que a atividade turística seja importante, a cidade deve debater essa questão como um todo e não apenas os agentes econômico-turísticos que estão envolvidos. Seria você submeter toda a cidade, o planejamento e as outras políticas públicas à questão unicamente do turismo.

Contrapondo-se ao documento do *trade*, Pereira (informação verbal) avalia que

[...] aquela política havia sido feita por agentes ligados exclusivamente ao turismo, e isso não é democrático, porque você tem outras pessoas que “consomem” o espaço turístico e que não estavam ali representadas na visão de turismo daquele documento.

Além disso e em total desacordo com os/a atores/a previamente citados/a, Pereira (informação verbal) aponta que o foco do documento era “[...] uma visão de turismo voltada para o consumo de alta renda e que não necessariamente era sustentável, nem do ponto de vista ambiental, nem do social”. Frente a isso, ele expõe que deve-se pensar em uma democratização do turismo. Ao contrário daquilo que propunha o *trade*, sua candidatura entendia que “[...] o turismo é um direito das pessoas, de visitarem e conhecerem outras culturas, outros espaços, outros lugares, que não pode ser atrelado somente a sua capacidade de gastar determinada quantia de dólares”.

Além disso, Pereira (informação verbal) afirma que seria preciso, antes de mais nada,

[...] rediscutir a própria centralidade que o turismo tem enquanto atividade econômica na cidade [...] Também tem todas as críticas do processo de concentração econômica que o turismo causa, uma baixa possibilidade de democratização econômica e da sazonalidade que traz pra economia da cidade.

Ademais, como ele explica, “se o turismo é uma atividade econômica importante para o local, deve ter uma centralidade ou uma importância na organização do território, mas não se pode submeter a organização do território ao turismo”, visto que não se pode submeter o habitante à lógica turística.

Nesse posicionamento, enxergo possibilidades de reinvenção dessa cidade turística, pois, concomitantemente, não se nega o turismo, nem se está preso aos interesses exclusivos do mercado, do empresariado ou dos discursos hegemônicos, mas explicita-se a existência de discursos concorrentes que, mesmo não estando dotados de igual força nesse momento histórico, seguem reafirmando a existência de diferentes concepções e projetos de paisagem, além de reforçarem a paisagem como o *locus* de luta política entre grupos com diferentes interesses (DUNCAN, 1990).

Ademais, partindo da compreensão de que o espaço é a esfera da existência da multiplicidade e das distintas trajetórias, como expõe Massey (2008), e é construído nas relações sociais e de poder, como explica Silva, J. (2013b), a hegemonia será, sempre, apenas um projeto, um efeito, uma intencionalidade, não uma concretude espacial, visto que o espaço nunca está fechado ou chega a ser uma totalidade.

CAPÍTULO 4 PAISAGENS DISCURSIVAS HEGEMÔNICAS: A CONSTRUÇÃO DA FLORIANÓPOLIS TURÍSTICA POR MEIO DAS NARRATIVAS MIDIÁTICAS

Como a visibilidade de Florianópolis vem sendo construída pelas narrativas midiáticas nesses últimos 50 anos? Como as imagens e textos da mídia participam da construção da cidade turística? Que associações esses conjuntos de imagens e de textos fazem? Como essa linguagem midiática, imagético e textual, materializa um modelo de paisagem para Florianópolis? Quais atores/as têm voz e compõem essa narrativa? ¹¹⁶

Parto dessas questões para a escrita deste capítulo, no qual, por meio da divulgação da mídia, seja da imprensa ou da publicidade turística, pode-se perceber um jogo de evidências e de silenciamentos dos discursos que configuram, de forma desigual, a paisagem de Florianópolis. O que as imagens e os textos, que circulam em jornais, em revistas e na publicidade, mostram não são meros reflexos da realidade, mas participam de sua constituição.

Inicialmente, no que diz respeito à imprensa, ative-me aos jornais locais, sobretudo o *Diário Catarinense* (DC)¹¹⁷ e *O Estado*¹¹⁸, por serem os de maior tiragem e expressão no período pesquisado. Com isso, tenho ciência que o foco das análises ficará direcionado à construção midiática da cidade que circulava entre os/as próprios/as habitantes, além de produzida por jornalistas locais, o que não é um problema, mas uma escolha consciente. Atrelado a isso, nos primeiros anos analisados nesta tese – décadas de 1970 e 1980 –, Florianópolis pouco apareceu na

¹¹⁶ Para construir este capítulo, deparei-me com algumas questões relativas ao arquivo disponível para pesquisa. Constatei que pouco foi arquivado sobre turismo pelas bibliotecas e arquivos públicos aos quais tive acesso e, ademais, como me foi informado, parte disso foi queimada em incêndios ou destruída por enchentes.

¹¹⁷ Do Jornal *Diário Catarinense*, analiso quatro cadernos/suplementos especiais a respeito do turismo em Florianópolis da década de 1990 e uma série de reportagens publicadas entre os anos de 2011 e 2015. O *Diário Catarinense* é o jornal de maior abrangência e tiragem no estado de Santa Catarina, pertencente ao Grupo RBS, é afiliado à Rede Globo e atua em Santa Catarina e no Rio Grande do Sul.

¹¹⁸ Do Jornal *O Estado*, analiso um suplemento a respeito do turismo de 1989, entre outras reportagens da década de 1990. O jornal *O Estado* encerrou suas atividades em 2009.

mídia de circulação nacional, panorama que se altera a partir dos anos 1990, quando a cidade passa a assumir maior visibilidade, sobretudo na *Revista Veja*¹¹⁹.

Embora jornais e revistas de assuntos gerais – o que aqui denomino imprensa – não sejam veículos de divulgação turística, eles participam da fabricação discursiva da cidade, tanto para além de suas fronteiras quanto localmente. O produto da imprensa participa da construção do real, ajudando a elaborar a naturalização de determinados discursos, entre os quais a paisagem, direcionando as possíveis leituras do grande público, já que se utiliza de uma linguagem mais acessível do que a dos planos diretores, por exemplo.

Ademais, as informações divulgadas nos jornais tendem a ser tratadas como expressões da verdade, como se os acontecimentos preexistissem a essa ação de transformá-los em fatos e, daí, em informações a serem disponibilizadas para o grande público. É como se os acontecimentos preexistissem à interpretação. Dessa forma,

[...] a natureza da produção de notícias e reportagens contribui para a construção de um discurso que se quer centrado no referente, elaborando estratégias de apagamento do sujeito e da natureza necessariamente significativa, ou atribuidora de sentido, de todo ato de linguagem (GRILLO, 2004, p. 64).

O processo de transformação de entidades culturais em fenômenos textuais, em interpretações, da qual falam Duncan e Duncan (2001) e Said (2007), também passa pela produção jornalística, sobretudo porque, como expõe Grillo (2004, p. 63):

A imprensa se funda sobre a noção de representação do real e mobiliza formas capazes de evidenciar a transparência da imprensa em relação ao real por ela mostrado. Esses recursos mobilizados, ao mesmo tempo que dão a ver o real, declaram “o real é o que eu mostro”.

Nessa mesma direção vai a produção publicitária, que também é uma das linguagens que, a seu modo, participa da construção da realidade. Uma das principais contribuições da publicidade turística¹²⁰ é a grande difusão de imagens fotográficas. Há uma relação direta entre o “visível” e o “dizível” que se mostra presente nessas fontes, visto que nenhuma imagem aparece sozinha. Apesar de as

¹¹⁹ Da Revista Veja, foi analisada uma reportagem da década de 1970, duas da década de 1980, cinco da década de 1990 e sete da década de 2000.

¹²⁰ Analiso matérias publicadas em revistas especializadas em turismo e viagens, como Mares do Sul, Checkin e Os Caminhos da Terra, da década de 1990 e 2000, além de uma série de guias turísticos produzidos localmente ao longo dos anos pesquisados e o Guia Quatro Rodas.

imagens serem componentes importantes da publicidade turística, são sempre orientadas pelos textos que as acompanham. Segundo Albuquerque Jr. (2011), as visibilidades e as dizibilidades estão conectadas, o que na interpretação de Rose (2005) significa que imagens também são textos. De fato, para as análises que proponho nesta tese, não há como, nem porque, separá-los: textos e imagens compõem discursos e buscam uma mútua legitimação.

As imagens das cidades são também parte da forma contemporânea de produção do espaço e não meramente representações fantasiosas, pois, como expõe Sánchez (1999), elas não são mentirosas, mas um modo seletivo de organizar e expor a realidade urbana. Esse modo de organização corresponde a modelos, a concepções de cidade, a parâmetros nacionais e/ou internacionais de lugares turísticos aos quais se busca corresponder.

É possível identificar nessas narrativas diferentes formas de dizer e de retratar a cidade. Essas diferenças relacionam-se às mudanças nos sentidos e nas funções do turismo ao longo dos anos. Nos anos 1970, tem-se um turismo mais funcional, inserido num contexto racionalista, quando podem-se identificar fortes conexões com as ideias do planejamento urbano de então, ou seja, naquele momento o turismo é mais uma função da cidade dentre tantas outras.

Já no material do final dos anos 1980 e anos 1990, enunciados imagéticos e textuais já estão direcionados em mostrar que o turismo não é só mais uma possibilidade, mas que é o “destino dessa cidade à beira-mar”¹²¹. Naquela época, atributos paisagísticos e a própria história da cidade são (re)organizados e direcionados para mostrar aos/às leitores/as dos principais jornais locais que Florianópolis é naturalmente ou essencialmente turística. Desde então, as questões ambientais começam a ser recorrentes, tanto nos periódicos quanto nos guias e na publicidade turística: é a beleza da natureza preservada que faz Florianópolis ser o que é.

Por fim, já em meados da década de 2000, o turismo passa a compor as estratégias do *marketing* urbano que pretende posicionar a cidade num mapa internacional, seguindo padrões totalmente descompassados com o local e buscando atrair um público, não só de turistas mas também de novos/as habitantes

¹²¹ ORIGENS e Destino de Uma Cidade à Beira-mar. A história do turismo. *Diário Catarinense*. 23. mar. 1996.

de alto poder aquisitivo, além de investimentos, como é explicitado nos próprios jornais.

4.1 O nascimento de um novo olhar: a cidade de sol e mar

Sol, mar e infraestrutura parecem ser suficientes para transformar a capital do estado entre as décadas de 1970 e 1980 numa cidade turística ou simplesmente transformá-la em algo diferente do que era.

A construção da nova ponte¹²² parece literalmente conectar a ilha-capital ao “progresso”, prometendo também avançar no processo de descentralização e crescimento urbano, tal qual é noticiado nacionalmente pela *Revista Veja* no ano de 1972¹²³. Embora essa matéria aborde conexões rodoviárias e fatores de desenvolvimento, o turismo nem é lembrado, e essa característica parece ditar a abordagem dessa temática no período em que a invisibilidade do turismo nos meios de comunicação de massa explicita sua pouca popularidade entre os/as habitantes da cidade.

Tratado como uma atividade econômica a ser implantada em um setor da cidade – o “Setor Oceânico-Turístico da Ilha de Santa Catarina” na Planície do Campeche –, o turismo é lembrado quando se noticiam questões referentes ao projeto da Região Metropolitana de Florianópolis, como tratado no capítulo três. Ademais, do pouco que se fala, mostra-se presente o receio de que um possível aumento no fluxo de turistas descaracterizasse a cidade, sua natureza e seus/suas habitantes (LOHN, 2002).

Por outro lado, apesar da ausência de divulgação por meio de jornais e revistas, há uma produção de guias turísticos por parte dos órgãos de turismo da Prefeitura Municipal e do Governo Estadual. Isso me faz inferir que, nesse período, tal como debatido anteriormente, o turismo, como projeto de cidade, estava restrito

¹²² A Ponte Governador Colombo Machado Salles, inaugurada em março de 1975, seria a segunda, e nova, ponte a conectar a Ilha de Santa Catarina ao continente próximo. A Ponte Hercílio Luz, até então a única, havia sido inaugurada em maio de 1926. Em 1991, é inaugurada a terceira, denominada Ponte Governador Pedro Ivo Campos.

¹²³ FLORIANÓPOLIS, duas pontes novas. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, N. 225, 27 dez. 1972. p. 53.

aos corredores dos órgãos públicos (LAGO, 1996), traduzindo planos institucionais baseados em estudos e argumentos técnicos, que viam no turismo uma saída para resolver os problemas econômicos e alcançar as metas de desenvolvimento urbano da capital do estado.

Essa inferência se mostrou muito coerente quando, ao identificar os significados do turismo expressos nos guias dessas décadas, percebi algo comum aos planos: o caráter racional, técnico e descritivo das infinitas páginas do relatório do Plano de Desenvolvimento Integrado da Área Metropolitana de Florianópolis (ESPLAN, 1969) estava tão presente ali quanto nos guias turísticos.

Por que um guia turístico iria detalhar as ruas asfaltadas, as instituições públicas existentes na cidade e quantificar os postes de iluminação pública ao invés de dispor suas páginas para divulgar as praias, os hotéis e os restaurantes? Por que um guia turístico usaria uma linguagem que mais se assemelha a um relatório técnico ao invés de propor sensações e prazeres a turistas? Foi na análise dos diferentes tipos de textos dessa época que encontrei respostas a essas perguntas.

Nos guias de então, investimentos em infraestrutura, obras de saneamento, iluminação e pavimentação e até a localização de empresas estatais são elencados como “atributos” de interesse turístico, ganhando mais destaque que os próprios balneários ou manifestações folclóricas e culinárias locais. A conexão rodoviária pela BR-101 e o acesso asfaltado à cidade, seguido de paralelepípedo (SANTA CATARINA, 1970), são tão importantes quanto divulgar o sol e o mar.

Apesar do *slogan* do guia elaborado pela Diretoria de Turismo e Comunicações (DIRETUR) da PMF, nos primeiros anos da década de 1970, ser “Florianópolis, Ilha de Santa Catarina, Terra de Sol e Mar”, das 16 fotografias selecionadas para divulgar a cidade apenas uma faz referência explícita à “Terra de Sol e Mar” (Figura 5), enquanto as demais mostram edifícios históricos, pescadores, rendeiras, a Ponte Hercílio Luz, um panorama do centro da cidade, entre outras.

Figura 5 - Praia de Itaguaçu
 Fonte: FLORIANÓPOLIS; DIRETUR [1970?]¹²⁴, n.p.

Na maioria dos guias desse período há um destaque para os acessos rodoviários, visto que estes tornaram possível fazer algumas viagens de automóvel. Nesse guia, por exemplo, além do mapa rodoviário (Figura 6), que localiza Florianópolis no eixo da BR-101, as conexões rodoviárias são retomadas ao longo do seu texto. Não só se cita que “a Cidade liga-se ao continente por uma famosa ponte – a Hercílio Luz”, mas também que possui “372 logradouros públicos e no setor de estradas dispõe de 40km de rodovias estaduais, 118 de estradas municipais”. Isso fazia-se necessário, tanto para mostrar que a cidade já possuía esse tipo de infraestrutura quanto para destacar o papel do automóvel como importante elemento facilitador do turismo numa época em que vivia-se um *boom* rodoviário no Brasil.

¹²⁴ Segundo normas da ABNT, quando não se sabe exatamente a data de uma publicação, seja pela ausência ou por rasura, referencia-se dessa maneira, [1970?], com o ano provável adicionado de um ponto de interrogação ou também assim [ca.1970], sendo que o ca. significa *circa* ou “cerca de”. Não é comum datar os guias de turismo, portanto, essa forma de referenciá-los aparecerá novamente ao longo do texto. (Disponível em: <<http://portal.bu.ufsc.br/normas-e-procedimentos/normalizacao/normas-brasileiras/>>. Acesso em: 25 ago. 2015).

Figura 6 - Mapa Rodoviário
 Fonte: FLORIANÓPOLIS; DIRETUR, [1970?], n.p.

Não é à toa que, em outro guia da mesma época, os acessos à cidade, ou sua infraestrutura viária, são valorizados e disputam espaço com o sol e o mar. E nos demais não é diferente. Enquanto no guia “Informações úteis ao turista” (DIRETUR, 1972) recebem destaque de página a Companhia de Água e Saneamento (CASAN) e as Centrais Elétricas do Estado (CELESC); o “Pequeno Guia Turístico da Cidade”, da DIRETUR, dentre as onze atrações turísticas de Florianópolis, faz uma única referência às praias, elencando as que seriam consideradas as principais: “Cacupé, Sambaqui, Jurerê, Canasvieiras, Ingleses, Campeche, Armação, Joaquina, Bom Abrigo, Saudade, Praia do Meio e Itaguaçu são as praias mais procuradas pelos banhistas” (DIRETUR, 1972, p. 8). Embora o *slogan* dessa “cidade turística” fosse “Cidade de Sol e Mar”, nenhuma dessas praias, em 1972, era retratada por esses guias.

Além da pouca quantidade de imagens, ou por vezes ausência destas, que faziam referência às praias onde os/as turistas encontrariam sol e mar, a marca

desse período – década de 1970 e início da década de 1980 – está nas narrativas midiáticas que se aproximam muito daquilo que está tecnicamente descrito nos planos e projetos governamentais.

Partindo de um argumento ainda fraco, e por vezes até esquecido, de que a existência de sol e mar seria sinônimo de cidade turística, a paisagem de Florianópolis começa a ser lentamente fabricada como um meio de alcançar os objetivos político-governamentais de constituir uma Região Metropolitana para Santa Catarina, tal como exposto no capítulo anterior.

O primeiro guia turístico da cidade que encontrei elaborado por um ator privado (MACIEL, 1982), data dos anos iniciais da década de 1980. Nele são explicitados os receios e esperanças que a chegada da “modernidade” trazia à ilha. Citando o aterro da Baía Norte, o novo terminal rodoviário e o calçadão do Centro, símbolos desse novo tempo do qual o turismo era participante, o autor lamenta que a cidade já não era como anos antes. Dentre os vários patrocinadores do guia aparece uma propaganda da recém criada Secretaria de Turismo, Cultura e Esportes (SETUR) da Prefeitura Municipal, que, remodelando o *slogan* anterior, informa:

Deixe o sol e o mar tomarem conta de você. Em Florianópolis, a vida das pessoas é regida pelo sol e o mar. E quando chega o verão, tudo explode em cores, felicidade e atrações. Marque um encontro com as belezas de Florianópolis, o prazer intenso de um verão inesquecível. Florianópolis, uma cidade boa de se viver.

Esse texto, exposto na figura 7, mostra como a cidade também era divulgada para seus/suas habitantes e/ou novos/as moradores/as – cidade boa para se viver –, estratégia que se tornará mais forte a partir do final da década de 1990, como mostrarei. Pois, apesar da propaganda ser da Secretaria de Turismo e promover um prazer veranil intenso, assegura-se que isso não é verdade somente no verão, ou seja, não existe somente para turistas. Além disso, essa forma de enunciar os/as habitantes – “a vida das pessoas é regida pelo sol e o mar” – é também uma forma de colocar a população como atrativo turístico, como pessoas conectadas ao ritmo da natureza, ou como “bons selvagens”¹²⁵, que receberiam bem os/as turistas.

¹²⁵ Entendia-se que era necessário “pacificar” a população local com relação aos/às turistas, desse modo, os jornais locais seguem divulgando que “os locais” são cordiais, amáveis e tranquilos, além de insistirem que a “invasão” de turistas também é pacífica (INVASÃO agora é pacífica. *Diário Catarinense*, Florianópolis, mar. 1996, n.p.).

Figura 7 - Florianópolis, uma cidade boa de se viver.
Fonte: MACIEL, 1982, n.p.

O que marca o início da invenção de Florianópolis como cidade turística é um projeto político que, aos poucos, vai sendo divulgado como uma aptidão ou tendência natural daquela paisagem, utilizando-se não só de argumentos econômicos mas de argumentos “concretos” baseados naquilo que é “visível” em Florianópolis. Infraestrutura e “sol e mar”, inicialmente, acrescidos de habitantes que têm suas vidas regidas por componentes naturais e pela beleza, são elementos discursivos que se tornam objetivamente irrefutáveis, pois estão ali disponíveis para serem vistos, afinal de contas, são dados objetivos e perceptíveis: as formas da paisagem, a natureza e os seres humanos. Esses elementos concretos, que passam a ser constatados na cidade, não apenas a descrevem mas também servem para justificar os usos que lhe são conferidos e que começam a dotar a cidade de uma identidade correspondente aos interesses políticos de então. Como argumenta Duncan (1990), é exatamente pela concretude, pelo fato de poder ser vista enquanto forma, que a paisagem (e nesse caso os/as próprios/as habitantes que são colocados como parte dela) não é percebida como uma construção cultural e histórica, mas como algo que pode ser lido por meio de suas formas visíveis.

Meu argumento é de que essa paisagem é significada e, assim, instituída, não por constatações técnicas e descritivas, mas por meio de relações de poder constituídas em torno de interesses simbólico-materiais que buscam limitar as formas de “ver” Florianópolis e que abordam o turismo como a salvação econômica

da cidade – argumento presente nos planos e nos jornais –, além de seu desígnio natural.

É, portanto, num contexto no qual o discurso técnico legitima projetos políticos que a mídia começa a participar do direcionamento da leitura do espaço de Florianópolis como um espaço turístico, por meio de estratégias que, por um lado, evidenciam determinados/as atores/as, ideias e partes da cidade e, concomitantemente, silenciam outros/as. Os nós dessa rede de significação se tornam, ao longo dos anos, mais fortes, e o “fato” de ser uma cidade turística passa a justificar e privilegiar inúmeras ações provenientes tanto do poder público quanto de órgãos privados, como mostrado anteriormente, sendo que o papel do discurso midiático torna-se também mais presente na configuração dessa paisagem hegemônica.

Nesse contexto, uma matéria direcionada às atrações turísticas da cidade, publicada no final da década de 1970¹²⁶, é realizada com base em uma entrevista com o então presidente do IPUF, Ayrton Oliveira, num suposto diálogo com os guias de divulgação turística elaborados pela DIRETUR. Ayrton Oliveira afirma ao jornal que:

Florianópolis também tem suas atrações. Mas, pra mim, as principais são de turismo. A paisagem natural, que é realmente privilegiada e difícil de ser encontrada, mesmo no Brasil, e outra seria o próprio povo florianopolitano. Ele é diferente de quase todo o Brasil.

Além disso, ele ressalta que a cidade tem infraestrutura urbana, a exemplo da pavimentação das ruas, das redes de telecomunicação e de água, e o que ele denomina “infraestrutura jurídica e legal”, que estava sendo elaborada pelo IPUF e que viria a ser publicado em 1985: o Plano Diretor dos Balneários.

Essa matéria traz a principal voz do planejamento urbano da cidade à época para explicar que o turismo passa a fazer parte da cidade por meio de sua legislação, direcionando a leitura de que os balneários da Ilha seriam dotados de infraestrutura urbana por causa do turismo. Como já dito, esse Plano privilegia o turismo perante qualquer outra prática social, pois institui que todos os balneários da cidade são de interesse turístico. Assim, por meio dos jornais, o principal veículo de

¹²⁶ Matéria intitulada *A natureza e o povo: as atrações da cidade*, publicada entre os anos de 1977 e 1978. Não encontrei a referência do veículo no qual ela foi publicada, visto compor uma clipagem de notícias organizada pelo IHGSC na qual não há qualquer menção de fonte ou data exata da publicação, a não ser os anos citados.

comunicação da época, é dito que o turismo é responsável por levar aos balneários da Ilha aquilo que eles não tinham e que sentiam falta: estradas, redes técnicas e até a legislação urbana.

Considero ter sido o “discurso técnico e competente”, presente nos textos dos planos, encabeçado inicialmente pelas instituições públicas responsáveis pelo planejamento da cidade, que deu força para essa construção discursiva que começa a se constituir em torno do turismo, encarando-o praticamente como condição para a cidade.

Entendo que esse é o contexto histórico-político-discursivo no qual começa a ocorrer um direcionamento dos discursos hegemônicos em torno de Florianópolis, com vistas a consolidar o turismo como o ponto central dessa rede de significados da paisagem da cidade. O que vem a se consolidar poucos anos (e textos) depois, visto que, já no final da década de 1980, quando a cidade possui tanto um Plano de Desenvolvimento Turístico quanto o PD dos Balneários, ocorre um total redirecionamento do papel da mídia local no que diz respeito à divulgação/fabricação da cidade turística, não mais atrelado às instituições públicas, mas, sim, aos explícitos interesses do empresariado do setor turístico-imobiliário.

4.2 De cidade de sol e mar a paraíso internacional: inventa-se uma “vocação”

Uma nova forma de participação do discurso midiático na construção da cidade turística pode ser observada a partir do final dos anos 1980. Essa mudança é marcada pela aparição de cadernos especiais de turismo tanto no jornal *O Estado* quanto no *Diário Catarinense*, publicados próximos às comemorações do aniversário da cidade, no dia 23 de março.

Poucos anos separam aquela cidade “de sol e mar”, dotada de infraestrutura urbana e com várias empresas públicas, tal como guias e jornais vinham divulgando, da nova cidade que tem por objetivo se transformar em um paraíso internacional, como divulga, em 1989, o jornal *O Estado*, em um suplemento especial intitulado

Florianópolis quer varar o século como paraíso internacional (Figura 8). Nesse mesmo ano, como já exposto, teve início a Fundação de Turismo de Florianópolis (Protur).

Figura 8 - Florianópolis quer varar o século como paraíso internacional
Fonte: *O Estado*, 1989, n.p.

Das cinco matérias que compõem o suplemento citado, uma aborda exatamente a criação da Protur, afirmando que esta dará “[...] autonomia ao progresso da cidade, sem as amarras do serviço público”. Entre os autores das matérias estão, além do então prefeito municipal, Espiridião Amin, Fernando Marcondes de Mattos, o então Secretário de Projetos Especiais de Florianópolis, bem como idealizador e presidente daquela fundação, e André Schmidt, arquiteto responsável pelas obras do Costão do Santinho Resort, empreendimento pertencente a Marcondes de Mattos.

Esse conjunto de cinco textos expõe opiniões, preocupações e desejos a respeito do futuro da cidade, partindo de um mesmo pressuposto: o turismo não é apenas uma realidade da qual Florianópolis não pode fugir, como é o melhor e mais

indicado projeto para transformar aquela pequena cidade em um “paraíso internacional”. No texto de sua autoria, Marcondes de Mattos faz uma conexão com a criação de sua própria fundação – a Protur –, chamando a atenção para o esgotamento do “modelo da cidade pendurada nas tetas dos poderes públicos” e para a necessidade de “condicionar a evolução da cidade” por uma “avenida econômica” ou por um cenário “que aceita fazer do turismo – vocação natural do município – a sua atividade econômica básica”¹²⁷. A noção de “vocação”, antes relativamente difusa ou inexistente, começa a se fazer presente entre as narrativas em torno do turismo na década de 1980, tornando-se recorrente não só nos meios de comunicação e nas declarações dos/das empresários/as, mas também nos planos diretores. Como mostrei no capítulo três, a “vocação” da cidade para o turismo é enunciada no diagnóstico do Plano Diretor dos Balneários, de 1984.

Ao escolher o prefeito, um empresário-político e um arquiteto para exporem suas ideias, as análises apresentadas no jornal assumem uma posição de importância perante o assunto, pois estes são considerados especialistas, sujeitos que têm o poder da enunciação assegurado pelo próprio discurso. A posição que estes atores ocupam nas relações de poder atribui a suas falas o estatuto da verdade, o que faz com que a versão de sua história do turismo, bem como suas explicações voltadas para que a população entenda como “as amarras do serviço público” são prejudiciais para o desenvolvimento de um “projeto duradouro”¹²⁸ para Florianópolis, legitimando a sua própria hegemonia no que diz respeito aos enunciados e ações em torno do turismo, que, a partir de então, serão legitimamente controlados pelos/as empresários/as que, ao contrário do que vinha se fazendo até então, desenvolverão um:

Turismo bem estruturado, criativo, inteligente e ordenado que fará da proteção das riquezas naturais o seu mais sagrado compromisso, aliança de mãe e filho, convencido de que a valorização ambiental será o mais poderoso e extraordinário elemento da sustentação da própria atividade. Turismo que poderá criar uma nova era no mercado de trabalho, em todos os níveis, “pari-passu” com a criação de uma classe empresarial dinâmica e moderna (MATTOS, 1989, n.p).

¹²⁷ MATTOS, Fernando Marcondes de. Uma década para a magia se conjugar com o progresso. *O Estado*. Florianópolis, 23. mar. 1989, n.p.

¹²⁸ COMO desenfrear o progresso da Ilha. *O Estado*. 23. mar. 1989, n.p.

Além de referendarem o turismo como “vocação natural do município”, ao colocarem uma fala do prefeito afirmando que o turismo deveria ser uma competência do poder público caso este não estivesse falido¹²⁹, esses textos não só reforçam o papel adotado pelos agentes privados como os colocam em posição especial, visto estarem assumindo uma competência importante e que, até então, era desenvolvida pelo Estado.

Esse discurso, que não só inventa a cidade turística mas coloca sua principal “vocação” e pretendida atividade econômica sob o controle do poder privado, está longe de se encontrar presente em apenas uma dimensão textual, mas evidencia como esta dimensão serve para sustentar uma abertura consentida às ideias e ações dos/das empresários/as na definição do modelo urbano a ser seguido em Florianópolis. Como venho defendendo, na esteira de Duncan (1990) e Albuquerque Jr. (2011), não há espaço prévio aos discursos, pois não há um espaço que se determine objetivamente, como se estivesse fora dos processos nos quais se inscrevem, mas são, como no caso em questão, uma trama de enunciados textuais e imagéticos, ancorados em contextos textuais que, no caso desta tese, são os modelos de cidade vigentes em cada período histórico. Essas paisagens, por sua vez, ancoram-se em outros textos e vão, desse modo, legitimando determinadas práticas e excluindo outras.

Nesse sentido, o fato de a cidade ser vista como atrasada, pequena e incipiente no contexto regional, bem como pela falência do Estado ou pelas amarras do poder público, como noticiaram os jornais, fica justificado qualquer tipo de intervenção em nome daquilo que traria o progresso. E os/as atores/as que têm suas vozes noticiadas nos jornais, têm o conhecimento e o poder não somente para ler a paisagem mas também para fabricá-la.

As fotografias começam a desempenhar um papel importante na configuração dessa “geografia praiana privilegiada”, como a *Revista Veja* define o litoral catarinense, já frequentado “pelos argentinos” e recém “descoberto pelos cariocas e paulistas”¹³⁰, como exposto nas figuras 9 e 10, a seguir. As fotografias vão compondo essa narrativa midiática, tornando-se fortemente responsáveis por “comprovar” que essa paisagem, por ser tão ensolarada e praiana, seria turística.

¹²⁹ AMIN. Conservar ambiente para crescer. *O Estado*. 23. mar. 1989, p. 6.

¹³⁰ NA CRISTA da onda. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, 17, jan., 1990, p. 56-57.

Figura 9 - Na crista da onda 1
Fonte: Revista *Veja*, 1990, p. 56.

Um festival de belas praias

Os 500 quilômetros do litoral ensolarado de Santa Catarina são um convite aos surfistas, aos adeptos do camping e também a quem preza a boa hospedagem em hotéis de primeira qualidade

lo, situada em um cabo tão recortado que chega a abrigar 32 pequenas praias como uma mão aberta cheia de dedos. É nesse pedaço do litoral que o turista pode desfrutar uma das águas mais cristalinas do país. A natureza, em Santa Catarina, foi bondosa. Ali o oceano é profundo — o que explica a limpeza do mar. Quanto mais próxima estiver a praia das fossas abissais, ou seja, das grandes profundezas do oceano, mais perto se estará do alto-mar, onde as águas são mais claras porque há menos areia em suspensão. No litoral catarinense é possível alcançar o alto-mar a apenas 40 quilômetros de distância da praia. Para se ter uma idéia do quanto essa distância é pequena, basta verificar o que ocorre, por exemplo, no litoral paranaense. Ali é preciso percorrer mais de 300 quilômetros para atingir o alto-mar.

CABANA E CHALÉ — A hospedagem nesse paraíso de águas claras da região de Porto Belo, o que o torna ideal para o mergulho, não é problema. O melhor lugar para ficar é a Pousada do Arvoredo, cuja localização privilegiada dos apartamentos permite uma visão panorâmica da Praia das Quatro Ilhas, de um lado, e da de Bombinhas, do outro. Um chalé para quatro pessoas, com café da manhã incluído, não sai por menos de 2 000 cruzados novos por dia. A menos de uma hora de carro de Porto Belo, chega-se a Flo-

Quatro Ilhas - Entre as 32 praias de Porto Belo, 66 km ao norte de Florianópolis, Quatro Ilhas é a mais procurada pelos velejadores. Um chalé para quatro pessoas custa cerca de 2 500 cruzados novos por dia.

Canasvieiras - Tradicional recanto dos turistas argentinos, é a praia mais badalada de Florianópolis, com a estadia cotada em dólar no paralelo. Uma casa simples, de três quartos, custa 60 dólares diários.

Praia Mele e Joaquina - Com a popularidade em alta entre surfistas e windsuristas, oferecem estadias baratas na capital catarinense. Uma vaga em um de seus albergues custa, em média, apenas 40 cruzados novos por dia.

Lagoinha de Leste - Esta praia selvagem, em Florianópolis, é o ponto de referência de quem preza o contato direto com a natureza. Ali, os campings são a única forma de hospedagem — e não custam nada.

Garopaba - Cercada de montanhas, as praias de Garopaba, 96 km ao sul de Florianópolis, têm as melhores ondas do litoral — são as preferidas de dez em cada dez surfistas. Com 250 cruzados novos por dia, consegue-se boa hospedagem em casas de pescadores.

Farol de Santa Marta - O cenário das dunas de Santa Marta, em Laguna, a 124 km de Florianópolis, merece ser apreciado apesar do mar agitado. No Hotel Laguna Tourist, um casal com dois filhos paga cerca de 3 300 cruzados novos a diária.

VEJA, 17 DE JANEIRO, 1990

57

Figura 10 - Na crista da onda 2
Fonte: Revista Veja, 1990, p. 56.

Florianópolis começa a aparecer como um destino nacional, além de continuar sendo internacional por conta de *hermanos* e *hermanas* provenientes dos países do Cone Sul. A prática turística passa a ser divulgada não apenas como um fato que mudou os hábitos locais mas como “uma verdadeira revolução nos hábitos

econômicos da cidade”, bem como uma reviravolta no mercado imobiliário¹³¹, expondo que os anseios empresariais e políticos relacionados ao turismo estavam sendo concretizados.

É assim, procurando mostrar que o turismo já era uma realidade, que o prefeito Bulcão Viana, no início da década de 1990, introduz o guia turístico *Informações sobre Florianópolis*, da SETUR (Figura 11). O texto começa referindo-se diretamente ao/à turista, explicando-lhe que “bastariam as suas belezas naturais para credenciar Florianópolis como potencial para converter-se num pólo turístico internacional. Mas Florianópolis tem mais [...]”, e segue citando atributos padrões dos ditos atrativos turísticos de então, terminando com um novo *slogan* que seguiria ressoando na cidade por muito anos: “FLORIANÓPOLIS – VALE A PENA!!!” (SETUR, [1993?], n. p.).

Figura 11 - Florianópolis – vale a pena!

Fonte: SETUR, [1993?], n.p.

Numa época em que o turismo é controlado pelo empresariado e legitimado pelas instituições públicas, o apelo não pode mais ser orientado apenas ao/à turista que busca sol e mar, mas começa a se voltar a possíveis investidores/as. Assim, a divulgação da cidade vai assumindo outro tom e outra relevância, já que o contexto é o de uma política de mercado. Com esse intuito, ainda com relação à figura 11,

¹³¹ SOTAQUE portenho. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, 1989. p. 48-49.

além das belezas, de sua gente e história, o Prefeito adverte outra vantagem, já que localiza Florianópolis como o “epicentro do maior mercado consumidor da América Latina”, entre as metrópoles de São Paulo e Buenos Aires.

Nesse sentido, a publicidade turística e as estratégias de *marketing* tornam-se mais importantes e a promoção da imagem – que é um composto de fotografias e textos que estão de acordo com padrões estéticos e de consumo vigentes – se confunde com a promoção do turismo. De fato, isso não é uma novidade. Já na década de 1970 Miossec (1977) analisou que o lugar turístico é uma imagem, antes de ser qualquer outra coisa. Isso não significa que a imagem desse lugar seja fundada em algo que não existe, mas que é um movimento perpétuo entre o real e o imaginário, e é nesse movimento que os meios de comunicação atuam. Observo que há um imbricamento entre aquilo que é da ordem do imaginário e o que é da ordem do real, o que fica cada vez mais presente quando os enunciados se referem à Florianópolis turística.

O papel do poder privado frente ao turismo na cidade – e seus investimentos direcionados ao *marketing* e à publicidade – é, mais uma vez, assunto do *Diário Catarinense* que, em 1992, publica mais um suplemento especial voltado ao turismo, dessa vez para comemorar os três anos de trabalho da Protur. Sob o título *Protur: análises e informações a respeito da entidade e do turismo em Florianópolis*, menções de agradecimento e homenagem se fazem presentes, dentre as quais: “A Protur tem ideias que iluminam nosso turismo. Parabéns”.

Figura 12 - Florianópolis é polo turístico internacional
Fonte: Diário Catarinense, 1992, n.p.

Dentre as matérias, há uma intitulada *Florianópolis é polo turístico internacional* (Figura 12), seguida de *a Fundação veio para consolidar*, e *É necessário investir em pessoal. Turismo se faz com ações*. Com essas matérias, os jornais não apenas registram o que estava acontecendo na cidade mas participam da constituição desta, dando voz a determinados/as atores/as, repetindo determinadas ideias e ausentando discursos divergentes ou conflitantes ou, quando os divulga, classifica-os como contrários ao crescimento da cidade. Segundo a Protur, havia os “prós” e os “contra” (Figura 13). Como já comentado anteriormente e tal como relatou Boppré (informação verbal), nessa época, o empresariado, liderado pela Protur, lançou uma série de propagandas que dividiam a cidade entre os “prós” – os seus/suas amigos/as – e os/as “contra” – os seus/suas inimigos/as. No primeiro grupo foram inseridos os/as empresários/as e governantes que eram a favor do desenvolvimento turístico baseado em grandes empreendimentos imobiliários e hoteleiros, enquanto aqueles/aquelas que questionavam esse modelo eram classificados/as como pessoas que se colocavam “contra” o crescimento da cidade, sobretudo, os/as ambientalistas. Assim, estes/as últimos/as, ao serem situados/as na contramão dos/as primeiros/as, que defendiam que o turismo traria empregos, impostos, desenvolvimento e respeito ao meio ambiente, são reduzidos/as a uma oposição à cidade e não a estes projetos.

Figura 13 - Os Prós
Fonte: Diário Catarinense, 1992, n.p.

Nesses enunciados, é possível observar a força da linguagem por meio de afirmações performáticas, ou seja, frases que, pela forma como são enunciadas, remetem o/a leitor/a a uma ação que o jornal estaria simplesmente narrando. Com isso, a narrativa da mídia participa efetivamente na invenção e consolidação dos anseios desses/dessas empresários/as que, segundo os jornais atestam, conseguiram transformar aquele antigo sonho em realidade, pois Florianópolis não é só um lugar turístico mas um “polo internacional consolidado” por esta fundação que entende que o “turismo se faz com ações”.

Outra matéria desse suplemento do Diário Catarinense é uma entrevista com Marcondes de Mattos, intitulada *Marcondes analisa potencialidade*¹³², na qual ele é apresentado como Secretário Estadual de Planejamento e Fazenda, além de um “empresário preocupado com o desenvolvimento turístico em Florianópolis”. Em sua fala, o político-empresário, além de deixar claro que o turismo que deve ser praticado em Florianópolis não é o de massa, mas “aquele que vise as classes de maior poder aquisitivo”, reforça que essa “atividade econômica” vem desafogando as finanças de uma grande quantidade de comerciantes locais que precisam seguir investindo no turismo. Além disso, ele explica que o modelo no qual a Protur está baseada é uma experiência exitosa realizada em Miami (EUA), o que seria uma prova de que a lucratividade estava garantida. Ele também ressalta o papel da Protur na promoção da cidade que, anteriormente, não possuía investimentos em *marketing* e divulgação.

O turismo vai sendo apresentado não só como a atividade econômica que beneficia comerciantes locais e que trouxe infraestrutura para a cidade mas como uma identidade para Florianópolis, para sua “condição de ilha”, tal qual “retrata” ainda esse jornal:

Florianópolis – pela sua condição de ilha, sem muitos espaços e sem poder abrigar atividades poluentes – tem, na exploração do turismo, uma importante alternativa. Ela representa o futuro para o desenvolvimento do município e para a qualidade de vida da população, através da preservação ambiental, da geração de novos empregos e do resgate da identidade cultural. Mas essa indústria precisa ser planejada e tocada através do esforço conjunto de todos os segmentos envolvidos¹³³.

¹³² MARCONDES analisa potencialidade. *Diário Catarinense*, Florianópolis, 14 jul. 1992, [n.p.].

¹³³ ESFORÇOS para um futuro com atividade turística planejada. *Diário Catarinense*. 3 ago. 1994, n.p.

Logo abaixo dessa fala, que segue divulgando o 1º. Fórum Internacional de Planejamento Turístico da cidade, observam-se dois destaques. O primeiro, na figura 14, reafirmando em letras maiores aquilo que o texto, anteriormente citado, já dizia: a “indústria turística” ou o “sucesso depende do esforço de todos”. O segundo, conforme a figura 15, uma propaganda de Jurerê Internacional chamando a atenção que em Florianópolis há uma “praia [onde se faz turismo] de primeiro mundo”.

Figura 14 - Florianópolis. Polo turístico internacional.
Fonte: Diário Catarinense, 1994, n.p.

Figura 15 - Jurerê Internacional. A praia de primeiro mundo de Florianópolis
Fonte: Diário Catarinense, 1994, n.p.

No processo de construção da “identidade turística” de Florianópolis, o papel da mídia é essencial, pois, quando ela dá voz a determinado discurso e silencia outros tantos, dá indicativos de que estes outros não têm importância. A participação dos jornais na imposição de um discurso único, que funda uma identidade única para a cidade, é parte de uma estratégia de poder que visa “dar aparência de ‘natural’ e ‘geral’ a um ponto de vista parcial”, como analisa Maricato (2000, p. 165), o que leva, como ela afirma, uma ficção à população, universalizando conquistas de uma pequena parcela da sociedade.

Esse não é o primeiro nem será o último conjunto de reportagens, na forma de um suplemento especial, no qual periódicos locais cumprem o papel não só de divulgar os feitos dos/as empresários/as do setor turístico mas de colocá-los/as no

patamar de especialistas no assunto, apresentando-os/as, portanto, como porta-vozes de um discurso competente, reconhecimento este que é fundamental para legitimar não só suas declarações como suas ações.

Ademais, essa legitimação vai ocorrendo aos poucos, na constante interlocução de enunciados textuais e de imagens que apresentam ideias, modelos e ações que não só divulgam a realidade urbana mas instituem-na, na medida em que transformam concepções e interesses de um determinado grupo social na verdade a respeito da cidade, como é o caso analisado nesta tese. Esses grupos sociais, quando aliados à mídia, passam a ocupar um papel central nos sistemas de poder que, como explica Foucault (2015), são responsáveis pela produção da verdade. A verdade, tal qual a perspectiva que trabalho nesta tese, não é uma ideia pronta a ser reproduzida, mas “[...] um conjunto de procedimentos regulados para a produção, a lei, a repartição, a circulação e o funcionamento dos enunciados” (FOUCAULT, 2015, p. 54).

Esse é o processo pelo qual passa a produção das imagens-síntese das cidades que, ao serem amplamente veiculadas pelos meios de comunicação de massa, passam a ideia de que todas as pessoas têm igual acesso aos seus espaços (SÁNCHEZ, 1999). Na articulação desses saberes especializados, por meio de atores/as e instituições que supostamente detêm o saber (e o poder de ação) sobre a cidade, é construída a paisagem urbana. Para Sánchez (1999, p. 124):

Ao operar analiticamente no tecido discursivo e prático das imagens urbanas, nos é possível observar que a linguagem articuladora de símbolos organiza a realidade urbana, é parte dela: não esconde a materialidade da cidade mas a deforma, não é uma mentira mas uma construção social que, portanto, organiza seletivamente a realidade.

É nesse contexto que a cidade deixa de ser apenas um “pedacinho de terra perdido no mar”, como canta seu hino¹³⁴, virando notícia como parte de um circuito de cidades turísticas do Brasil – entre Fortaleza, Recife, Salvador, Porto Seguro, Rio de Janeiro e São Paulo¹³⁵ – e também por meio de revistas específicas de turismo e viagens, que passam a retratar os “encantos do paraíso”, quando os apelos para a preservação da natureza estão em alta.

¹³⁴ O *Rancho de Amor à Ilha*, de autoria de Cláudio Alvim Barbosa, é o hino oficial da cidade desde 1965.

¹³⁵ A FESTA do sol. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, 18, jan., 1995, p. 69-71.

A Revista *Os Caminhos da Terra* chama a atenção ao publicar a matéria *O outro lado de Florianópolis, um roteiro pelas trilhas secretas e praias desertas da Ilha de Santa Catarina*, destacando, em sua capa, que “a Ilha da Magia” tem mistérios, praias e trilhas que a maioria desconhece (Figura 16).

Figura 16 - O outro lado de Florianópolis
Fonte: Os Caminhos da Terra, 1995, n.p.

O texto de introdução, de tom preconceituoso e elitista, adverte que irá apresentar uma Florianópolis diferente da que se costuma divulgar, pois nem toda a cidade está “atulhada” de “famílias farofeiras” e, “ao contrário do que corre por aí, os argentinos ainda não invadiram definitivamente a capital sulista do verão”¹³⁶. São nada menos do que quatorze páginas, com fotos de dunas, praias (mais ou menos) desertas e áreas de mata atlântica preservada; a matéria também entrevista pessoas que trocaram a vida agitada dos grandes centros pela “tranquilidade” da Ilha e que agora praticam o “surfe de areia” e o “paraglider” (Figura 17).

¹³⁶ NANNÉ, Kaíke. A Ilha da Magia: todos os mistérios, trilhas e praias da Florianópolis que ainda não fala castelhano. *Os Caminhos da Terra*. São Paulo: Ed. Azul, ano 4, n. 1, p. 39, nov. 1995.

Figura 17 - A Ilha da Magia
 Fonte: Os Caminhos da Terra, 1995, p. 38

Quando supõe-se que a preservação da natureza poderia se mostrar como um traço de resistência em meio às narrativas midiáticas, ela acaba sendo apropriada retoricamente a favor dos argumentos explícitos de elitização, ao hostilizar “farofeiros/as” e argentinos/as, contrapondo-os/as aos/às turistas de “gostos orientados”, ao invés de criticar as políticas desenvolvidas até então, que tinham o claro sentido de “atulhar” a cidade de turistas vislumbrando a alta lucratividade.

Esse tom elitista passa a aparecer repetidamente na narrativa das revistas turísticas quando se referem a Florianópolis, conjugando-se às falas dos/das empresários/as do setor, como Marcondes de Mattos e Anita Pires, citados no capítulo três. Essa foi uma transformação que ocorreu de forma silenciosa, tal qual o processo de segregação espacial, como analisado por Sugai (2015). As estratégias não se resumem às de mercado, mas foram estratégias político-discursivas que contaram com mudanças de zoneamento urbano, ao permitir usos bem específicos para boa parte do território municipal, valendo-se, inclusive, da retórica ambiental.

Assim, o direcionamento da matéria *O outro lado de Florianópolis* é significativo para os discursos da época – final da década de 1990 –, pois, embora o

turismo já se encontrasse consolidado¹³⁷, a forma como vinha sendo praticado começava a incomodar a população local e a preocupar as autoridades. Essa constatação, no entanto, tem ao menos dois vieses. Por um lado, há sim uma preocupação com a degradação ambiental da cidade, sobretudo de suas áreas de manguezais, restingas e dunas – enunciada pelo discurso ambiental que, nesse momento, já se mostrava fortalecido em Florianópolis –; por outro lado, existe a apropriação desse discurso por parte das elites locais, de proprietários/as de terra, das autoridades, bem como da imprensa, que enxergam nesse crescimento das preocupações ambientais uma forma de restringir o turismo de massa. Nesse momento, e em consonância com os intuitos da Protur, já se buscava construir uma imagem de um lugar turístico que não era “para todos”.

Como venho argumentando, essas ideias vão configurando Florianópolis e confirmando que quem tem o poder da enunciação tem também o poder da ação, transformando o processo múltiplo de construção e constante ressignificação do espaço em um objeto do discurso hegemônico articulado e oficializado por alguns/algumas atores/as que não só instituem essa paisagem-discurso mas a naturalizam, transformando a política num assunto privado e de especialistas.

Os jornais participam desse processo buscando “pacificar” a população no que diz respeito à aceitação não só da “invasão” de turistas mas também das mudanças que a cidade vem sofrendo, em muito por conta do crescimento do mercado imobiliário atrelado ao turismo. Desse modo, apela-se a uma linguagem “didática”, buscando tramar o turismo à história da cidade. Como se pode ver na figura 18, em 1996, o Diário Catarinense publica o Caderno Especial *Florianópolis: Origens e destino de uma cidade à Beira-mar. A história do turismo*¹³⁸.

¹³⁷ Entre 1994 e 1998, segundo dados do Ministério do Turismo, Florianópolis figura como a terceira cidade mais visitada do Brasil, atrás somente do Rio de Janeiro e de São Paulo. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br>>. Acesso em: 30 set. 2014.

¹³⁸ ORIGENS e destino de uma cidade à Beira-mar. A história do turismo. *Diário Catarinense*. 23. mar. 1996.

Figura 18 – Florianópolis. A história do turismo
Fonte: Diário Catarinense, 1996, n.p.

Visando fazer um “resgate” histórico, esse conjunto de reportagens retrata diversas épocas e práticas, por meio das quais sugere-se que a história do turismo “evoluiu” naturalmente numa cidade que, por ser à beira-mar, teria o turismo como destino. Busca-se atrelar o presente e o futuro desejados a um passado imaginado. Esse é mais um ponto importante no processo de naturalização da paisagem de Florianópolis.

As matérias procuram abordar “o início da invasão” dos/das turistas, as disputas entre moradores/as e veranistas, os primeiros empreendimentos hoteleiros da cidade, a definição da imagem da cidade, a preservação da natureza e os motivos para se apostar na Ilha como um lugar turístico. Pretende-se construir não só a paisagem mas também o passado, e, assim, apontar para um único futuro imaginável que corresponde espacial e temporalmente aos projetos turístico-imobiliários em curso na cidade. Foucault (1997) chama a atenção para esse tipo de recorrência na análise enunciativa, pois:

Todo enunciado compreende a um campo de elementos antecedentes em relação aos quais se situa, mas que tem o poder de reorganizar e de redistribuir segundo relações novas. Ele constitui seu passado, define, naquilo que o precede, sua própria filiação, redesenha o que o torna possível ou necessário, exclui o que não

pode ser compatível com ele. Além disso, coloca o passado enunciativo como verdade adquirida, como um acontecimento que se produziu, como uma forma que se pode modificar, como matéria a transformar, ou, ainda, como objeto de que se pode falar (FOUCAULT, 1997, p. 143).

Isso parece dizer que algo que acontece em um determinado momento histórico não é fruto do desenrolar de fatos precedentes que fizeram com que tal coisa se desenvolvesse, mas é o acontecimento presente que remonta ou inventa o seu passado. Desse modo, esse é um período no qual se vocaciona não só o presente da cidade mas também sua história. Florianópolis passa a ser desde sempre turística e, portanto, presentemente legitima qualquer ação a esse respeito.

4.3 Narrativas de um roteiro único: produção e midiatização do processo de elitização do turismo e da cidade

Os apelos a turistas com “olhos mais seletivo”¹³⁹ refletem na cidade, que também passa a ser divulgada como “mais seletiva”. Praias preservadas e tranquilas caracterizam-na como receptora da maior quantidade de voos *charter* do país, segundo a Revista *Checkin*¹⁴⁰. Uma nova forma de divulgar Florianópolis – embora já anunciada pela Protur décadas antes –, munida de uma nova linguagem, marca as narrativas midiáticas e publicitárias do final da década de 1990 e se estende aos dias de hoje, assumindo diferentes feições, como mostro ao longo desse tópico.

Essa mesma matéria, da Revista *Checkin*, também expressa outros nós dessa rede de significação que começa a tecer novas faces do turismo na capital catarinense, bem como uma nova construção de significados para seu espaço urbano. De uma cidade pequena, presa ao funcionalismo público, onde sol e mar davam conta de inseri-la no circuito turístico do litoral brasileiro e do Mercosul, passa a ser recorrentemente citada como a cidade onde tranquilidade, segurança e

¹³⁹ NANNÉ, Kaíke. A Ilha da Magia: todos os mistérios, trilhas e praias da Florianópolis que ainda não fala castelhano. *Os Caminhos da Terra*. São Paulo: Ed. Azul, ano 4, n. 1, p. 39, nov. 1995.

¹⁴⁰ RAMOS, Paulo da Costa. Florianópolis, a ilha mulher. *Checkin*: aeroportos, aviação, turismo, [S.l.]: [s.n.], ano I, n. 2, p. 40, abr. 1997.

cosmopolitismo convivem.

Florianópolis começa a ser reinventada visando atingir um público de alto poder aquisitivo, como já dito anteriormente. Assim, a publicidade divulga o Costão do Santinho Resort como um dos resorts “mais seletivos” do Brasil e equipara Jurerê Internacional a Fort Lauderdale e a Boca Raton, ambos na Flórida (EUA)¹⁴¹. Conjugado a isso, cita-se o poeta Cruz e Souza¹⁴² como introdução à matéria e sugere-se que Florianópolis é “uma das mais belas cidades do Brasil, quiçá do mundo”¹⁴³.

Nesse período, a linguagem imagética serve para referendar que essa cidade é o que as palavras proferem. Além disso, por conta de todas as facilidades tecnológicas de então, as imagens passam a ser mais “vivas”, coloridas e maiores, recebendo destaque nas páginas e buscando remeter o/a leitor/a àqueles lugares e sensações. Essa interlocução de fotografias e textos, nesse momento, pretende fazer com que as pessoas se projetem aos lugares dessas narrativas. A construção da visibilidade dessa cidade turística, portanto, não se faz só a partir de seus atributos visuais, mas leva em conta o imaginário e as concepções de lugares turísticos em voga em cada época, pois, como expõe Cosgrove (2008), aquilo que é visível é determinado pelo contexto cultural, pois a própria visão não é uma faculdade livre de seu contexto histórico.

Ademais, os textos da publicidade turística dessa época começam a se remeter ao discurso técnico do planejamento urbano, buscando atrelar uma cidade para turistas de alto poder aquisitivo à necessidade de implementação de planos para controlar o crescimento desordenado da prática turística, bem como as preocupações de fundo ambiental. Nesse ponto, o planejamento urbano reaparece como um discurso que, de forma oficial e apoiado em pesquisas e na legislação, serve para legitimar o controle social e o crescimento orientado do turismo e do público na cidade.

Com isso, esse público que frequenta *resorts* e voos *charter*¹⁴⁴ passa a ser o

¹⁴¹ RAMOS, Paulo da Costa. Florianópolis, a ilha mulher. *Checkin*: aeroportos, aviação, turismo, [S.l.]: [s.n.], ano I, n. 2, p. 40, abr. 1997.

¹⁴² João da Cruz e Sousa, um dos precursores do Simbolismo brasileiro nasceu em Nossa Senhora do Desterro (antigo nome de Florianópolis), em 1861.

¹⁴³ RAMOS, Paulo da Costa. Florianópolis, a ilha mulher. *Checkin*: aeroportos, aviação, turismo, [S.l.]: [s.n.], ano I, n. 2, p. 39, abr. 1997.

¹⁴⁴ Voo charter se refere a um serviço de transporte aéreo não regular, fretado por clientes individuais para turismo.

foco do *marketing* turístico da cidade, que argumenta que, além de pouco rentável, o turismo de massa é predatório e não cabe para uma ilha – um claro exemplo da apropriação retórica do discurso ambiental que vem sendo recorrentemente utilizado nas estratégias de elitização dos lugares (ACSELRAD, 2001). E, mais uma vez, aquilo que poderia representar um contraponto ou resistência – a questão ambiental – acaba sendo transformado em seu oposto.

A Ilha Prometida é mais uma matéria de uma revista especializada em viagens e turismo que posiciona Florianópolis como “uma fatia do paraíso” ou “uma espécie de paraíso terrestre”, onde uma quantidade considerável de turistas acaba se fixando. São nove páginas descrevendo sua “geografia privilegiada” entre praias, fortalezas, história e redutos ainda não explorados pelo turismo, além de voltar a divulgar/fabricar Florianópolis com uma cidade que reúne “o modernismo das avenidas e dos arranha-céus [...] à tranquilidade provinciana das cidades do interior, propiciando um estilo de vida único aos que nela residem.”¹⁴⁵

Uma singularidade desse período, no que diz respeito à construção da Florianópolis turística, deve-se à modificação do papel que o turismo representa para a cidade: o que até então era um modelo de cidade turística passa a ser o modelo da cidade, a qual incorpora valores, imagens, anseios e conceitos de um universo anteriormente voltado exclusivamente para as férias.

Assim, essa cidade, que antes era naturalmente turística, passa a ser naturalmente ideal para viver pelo fato de possuir os mesmos atributos que vinham sendo elencados para consolidá-la enquanto turística. Essa mudança é acompanhada pela mídia. Em junho de 1998, a matéria *Ilha da Magia*¹⁴⁶ não fala sobre a temporada de verão, mas sobre a grande migração de pessoas de outros estados para viver em Florianópolis, sendo que, segundo dados do IBGE fornecidos pela matéria, entre 1991 e 1996, foram 16.000 pessoas que se mudaram para a capital catarinense em busca de um estilo de vida mais tranquilo (Figura 19).

¹⁴⁵ BARCELLOS, Janice; MONTEIRO, Rogério. *A Ilha Prometida*. *Revista Mares do Sul*: Turismo e Aventura. Florianópolis: Mares do Sul, ano 4, n. 18, p. 51, out. 1997.

¹⁴⁶ OLTRAMARI, Alexandre. *Ilha da magia*. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, 17 jun. 1998.

O paulista Kotujansky, em seu barco: "Ganho dinheiro fora e gasto aqui"

dou para a capital catarinense com a família há dois anos. Formado em engenharia mecânica e com doutorado na Inglaterra, Varvakis morava em São Paulo, onde trabalhava em uma empresa de consultoria. Trancado no escritório de segunda a sexta-feira, entre 7h30 e 22 horas, vivia estressado. Nos fins de semana, seu programa era ir ao supermercado, assistir a filmes na televisão e, às vezes, ir ao cinema. Uma vez, um pivete colocou um revólver no seu rosto para lhe roubar um relógio. "Eu tinha medo até de parar o carro no sinal", conta. Resultado: ele deixou o emprego em São Paulo e foi trabalhar como professor visitante na UFSC por um salário cinco vezes menor. "Ainda assim, valeu a pena", garante.

Negócios próprios — A beleza selvagem de Florianópolis não é o único motivo que tem levado tanta gente a se mudar para lá. O custo de vida é mais baixo do que em outras capitais. É possível comprar um terreno na Lagoa da Conceição, um dos locais mais badalados da ilha, por 40 000 reais. Uma boa escola particular não custa mais do que 250 reais por mês, a metade do preço cobrado em São Paulo. Assaltos são uma raridade e há opções de esportes para todos os gostos: natação, surfe, mergulho, windsurfe, vôo livre, escalada de montanhas, corrida e, claro, pedalada de futebol aos domingos. A pouca oferta de empregos é driblada com a abertura de negócios próprios. O paulista Silvio Kotujansky, 40 anos, criou uma empresa de software e hoje vende seu produto para cidades como São Paulo, Fortaleza e Porto Alegre por meio de representantes. "Consegui realizar uma façanha", diz. "Ganho dinheiro fora de Florianópolis e gasto tudo aqui." Kotujansky acabou de construir uma casa de frente para o mar. Todos os dias, acorda às 6h30, caminha uma hora na praia e, em quinze minutos, está no trabalho. Nos finais de semana, pega seu barco, ancorado na frente de casa, e sai para velejar. "A melhor coisa que eu fiz na minha vida foi ter mudado para cá", afirma.

Cidades

Ilha da magia

Com belas praias e muito sol, Florianópolis atrai gente à procura de vida mais tranquila

Na entrada de Florianópolis, uma placa identifica o lugar como "Ilha da Magia". Os números do IBGE mostram que não se trata de mera propaganda turística. Com apenas 270 000 habitantes, 42 praias e céu azul a maior parte dos dias, a capital catarinense é o principal destino dos brasileiros que fogem de grandes cidades, como São Paulo, em busca de um estilo de vida mais tranquilo. Entre as capitais das regiões Sul e Sudeste, Florianópolis é a que, proporcionalmente a sua população, mais recebe novos moradores vindos de outros Estados (veja quadro). Em todo o país, só perde para Palmas, Brasília, Macapá e Boa Vista — todas elas cidades situadas nas novas fronteiras de colonização abertas nas décadas de 60 e 70. A diferença é que ninguém vai morar em Florianópolis fugindo da seca ou em busca de melhores oportunidades, como acontece com os migrantes que vão para as regiões Norte e Centro-Oeste. A maioria escolhe a capital catarinense porque ali pode viver mais próxima da natureza e levar uma rotina menos estressante, sem perder aqueles confortos mínimos oferecidos por uma capital.

Num período de cinco anos — entre 1991 e 1996 — 16 000 brasileiros seguiram esse caminho, segundo o IBGE. Nas

fileiras da Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, está um bom termômetro dessa migração. Dos atuais 1 856 docentes, apenas 466 são de Santa Catarina. Ou seja, de cada quatro professores, apenas um nasceu no Estado. Os outros chegaram todos de fora. Com facilidades de capital de Estado, Florianópolis tem jeito de cidade do interior. "As pessoas vêm para cá atrás de sossego", diz o gaúcho Gregório Varvakis, 41 anos, que se mu-

Mudança de endereço

Entre as cidades das regiões Sul e Sudeste, Florianópolis é a que proporcionalmente, mais recebe migrantes. Confira a porcentagem da população vinda de outros Estados que se mudou para cada capital*

FLORIANÓPOLIS	6%
SÃO PAULO	4%
CURITIBA	4%
RIO DE JANEIRO	2%
PORTO ALEGRE	1%
BELO HORIZONTE	1%

*Dados de 1996 referentes às pessoas que não moravam no local até 1991. Fonte: IBGE.

Alexandre Oltramari

78 17 de junho, 1998 **veja**

Figura 19 - Ilha da magia
Fonte: Revista Veja, 1998, p. 78

A produção de um espaço no qual se suspende temporariamente as obrigações e preocupações do cotidiano — o lugar das férias — passa a ser parte da própria cidade, da realidade sugerida para as pessoas que vivem em Florianópolis, o que leva em consideração as imagens das cidades, pois segue uma estratégia global que as apresenta como centros de consumo e poder privilegiados e como detentoras de informação, impondo o consumo e adaptando o urbanismo aos seus objetivos, que nada mais são que os objetivos do mercado, sobretudo a busca de novos investimentos.

Já nos anos 2000, o processo de elitização desponta nos meios de comunicação. As matérias abordam o conforto e a mordomia de se passar o verão e também de viver na capital do estado¹⁴⁷, que é novamente comparada à Flórida e que “[...] ocupa um lugar singular no imaginário da classe média brasileira”¹⁴⁸, como expresso na figura 20. Por isso, não são só as praias que são divulgadas, mas também os condomínios, novos shoppings, novas e melhores opções gastronômicas, o alto IDH, menos trânsito e violência urbana, que levam aposentados/as com alto poder aquisitivo a se mudarem dos grandes centros do país para Florianópolis. Atrelado a esse fluxo, aponta-se também que outro “recente fenômeno populacional” é o estabelecimento de famílias de alto padrão de renda na cidade, enquanto “o marido viaja para São Paulo ou para o Rio a fim de trabalhar durante a semana[...]”¹⁴⁹. Várias são as formas de mostrar que Florianópolis está atendendo as exigências desses/as novos/as moradores/as de elevado padrão de consumo.

¹⁴⁷ BAUCHWITZ, Nahara. Mordomia à beira-mar. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, dez., 2006.

¹⁴⁸ SILVA, Adriana. A Flórida brasileira. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, 04 jun. 2003, p. 87.

¹⁴⁹ SILVA, Adriana. A Flórida brasileira. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, 04 jun. 2003, p. 87.

A imagem de cartão-postal da cidade: até a gastronomia está melhorando

Cidades

A Flórida brasileira

O número de aposentados com dinheiro em Florianópolis muda a vida econômica da cidade

Adriana Souza Silva, de Florianópolis

A capital catarinense ocupa um lugar singular no imaginário da classe média brasileira. É aquela cidade tranqüila, com os serviços de grande centro urbano que preservou certo charme interiorano. Ou seja, o local ideal para passar a aposentadoria à beira-mar. Para a alegria de empreendedores de vários setores, um grupo cada vez maior de brasileiros está realizando o sonho de viver na ilha do Guga. Na última década, o número de pessoas com mais de 60 anos em Florianópolis aumentou 55% — o maior crescimento entre as capitais nas regiões Sul e Sudeste e superior à média registrada no país. Os aposentados, vindos principalmente do Rio Grande do Sul e de São Paulo, transformaram a cidade. Eles fazem parte da grande leva de brasileiros que se aposentaram pela previdência complementar. Ou seja, têm dinheiro no bolso. Florianópolis é a segunda cidade no

ranking das capitais em termos de poder aquisitivo dos moradores mais velhos. Só perde para Brasília. Os aposentados de Florianópolis detêm a taxa mais elevada de escolaridade do país e formam um mercado consumidor que está impulsionando a economia local.

“Aqui é a Miami brasileira”, compara a prefeita de Florianópolis, Angela Amin, que tem três vizinhos vindos de outros Estados, todos aposentados. Uma

das forças da economia da Flórida, nos Estados Unidos, é o fato de atrair pessoas de regiões frias do país e do Canadá que já penduraram as chuteiras. Assim como aconteceu na Flórida, no Brasil há um grupo de empreendedores ávidos por explorar o mercado dos senhores e senhoras endinheirados de Florianópolis. As consultas ao Instituto MAPA, que faz estudos sobre a demanda de serviços e produtos, dobraram nos últimos sete anos. Foi justamente nesse período que o mercado esquentou de forma inédita. Do total de estabelecimentos existentes hoje, 44% abriram as portas a partir de 1995.

A empresária Marisa Scolari vendeu tudo o que tinha em Pomerode, uma pequena cidade perto de Blumenau, para trabalhar em Florianópolis. Há mais de um ano, investiu 300 000 reais no restaurante La Locanda Della Tortorella, no bairro da Lagoa da Conceição, point gastronômico que reúne pessoas de todas as idades. O alvo escolhido por Marisa foram os moradores da ilha recém-chegados de grandes centros com tradição gastronômica, especialmente os vindos de São Paulo. “São pessoas exigentes, acostumadas com a qualidade à mesa e ávidas por novidades”, define ela.

Marisa Scolari, do La Locanda Della Tortorella: investimento de 300 000 reais

Figura 20 - A Flórida brasileira
Fonte: Revista Veja. São Paulo: Ed. Abril, 04 jun. 2003, p. 87.

Dos guias turísticos desse período, a repetição da palavra “paraíso” é lugar comum para denominar Florianópolis. Isso é visível tanto no *Guia Quatro Rodas* quanto nas publicações da SETUR, que se dirigem para turistas e profissionais do turismo, definindo a cidade consensualmente como “a mais querida do Brasil” (Figuras 21 e 22).

Figura 21 - Bem-vindos ao paraíso
Fonte: FLORIANÓPOLIS; SETUR [2005?]

Figura 22 - A cidade mais querida do Brasil
Fonte: FLORIANÓPOLIS; SETUR, [2005?]

Inicialmente, a fabricação de uma cidade que tinha atrativos turísticos, por meio de imagens e textos, objetivava simplesmente assegurar o adjetivo “turística” para Florianópolis, ainda sem um foco específico. Já em tempos mais recentes, em que o conceito anterior foi incorporado pelos discursos e práticas da cidade, e quando já se parte do pressuposto de que a cidade é turística por natureza, passa a

ocorrer a construção de imagens múltiplas, imagens para públicos diversos, com objetivos diferentes, o que acompanha as estratégias de mercado que visam à segmentação turística nas escalas nacional e internacional.

É nesse contexto, de segmentação de mercado, que o *Florianópolis Convention & Visitors Bureau* (FC&VB) assume papel importante na produção e divulgação dessa paisagem. Interessantemente, a cidade do FC&VB é muito semelhante à cidade das revistas turísticas citadas: uma cidade que possui todas as facilidades de um grande centro, como aeroporto internacional, vias de acesso rápido, *shopping centers*, parques tecnológicos, excelente infraestrutura para turismo, ambiente ordenado e de qualidade ímpar, além disso, também é recorrente a divulgação de que, em 2005, a cidade obteve o maior IDH entre as capitais brasileiras. No site do FC&VB afirma-se, sobre a *Geografia* da cidade (Figura 23), que:

Quem conhece as belezas da Ilha de Santa Catarina não quer passar apenas uma temporada. Por isso, cada vez mais as pessoas estão escolhendo a capital com a melhor qualidade de vida do país para morar, e quem gosta de praia e vida tranquila sem abrir mão das facilidades das grandes capitais, encontrou o local perfeito. Florianópolis reúne o que uma cidade grande oferece, sem perder o charme de cidade pequena.¹⁵⁰

¹⁵⁰ Florianópolis Convention & Visitors Bureau. Disponível em: <http://floripaconvention.com.br/index.asp?dep=38>. Acesso em: 26 ago. 2015.

Figura 23 - Geografia – Florianópolis

Disponível em: <http://floripaconvention.com.br/index.asp?dep=38>. Acesso em: 26 ago. 2015

Nessa época, são comuns textos como este (Figura 23) que, como já comentado, divulgam uma cidade pretendendo atrair turistas, investimentos e novos/as moradores/as, por meio de discursos muito similares, pois o título de “paraíso turístico”, pelo qual Florianópolis era conhecida, ampliou-se e, segundo a publicidade, tornou-se “o lugar perfeito para trabalhar, investir, passear e morar”¹⁵¹. O suposto privilégio de se viver em Florianópolis é constantemente lembrado, repetido, divulgado, praticamente como uma obrigação. Os/as habitantes não só escutam e leem isso constantemente como se apropriam e passam também a admitir essa condição: somos privilegiados/as.

Como argumentam Philo e Kearns (1993) e Henriques (1994), a estratégia do período atual não pretende controlar a interpretação e “vender a cidade” somente para turistas, mas sobretudo para os/as próprios/as habitantes. Para os primeiros:

Here we arrive at the essentially economic logic of selling places, of course, but there is also a more social logic at work in that the self-promotion of places may be operating as a subtle form of socialisation designed to convince local people, many of whom will be

¹⁵¹ Disponível em: <http://floripaconvention.com.br/index.asp?dep=38>. Acesso em: 26 ago. 2015.

disadvantaged and potentially disaffected, that they are important cogs in a successful community and that all sorts of 'good things' are really being done on their behalf (PHILO; KEARNS, 1993, p. 3)¹⁵².

Assim, a partir do final da primeira década do século XXI, as notícias que envolvem turistas e antigos/as e novos/as moradores/as de Florianópolis não fazem qualquer tipo de economia para mostrar o quão sofisticada está ficando a cidade. Segundo matéria da revista *Viagem e Turismo*, “mais que uma prainha bonita, SC tem, em Florianópolis, uma capital agora sofisticada que pode até dar as costas para o mar [...]”¹⁵³.

Nesse mesmo espírito, o jornal *O Globo* publica uma matéria de título inusitado, *Os ‘sem lancha’ da cidade classe A*, na qual aponta que só não há mais iates na cidade por falta de marinas¹⁵⁴, indicando que Florianópolis é a cidade que tem a maior proporção de pessoas ricas entre as capitais do país, sendo que é a única a não contar com o programa Minha Casa, Minha Vida (MCMV), deixando transparecer que isso seria desnecessário ali¹⁵⁵.

Considerando a narrativa midiático-publicitária, compreendo que o projeto de elitização, gestado nos anos 1990, não só se consolidou como passou a ser o centro das atenções desses meios. O que não ocorreu somente em Florianópolis, visto que Balneário Camboriú, cidade balneária situada a 80 km da capital, compete pelo *status* de destino da elite nos meses de verão¹⁵⁶.

Nesses últimos anos, com a difusão da internet, os meios de comunicação aumentam consideravelmente em número e alcance. Dessa forma, além dos já consagrados meios de divulgação das imagens da cidade, como revistas de viagem e turismo, guias e panfletos, surgiu uma miríade de sites, não só de agências

¹⁵² “Aqui chegamos na lógica essencialmente econômica da venda de lugares, e claro, isso é também uma lógica social em processo na autopromoção de lugares, atuando de forma sutil, como uma socialização capaz de convencer as populações locais, das quais muitas estarão em desvantagem e potencialmente descontentes, sem perceber que são parte fundamental para o sucesso de suas comunidades e que muitas das várias “benfeitorias” são feitas em seu nome” (tradução nossa).

¹⁵³ OLIVEIRA, Maurício. Mais que uma prainha bonita. *Viagem e Turismo*. São Paulo: Ed. Abril, p. 2, 12 nov. 2012.

¹⁵⁴ BATISTA, Henrique. Os ‘sem lancha’ da cidade classe A. *O Globo*, Rio de Janeiro, 23 nov. 2012.

¹⁵⁵ No mesmo ano em que foi publicada essa material, em 2012, Florianópolis passa a contar com residências do MCMV em sua parte continental e, em 2014, também em sua parte insular. Nos demais municípios da Grande Florianópolis, como São José, Biguaçu e Palhoça, o programa já estava presente desde 2009. Disponível em: <<http://www.ndonline.com.br/florianopolis/noticias/145079-primeiros-empresendimentos-minha-casa-minha-vida-em-florianopolis-serao-entregues-este-ano.html>>. Acesso em: 1 out. 2015.

¹⁵⁶ BENETTI, Estela. SC constata mudança no perfil do turista de verão. *Diário Catarinense*, Florianópolis, 10 jun. 2013, n.p.

turísticas ou publicitárias mas também das instituições governamentais e de empreendimentos residenciais, sobretudo os de alto padrão. Além disso, não se pode negar o papel das redes sociais, que contribuem enormemente com o estabelecimento de padrões de comportamento e de gosto, mostrando que ideários estéticos são também políticos.

Está havendo um processo de redução de uma multiplicidade de formas de socialização, habitação, práticas de lazer, usos do espaço público e afins àquilo que determinados grupos sociais anseiam e, de fato, vivem. Essas várias reduções, instituídas ao longo dos anos e respondendo pelos nomes de “vocaço” e “destino da cidade”, alm das apresentadas no captulo trs como parte dos textos das legislaes, acabaram transformando objetivos e ideais de uma minoria em concretude espacial, em paisagem urbana, em materialidade, tal qual Jurer Internacional, a ser apresentado no captulo cinco.

 evidente que esse conjunto de narrativas miditico-publicitrias acerca do turismo na cidade de Florianpolis no concebe o espao como uma construo, um conjunto de prticas ou produto de inter-relaes heterogneas e coexistentes, mas tambm evidente que os veculos de comunicao tm plena conscincia de que participam de forma ativa, tanto objetiva quanto subjetivamente, nas relaes de poder que instituem esses espaos e que referendam quem est frente do poder hegemnico.

Venho acompanhando as reinvenes da Florianpolis turstica como um espao que est l, como um pedao de terra perdido no mar, disponvel para o uso de turistas, da elite e de investidores/as. No entanto, as resistncias existem, so mltiplas, divididas, espalhadas e, muitas vezes, partidrias e engajadas, sobretudo nos discursos ambientais, mas so tambm provenientes da academia e do movimento das associaes de moradores/as, especialmente dos balnerios da Ilha. As resistncias s “reinvenes unidimensionais” da cidade sero abordadas no prximo captulo, buscando um contraponto aos discursos que tratam o turismo como um “discurso nico” e a salvao para a cidade.

CAPÍTULO 5 DIFERENTES LÓGICAS ESPACIAIS: HEGEMONIA E CONTESTAÇÃO DE MODELOS URBANOS EM FLORIANÓPOLIS

Para fechar este estudo, exploro duas paisagens que são emblemáticas das formas pelas quais construções discursivas se concretizam. Em Jurerê Internacional há uma expressão legítima de toda essa construção imagético-discursiva da cidade turística, a qual venho trabalhando ao longo da tese. Já na planície do Campeche, fazem-se presentes formas de contestação e de resistência perante a imposição, por parte do IPUF, de um Plano Diretor que desconsiderava a população que lá existia, ao propor mudanças drásticas tanto no que diz respeito às questões urbanísticas quanto de desenvolvimento local. Na figura 24, localizam-se Jurerê Internacional, ao norte da Ilha de Santa Catarina, e Campeche, em sua costa leste.

As diferenças entre esses discursos que moldam a cidade baseiam-se, como expõe Duncan (1990), em claros interesses materiais, os quais podem ser (ou não) concretizados por meio de disputas de poder em que os discursos hegemônicos costumam prevalecer sobre os demais.

Nesse momento, exploro as várias narrativas presentes nessa disputa pela significação e controle do território e também mostro que esses dois espaços foram construídos por diferentes narrativas.

As redes de significados que envolvem a paisagem simbólico-material de Jurerê Internacional foram construídas, nesta tese, sobretudo, por meio de textos, imagens e modelos internacionais. Jurerê é assunto de jornais, colunas, notícias e sites e sua organização e concretização se deu através de um Plano de Urbanização Específica elaborado pela Habitasul – empresa responsável pelo empreendimento – e debatido com o IPUF. Não houve qualquer consulta à população, inclusive porque não havia população residente naquela área antes desse plano. A partir dele, toda pessoa que comprasse um terreno ou uma casa nesse loteamento deveria, necessariamente, respeitar as normas para construção.

No Campeche, por sua vez, configurou-se um movimento pela negação dessas imagens e modelos que constituíram Jurerê e Florianópolis, pela defesa de um projeto local, baseado nas reivindicações de entidades e de grupos de moradores/as, e pela disputa explícita, entre estes/as e a Prefeitura/IPUF a respeito

de que plano diretor seguir. As narrativas que utilizo para compor essa paisagem são locais, fundamentadas nas falas e registros de moradores/as, nos debates sobre os planos diretores e sobre os princípios que regiam os projetos em disputa.

Nesses dois casos, conjugam-se transformações simbólico-materiais que, por um lado, exemplificam a construção da paisagem-texto ou da paisagem como discurso explorada ao longo deste estudo; e, por outro, definem matrizes de sentido distintas para tais espaços.

Ao relacionar textos e práticas sociais, analiso esses conjuntos de narrativas que integram os discursos por meio da intertextualidade, buscando entender como essas relações instituem diferentes significados para a paisagem-texto. Se admito que a paisagem é constituída por uma trama de textos e práticas sociais, não sendo, portanto, um objeto natural ou apenas um conjunto de formas visíveis, admito, também, que essa relação pode mudar de acordo com questões sociais, econômicas, políticas e culturais. Assim, apesar do domínio de alguns textos sobre esse processo, outros, não hegemônicos e que se contrapõem, também constituem essa trama, mesmo que de forma marginal.

Neste capítulo também exploro as diferentes formas com que atores/as sociais, instituições públicas e privadas, agentes imobiliários, entre outros/as, compuseram as redes de poder, seja legitimando o discurso hegemônico do turismo e da urbanização, seja resistindo a ele. Desse modo, a construção de ambas as paisagens compõe as relações de poder de diferentes formas. Formas estas que são localizadas e transitórias, pois, tal como defende Foucault (2013a), nas relações de poder não há dualidade ou oposição binária entre grupos ou atores/as, pois o que está sempre a ocorrer são rearranjos, redistribuições, novas homogeneizações e diferentes formas de convergência das forças, sendo que tanto os “efeitos hegemônicos” quanto as forças contestatórias são também momentâneas e móveis.

Para guiar este capítulo, parto de algumas questões: que paisagens foram construídas através dos anos? Quais anseios, valores, desígnios e possibilidades foram apresentados para Florianópolis pelos meios de comunicação, planos diretores e movimentos sociais? Como foram naturalizados ou contestados? Que espaços os discursos construíram como parte de seu sistema de valores e de concepção de mundo? Como essas construções passaram a legitimar esses mesmos discursos?

Figura 24 - Localização de Jurerê Internacional e Campeche em Florianópolis, 2012
 Fonte: Geoprocessamento Corporativo da PMF

5.1 “Jurerê é um fenômeno!”: conexões entre paisagem de elite, urbanização e retórica ambiental

Jurerê Internacional é o *locus* de convergência de conceitos, concepções e narrativas que configuram uma determinada paisagem-discurso em Florianópolis. Como unidades de análise, utilizo-me das narrativas midiático-publicitárias, daquelas formadas pelos planos e leis, bem como dos questionamentos e afirmações travados por meio de disputas judiciais de cunho ambiental entre as próprias instituições públicas responsáveis pela fiscalização e regulamentação das áreas de proteção ambiental. Isso é de grande importância, visto que parte da coalisão social almejada para pôr em prática os projetos de cidade foi naturalizada não somente pelos meios de comunicação, o que já era esperado, mas também por algumas instituições públicas responsáveis pelo planejamento urbano e pelo patrimônio natural da cidade.

Início as análises pelos jornais, visando conectar essa produção espaço-discursiva ao que mostrei anteriormente, já que Jurerê Internacional é a expressão mais apropriada do projeto de elitização do turismo e da cidade de Florianópolis.

A matéria *Os ‘sem-lancha’ da cidade classe A*¹⁵⁷, como já comentada, expõe “umas das maiores queixas da capital”: a falta de marinas. Além de ser a cidade que tem a maior proporção de pessoas ricas entre as capitais do país, aponta-se a preservação da natureza como uma das vantagens da “*Beverly Hills*” catarinense. Essa comparação é uma referência direta a Jurerê Internacional, um balneário da cidade de Florianópolis, localizado ao norte da Ilha de Santa Catarina¹⁵⁸. A fala de um empresário do ramo imobiliário local resume uma ideia que se espalhou por algumas partes da cidade e que se concretizou em Jurerê: “Aqui não tem jeito. Ou você fica rico ou sai da ilha.”¹⁵⁹

¹⁵⁷ BATISTA, Henrique. Os ‘sem lancha’ da cidade classe A. *O Globo*, Rio de Janeiro, 23 nov. 2012. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/os-sem-lancha-da-cidade-classe-a-6398816>>. Acesso em: 10 jan. 2013.

¹⁵⁸ Jurerê Internacional é um empreendimento imobiliário privado da empresa Habitasul situado no balneário de Jurerê. Esse balneário é composto de duas partes, a desse empreendimento e outra, conhecida por Jurerê Tradicional, que teve início nos anos 1950.

¹⁵⁹ BATISTA, Henrique Gomes. Os ‘sem-lancha’ da cidade classe A. *O Globo*. 23 nov. 2012. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/os-sem-lancha-da-cidade-classe-a-6398816>>. Acesso em: 10 jan. 2013.

A matéria intitulada “Jurerê Internacional: a praia que faz jus ao nome”¹⁶⁰ é tão simbólica quanto a dos “sem-lancha” e dá o tom às demais desse período, no qual Jurerê figura entre as principais manchetes sobre turismo em Florianópolis. Manchetes que não mais se restringem a noticiar suas 100 praias, belezas naturais e tranquilidade. O “glamour” exclusivo do local é o foco do momento, sendo que a forma como essas narrativas “descrevem” Jurerê Internacional, deslocam por completo esse balneário da cidade, ao mesmo tempo que pretende apresentar os anseios e “queixas” de seus/suas frequentadores/as como problemas de toda a cidade.

Jurerê Internacional passa a ser um “espaço à parte” em Florianópolis, para o qual, como descreve essa matéria, os/as turistas que chegam pelo aeroporto podem ir de helicóptero, pois seus carros foram despachados por caminhões-cegonha, onde turistas endinheirados gastam milhões durante a temporada, e também onde há excelência na proteção ambiental, assegurada por uma conquista pioneira entre as praias da América do Sul, o selo Bandeira Azul, que o empreendimento recebeu, mas que veio a perder dois anos depois¹⁶¹.

Esse retrato elitista de Jurerê Internacional tornou-se comum nos últimos anos por meio de recorrências e repetições nos meios de comunicação, que foram trivializando imagens e ideias a respeito de pessoas, práticas e coisas que encontram naquele espaço seu sentido e localização apropriados.

Um dos marcos de direcionamento de práticas e textos que, ao mesmo tempo, são apropriados a Jurerê e o instituem, data do final da primeira década dos anos 2000, quando percebe-se um novo elemento indutor do turismo na cidade: em 2009, Florianópolis é elencada pelo jornal *The New York Times* como o melhor destino de festas do ano e o destaque é dado aos *beach clubs* de Jurerê Internacional, “destinos de luxo das temporadas de verão”¹⁶². Sobre isso, a mídia não deixa a desejar e a imagem de Florianópolis ganha um componente especial passando da “capital com melhor IDH” à “cidade classe A”.

¹⁶⁰ Disponível em: <<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/noticia/2011/01/jurere-internacional-a-praia-que-faz-jus-ao-nome-3170807.html>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

¹⁶¹ Disponível em: <<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/noticia/2011/01/jurere-internacional-perde-permanentemente-o-selo-de-qualidade-bandeira-azul-na-quinta-feira-3191043.html>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

¹⁶² Disponível em: <http://www.nytimes.com/2009/01/11/travel/11party.html?_r=0>. Acesso em: 9 jan. 2014.

Em 2012, o site de consultoria e *marketing* 2Day publica um estudo no qual Florianópolis é apontada como a segunda cidade do país com o mais alto preço mediano do metro quadrado residencial nos lançamentos imobiliários de 2011, ficando atrás somente de Brasília¹⁶³. Segundo a interpretação desse site, a escolha do bairro “[...] torna-se maior referência de identidade do que a própria cidade”, visto que “[...] revela situação financeira, ambições, gostos, afinidades e até preconceitos.”¹⁶⁴ Nesse mesmo sentido, o *Diário Catarinense* publica uma matéria na qual mostra que *Jurerê Internacional é o terceiro bairro mais valorizado do país*¹⁶⁵, citando dados da Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (FIPE), segundo a qual ficaria atrás somente de Ipanema e Leblon, no Rio de Janeiro.

Jurerê Internacional parece-me um fenômeno clássico de como paisagens podem ser vistas como repositórios de símbolos de *status* social, como explicam Duncan e Duncan (1984). Esse *status*, alcançado de acordo com o consumo, é evidenciado pela própria paisagem residencial da localidade, que é tanto destino de luxo de novos/as moradores/as quanto dos já habituais turistas.

Em matéria da revista *Veja* de 2009, Jurerê já era reconhecida como “destino de ricos e famosos do Brasil”, sendo comparada a uma Alphaville, acrescida de praia¹⁶⁶. Nesse texto, já são citados os *beach clubs* (Figura 25) que, segundo a *Veja*, foram responsáveis pela mudança do público frequentador do balneário, inicialmente composto por empresários/as e familiares provenientes de grandes centros do país nos quais não se sentiam mais seguros.

¹⁶³ O metro quadrado em Brasília custava R\$10.420, em Florianópolis, R\$6.720 e em Santos, o terceiro colocado, R\$6.390. Disponível em: <<http://www.2dayconsultoria.com.br/2012/04/os-bairros-mais-caros-do-brasil/>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

¹⁶⁴ Disponível em: <<http://www.2dayconsultoria.com.br/2012/04/os-bairros-mais-caros-do-brasil/>>. Acesso em: 10 abr. 2015.

¹⁶⁵ Disponível em: <<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/economia/noticia/2012/05/jurere-internacional-e-o-terceiro-bairro-mais-valorizado-do-pais-3769235.html>>. Acesso em: 25 maio 2012.

¹⁶⁶ Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/jurere-internacional-florianopolis-dos-famosos>>. Acesso em: 30 nov. 2014

Figura 25 - *Beach club* de Jurerê Internacional

Fonte: Disponível em: <<http://pousadadoschas.com.br/blog/beach-clubs-jurere-internacional/>>. Acesso em: 13 jul. 2015

A abertura de restaurantes na beira da praia visando um público jovem, que viriam a transformar-se nos *beach clubs*, data de 2001. A partir daí, o público amplia-se vultuosamente, bem como o preço do metro quadrado e o *status* social do lugar e de quem o frequenta:

O glamour de ser *point* de milionários e famosos, associado à segurança reforçada, ajudou a valorizar os imóveis. Um terreno de 1.000 metros quadrados à beira-mar, que vinte anos atrás custava 100.000 dólares, é negociado atualmente por dez vezes mais. “Tem gente que consegue 10 milhões de reais numa mansão”, afirma o corretor imobiliário Luciano Pereira, paulistano radicado em Florianópolis desde 1991. Quem busca imóveis para alugar precisa encarar diárias entre 800 e 5.800 reais. [...] E ainda há muito que crescer: somente um terço dos 6,5 quilômetros quadrados de Jurerê Internacional é de área construída¹⁶⁷.

Inicialmente um loteamento balneário projetado para veranistas e moradores/as de alto poder aquisitivo, Jurerê Internacional desponta como um dos destinos mais elitizados do Brasil. Segundo a análise de Valls (informação verbal), consultor imobiliário carioca residente em Florianópolis,

[...] o Costão [do Santinho Resort] divide com Jurerê Internacional a responsabilidade de Florianópolis ser o que ela é hoje. São os grandes pontos de divulgação internacional de Florianópolis. [...] Isso tornou Florianópolis mais uma vez um ponto de atração. E Jurerê,

¹⁶⁷ Disponível em: <<http://vejasp.abril.com.br/materia/jurere-internacional-florianopolis-dos-famosos>>. Acesso em: 30 nov. 2014.

não há dúvida, eu acho que é mais até que o Costão, Jurerê é um fenômeno! Jurerê é conhecido no Brasil inteiro, fora do Brasil, é um exemplo de desenvolvimento urbano de primeira classe.

Há uma enorme quantidade de matérias de anos recentes que abordam Jurerê Internacional a partir desse viés – um “fenômeno” para a elite. Praticamente todas vão no mesmo sentido, além de reafirmar o “glamour”, a “beleza do lugar” e o quão “diferenciado” ele é, abordam-no como “um exemplo de desenvolvimento urbano”, que segue modelos internacionais amplamente analisados criticamente por Sánchez (2003), Arantes (2002), Vainer (2002), entre outros/as.

Ao classificar esse empreendimento como um exemplo, tiram-no da ordem do enclave, buscam apagar as referências que o fazem ser o principal ícone da segregação socioespacial da cidade, instituindo-o como uma das principais referências de uma Florianópolis onde faltam marinas. Estratégia que não é visível somente por meio da narrativa midiático-publicitária mas também pela própria normatização dessa área, que tem um Plano de Urbanização Específica, e pelas disputas jurídicas para liberação de alvarás e pela (des)classificação das Áreas de Preservação Permanente (APPs) ali existentes.

Desse modo, esse modelo de urbanização e de controle do espaço, que sustenta as ações voltadas a assegurar aquele “fenômeno” que não é exclusivo de Jurerê, mas que se repete em outros tantos espaços nos quais se localizam as mesmas concepções de cidade, é produto de diferentes narrativas: dos meios de comunicação, ao transmitirem, recriarem e difundirem essa forma de ocupação, bem como as relações sociais que lá ocorrem; do discurso técnico, que tem instituições responsáveis como porta-vozes, como o IPUF, que referenda essa forma de ocupação por meio do plano diretor e das demais legislações urbanísticas que asseguram aquele tipo de uso do espaço; dos órgãos ambientais, que acionam argumentos técnicos mesclados ao papel econômico e social que empreendimentos como este vêm trazer à população ou à cidade.

O que percebo é um conjunto de argumentos que tem a função de legitimar socialmente essa concretização de ideais urbanos, apresentando-os como mais uma forma espacial, como algo que está lá, como algo que alguns/algumas merecem e não como parte de um problema social, pois as paisagens da elite nunca são problemas sociais dignos de debate político, pois não incomodam a ninguém e,

ainda por cima, são tidas como ícones de valorização imobiliária e turística das cidades.

Nessa direção, os veículos da mídia em geral reafirmam Jurerê como uma façanha, algo do qual a cidade pode se orgulhar, não deixando margem, portanto, para se questionar os motivos pelos quais um lugar com essas características exista na cidade, enquanto há tantos outros que não têm o mínimo de infraestrutura urbana. Aliado a isso, esse “fenômeno” só reforça e legitima o projeto de elitização que parece ter dado certo (Figuras 26 e 27).

Figura 26 - Panorâmica de Jurerê Internacional

Fonte: Disponível em: <<http://www.conciergefloripa.com.br/dica/jurere-internacional-3/>>. Acesso em: 13 jul. 2015

Figura 27 - Mansões típicas de Jurerê Internacional

Fonte: Disponível em: <<http://www.cvdimoveis.com.br/imoveis-florianopolis-praia-detalhe.php?cod=11>>. Acesso em: 13 jul. 2015

A criação e a manutenção de um espaço como este não ocorre de forma natural; apesar de ter sido produzido por e para a elite, é também parte da cidade e, portanto, participa do processo político e não está imune às relações de poder que definem e desenham as formas de uso e controle do espaço urbano. Embora tenham meios para manipular tanto os instrumentos legais de uso da terra quanto a opinião pública, até mesmo a elite precisa batalhar por políticas que assegurem seu poder sobre essas paisagens (DUNCAN; DUNCAN, 1984).

O início oficial do controle desse espaço data do início da década de 1980¹⁶⁸, momento em que foi acordado, entre a Habitasul Empreendimentos Imobiliários – responsável pela construção do loteamento, que é um empreendimento residencial e também um *resort*¹⁶⁹ – e o IPUF, que esta parte da cidade teria um Plano de Urbanização Específico, ou seja, um zoneamento especial e diferente do restante do município.

Duncan e Duncan (1984) consideram que uma das formas de controlar locais de residência da elite, como o caso em análise, é através da manipulação do processo político, que não se dá de uma só forma, mas que, por ser parte de conexões ou expressões de poder, constitui-se de feixes de relações. Desses feixes participam as leis de zoneamento e os planos de urbanização específicos, entendidos como operacionalizações do planejamento urbano, bem como aquilo que é transmitido e, ao mesmo tempo, fabricado pelos meios de comunicação. Como venho mostrando, esses instrumentos participam da construção de uma única maneira de olhar e de compreender o espaço, isentando-o de qualquer relação de poder e apresentando-o como um conjunto de formas neutras (DUNCAN, 1990; MCDOWELL, 1996).

Além disso, tal como Duncan e Duncan (2001) analisam para o caso de um bairro construído pela empresa *Canadian Pacific Railway*, em Vancouver, no Canadá, entendo que, em Jurerê Internacional, também houve a transformação de

¹⁶⁸ Em 1978, o ex-governador Aderbal Ramos da Silva vende 495 hectares para a Habitasul, o que significa parte do que é atualmente a área total do empreendimento, que começa a ser construído em 1980. Disponível em: <<http://www.clicrbs.com.br/especial/sc/loripa284/19,0,2843642,Jurere-e-internacional.html>>. Acesso em: 25 ago. 2015.

¹⁶⁹ “Localizado no Norte da Ilha de Santa Catarina, em Florianópolis SC, Jurerê Internacional é um **empreendimento imobiliário**, um residencial e resort **desenvolvido pelo Grupo Habitasul**, ao lado da praia de Jurerê Tradicional”. Disponível em: <<http://www.jurere.com.br/entendendo.htm>>. Acesso em: 24 ago. 2015 (Grifos no original).

um modelo textual e de uma ideia de estilo de vida em um modelo jurídico, um plano diretor, e, assim, em uma concretude espacial. Uma concepção elitista de vida, inspirada em modelos norte-americanos, acaba sendo incorporada pela própria legislação urbanística municipal e materializada numa determinada área da cidade.

A figura 28 retrata o empreendimento como um todo, seu arruamento retificado, a arborização em vários pontos e a grande quantidade de casas que, como já indicado, seguem o padrão arquitetônico mostrado nas duas figuras anteriores.

Figura 28 - Foto-aérea Jurerê Internacional, 2012
Fonte: Geoprocessamento Corporativo da PMF

Esses espaços privilegiados foram construídos ao longo dos anos por um conjunto de fatores que não envolve somente interesses privados, como os da Habitasul, mas também públicos, já que uma série de investimentos estatais de infraestrutura viária, cultural, de saúde, entre outros acaba sendo direcionada para as proximidades ou ao longo dos eixos viários que ligam os locais onde reside a elite a outras partes da cidade (SUGAI, 2015).

Acontecimentos como este, no qual o poder público privilegia determinadas partes da cidade em detrimento de outras, mostram que, em Florianópolis, as leis,

munidas de uma linguagem técnica e representantes de instituições do poder público, ajudam a legitimar determinadas paisagens, visto estarem dentro das leis. Esse é um argumento retórico, a petição de princípio, no qual prova-se uma conclusão com base nas premissas que, por sua vez, pressupõem a própria conclusão como verdadeira. Ou seja, determinado uso do espaço é legítimo porque as leis, que foram feitas para legitimá-lo, de fato, legitimam-no. Desse modo, “the zoning is taken for granted as right and natural”¹⁷⁰ (DUNCAN; DUNCAN, 1984, p. 268).

Além de questões relativas ao zoneamento especial, conjugam-se aquelas que dizem respeito à proteção do meio ambiente/natureza, também configurando-se como formas de manter significados estritos dessas paisagens, tanto preservando-as quanto diferenciando-as de outras partes da cidade (DUNCAN; DUNCAN, 2001). Apesar de controversa, como aponto adiante, essa conjugação de elementos foi, e ainda é, um dos elementos mais significativos que fez com que o empreendimento Jurerê Internacional alcançasse a posição que tem hoje. De acordo com o seu site:

Jurerê Internacional é, hoje, **referência em urbanização orgânica e sustentabilidade** para todo o País. Por trás desse sucesso, estão os **princípios e diretrizes** definidos pela Habitasul há mais de 30 anos, quando foi criado o residencial.

[...]

Jurerê Internacional teve a sua ocupação planejada desde o início, das ruas e construções até a segurança, comércio e serviços. Já nasceu com **plano diretor próprio**, garantindo a preservação do meio ambiente. Por exemplo, a densidade demográfica é de 50% a 70% menor do que o autorizado pelo plano diretor de Florianópolis (HABITASUL, 2015, grifos no original).¹⁷¹

Para Duncan e Duncan (1984), essas paisagens residenciais – e, nesse caso, também turísticas – podem ser vistas em dois conjuntos de significados culturais relacionados à classe e ao *status*, sendo, portanto, significados que representam valores que se estendem por uma grande parcela da sociedade e não ficam restritos a esses espaços. Desse modo:

The size, style, and decoration of a house, the size of the lot, the type and amount of landscaping, and the location and reputation of a neighbourhood within a city or town all represent class. That is to say, they represent economic power in a society where personal success

¹⁷⁰ “O zoneamento é tomado como certo e natural” (tradução nossa).

¹⁷¹ Disponível em: <<http://www.jurere.com.br/entendendo.htm>>. Acesso em: 24 ago. 2015

is largely marked by the possession of objects (Agnew 1981) (DUNCAN; DUNCAN, 1984, p. 264)¹⁷².

Os textos e imagens que apresento aqui sobre Jurerê Internacional são claras expressões do que a posse de determinados objetos aciona. Além disso, a diferenciação entre classes sociais, da qual falam Duncan e Duncan na citação anterior, também se abre para uma diferenciação de estilo de vida que está relacionada ao poder de compra e ao consumo. O local onde se habita faz diferença para a instituição desse *status*, na medida em que esse espaço também pode ser encarado como um objeto/produto passível de ser comprado.

No entanto, como já argumentei, as paisagens não são somente formas, mas sistemas ou redes de significação. Assim, essas batalhas não dizem respeito somente à manutenção de uma forma específica de zoneamento – que ditará o preço e o tamanho dos terrenos, assegurando que somente uma minoria poderá comprá-los, e possibilitará um determinado padrão arquitetônico, de ajardinamento e afins – mas também visa preservar a legitimidade de um modelo de urbanização e de sociedade, assegurando, assim, o sentimento de pertencimento daquelas pessoas ao grupo diferenciado expresso naquela paisagem.

Esses sentimentos e usos têm reverberado em uma grande reprodução de imagens, tanto pelas agências de publicidade quanto pela mídia em geral, como mostrado anteriormente, e também pela ostentação dos próprios/as frequentadores/as, no que diz respeito a seus bens e hábitos de consumo, como residências, carros e bebidas (Figura 29 e 30). Assim, “as condições das desigualdades sociais tornam-se cada vez mais visíveis, certamente, em função das necessidades cada vez maiores de produção e reprodução de imagens” (SUGAI, 2015, p. 178).

Essa produção e reprodução de imagens de que nos fala Sugai (2015) remete às análises de Duncan e Duncan (1984) a respeito dos significados culturais relacionados à classe e ao *status* que se materializam nesses objetos de consumo.

¹⁷² “O tamanho, estilo e decoração de uma casa, o tamanho do lote, a qualidade e a quantidade de paisagem e a localização e reputação do bairro dentro de uma cidade ou vila, representam uma classe. Ou seja, esses elementos demonstram o poder econômico em uma sociedade onde o sucesso pessoal é amplamente marcado pela posse de objetos” (tradução nossa).

Figura 29 - Outrora praia de pescadores em Floripa: balneário de férias, Beverly Hills brasileira agrega valor à sociedade do sul

Fonte: Disponível em:

<http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/turismo/2014/07/02/interna_turismo,435541/jurere-internacional-se-destaca-com-um-dos-points-mais-badalados-de-floripa.shtml>. Acesso em: 13 jul. 2015.

Diário Catarinense | Sete | Notícias

Litoral Catarinense | 06/12/2012 | 22h05

Glamour e sofisticação são as marcas de Jurerê Internacional, em Florianópolis

Com águas calmas e excelente infraestrutura, o local atrai turistas nacionais e estrangeiros

Compartilhar

O balneário, entre a praia de Canasvieiras e a praia do Forte, é considerado a Beverly Hills de SC
Foto: Ricardo Wolfenbüttel / Agência RBS

Luxo, glamour e sofisticação definem bem a praia de Jurerê Internacional, considerada a Beverly Hills catarinense. À primeira vista, já é possível perceber essa atmosfera de requinte da praia, localizada no Norte da Ilha de Santa Catarina: casas imponentes, jardins impecáveis, iates e lanchas no mar compõem o cenário do bairro, que é o terceiro mais valorizado do Brasil.

Figura 30 - Glamour e sofisticação são as marcas de Jurerê Internacional, em Florianópolis
Fonte: Diário Catarinense, 2012.

A possibilidade de frequentar um lugar “diferenciado” e “para poucos”, seja para habitar ou passar as férias, tem sido difundida pela cidade em *outdoors* e em todo o tipo de publicidade residencial que vende a ideia de que em determinados bairros ou condomínios a vida seria diferente da vida da maioria, tal qual apresenta a figura 31. O conceito que se busca difundir é que a compra de um terreno, casa ou apartamento em lugares como Jurerê, mas também em outros bairros da Ilha de Santa Catarina, representaria, também, a compra de um estilo de vida¹⁷³.

Figura 31 - Como viver como poucos?

Fonte: Disponível em: <<http://www.condominiosinteligentes.com.br>>. Acesso em: 24 ago. 2015.

Em anos recentes, é perceptível o “[...] o desenvolvimento de um sentido de identidade espacial, que se transforma em senso de exclusividade e de compartimentação social cada vez mais agudo”, tal como expõe Gomes (2002, p. 223) para o caso de algumas praias do Rio de Janeiro. Esse sentimento de identidade espacial se constrói como parte de uma rede de sentidos e é parcela importante das estratégias espaciais de conquista e manutenção de um território a respeito do qual se consegue instituir um sentido de exclusividade e separação do restante (GOMES, 2002).

Essas formas de segregação espacial e a naturalização de localizações privilegiadas em contraste com outras, desprovidas dos serviços mais básicos, não é legitimada apenas pelas estruturas políticas locais mas também por pensamentos e

¹⁷³ Isso também é explícito no caso do condomínio Costão Golfe, localizado no bairro dos Ingleses, ao norte da Ilha de Santa Catarina, como pode ser conferido em <<http://www.costaogolf.com.br>>. Apesar de este ser um condomínio residencial e não um bairro inteiro, há um forte apelo para o estilo de vida relacionado ao golfe, inclusive com sugestões de “*dress code*” (código de vestimenta) e etiqueta. Há outros acontecimentos semelhantes em condomínios residenciais de Florianópolis, conforme explorado em trabalhos anteriores (LENZI, 2010; 2013).

valores que servem de estrutura para essa divisão desigual da população e dos recursos pelo espaço (DUNCAN; DUNCAN, 2001).

Além da construção de um espaço de elite, tem-se, em Jurerê Internacional, outro ponto importante: o discurso da preservação, por parte do empreendimento, *versus* a ocupação de áreas de proteção ambiental, o que, evidentemente, também ocorre por parte do empreendimento. Tema que já foi mais frequente entre as matérias jornalísticas a respeito do bairro, não só para divulgar a “preservação ambiental” promovida pelo próprio empreendimento mas também pelas tensões com (e entre) os órgãos ambientais responsáveis pelos alvarás e fiscalização das obras.

Por um lado, o site do empreendimento indica doze pontos de sustentabilidade que são ali desenvolvidos, entre os quais Sistema de Água e Esgotos, Biodiversidade, Conservação da Vegetação Marinha, Monitoramento da Água do Mar, Reserva Natural Olandi-Jurerê, entre outros não diretamente relacionados à preservação da natureza¹⁷⁴. Já as notícias dividem opiniões. Em um curto intervalo de dias, são divulgadas duas matérias controversas pelo site da Associação FloripAmanhã. A primeira (Figura 32), que veio a público em 25 de novembro de 2009, resume um processo movido pela Justiça Federal contra o empreendimento por danos ambientais; a segunda (Figura 33), publicada pela PMF no dia 30 de novembro de 2009, divulga que o empreendimento havia recebido o Selo Bandeira Azul de qualidade socioambiental.

¹⁷⁴ Disponível em: <<http://www.jurere.com.br/entendendo.htm#politicass>>. Acesso em: 25 ago. 2015.

Figura 32 - Justiça Federal condena Habitasul por danos ao meio ambiente em Jurerê Internacional
 Fonte: Disponível em: <<http://floripamanha.org/2009/11/justica-federal-condenou-habitasul-por-danos-ao-meio-ambiente-em-jurere-internacional/>>. Acesso em: 25 ago. 2015.

Figura 33 - Jurerê recebe certificado sócio-ambiental
 Fonte: Disponível em: <<http://floripamanha.org/2009/12/jurere-recebe-certificado-socio-ambiental/>>. Acesso em: 25 ago. 2015.

Evidentemente incompatíveis, esses acontecimentos convivem em Jurerê Internacional. Como explica Acselrad (1999), desde que o discurso sobre sustentabilidade urbana veio à tona, como consequência das preocupações ambientais em nível internacional, sua dimensão retórica, que se opõe à dimensão da prática, também mostrou-se presente. Para Acselrad (1999), essa incorporação retórica das questões ambientais é não só um meio de neutralizar a crítica ambiental como também uma estratégia para legitimar os responsáveis pelas políticas urbanas que elencam a sustentabilidade entre seus objetivos.

A reflexão de Acselrad (1999) segue o mesmo viés crítico de Duncan e Duncan (1984), que mostra que os argumentos de cunho ambiental podem servir para assegurar as paisagens da elite.

Um meio ambiente único é evocado para soldar as forças sociais da cidade. O discurso ambiental serve também para isto; não exclusivamente, mas é, também, apropriado por este viés – o de que o “ambiente” é uno, diz respeito a todos, é supraclassista e justifica

devermos nos dar as mãos, fazer uma só e inelutável política para protegê-lo. No entanto, mesmo em nome do interesse de todos, é a política de algum grupo que será feita (ACSELRAD, 1999, p. 25).

Esse universalismo retórico da preservação, passível de gerar “coalizões urbanas”, pelo fato de incorporar todos os seres vivos do Planeta ou até a própria biosfera, quando muito, tem auxiliado a preservar a natureza de áreas onde apenas a população de alta renda reside. Jurerê Internacional (e serve também para a cidade de Florianópolis, que tem nessa retórica uma de suas principais imagens de divulgação) se vale desse uso retórico do discurso ambiental pois, apesar de defender, divulgar e ser, inclusive, premiado por uma suposta qualidade ambiental, o empreendimento vem sendo processado por danos ambientais.

Segundo um levantamento feito por Sartor e Santos (2005), entre os anos de 1999 e 2000, na Procuradoria dos Direitos do Cidadão do Ministério Público Federal, foram movidos 138 Processos Administrativos (PA) relacionados a danos ambientais na Ilha de Santa Catarina. Os/as réus/rés desses processos são pessoas jurídicas, na figura de empresas e empreiteiras da construção civil, pessoas físicas, as administrações municipal de Florianópolis e estadual de Santa Catarina, e os próprios órgãos de fiscalização, como a Fundação do Meio Ambiente (FATMA)¹⁷⁵ e o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis/SC (IBAMA).

Esses processos dizem respeito a danos causados em restingas, manguezais, duna frontal, unidades de conservação, poluição aquática, mata atlântica e mata ciliar. As agressões às áreas de restinga concentram-se nos balneários dos Ingleses (21,05%) e Santinho (8,77%) e na localidade do Rio Tavares (7,02%). As referentes aos manguezais e dunas concentram-se nos balneários da Daniela (17,39%), Jurerê (13,04%) e no bairro do Itacorubi, com a mesma porcentagem de Jurerê. Para as dunas, os balneários dos Ingleses (19,05%) e Cachoeira do Bom Jesus e Solidão (9,52% cada) concentram as agressões. No entanto, todos os demais bairros ou balneários são citados como focos de agressão aos ecossistemas.

Foco em um exemplo daquilo que Sartor e Santos (2005) apresentaram sobre Jurerê Internacional, que é, como já afirmado, somente um exemplo da forma como

¹⁷⁵ Órgão estadual que tem como primeiro objetivo executar projetos de defesa e preservação ecológica, tendo sido criado em 1985.

a natureza, apontada como o maior bem e produto turístico da cidade, vem sendo tratada. Sartor e Santos (2005) seguem os passos do Processo Administrativo 595/95, instaurado para monitorar a implantação da 5ª etapa do empreendimento Jurerê Internacional. Resumindo as várias páginas reproduzidas do processo, Sartor e Santos (2005) apresentam como o empreendimento conseguiu licenciamento para essa etapa junto à FATMA, ao IBAMA/SC e ao próprio Ministério do Meio Ambiente, apesar de ter sido erguido sobre uma área de restinga, considerada APP desde o Código Florestal de 1965. Fato que se repete anos depois, conforme Figura 36, comentada anteriormente.

A autorização da obra sobre a restinga se baseou no parecer do biólogo da própria Habitasul, que demonstrou que a área não era nem de restinga, nem de duna. Entre embargos e cancelamentos de embargos, o caso chegou ao Ministério do Meio Ambiente. Interessante notar que os argumentos dos que se colocavam a favor da obra não estavam embasados somente na classificação do ecossistema presente na área mas também na importância do empreendimento para a cidade e na idoneidade da própria Habitasul, descrita como uma empresa que esteve sempre associada à conservação do meio ambiente, do patrimônio histórico, artístico e cultural da região. Além disso, apela-se para o PD dos Balneários, que considerava a área não como APP, mas como Área Turística Exclusiva (ATE).

O parecer contrário à liberação da obra, apelava para a caracterização da área como restinga. Além disso, expunha que o empreendimento estava em uma das áreas mais valorizadas dos últimos anos e que, nesses casos, a preservação ambiental não costumava ser respeitada. Ademais, a liminar de um dos juízes contrários à liberação dessas obras expõe que a FATMA estava tentando descaracterizar a área, num caso explícito de confronto entre dois valores: o da preservação ambiental e o da atividade econômica.

Frente a isso, avalia-se que tanto a FATMA quanto a PMF foram omissas com relação à fiscalização, viabilizando a ocupação de uma área protegida por lei federal. Já o IBAMA, apesar de ter emitido parecer confirmando que a área era de restinga, acabou liberando a obra, também considerando o padrão e a qualidade do empreendimento e não mais os critérios ambientais respaldados pela legislação federal.

Partindo não só do caso de Jurerê Internacional, Sartor e Santos (2005) avaliam que tanto a PMF quanto a Fundação Municipal do Meio Ambiente (FLORAM) revelam-se vulneráveis no que concerne à liberação de alvarás para a construção em áreas de preservação ambiental na cidade, pois:

De 1985 a 1992, os planos diretores receberam mais leis e normas de zoneamento do que nos 30 anos anteriores (1955-1985). A confiança de que as leis de zoneamento possam estancar o uso e o abuso de áreas de preservação permanentes parece ter-se invertido: os planos tornaram-se extremamente frágeis diante da sanha de atores – empreendedores ou não – na determinação do espaço urbano e na utilização das áreas de preservação permanentes exclusivamente por alguns segmentos sociais (SARTOR; SANTOS, 2005, p. 195).

Segundo a perspectiva que adoto nesta tese, isso demonstra que os significados de uma paisagem são construções históricas e fruto de disputas de poder, e que os significados hegemônicos prevalecem, mesmo com exemplos contrários, como estes que elenquei. Não há nada natural, nem mesmo as áreas de dunas e restingas, como argumentaram os pareceres técnicos acima citados. Apesar dos recentes e recorrentes usos que têm caracterizado Jurerê – lugar próprio para festas, ostentação e desfile de Ferraris –, as supostas qualidade ambiental e preservação da natureza ainda persistem entre suas principais imagens, o que assegura o alto preço de terrenos e imóveis e o sentimento de pertencimento da população que lá habita.

Desse modo, essas paisagens não são somente moldadas ou resultado de discursos, mas, como expõe Duncan (1990), elas agem de volta, visto não serem um conjunto de formas passivas/visíveis, mas constituírem-se como um discurso, ou seja, um sistema de significação que guia não só a compreensão mas também as ações. Ela possibilita ou constrange determinadas práticas, como explorado ao longo da tese.

5.2 “O Campeche não optou pela verticalização”: o jogo de forças entre grupos sociais

A construção da paisagem do Campeche é analisada nesta tese como um movimento de resistência levado a cabo por uma parcela da população residente que, de forma organizada e conjunta, opôs-se ao modelo de desenvolvimento econômico e urbano presente no projeto elaborado pelo IPUF.

Abordo, neste subcapítulo, um acontecimento singular de contraposição a ideias, planos e ações que pretendiam transformar um espaço a partir de modelos internacionais sem qualquer relação com o que ali existia. A contestação do discurso oficial evitou não apenas que se (re)produzissem, no local, ideias a respeito de formas e relações espaciais mas também a transformação dessas ideias em materialidade. Isso porque, os discursos, como referendo, não podem ser reduzidos à linguagem, mas são relações, sistemas de significado que, articulados a ações, materializam-se espacialmente.

A escolha de trabalhar acontecimentos situados no Campeche como foco de resistência não estava clara no início da pesquisa. A princípio, os debates em torno da questão ambiental pareciam os principais expoentes para situar os focos de resistência ao modelo hegemônico de cidade, mas, por reunir questões ambientais e que tratam da urbanização do bairro e da cidade, bem como por apresentar um projeto de turismo diferente de tudo o que se divulgou e se fez em Florianópolis, entre as informações colhidas ao longo da pesquisa, o Campeche¹⁷⁶ pareceu-me representativo.

Para compreender a construção dessa paisagem, recorro a narrativas do IPUF e de grupos de moradores/as participantes dos movimentos sociais no Campeche, buscando mostrar em que se baseiam as ideias e as propostas de

¹⁷⁶ O distrito do Campeche, formado pelos balneários do Campeche, do Morro das Pedras e pela localidade do Rio Tavares, conta com uma população de 30.028 habitantes, segundo o Censo do IBGE de 2010. O balneário do Campeche é predominantemente de habitações unifamiliares de classe média, sendo que, em anos recentes, passou a receber uma grande quantidade de condomínios multi-familiares de classe média e alta. No entanto, ainda pode-se perceber pequenas propriedades rurais que contam com a criação de animais e produção agrícola de pequena escala. A ocupação desse balneário começa a aumentar com a pavimentação de sua avenida principal, a Pequeno Príncipe, na década de 1980.

urbanização do poder público, assim como os problemas, questionamentos e contraposições levantados por esses/as moradores/as.

Como exposto no capítulo três, os projetos de desenvolvimento urbano e econômico da cidade, datados do início da década de 1970, já consideravam transformar a planície do Campeche em um Setor Oceânico-Turístico, com grande adensamento populacional e obras de infraestrutura urbana, sobretudo viárias. Essa é a primeira vez que o sul da ilha aparece como área de expansão urbana da cidade. A figura 34 tem o intuito de mostrar como a urbanização dessa região era esparsa no final da década de 1970.

Figura 34 - Foto-aérea do Campeche, 1977
Fonte: Geoprocessamento Corporativo da PMF

Para Rizzo (2005), é desse contexto que datam os “ideais de exagero” presentes desde então em Florianópolis, visando transformá-la em uma metrópole por meio de obras gigantescas e almejando multiplicar a população da cidade. Esses projetos para a planície do Campeche, portanto, estão plenos desses ideais e guiam a elaboração dos planos de urbanização.

Os projetos da década de 1970, que se organizavam em torno da região metropolitana, não se concretizaram e o Campeche volta a compor projetos de

expansão urbana já no final da década de 1980, quando aos municípios é outorgada a responsabilidade do planejamento urbano, bem como a atração de capitais e investimentos, dando início aquilo que se costuma denominar “guerra dos lugares”.

Como expõem Vainer (2000), Maricato (2000), Sánchez (2003), Compans (2005), Rizzo (2005), entre outros/as, a competitividade entre as cidades, sobretudo a partir da década de 1990, acaba se tornando paradigmática no que diz respeito ao planejamento urbano, fazendo com que as cidades busquem destaque internacional. Florianópolis, sem fugir ao modelo, procura inserir-se nessa disputa por meio de transformações na planície do Campeche que, até então, apresentava características semiurbanas e semi-rurais (RIZZO, 2013).

O projeto oficial era transformar aquela região da Ilha, dotando-a de um ar internacional e propício para receber investimentos nacionais e estrangeiros voltados, sobretudo, às empresas de alta tecnologia e ao mercado turístico-imobiliário, designadas como “vocações” ou tripés do lugar (IPUF, 1997). Partindo de dois modelos internacionais de bairros autônomos da cidade de Milton Keynes, na Inglaterra, e da tecnópolis de Tsukuba, no Japão, inventou-se a *Cidade Nova do Campeche*, também denominada a *Tecnópolis do Campeche* (DANIEL¹⁷⁷; RIZZO, 2013; TAVARES¹⁷⁸; TIRELLI; BURGOS; BARBOSA, 2007).

Com uma previsão de 450 mil habitantes, a expectativa era de gerar mais de 20 mil empregos com a implantação do Parque Tecnológico do Campeche, além dos postos de trabalho que viriam com os hotéis, pousadas, campos de golfe, autódromos e outros equipamentos voltados a um turismo para pessoas de alto poder aquisitivo. Imaginava-se, de fato, a construção de uma nova cidade, inclusive porque, no início da década de 1990, de quando data esse projeto, o município contava com uma população de 255.390 habitantes¹⁷⁹. Ademais, nesse momento, como se pode perceber pela figura 35, o Campeche, apesar de pouco povoado, já havia desenhado seus próprios caminhos, ruas e formas de ocupação que, em nada, mostravam-se compatíveis aos propósitos do plano diretor do IPUF.

¹⁷⁷ Informação verbal em entrevista concedida à autora em 11 de setembro de 2015.

¹⁷⁸ Informação verbal em entrevista concedida à autora em 9 de setembro de 2015.

¹⁷⁹ A megalomania do projeto, em termos populacionais, é tamanha que, somente em 2014, passa-se a estimar a população do município de Florianópolis em mais de 450 mil habitantes. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/painel/populacao.php?lang=&codmun=420540&search=santa-catarina|florianopolis|info%20gr%20fic%20s:-evolu%20%20o-populacional-e-pir%20mide-et%20ria>>. Acesso em: 31 ago. 2015.

Figura 35 - Foto-aérea do Campeche, 1994
 Fonte: Geoprocessamento Corporativo da PMF

O plano oficial privilegiaria o sistema viário de largas avenidas, dois parques tecnológicos, exploração do mercado turístico e imobiliário de alto padrão, um campus da UFSC, um aeroporto, um autódromo internacional e um campo de golfe. Segundo Rizzo (2005, p. 63), o objetivo do plano do IPUF era “[...] construir uma cidade com padrões de primeiro mundo dentro do município de Florianópolis e com relativa autonomia em relação ao centro da capital”.

Segundo o relato do morador Lázaro Daniel (informação verbal), a prática da Prefeitura, sobretudo no que diz respeito ao planejamento urbano, portanto, ao

IPUF, era a seguinte: “[...] eles faziam o plano e eles mesmos é que passavam, olhavam e preparavam o projeto. Depois, para dizer que tinha a participação da comunidade, eles vinham com o projeto pronto tentar enfiar goela a baixo”.

O zoneamento tem sido a forma pela qual os grupos sociais hegemônicos conseguem impor seus modelos político-econômicos de controlar a cidade ou partes dela, e é por isso que a luta contra esses modelos também ocorre na contestação e na apresentação de propostas alternativas de zoneamento (DUNCAN; DUNCAN, 1984).

Para Daniel (informação verbal), esse foi um dos problemas, pois a população do Campeche envolvida nesse processo não aceitou a imposição desse projeto que, além de ter sido elaborado sem a participação popular, acarretaria mudanças não desejadas, tais quais as anteriormente descritas. Em outubro de 1989, segundo Daniel (informação verbal), o IPUF chama a Associação de Moradores do Campeche (AMOCAM) para apresentar o plano e, após um intenso debate, no qual os/as moradores/as presentes se contrapõem ao projeto oficial, os/as funcionários/as do IPUF declaram que nunca mais voltariam ao Campeche. De 1989, portanto, data o início da tensão entre os interesses do IPUF e os interesses dos/as habitantes organizados/as em torno da AMOCAM. A partir desse contexto, segue-se um caminho que ainda está sendo percorrido.

Com base nos modelos elencados, e apesar do descontentamento da AMOCAM e de demais moradores/as, o IPUF inicia a elaboração do Plano de Desenvolvimento do Campeche sem qualquer tipo de diálogo.

Nesse intuito, em 1992, a Câmara Municipal aprova o Plano de Urbanização Específica do Parque Tecnológico do Campeche. Como expõe Rizzo (2013), esse plano foi feito sem diagnóstico da área e ignorando o diagnóstico já existente do PD dos Balneários, de 1984. O diagnóstico do novo plano só viria a ser apresentado em 1997, por pressão dos movimentos sociais organizados no Campeche.

Conjuntamente à tecnópolis, o turismo era a base para a transformação da região, pois por meio deles pretendia-se dar autonomia econômica a essa parte da cidade. Rizzo (2013) também considera que o uso da linguagem dos/as planejadores/as do IPUF levava à conclusão de que turismo e tecnologia seriam “vocações” ou partes de uma evolução histórica da cidade. Como venho analisando, uma das estratégias políticas do discurso do planejamento tem sido mostrar que os

elementos que compõem os planos não são escolhas embasadas em interesses políticos e econômicos, mas fatos naturais e até visíveis na paisagem urbana. Assim, os textos exploram a naturalização do espaço de Florianópolis, nesse caso, do Campeche, como ideal para desempenhar modelos trazidos de experiências inglesas e japonesas, às quais se acrescentaria o turismo.

Em 1993, o novo prefeito, Sérgio Grandó¹⁸⁰, reabre as discussões entre poder público municipal e moradores/as do Campeche. Apesar disso, segundo Daniel (informação verbal), já havia “[...] uma briga muito grande, porque o IPUF achava que, primeiro, nós éramos “do contra”; segundo, [eles alegavam que] nós só contestávamos e não tínhamos proposta e só eles é que entendiam”. Daniel lembra que houve, aproximadamente, cinco reuniões entre o IPUF e moradores/as, mas sem qualquer consenso. Em 1995, o plano é reeditado sem considerar as propostas debatidas, o que propiciou uma manifestação da população local que impediu que o plano chegasse à Câmara Municipal (TIRELLI; BURGOS; BARBOSA, 2007).

Segundo Tirelli, Burgos e Barbosa (2007, p. 19-20), esse plano foi fragmentado e, por meio de alterações pontuais de zoneamento, foi aprovado aos poucos e não na forma de um único plano, transformando

[...] Áreas Verdes de Lazer (AVL), Áreas de Preservação Limitada (APL) e Áreas de Preservação Permanente – Ambientais e Históricas – em Áreas Turísticas Residenciais (ATR) sem qualquer planejamento ou infraestrutura, apenas para satisfazer certos interesses econômicos de parceiros políticos ou eleitores poderosos.

Uma verdade sobre a cidade que é legitimada pelos seus próprios instrumentos de divulgação: o discurso técnico, a instituição responsável pelo planejamento urbano, o poder público, a legislação imposta e os interesses do mercado. Qualquer outra verdade que não emergisse dessas redes foi considerada ilegítima.

Mais uma vez ocorre a troca do poder executivo municipal, quando assume Ângela Amin, e o Plano Diretor do Campeche é encaminhado novamente à Câmara, interrompendo-se qualquer possibilidade de diálogo. Pretendia-se impor um modelo hegemônico de espaço urbano baseado em concepções de cidade que não estavam de acordo com as características locais, fossem as naturais ou os já existentes núcleos urbanizados. De uma forma explícita, considerava-se o espaço como um

¹⁸⁰ Filiado ao Partido Popular Socialista (PPS), foi prefeito de Florianópolis de 1993 a 1996.

mero substrato para as ações de governantes e técnicos/as de planejamento urbano, que tinham por intuito transformar não só as “formas espaciais” mas as relações sociais e culturais de toda essa região da cidade, por meio da imposição de “vocações” definidas por modelos externos ao local. Novamente, tal qual debatido no subcapítulo anterior, o zoneamento seria um instrumento de elitização e segregação urbana legitimado pelo poder público.

A fragmentação do plano novamente vem à tona através do IPUF, que propõe quatorze Unidades Espaciais de Planejamento (UEP), alegando que era necessário “dividir para governar” (TIRELLI; BURGOS; BARBOSA, 2007). Frente a essa atualização da estratégia de aprovação do plano, articulam-se as diversas entidades locais já existentes, fundando o Movimento Campeche Qualidade de Vida (MCQV), que passa a representar seus interesses frente ao poder público municipal. As entidades que participaram das discussões do MCQV são: a Associação de Moradores do Campeche, a Associação de Surfe do Campeche, o Movimento Campeche a Limpo e a Associação de Pais e Amigos da Criança e do Adolescente do Morro das Pedras, balneário vizinho ao Campeche. Entidades com fins diversos mas que, nesse ponto, tinham um objetivo em comum.

Para debater o plano do IPUF, o MCQV organiza, em 1997, o *Primeiro Seminário Comunitário de Planejamento do Campeche*, no qual não só se analisa mas se rejeita, em sua totalidade, a proposta do governo municipal, além de construírem-se alternativas para o desenvolvimento econômico e o planejamento urbano da região. Como resultado das discussões desse seminário – e contendo as demandas da população local envolvida nos debates –, elabora-se o *Dossiê Campeche*, que é entregue aos órgãos públicos municipais, estaduais e federais responsáveis pelas questões ambientais e de planejamento urbano (SOUZA; BARBORA; BURGOS, 2003). Com isso, nesse mesmo ano, o Movimento consegue retirar o projeto de lei referente ao plano do IPUF da Câmara de Vereadores, adiando assim tal decisão.

Também em 1997 é criado o Jornal *Fala Campeche* (Figuras 36 e 37) e, em 1998, a *Associação Rádio Comunitária do Campeche*, instrumentos de organização e mobilização locais. Houve também uma série de manifestações públicas contrárias ao plano que estava sendo imposto pelos órgãos municipais (Figuras 38 e 39).

Figura 36 - Jornal Fala Campeche 1

Fonte: Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/distritocampech/fala-campeche-numero-19-junho-2006>>. Acesso em: 13 jul. 2015

Figura 37 - Jornal Fala Campeche 2

Fonte: Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/distritocampech/fala-campeche-numero-18>>. Acesso em: 14 jul. 2015

Figura 38 - Movimento Campeche contra PD do IPUF 1

Fonte: Disponível em: <http://resistenciavaiana.blogspot.com.br/2010_03_01_archive.html>. Acesso em: 13 jul. 2014

Figura 39 - Movimento Campeche contra PD do IPUF 2

Fonte: Disponível em: <<http://radiocampeche.com.br/72/>>. Acesso em: 13 jul. 2015

A partir da organização local e da conquista inicial, são realizadas oficinas e trabalhos com moradores/as, buscando reuni-los/las e envolvê-los/las em torno do debate sobre os rumos da região, com o intuito de construir um projeto coletivo. Com mais de 1.500 moradores/as participando do movimento, compreende-se que “esse

contingente deu consistência e apoio popular à proposta alternativa”, que considerava as leis ambientais, culturais e turísticas, bem como a legislação referente ao uso do solo (SOUZA; BARBOSA; BURGOS, 2003, p. 154).

Segundo relata a moradora Elaine Tavares (informação verbal), a participação da população local era massiva em grandes assembleias e oficinas que discutiam cada uma das temáticas abordadas no plano, como saneamento, lixo, questões viárias, ambientais, entre outras. Para Tavares:

Foi se constituindo no Campeche essa relação bairro-cidade que eu acho muito bonita e que vai pelo caminho afora até agora, na votação do Plano Diretor. O tempo todo a gente discutindo a nossa especificidade, mas sempre articulado com a ideia de cidade.

Apesar de toda essa mobilização, devido ao descaso das autoridades responsáveis em considerar as demandas do Movimento, bem como a descon sideração de todos os pareceres técnicos enviados pelo MCQV alegando descumprimentos da legislação ambiental por parte do IPUF, e frente ao andar do plano da Prefeitura, prestes a ser aprovado pela Câmara Municipal, em 1999, o Movimento partiu para a elaboração de um plano próprio, o *Plano Comunitário para a Planície do Campeche – proposta para um desenvolvimento sustentável*. Esse plano foi levado à Câmara Municipal em março de 2000, na forma de projeto substituto global ao plano do IPUF.

A proposta do *Plano Comunitário* estava focada em alternativas para as relações sociais e econômicas, entre urbanização e áreas naturais e entre moradores/as, visitantes e turistas, pois buscava “[...] construir um espaço de trabalho local articulado à perspectiva de qualificação de mão de obra e à oferta de serviços especializados” com base nas potencialidades já existentes e visando atender às demandas locais de formação e emprego (SOUZA; BARBOSA; BURGOS, 2003, p. 158).

O Movimento, portanto, não negava a prática do planejamento urbano, muito menos seus instrumentos de controle do espaço, mas buscava promover um planejamento crítico que, como defende Marcelo Lopes de Souza (2002, p. 37), “[...] não pode simplesmente ignorar os ‘saberes locais’ e os ‘mundos da vida’ (*Lebenswelten*) dos homens e mulheres concretos, como se as aspirações e necessidades destes devessem ser definidas por outros que não eles mesmos”.

O que se propunha era uma lógica urbana, ambiental, econômica, social e culturalmente diferente. E também uma forma distinta de fazer política. Isso significa resistir à lógica hegemônica e institucionalizada que vem sendo sedimentada ao longo dos últimos 50 anos nessa cidade. Esses movimentos de resistência, como expõe Foucault (2013a) e como observo para o caso em análise, não estão descolados das relações de poder, mas presentes em toda a sua rede, sendo que não necessariamente representam grandes rupturas mas, por serem pontos móveis e transitórios, mais comumente, “[...] introduzem na sociedade clivagens que se deslocam, rompem unidades e suscitam reagrupamentos, percorrem os próprios indivíduos, recordando-os e os remodelando [...]” (FOUCAULT, 2013a, p. 107).

Desse modo, esses pontos ou focos de resistência, ainda segundo Foucault (2013a), disseminam-se de distintas formas no tempo e no espaço, provocando a manifestação de grupos ou de indivíduos que podem – ou não – se organizar estrategicamente e questionar a maneira como essas relações e mecanismos de poder estão postos. Compreendida dessa forma, não haveria “a” resistência, como algo homogêneo e estável, tampouco “o” poder, mas “estados de poder”, instáveis e localizados, pois as relações de poder e as maneiras como seus efeitos se mostram não são universais e, embora nos mesmos lugares, alteram-se.

Nesse sentido, apesar do *Plano Comunitário* não ter sido aprovado, visto que destoava muito dos interesses do poder local, o do IPUF tampouco o foi. Essa não aprovação do plano do IPUF deveu-se à mobilização que se ampliou por meio de oficinas, reuniões, distribuição de jornais, eventos culturais, entre outras formas de difundir informações e “despertar o amor pelo lugar” (SOUZA; BARBOSA; BURGOS, 2003, p. 154).

Anos depois, em 2006, é criado o *Conselho Popular da Planície do Campeche*, mais um instrumento dessa disputa pelos rumos daquele espaço, com o intuito de reunir forças para retirar, mais uma vez, o plano da Prefeitura da pauta de votação da Câmara dos Vereadores. O que foi, enfim, conseguido (TAVARES, 2011). No ano seguinte, com a realização do *Segundo Seminário Comunitário de Planejamento do Campeche*, continuaram os debates a respeito da construção de um projeto de cidade no qual se privilegiava a participação da população.

Segundo Tavares (2011, n.p.),

[...] a vocação da comunidade, discutida e decidida nas dezenas de reuniões ao longo dos anos, foi reafirmada com todas as letras: o

Campeche quer continuar sendo um bairro residencial de caráter urbano-rural, garantindo a continuidade das pequenas chácaras, com o desenvolvimento de um turismo comunitário e não predador, como o já registrado em lugares no norte da ilha. [...] A vocação do Campeche está voltada para as pessoas e não para agentes especulativos, e disso ninguém abre mão!

Considero que, ao questionar a “vocação” do lugar definida pelo IPUF e pela PMF, os/as moradores/as do Campeche envolvidos no MCQV expressam que tanto a paisagem como seus usos são construções históricas que não podem ser designadas por modelos exógenos ou por “técnicos/as” de planejamento urbano. Esse movimento representou uma tentativa daquilo que Souza (2002) defende, que planejamento e gestão urbanos não são práticas restritas ao Estado, mas podem e devem ser reivindicadas por organizações da sociedade civil, *sem, apesar* ou até *contra* as ideias do Estado.

É notável a recorrência do uso das expressões *comunidade* e/ou *comunitário* nos documentos, nos veículos de comunicação, nos relatos de atores e atoras que participaram desses movimentos contestatórios e, inclusive, entre as pessoas entrevistadas para esta pesquisa. A ideia de construir um sentimento de união e uma possibilidade de ação coletiva, pelos/as moradores/as do Campeche, explica o uso da *comunidade* nessa construção discursiva. Construção que se deu ao longo de muitas oficinas e reuniões, como relatam Tavares (informação verbal) e Souza, Barbosa e Burgos (2003). Foi nessa construção discursiva que pessoas e grupos de pessoas assumiram o estatuto da “comunidade do Campeche”. Instaurou-se ali, discursivamente, um vínculo que identificou o lugar com a comunidade, o que deu forças para a defesa dos interesses “do” Campeche como um todo.

Os discursos aí são significados em prol da relação comunitária com o lugar, em prol de uma forma distinta da que se vinha buscando instituir na cidade. Uma linguagem que tinha o interesse de unir as pessoas para lutar por um bem comum, mas que, antes de tudo, precisava ser percebido como comum. A linguagem entra como estratégia política, para instituir esse lugar como um lugar comunitário, como um lugar de todos e todas. Como expõe Foucault, os discursos são elementos das relações de poder, dos jogos de força que as arranjam e rearranjam, assim:

É preciso admitir um jogo complexo e instável em que o discurso pode ser, ao mesmo tempo, instrumento e efeito de poder, e também obstáculo, escora, ponto de resistência e ponto de partida de uma estratégia oposta. O discurso veicula e produz poder; reforça-o mas

também o mina, expõe, debilita e permite barrá-lo (FOUCAULT, 2013a, p. 111-112).

Como aponta Massey (2000), essa identificação da comunidade com o lugar é uma noção idealizada, tanto que precisa ser constantemente reproduzida, reafirmada, reestabelecida, já que essa homogeneidade do Campeche é também uma construção simbólico-material, uma invenção de um lugar, pois, como argumentei no capítulo dois, os espaços nunca estão fechados, mas sempre abertos às reconfigurações e sempre atravessados por diferentes discursos, diferentes interesses e também habitados por novos/as moradores/as que não têm relação alguma com as construções passadas.

Para a geógrafa, essa identificação do lugar com a comunidade é problemática, pois:

Por um lado, as comunidades podem existir sem estar no mesmo lugar – de redes de amigos com interesses comuns a grandes religiões e comunidades étnicas ou políticas. Por outro, os exemplos de lugares que acomodam ‘comunidades’ singulares no sentido de grupos sociais coerentes são provavelmente – e eu sustentaria, têm sido há muito tempo – bastante raros. Além disso, mesmo onde existem, isso não implica um único sentido do lugar, pois as pessoas ocupam diferentes posições no interior de qualquer comunidade (MASSEY, 2000, p. 183).

Assim como as paisagens discursivas de Florianópolis, de uma forma geral, e de Jurerê Internacional, em particular, não são estáticas, tampouco é a do Campeche, pois essas identidades supostamente coesas e que expressam um sentido de lugar partilhado por uma coletividade dificilmente existem (MASSEY, 2000). Para os casos em questão, percebo que existem enquanto construções discursivas que serviram ou servem para momentos e ações determinados.

As relações entre turismo e paisagem urbana, por sua vez, para o caso do Campeche, mostram como essa prática adquire diferentes significados quando partem de distintos grupos sociais. Evidencia-se, assim, que os interesses são diferentes e que não partem apenas de diagnósticos técnicos, mas que estes só têm sentido porque expressam interesses políticos, econômicos, sociais e culturais distintos. É desse modo que o turismo aparece em ambos os planos, mas com diferentes *status*.

Nas duas propostas, o turismo é visto como um fator de desenvolvimento local, no entanto, o significado de “desenvolvimento” difere consideravelmente de

um caso para outro. O desenvolvimento preconizado pelo plano do IPUF estava focado nos empreendimentos turístico-imobiliários e/ou nas cifras que os/as turistas iriam trazer. Não se planejavam espaços voltados para a prática turística, mas se apostava somente na própria praia, a exemplo do turismo de massa do norte da ilha. Tampouco se pensava nas interações entre a população residente e os/as turistas, muito menos em formas de desenvolver a economia local aproveitando esse esperado fluxo turístico. Como analisado por Oliveira (2003, p. 92), o plano do IPUF não apresenta equipamentos de uso turístico, a não ser “[...] grandes terminais turísticos para ônibus de excursão com bares e restaurantes para acolher os turistas”.

Por outro lado, o plano apresentado pelo MCQV previa um desenvolvimento socioespacial e não exclusivamente econômico, que considerava o turismo não como a “vocaço” do lugar, nem a “salvao” da cidade, mas como uma prtica que poderia conviver com outras j existentes, sem ser prioritria ou conflitante. Para tal, propunha-se equipamentos que serviriam tanto aos/s moradores/as quanto aos/s turistas, como o *Complexo Parque Orla do Campeche*, que seria composto por seis parques e ajudaria na preservao da vegetao nativa, entre restingas e manguezais, bem como das dunas e do Morro do Lampio, reas de proteo permanente. Esses parques pretendiam promover um turismo que incentivasse o respeito biodiversidade (SOUZA; BARBOSA; BURGOS, 2003). Tambm almejavase implementar cursos profissionalizantes para formao de mo de obra local especializada, visando assegurar empregos permanentes no mercado turístico e fomentar o turismo anual – e no somente de temporada de vero, como costuma acontecer no so no Campeche mas em toda a cidade (SOUZA; BARBOSA; BURGOS, 2003).

Segundo palavras de Tavares, o projeto apresentado pelo MCQV estava focado em uma proposta de “turismo comunitrio” que no dizia respeito somente ao balnerio, mas que vinha sendo discutida em toda a cidade e que se contrapunha lgica do turismo que se praticava em Florianpolis, que, segundo ela, tem seu foco na especulao e na destruio da paisagem natural e cultural. Tavares (informao verbal) ainda explica que, no Campeche, h

[...] um chamariz turístico importante que é a questão da aviação, que era o aeroporto da *Aéropostale*, e o Pequeno Príncipe¹⁸¹. Dentro disso está o nosso PACUCA [Parque Cultural do Campeche], que seja um espaço que possa ter teatro, todas essas coisas que junta a comunidade, mas que também seja espaço de turismo comunitário, que tenha um museu com coisas da *Aéropostale*, que faça essa ligação do avião e do pescador. E tudo isso sendo gerido pela comunidade, pelas pessoas dali. Não é aquela proposta de grandes hotéis de paisagem especulada.

Na compreensão de Tavares (informação verbal), o turismo em Florianópolis

[...] não pode ser predador, ele tem que se organizar de tal maneira que as pessoas que vivem na comunidade possam gerir aquele turismo e não serem sufocadas por ele, não terem toda a sua vida destruída por ele. Hoje, em Florianópolis, é um pouco assim, a maioria dos [habitantes] locais está vendendo os seus lugares e saindo da beira da praia, indo para as periferias, enquanto que na beira da praia estão esses *resorts*, esses condomínios de luxo.

Essas propostas para o Campeche assemelham-se às discussões sobre o desenvolvimento de um turismo que se abre para “formas alternativas ao modelo de turismo maciço” (RODRIGUES, 2006)¹⁸², considerando que essa prática não deve estar ancorada somente no segmento “sol e praia”. Para considerar tal possibilidade, faz-se necessário

[...] repensar as escalas de análise, em que o local assume importância crescente, não somente enquanto cenário para novas práticas, mas reconhecidamente como o único recorte territorial que pode conjugar os interesses dos vários segmentos envolvidos no turismo, a fim de se contrapor à lógica do mercado hegemônico globalizado, sem que isto signifique completo isolamento, não só considerado quase impossível, como contraproducente na atual conjuntura econômica (RODRIGUES, 2006, p. 298).

Ainda nos termos de Rodrigues (2006), essas ideias podem ser classificadas como uma “proposta humanista” de turismo, que se contrapõe à “proposta economicista”, representada pela do IPUF no caso em análise, que se constrói de acordo com relações de poder horizontais, baseadas numa “contra-racionalidade” (SANTOS, 2000) e tramadas no próprio local.

¹⁸¹ Segundo o relato de antigos/as moradores/as do Campeche, o piloto e escritor francês Antoine de Saint-Exupéry, a serviço da *Société Latécoère*, haveria realizado várias escalas dos voos entre Paris e Buenos Aires, para abastecimento, no campo de aviação situado no Campeche.

¹⁸² Nesse texto, Rodrigues (2006) desenvolve a ideia de turismo de base local. Não foi exatamente o que aconteceu no Campeche, inclusive porque lá não conseguiu se implantar nenhum modelo específico. No entanto, ambos os exemplos utilizam-se das mesmas estratégias: focar na escala local e resistir às práticas e aos ditames do mercado turístico globalizado e hegemônico.

Portanto, o que o MCQV propunha para o turismo e para o planejamento urbano local estava dentro dessa perspectiva, de se repensar as escalas de análise, considerando que estas cumprem papel essencial no debate a respeito dos rumos da urbanização. Isso porque os modelos exógenos de empreendimentos turísticos – como grandes *resorts*, marinas ou parques temáticos que se difundem pelo planeta – e de urbanização – como os supracitados Milton Keynes e tecnópolis japonesas – representavam não só a exclusão da população local dos debates a respeito do seu futuro mas também, e necessariamente, a exclusão da população daquele espaço.

Essa forma de participação, *voluntária*, nos termos de Souza (2002), é uma das formas de “minimizar certas fontes de distorção”. Para o autor:

A ideia de que especialistas devem decidir em nome da maioria é uma falácia; na verdade, se poucos decidem e a maioria, ainda por cima, não tem chances de monitorar ou controlar adequadamente esses poucos, a probabilidade de corrupção ou de erros de avaliação [...] é bem maior (SOUZA, 2002, p. 334).

Além disso, Souza (2002) ressalta que esse tipo de participação tende a ampliar o sentimento de responsabilidade do/a cidadão/ã pelo resultado do processo do planejamento. Desse modo, a participação voluntária, como vista no caso do Campeche, representa um exercício de cidadania.

As propostas de atores e atoras do Campeche, organizados/as em torno do MCQV e expressos no *Plano Comunitário para a Planície do Campeche*, propõem resistências à narrativa hegemônica da cidade. Esse processo, apesar de limitado em seus resultados, possibilitou diferentes formas de se pensar a cidade e de relação com a construção da paisagem, reafirmando que os processos de planejamento e concretização são permeados pelas relações de poder, pelos arranjos políticos, pelas diferentes narrativas e pelas práticas sociais que podem tanto legitimar matrizes discursivas hegemônicas e suas respectivas lógicas espaciais quanto buscar fragmentá-las ao propor formas que lhes são alternativas. Essa diferença se expressa pela forma de construção do projeto urbano e econômico para a região, tanto no que diz respeito às suas propostas – concebidas de acordo com problemas concretos de quem ali vivia e estava em busca de soluções – quanto pela forma com que foi conduzida, construída passo a passo e coletivamente em inúmeras reuniões, como relatam atores e atoras que estavam presentes nesse processo.

Apesar desse movimento de resistência, a lógica do capital imobiliário vem se estabelecendo no Campeche, como em tantos outros lugares dessa cidade, por meio de condomínios de alto padrão, boa parte multifamiliares, e de grandes empreendimentos turístico-imobiliários. Esse modelo de urbanização, que visa à elitização de pontos do Campeche por meio da construção de condomínios para um público de alto poder aquisitivo, além de fazer apelo à natureza, à qualidade de vida e a símbolos relacionados a uma possibilidade de vida mais tranquila, já foi retratado em pesquisas anteriores (LENZI, 2010; 2013).

Algumas partes da orla da praia do Campeche vêm sendo ocupadas por grandes condomínios de edifícios, sobretudo uma parte específica, na qual esse processo está visivelmente consolidado: o Novo Campeche (Figuras 40 e 41).

Figura 40 - Loteamento Novo Campeche

Fonte: Disponível em: <<http://revista.zapimoveis.com.br/nova-menina-dos-olhos-praia-do-campeche-atrai-investimentos-imobiliarios-4092283-sc/>>. Acesso em: 15 set. 2015

Figura 41 - Loteamento Novo Campeche sobre área de dunas e restinga
 Fonte: Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Vb2LGm4Gnys/>>.
 Acesso em: 14 set. 2015

Segundo Elaine Tavares e Lázaro Daniel, o Novo Campeche fez parte das estratégias de aprovação de zoneamento que foram retalhando a cidade com alterações e liberações de construção em pequenas áreas, tal como apresentado anteriormente. Segundo Tavares (informação verbal), aquela ocupação “não deu pra barrar”. Ela explica que, além de tudo, o Novo Campeche foi construído sobre as dunas e segue argumentando que:

O Bar do Chico foi derrubado por isso [por estar sobre as dunas] e, ao mesmo tempo, nós temos aquilo ali [o Novo Campeche] em cima das dunas; nós temos a casa do Guga em cima das dunas, ali mais perto do Morro das Pedras; nós temos aquele novo condomínio que está sendo construído ali no final da [Avenida] Pequeno Príncipe; aquilo ali tudo a gente lutou muito, mas não conseguimos barrar. Por quê? Porque quando estava no processo de plano diretor, naquele vota, não vota, o que os vereadores faziam? Eles faziam as votações de mudança de zoneamento, então eles iam recortando a cidade. E a gente ia pra lá, fazia aquela bagunça toda, apanhava e não conseguia. Tudo aquilo ali foi derrota nossa, mas uma das coisas importantes que a gente não queria era aquela via expressa [que passaria sobre as dunas, paralela à orla], aquilo a gente conseguiu barrar até agora, não sei até quando nós vamos conseguir.

Assim, segundo Tavares e Daniel, o último plano diretor, aprovado em 2014¹⁸³, contemplou parte das reivindicações do Campeche, o que significa uma vitória para o Movimento. No entanto, como analisa Tavares (informação verbal):

Se formos fazer uma análise do Campeche, grande parte daquilo que o Campeche queria é atendido. Por exemplo, a questão [do gabarito] das construções ou de ficar a uma distância “x” da praia, tudo isso foi contemplado. Por exemplo, eles [o IPUF] queriam fazer uma via expressa e não fizeram. Então podemos dizer que o Campeche foi muito contemplado nas suas propostas. Mas acontece que nós não pensamos no Campeche sozinho, nós pensamos a cidade, então não podemos aprovar um plano que é favorável ao Campeche mas destrói o Saco dos Limões, destrói Canasvieiras, destrói um monte de bairros. [...] Não adianta favorecer um bairro ou outro. Isso também mostra como a prefeitura age na cidade, sem pensar nos interesses da cidade e sim nos interesses do capital.

Daniel (informação verbal) expõe que, além dessas vitórias:

O bom desse movimento foi que ele serviu de modelo para outros. Aí começaram a aparecer os movimentos, veio o do Ingleses-Santinho, depois veio aquele plano turístico de Santo Antônio de Lisboa-Sambaqui-Cacupé, o sul da ilha e vários outros. Foi um momento de resistência às mudanças que eles queriam fazer.

No entanto, como ele conclui, apesar da existência de movimentos de resistência ao modelo hegemônico, boa parte das alterações não é implementada pela via dos planos diretores, mas pelas alterações de zoneamento aprovadas na Câmara, o que, pelo que já foi apresentado, não é apenas uma característica nacional, vide o exposto por Duncan e Duncan (1984).

Com isso, registro que o Campeche, e boa parte do sul da ilha, sobretudo na última década, também entrou no foco do mercado imobiliário e vem sofrendo processos de especulação imobiliária. Isso também significa que este texto não está imerso em uma ideia romântica de que, nessa parte da cidade, por conta da união de seus/suas habitantes-ativistas, a lógica da urbanização baseada nos interesses do capital não se concretizou. No entanto, foi pela organização e pressão da população que o Plano, tal como queria a prefeitura, foi barrado.

Acredito que falar em resistência nos faz sonhar, remetemo-nos à utopia instantaneamente, à crença de que quem resiste às tramas do poder hegemônico merece vencer no final. Não foi assim que aconteceu no Campeche, não é assim

¹⁸³ Apesar de ter sido aprovado em 2014, a Justiça Federal determinou, em junho de 2015, que o Plano Diretor deve voltar para a Câmara de Vereadores após a realização de mais audiências públicas para sua legitimação. Até o momento, isso não foi resolvido.

que está acontecendo em Florianópolis. O que expus anteriormente foi um movimento de resistência a um modelo categórico voltado à privatização, especulação e elitização da paisagem do Campeche. Esse processo teve força para barrar esse modelo – representado pelo Plano de Desenvolvimento do Campeche, elaborado pelo IPUF – e suas consequências imediatas, mas não teve força suficiente para ter o seu próprio plano aprovado e colocado em ação – o Plano Comunitário do Campeche.

Pensando a resistência na esteira de Foucault (2013a), como pontos móveis e transitórios, sem as marcas do discurso hegemônico, sem reproduzir as verdades que vinham sendo instituídas e concretizadas para a cidade há anos, os focos de resistência gestados pelos movimentos sociais no Campeche também expõem seus limites e a forma como esse jogo de forças é desigual. Como venho mostrando ao longo da tese, a força dos acordos político-econômicos, dos meios de comunicação e da legislação naturaliza formas de ver e de dizer Florianópolis, limitando, em muito, as narrativas e as práticas que propunham alternativas ao discurso hegemônico que pensa e materializa uma cidade homogênea e para poucos. Esse discurso, supostamente, concretiza-se sem a participação de seus/suas habitantes.

A resistência, como a entendo no processo do Campeche, fala da emergência de uma tensão entre projetos de urbanização, de turismo, de cidade e de vida. Parte desse processo pode ser vislumbrado por meio da figura 42, especialmente se comprada à figura 35, de 1994: esse traçado peculiar e tão diferente daquele que pode ser visto na figura 28, de Jurerê Internacional, resistiu aos ideais megalomaníacos (e às linhas retas) explicitados pelas palavras *desenvolvimento*, *crescimento* e *modernização*, presentes nos modelos de paisagem para o Campeche desde fins da década de 1960.

Figura 42 - Foto-aérea do Campeche, 2012
 Fonte: Geoprocessamento Corporativo da PMF

CONSIDERAÇÕES FINAIS

De uma motivação inicial um tanto dispersa, nesta pesquisa, tracei caminhos para entender como se deu a invenção de Florianópolis como cidade turística. Nesse caminhar, por entre uma cidade e suas narrativas, percebi que textos e imagens não só narravam como também, ao narrarem, fabricavam essa cidade.

Muitas foram as idas e vindas para conseguir situar as narrativas em seus contextos de enunciação, dentro dos quais recobram suas especificidades e explicitam suas motivações estratégicas e suas conexões a ordens não apenas textuais ou imagéticas.

Em meio a essa trajetória, observei regularidades que regiam o funcionamento dessas narrativas e, de acordo com Foucault (2015), entendi que falavam da construção de uma verdade. Uma verdade que relacionava Florianópolis ao turismo por meio de discursos provenientes de instituições e pessoas que ocupavam posições legitimadas socialmente, ou seja, essas conexões vinham sendo enunciadas como verdadeiras por conta do *status* de quem as enunciava. O *status* de uma verdade mostrou-se, portanto, historicamente situado.

Dessa perspectiva, alcancei a compreensão, que transformei no fio central da trama desta tese, de que as palavras, os conceitos e as categorias de análise são, da mesma forma, contextuais: emergem, são ressignificados e se transformam em um determinado tempo-espço, ou seja, são acontecimentos. Não sendo naturais, têm suas definições e usos relativos a redes que são epistemológicas e também políticas e que conectam e/ou os levam a confrontar ideias. Do mesmo modo, o aparecimento de modelos de cidade, de concepções de turismo, de planos urbanos e de enunciados textuais e imagéticos são compreendidos no jogo de relações no qual se implicam.

Abordando o turismo como um acontecimento que, portanto, é singular e se transforma, busquei foi compreender as interfaces, as relações, as conexões, datadas e localizadas, que fabricaram uma cidade turística. E que, como estratégia discursiva, descolaram esse fenômeno de seu contexto e apresentaram-no como uma verdade.

Foucault (1997) afirma que um discurso não é somente um conjunto de signos, mas uma prática que forma os objetos sobre os quais fala. Um discurso não fala sobre algo que lhe é exterior, mas constrói ou institui aquilo do que fala. Nesse sentido defendo que a cidade turística é uma invenção discursiva e que os regimes de dizibilidade e de visibilidade, criados pelos enunciados verbais e imagéticos, participam ativamente da produção dessa cidade, produção que serve não só para turistas mas também para habitantes.

As análises dos discursos hegemônicos que fabricaram Florianópolis como cidade turística marcam esta pesquisa. Entender como se deu essa invenção passa pela compreensão desses discursos. Por isso a importância de conhecer as condições históricas que atravessaram práticas e estratégias políticas de instituições públicas e privadas que instituíram, ao longo das últimas cinco décadas, o turismo como uma verdade em Florianópolis.

A exposição dos condicionantes históricos, políticos e econômicos seguiu uma periodização. Os períodos apresentados são abertos uns aos outros e expressam a maneira que encontrei de mostrar as diferentes formas pelas quais o turismo foi instituído como uma verdade para a cidade. Considero que essas transformações devem ser vistas como mudanças na organização e na sistematização das formas de ver e de dizer a cidade, bem como mudanças institucionais e diferentes arranjos entre empresariado, governantes e habitantes. As relações turísticas não são um fluxo causal que estende seus efeitos sobre o espaço da cidade, mas conjuntos de acontecimentos que enredam o próprio espaço, não como um sujeito, mas de acordo com suas significações sociais.

O breve prelúdio a respeito de práticas balneárias que ainda não eram consideradas turísticas foi uma reflexão sobre a dificuldade de compreender a história de uma forma não linear. A pretensão de tratar dessas práticas foi, em parte, mostrar que o turismo nasceu de uma intencionalidade, de um projeto político de governo, com vistas a desenvolver e a modernizar a cidade para transformá-la no polo de sua desejada Região Metropolitana. Desse modo, a invenção da cidade turística não foi um efeito das práticas de veranistas locais e pescadores estrangeiros; o que aconteceu foi uma mudança de significado da paisagem que, atravessada por novos discursos, possibilitou a emergência do turismo como uma política institucional, rompendo com a especificidade dessas outras práticas.

A noção de invenção da cidade ajuda a desnaturalizar a prática turística em Florianópolis e a compreender que a história não é um fluxo contínuo que teria a paisagem como seu resultado visível. As invenções, os usos e os significados das paisagens e dos conceitos estão amarrados a interesses políticos e a seus contextos de enunciação. Desse modo, a cidade turística é uma construção baseada em uma conjunção de discursos que organizaram uma realidade e não apenas o resultado da inserção de uma atividade econômica num lugar inerte.

A atenção às produções midiáticas deve-se a sua participação ativa no processo de invenção dos lugares. Jornais e revistas, por interpretarem os acontecimentos, respondem a interesses próprios e compõem as redes de significados da cidade e não só retratam ou noticiam fatos. A paisagem, que passa a ser lida, ouvida e vista através dos meios de comunicação, contribui para a naturalização de sua “vocaço” e para a legitimao dessa verdade discursiva.

Todo o acervo documental analisado nesta pesquisa contribuiu para o entendimento da eficcia dessas narrativas na inveno da Florianpolis trstica nos moldes institidos pelo poder hegemnico, como a paradigmtica paisagem de Jurer Internacional.

No entanto, as contestaes aos discursos hegemnicos desarrumam as prticas que lhes so relativas, ou seja, suas concepes e diretrizes, bem como seus instrumentos de poder e de controle do espao. Assim, aquilo que parecia natural, entre ideias, modelos, legislao e paisagens, passa a ser compreendido como expresso de interesses polticos e econmicos de grupos especficos e que, portanto, podem ser transformados.

A resistncia, exemplificada pelo processo vivido no Campeche, apesar de no ter virado notcia nas revistas de circulao nacional e pouco visvel nos jornais locais, foi extremamente significativo para a histria da urbanizao da cidade, no fosse isso, aquela regio seria somente mais um reflexo de projetos urbanos megalomanacos.

A hierarquia estabelecida no dilogo entre planejadores/as e populao uma questo poltica e no tcnica. O caso do Campeche evidencia que no foi a falta de conhecimento, anlise e estudos tcnicos o que impediu de se considerar o *Plano Comunitrio* vlido, j que o Movimento Campeche Qualidade de Vida defendia seu plano de urbanizao ancorado em relatrios elaborados por

especialistas. O conjunto de procedimentos que partiram do IPUF era considerado mais verídico que o do MCQV, apesar de técnico em igual grau. Isso mostra que o poder da verdade está vinculado a quem ocupa uma posição hegemônica nessa rede de poderes e que as formas de dizer uma verdade só são legítimas quando vinculadas às formas de hegemonia social, econômica e cultural, como expõe Foucault (2014).

A reflexão a respeito do Novo Campeche, que nada mais é do que a expressão da força do capital turístico-imobiliário que, por meio das mudanças de zoneamento pontuais aprovadas na Câmara Municipal, promove a fragmentação e a segregação urbanas, levou-me a pensar em como os prefixos “novo” e “nova” estão tão presentes em assentamentos urbanos e epistemológicos simultaneamente.

Esse loteamento – o Novo Campeche –, por um lado, nada tem de “novo”, pois não passa de uma repetição do modelo de urbanização em curso em Florianópolis desde a década de 1970. No entanto, nesse nosso mundo “ocidental”, onde a linguagem, que é política, social, cultural e econômica, descarta os “velhos”, esse “novo”, que é também uma expressão do neo(liberal), não busca mais do que mostrar que aquilo que foi construído historicamente, de forma “desordenada”, local e humana, não serve mais e precisa ser substituído pelos novos, pelos “Jurerês” e pelas “Miamis”, mais retificados, mais “planejados”, de acordo com modelos internacionais de urbanização e de arquitetura.

Por outro lado, o que falar da novidade da Nova Geografia Cultural? Entendo que nas discussões epistemológicas, o prefixo “novo” ou “nova” tem outro significado que não o que expus com relação ao Campeche. A “nova”, no caso da Nova Geografia Cultural, não significou a negação de toda uma construção histórica, mas sim sua ressignificação que partiu de críticas às concepções até então trabalhadas, que tinham sentido para aquele momento histórico-epistemológico, mas que já não têm para esse outro contexto, no qual distintas questões políticas e sociais emergem. Essa “nova” leitura da paisagem leva em conta outras possibilidades de compreensão do mundo, ausentes, por inúmeros motivos, das pesquisas de Sauer e de seus/suas seguidores/as. A paisagem, quando naturalizada enquanto forma, tal como a encarava Sauer, naturaliza também o seu processo, o seu movimento, e permite tornar-se mais um instrumento da reprodução do *status quo*, da segregação socioespacial e de tantas outras formas de marginalização urbanas atuais.

Espaços, paisagens, lugares, territórios, países, cidades, ruas... categorias que designam a dimensão espacial, seja qual for a escala, são produções sociais, parte de processos políticos com significados determinados historicamente, e não dados científicos ou divisões naturais. Jamais podem ser “*taken for granted*”¹⁸⁴, tal como critica Duncan (1990), pois, quando isso acontece, o que prevalece é a estratégia de manutenção ou acirramento das desigualdades, das discriminações e dos preconceitos espaciais.

Registro que a caminhada percorrida nesta tese foi marcada pela compreensão de que as bagagens teóricas que eu trazia, embora importantes para chegar aonde estava, tinham se tornado inadequadas para seguir o caminho que imaginava trilhar. Essas bagagens não foram abandonadas de uma só vez ou com total desapego. Esse desprendimento aconteceu ao longo de meses, num processo latente até esse momento. Acostumada que estava a uma forma de compreender o espaço e a paisagem e de traçar caminhos para percorrê-los, demorei-me nas incertezas dessa nova trajetória que estava prestes a encarar.

Tenho claro que minha dificuldade em deixar teorias, conceitos, métodos e palavras, com os quais já tinha certa proximidade e conforto, foram parte da minha entrega para essa nova perspectiva teórica, mas limitou, sobretudo por causa do tempo, as possibilidades de aprofundamento em algumas das análises. Encaro isso como um limite que se configura como parte do próprio processo da pesquisa.

Todas as pesquisas têm seus próprios limites, e tenho claro que essa abertura, não só teórico-metodológica mas também no que diz respeito a novos objetos para novas pesquisas, é um ponto fundamental em minha trajetória, que nesta tese viu o início de seu amadurecimento. Assumo, portanto, que este estudo tem limites que não são apenas da pesquisa mas também da pesquisadora, pois reflete tanto um processo de investigação quanto o de minha formação como pesquisadora. Ambos os processos, que falam de experiências que se cruzam, estão conectados e aparentam ser intermináveis.

Em vários momentos da pesquisa, vi-me em encruzilhadas, em lugares que necessariamente eu precisava escolher por onde seguir. Isso aconteceu tanto teoricamente, quando decidi enfrentar a leitura do livro de James Duncan *The city as text* e da imensa e complexa bibliografia de Michel Foucault, quanto nas idas aos

¹⁸⁴ Presumidas, dadas como certas, naturalizadas.

arquivos, quando selecionava quais reportagens seriam fotografadas e quais não seriam, e na escolha das pessoas a serem entrevistadas. Todos esses atos foram intencionais e marcaram os rumos desta pesquisa.

O diálogo com Duncan permitiu-me problematizar muitas das ideias sedimentadas a respeito de conceitos e categorias da Geografia com os quais eu dialogava, possibilitando uma grande abertura teórico-metodológica nesta tese. As leituras de Foucault, por sua vez, abriram-me para as relações de poder no processo de invenção da cidade turística e para as múltiplas interações que constituem as dimensões espaciais da vida social. Já as compreensões de espaço e lugar trazidas por Doreen Massey, que também atravessaram esta tese, apresentaram enormes contribuições para questionar uma visão estática da dimensão espacial, ainda predominante na Geografia brasileira. Como expõe Massey (2000; 2008) e como explorei ao longo da tese, essa dimensão é uma construção relacional e não comporta essências, mas constitui-se por interações sociais de forma processual.

Essas escolhas, que são parte do aprender a pesquisar, representam ganhos teóricos e práticos, mas também silenciamentos que nada mais são do que novos campos a serem explorados e que ficam abertos para novos trabalhos. Dentre esses novos campos que merecem ser explorados, destaco: a dimensão política do discurso acadêmico sobre o turismo, que, a princípio, seria abordada nesta pesquisa, mas que optei por não aprofundar; um mergulho no estudo da legislação urbana, na perspectiva genealógica, considerando palavras, conceitos e suas conexões às redes políticas em seus contextos históricos; a “feminização” da cidade para oferecimento ao turismo: a “cidade-mulher”, a “cidade-moça”, a “cidade-menina”, as “curvas da paisagem natural” e também a “beleza das nativas” que são ofertadas desde muito aos turistas (agora, exclusivamente no masculino) e que seguem sendo um dos chamarizes de Florianópolis; as práticas turísticas resistentes e não hegemônicas, no sentido das performances turísticas que fogem às regras das agências e dos guias de viagem, como o turismo farofeiro, prática que era tão comum até poucos anos atrás, quando as praias da ilha, hoje tão próximas, eram tão distantes. Acredito também nessa forma de resistência, que pode ser micro em termos de mídia mas que é macro no cotidiano e que incomoda, e muito, a elite.

Outra questão que também merece mais reflexão é a designação de Foucault como o “historiador dos espaços” (ALBUQUERQUE Jr., 2008) ou como o “novo cartógrafo” (DELEUZE, 2005). Que espaços seriam esses?

Os espaços trabalhados por Foucault, o hospício e a prisão, por exemplo, são locais de visibilidade relativos a campos de dizibilidade; o discurso médico é relativo ao hospício e o discurso da delinquência à prisão (DELEUZE, 2005). Prisão e cidade são dimensões espaciais distintas. Caso eu considerasse o espaço tratado nesta tese do mesmo modo que Foucault considerou os espaços que analisou, possivelmente, cairia na lógica do espaço como resultado, seja da história, seja do discurso, seja da sociedade – categorias vivas que historicamente se contrapõem à “inércia” espacial. Portanto, quando considero o espaço como discurso, estou dizendo que esse espaço não pode ser resumido a um campo de visibilidade. Se o espaço está ligado a sistemas de poder, se ele é discurso, ele também age nessa produção discursiva e, mais do que tudo, é parte da produção da verdade.

Apesar de não ter feito parte dos anseios e possibilidades desta pesquisa debater a espacialidade ou o espaço em Foucault com profundidade, entendo que a compreensão de espaço do filósofo não é a mesma compreensão que rege a paisagem urbana de Duncan (1990) e Duncan e Duncan (1984, 2001) ou o espaço de Massey (2008).

Como um parênteses, ainda é importante registrar que, em dado momento da pesquisa, as questões ambientais apareceram com força e fizeram-me pensar em dedicar mais páginas a esse assunto. No entanto, para não abrir mais um capítulo para analisá-las com a profundidade que lhes é devida, optei por deixar isso para um próximo trabalho. Como mostrei ao longo do texto, nas décadas de 1980 e 1990, o movimento ambiental foi responsável por questionar os rumos do planejamento urbano de Florianópolis, visto que esses/as ativistas não só problematizavam o destino de mangues, dunas e encostas mas entendiam que a resistência promovida pelos movimentos ambientais era também um processo de resistência ao capital turístico-imobiliário que se impunha na cidade.

Por fim, compreendo que o planejamento urbano que vem se concretizando em Florianópolis responde a modelos externos e caminha sem a real participação da população. Os planos diretores, documentos que regem os instrumentos de controle do espaço urbano, são atravessados por discursos das mais diversas ordens, que

deliberam sobre formas de uso e ocupação do espaço, normas construtivas, áreas verdes, áreas de preservação, entre outros fatores que determinam quem pode ocupar qual área da cidade, já que esses instrumentos são definitivos na valoração da terra urbana.

O pretenso universalismo desses instrumentos, inchados pelos discursos técnicos, especializados, incompreensíveis e, muitas vezes, alheios às necessidades de habitantes, e mesmo de turistas, deve ser revisto. A participação da população na construção da cidade ocorre cotidianamente, no entanto, precisa ser legitimada, ou seja, o conhecimento da população deve ser elevado a um *status* que o considere não apenas como uma reivindicação mas também como um saber sobre a cidade.

REFERÊNCIAS¹⁸⁵

ACSELRAD, Henri. Sentidos da sustentabilidade urbana. In: _____. (Org.). *A duração das cidades: sustentabilidade e risco nas políticas urbanas*. Rio de Janeiro: DP&A Ed.; CREA-RJ, 2001. p.27-56.

_____. Discursos da sustentabilidade urbana. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*. n. 1, p. 79-90, maio 1999.

ALBUQUERQUE JR., Durval Muniz. *História: a arte de inventar o passado*. Ensaios de teoria da história. Bauru: Edusc, 2007.

_____. Às margens d'O Mediterrâneo. Michel Foucault, historiador dos espaços. In: ALBUQUERQUE Jr., D. M.; VEIGA-NETO, A.; SOUZA FILHO, A. (org.). *Cartografias de Foucault*. Belo Horizonte: Autêntica, 2008. p. 93-107.

_____. O Tecelão dos Tempos: o historiador como artesão das temporalidades. *Revista Eletrônica Boletim do Tempo*, Rio de Janeiro, ano 4, n. 19, n.p., 2009.

_____. *A invenção do Nordeste e outras artes*. São Paulo: Cortez, 2011.

_____. *A feira dos mitos: a fabricação do folclore e da cultura popular (Nordeste – 1920-1950)*. São Paulo: Intermeios, 2013.

ARANTES, Otilia. Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas. In: _____. VAINER, C; MARICATO, E. *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 11-74.

ARAÚJO, Hermetes Reis de. *A invenção do litoral. Reformas urbanas e reajustamento social em Florianópolis na Primeira República*. 1989. 183f. Dissertação (Mestrado em História) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1989.

ASSIS, Leonora Portela. *Planos, Ações e Experiências na Transformação da “pacata” Florianópolis em Capital Turística*. 2000. 127 f. Dissertação (Mestrado em História) - Universidade Federal de Santa Catarina, 2000.

¹⁸⁵ De acordo com a Associação Brasileira de Normas Técnicas. NBR 6023.

AUSTIN, John. *Quand dire, c'est faire*. Paris: Editions du Seuil, 1970.

BARRETTO, Margarita; BURGOS, Raúl; FRENKEL, David. *Turismo, políticas públicas e relações internacionais*. Campinas: Papirus, 2003.

BECKER, Bertha. Políticas e planejamento do turismo no Brasil. In: YÁZIGI, E. et al. (Org.). *Turismo: espaço, paisagem e cultura*. São Paulo: Hucitec, 2002. p. 181-192.

BENEVIDES, Ireleno. O Prodetur-CE: o planejamento territorial do turismo como caso de planejamento governamental no Ceará. In: RODRIGUES, A.B. (Org.). *Turismo e Geografia: Reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 163-176.

BERDOULAY, Vincent. *Des Mots et des Lieux*. La dynamique du discours géographique. Paris: CNRS, 1988.

BERTONCELLO, Rodolfo. Turismo y territorio. Otras practicas, otras miradas. *Aportes y Transferencias*, Mar del Plata, v. 6, n. 2, p.29-50, 2002.

_____. Turismo, territorio y sociedad. El 'mapa turístico de la Argentina'. In: LEMOS, A. I.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L (Org.). *América Latina: cidade, campo e turismo*. São Paulo: CLACSO, 2006. p. 317-335.

BITENCOURT, Suzana. *Castelos de Areia: o turismo de litoral em Florianópolis (1930-1980)*. 2005. 166 f. Dissertação (Mestrado em História) –Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

BONDI, Liz. Gender symbols and urban landscapes. *Progress in Human Geography*, v. 16, p. 157-170, 1992.

BORGHI, Rachele. De l'espace genré à l'espace «queerisé». Quelques réflexions sur le concept de performance et sur son usage en géographie. *ESO*, n. 33, p. 109-116, juin. 2015.

BOOTH, Wayne; COLOMB, Gregory; WILLIAMS, Joseph. *A arte da pesquisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2008. p. 85-107.

BUTLER, Judith. *Gender Trouble: feminism and the subversion of identity*. New York/London: Routledge, 2007.

CAMPOS, Edson Telê. *A expansão imobiliária e seus impactos ambientais em Florianópolis*. Florianópolis: Insular, 2004.

_____. *A expansão urbana na região metropolitana de Florianópolis e a dinâmica da indústria da construção civil*. Florianópolis: Insular, 2010.

CAMPOS, Nazareno José de. *Terras comunais na Ilha de Santa Catarina*. Florianópolis: FCC/Edufsc, 1991.

CANDIOTTO, Cesar. Verdade e diferença no pensamento de Michel Foucault. *KRITERION*, Belo Horizonte, n. 115, p. 203-217, jun. 2007.

CARVALHO, Caio Luiz de. *Políticas Públicas no Turismo Brasileiro – A Cidade de São Paulo e a Construção de sua Identidade Turística*. 2009. 232f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicação e Artes, USP, São Paulo, 2009.

CASTRO, Edgardo. *Diccionario Foucault. Temas, conceptos, autores*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2011.

_____. *Introdução a Foucault*. Belo Horizonte: Autêntica Ed., 2014.

_____. *Vigiar e punir*. 40 anos. Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina, 2015. (Comunicação oral).

CENTRO DE ESTUDOS CULTURA E CIDADANIA (CECCA). *Uma cidade numa ilha: relatório sobre os problemas socioambientais da Ilha de Santa Catarina*. Florianópolis: Insular, 1996.

CHAPUIS, Amandine. Performances touristique : d'une métaphore à un cadre de pensée géographique renouvelé. *Mondes du Tourisme*, N. 2. dez., 2010, p. 44-56.

_____. *Performances touristiques et production des identités spatiales individuelles à Amsterdam*. 2012. 452f. (Tese) Doutorado em Geografia. Université Paris I, Paris, 2012.

CHÂTELET, François; DUHAMEL, Olivier; PISIER-KOUCHNER, Évelyne. *História das ideias políticas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.

CHAUÍ, Marilena. *Cultura e democracia: o discurso competente e outras falas*. São Paulo: Moderna, 1981.

CLAVAL, Paul. *A geografia cultural*. Florianópolis: Edufsc, 1999.

_____. O papel da Nova Geografia Cultural na compreensão da ação humana. In: CORRÊA, R.L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). *Matrizes da Geografia Cultural*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2001. p. 35-86.

COMISSÃO MUNDIAL SOBRE MEIO AMBIENTE E DESENVOLVIMENTO. *Nosso futuro comum*. 2. ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV, 1991.

COMPANS, Rose. *Empreendedorismo Urbano*. São Paulo: Ed. UNESP, 2005.

CORBIN, Alain. *Território do vazio: a praia e o imaginário ocidental*. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

CORRÊA, Roberto Lobato. Carl Sauer e a Escola de Berkeley – uma apreciação. In: _____; ROSENDAHL, Z. (Org.). *Matrizes da Geografia Cultural*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 2001. p. 9-33.

_____. Sobre a Geografia Cultural. In: *Contribuições*. Disponível em: <www.ihgrgs.org.br/Contribuicoes/Geografia_Cultural.htm>. Acesso em: 13 dez. 2014. p. 1-9.

COSGROVE, Denis. A Geografia está em Toda parte: Cultura e Simbolismo nas Paisagens Humanas. In: CORRÊA, R.L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). *Paisagem, tempo e cultura*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998. p. 92-123.

_____. *Geography & Vision: seeing, imagining and representing the world*. London: I. B. Tauris, 2008.

CHRISTOFFOLI, Angelo Ricardo; SANTOS, Roselys Izabel. Cabeçudas 1910-1930: a praia como padrão de conduta social. *Turismo: Visão e Ação*. n. 7, p. 105-112, out. 2000/mar. 2001.

CRUZ, Rita de Cássia. *Política de Turismo e Território*. São Paulo: Contexto, 2001.

DANTAS, Eustógio Wanderley Correia. Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste Brasileiro (1995 a 2005): PRODETUR-NE, o Divisor de Águas. In: _____. et al. (Org.). *Turismo e imobiliário nas metrópoles*. Rio de Janeiro: Letra Capital, 2010. p. 35-54

DEÁK, Csaba. O processo de urbanização no Brasil: Falas e façanhas. In: _____. SCHIFFER, S. R. (Org.). *O Processo de Urbanização no Brasil*. São Paulo: Edusp, 1999. p. 9-18.

DELEUZE, Gilles. *Foucault*. São Paulo: Brasiliense, 2005.

DE MASI, Domenico; PALUMBO, Stefano (Coord.). *O futuro do turismo em Santa Catarina: previsões entre 2007 e 2011*. Tubarão: Unisul, 2007.

DREYFUS, Hubert L.; RABINOW, Paul. *Michel Foucault: uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013.

DUNCAN, James S. *The city as text: the politics of landscape interpretation in the Kandyen kingdom*. Cambridge: Cambridge University Press, 1990.

_____. O supra-orgânico na Geografia Cultural Americana. In: CORRÊA, R.L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). *Introdução à Geografia Cultural*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003. p. 63-102.

_____. DUNCAN, Nancy. A Cultural analysis of urban residential landscapes in North America: the case of the anglophile elite. In: AGNEW, J. et. al. *The City in Cultural Context*. Massachusetts: Allen & Unwin, 1984. p. 255-276.

_____. (Re) Lire le paysage. In: STASZAK, J.-F. et al. *Géographies Anglo-Saxonnes. Tendances contemporaines*. Paris: Belin, 2001. p. 212-225.

_____. Doing Landscape Interpretation. In: DELYSER, D. et al. (org.). *The SAGE Handbook of Qualitative Geography*. Los Angeles: SAGE Publications, 2010. p. 1-26. Disponível em:

<http://kodu.ut.ee/~cect/teoreetilised%20seminarid_2010/maastiku_uurimisrühma_seminar/Duncan&Duncan.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2015.

FERREIRA, Sérgio Luiz. *O Banho de Mar na Ilha de Santa Catarina*. Florianópolis: Ed. das Águas, 1998.

FISCHER, Rosa Maria Bueno. Foucault e a análise do discurso em educação. *Cadernos de Pesquisa*, n. 114, p. 197-223, nov. 2001.

FOUCAULT, Michel. Sobre a Arqueologia das Ciências. Resposta ao Círculo Epistemológico. In: _____ et al. *Estruturalismo e Teoria da Linguagem*. Petrópolis: Vozes, 1971. p. 9-55.

_____. *Vigiar e punir*. Petrópolis: Ed. Vozes, 1977.

_____. *O nascimento da clínica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1994.

_____. *A Arqueologia do saber*. 5. ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1997.

_____. *A verdade e as formas jurídicas*. Rio de Janeiro: NAU Ed., 2003.

_____. *A ordem do discurso*. São Paulo: Edições Loyola, 2012a.

_____. *Ditos e escritos, volume IV: estratégia, poder-saber*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012b.

_____. *História da sexualidade I: A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Edições Graal, 2013a.

_____. O Sujeito e o Poder. In: DREYFUS, Hubert L.; RABINOW, Paul. *Michel Foucault: uma trajetória filosófica: para além do estruturalismo e da hermenêutica*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2013b, p. 273-295.

_____. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2015.

GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. e GASKELL, G. (Org.). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Um manual prático. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 244-270.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das Culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GOMES, Paulo Cesar da Costa. *A condição urbana*: ensaios de geopolítica da cidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

GONÇALVES, Tiago Cargnin. *A urbanização turística de Florianópolis*: o papel das redes hoteleiras nacionais e internacionais. 2010. 109 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) – Departamento de Geociências, Universidade Federal de Santa Catarina Florianópolis, 2010.

GREGSON, Nicky; ROSE, Gillian. Taking Butler elsewhere: performativities, spatialities and subjectivities. *Environment and Planning D: Society and Space*, v. 18, p. 433-452, 2000.

GRILLO, Sheila Vieira de Camargo. *A produção do real em gêneros do jornal impresso*. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2004.

GUIMARÃES, Valéria Lima. *O turismo levado a sério*: discursos e relações de poder no Brasil e na Argentina (1933 – 1946). 2012. 333 f. Tese (Doutorado em História Comparada) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

GÜTTLER, Maria Aparecida Castro Cesar. *A comunicação do turismo em Florianópolis*. 2002. 501 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Departamento de Geociências, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2002.

HENRIQUES, Eduardo Brito. Vender a cidade, ou as lógicas e as estratégias do marketing urbano. *Finisterra*, v. XXIX, n. 58, p. 403-406, 1995.

_____. *A Lisboa turística, entre o imaginário e a cidade*: a construção de um lugar turístico urbano. Lisboa: Edições Colibri, 1996.

_____. *Distância e Conexão*. Insularidade, relações culturais e sentido de lugar no espaço da Macaronésia. Lisboa: Instituto Açoriano de Cultura/Centro de Estudos Geográfico da Universidade de Lisboa, 2009.

JANUÁRIO, Sérgio Saturnino. *Organização, ação e representação de interesses do empresariado do setor turístico em Florianópolis*. 1997. 136 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Programa de Pós-graduação em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1997.

JOHNSTON, Lynda. *Queering Tourism. Paradoxical performances at gay pride parades*. New York, Routledge, 2005.

KNAFOU, Remy. L'invention du lieu touristique. La passation d'un contrat et le surgissement simultané d'un nouveau territoire. *Revue de Géographie Alpine*, v. 79, n. 4, p. 11-20, 1991.

_____. Turismo e Território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, A. B. (Org.). *Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec, 1996. p. 62-74.

LAGO, Paulo Fernando. *Florianópolis: a polêmica urbana*. Florianópolis: Fundação Franklin Cascaes, 1996.

LECOURT, Dominique. A Arqueologia e o Saber. In: FOUCAULT, M. et al. *O homem e o discurso (a arqueologia de Michel Foucault)*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2008.

LEME, Maria Cristina. A formação do pensamento urbanístico no Brasil, 1895-1965. In: _____. (Org.). *Urbanismo no Brasil – 1895-1965*. São Paulo: Studio Nobel; FAUUSP; FUPAM, 1999. p. 20-38.

LENZI, Maria Helena. *Das imagens à ausência. Das imagens, a ausência: um estudo geográfico sobre a ilusão do tempo nas imagens de Florianópolis*. 2010. 113 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Departamento de Geociências, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2010.

_____. O circuito das imagens da cidade de Florianópolis: uma etnografia virtual. *Cadernos NAUI*, v. 2, p. 34-53, 2013.

LOHN, Reinaldo Lindolfo. *Pontes para o Futuro: relações de poder e cultura urbana. Florianópolis, 1959 a 1970*. 2002. 442 f. Tese (Doutorado em História) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2002.

_____. Relações políticas e ditadura: do consórcio autoritário à transição controlada. In: BRANCHER, A.; LOHN, R. (Org.). *Histórias na ditadura*: Santa Catarina: 1964-1985. Florianópolis: Edufsc, 2014. p. 17-60.

MCDOWELL, Linda. A transformação da geografia cultural. In: GREGORY, D.; MARTIN, R.; SMITH, G. (Org.). *Geografia humana*: sociedade, espaço e ciência social. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.

MACHADO, Ewerton Vieira. *Florianópolis*: um lugar em tempo de globalização. 2000. 272 f. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Faculdade de Filosofia, Ciências Humanas e Letras, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

MACHADO, Roberto. *Foucault, a ciência e o saber*. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

MAINGUENEAU, Dominique. *Gênese dos discursos*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MARCELINO, Ana Maria Teixeira. O turismo e sua influência na ocupação do espaço litorâneo. In: RODRIGUES, A.B. (Org.). *Turismo e Geografia*: Reflexões teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 2001. p. 177-183.

MARICATO, Ermínia. As ideias fora do lugar e o lugar fora das ideias. Planejamento urbano no Brasil. In: ARANTES, O.; VAINER, C; MARICATO, E. *A cidade do pensamento único*: desmanchando consensos. Petrópolis: Vozes, 2000. p.121-192.

MASSEY, DOREEN. Um sentido global do lugar. In: ARANTES, Antônio A. (org.). *O espaço da diferença*. Campinas, SP: Papiurus, 2000. p. 176-185.

_____. *Pelo espaço*. Uma nova política da espacialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MATTOS, Fernando Marcondes. *Saga de um visionário*. Florianópolis: Edeme, 2007.

MINGORI, Jussara. *O desenvolvimento turístico na Ilha de Santa Catarina*: dos percalços do turismo massivo às proposições de um turismo sustentável – a análise do Projeto Ambiente Sul. 2001. 165 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) – Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política, Universidade Federal de Santa Catarina, 2001.

MIOSSEC, Jean-Marie. L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme. *Annales de Géographie*, v. 86, n. 473, p. 55-70, 1977.

MORAES, Antônio Carlos Robert. Foucault e a Geografia. In: TRONCA, Ítalo (Org.). *Foucault Vivo*. Campinas: Pontes, 1987. p. 127-136.

_____. *Capitalismo, Geografia e Meio Ambiente*. 2000. 201 f. Tese (Livre Docência em Geografia) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2000.

_____. Formação Territorial e Políticas Ambientais no Brasil. In: RIBEIRO, W.C. *Patrimônio Ambiental Brasileiro*. São Paulo: Edusp; Imprensa Oficial do Estado de São Paulo, 2003.

MORETTO NETO, Luís. *A atividade turística e o desenvolvimento sustentado*. Estudo de caso: O Balneário de Ingleses e o Projeto Costa Norte – Ilha de Santa Catarina, no período de 1960-1990. (Volume II). Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1993.

MOURA, Rosa. O Turismo no Projeto de Internacionalização da Imagem de Curitiba. *Turismo – Visão e Ação*, v. 9, n. 3. p. 341-357, set./dez. 2007.

NHAMPOCA, Joaquim. *Os três Cs da África (crises, catástrofes, conflitos) e a desconstrução do rótulo*. Florianópolis, Universidade Federal de Santa Catarina, 2015 (Comunicação oral).

OLIVEIRA, Maria Conceição de. *Representações sociais do turismo na praia do Campeche – Ilha de Santa Catarina: por uma abordagem interdisciplinar*. 2003. 379 f. Tese (Doutorado Interdisciplinar em Ciências Humanas) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003.

OURIQUES, Helton Ricardo. *Turismo em Florianópolis: uma crítica à “indústria pós-moderna”*. Florianópolis: Ed. UFSC, 1998.

_____. *A produção do turismo: fetichismo e dependência*. Campinas: Alínea, 2005.

PEREIRA, Elson Manoel. *Gestão do Espaço Urbano: Um estudo de caso das áreas central e continental da cidade de Florianópolis*. 1992. 161 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1992.

_____. A importação de conceitos modernistas no planejamento urbano de Florianópolis. In: SEMINÁRIO DE HISTÓRIA DA CIDADE E DO URBANISMO, 6., 2000, Natal. *Anais do VI Seminário de História da Cidade e do Urbanismo*. Natal: ANPUR, 2000. p. 1-15.

PHILO, Chris; KEARNS, Gerry. Culture, History, Capital: A Critical Introduction to the Selling of Places. In: PHILO, C.; KEARNS, G. (Org.). *Selling places. The city as cultural capital, past and present*. Oxford: Pergamon Press, 1993. p. 1-32.

PIMENTA, Margareth Afeche. Florianópolis como espaço do público. In: _____. (Org.). *Florianópolis do outro lado do espelho*. Florianópolis: Ed. UFSC, 2005. p. 35-60.

RAFFESTIN, Claude. Could Foucault have Revolutionized Geography? In: CRAMPTON, J.; ELDEN, S. *Space, knowledge and power: Foucault and geography*. Hampshire: Ashgate, 2007. p. 129-137.

RAGO, Margareth. As marcas da pantera: Michel Foucault na historiografia brasileira contemporânea. *Anos 90*, Porto Alegre, v. 1, n. 1, p. 121-143, maio 1993.

_____. O efeito-Foucault na historiografia brasileira. *Tempo Social*, São Paulo, v. 7, n. 1/2, p. 67-82, out. 1995.

RIBEIRO, Luiz César de Queiroz; CARDOSO, Adauto Lucio. Planejamento urbano no Brasil: paradigmas e experiências. *Espaço & Debates*, v. XIV, n. 37, p. 77-89, 1994.

RIZZO, Paulo Borges. *Do urbanismo ao planejamento urbano: Utopia e Ideologia. Caso de Florianópolis – 1950 a 1990*. 1993. 119 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Departamento de Geociências, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1993.

_____. A natimorta Tecnópolis do Campeche em Florianópolis – delírio de tecnocratas, pesadelo dos moradores. In: PIMENTA, M.C.A. (Org.). *Florianópolis do outro lado do espelho*. Florianópolis: Edufsc, 2005. p. 61-84.

_____. *O planejamento urbano no contexto da Globalização: caso do Plano Diretor do Campeche em Florianópolis, SC*. 2013. 327 f. Tese (Doutorado em Geografia) –

Departamento de Geociências, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

RODRIGUES, Adyr Balastrieri. *Turismo e Espaço. Rumo a um conhecimento transdisciplinar*. São Paulo: Hucitec, 1997.

_____. Desafios para os estudiosos do turismo. In: _____ (Org.). *Turismo e Geografia: reflexes teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec, 2001, p. 17-32.

_____. *Turismo. Modernidade. Globalização*. São Paulo: Hucitec, 2002.

_____. Turismo e territorialidades plurais – lógicas excludentes ou solidariedade organizacional. In: LEMOS, A. I.; ARROYO, M.; SILVEIRA, M. L. *América Latina: cidade, campo e turismo*. São Paulo: CLACSO, 2006.

ROLNIK, Raquel. *A Cidade e a Lei – Legislação, Política Urbana e Territórios na Cidade de São Paulo*. São Paulo: Edusp; Nobel, 1997.

ROSE, Gillian. *Feminism and geography: the limits of geographical knowledge*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1993.

_____. Situating knowledges: positionality, reflexivities and other tactics. *Progress in Human Geography*, v. 21, n. 3, p. 305-320, 1997.

_____. *Visual Methodologies: An introduction to the interpretation of visual materials*. London: SAGE Publications, 2005.

RUSCHMANN, Doris. *Marketing turístico: um enfoque promocional*. 2. ed. Campinas: Papirus, 1995.

SAID, Edward. *Orientalismo: o oriente como invenção do Ocidente*. São Paulo: Cia. de Bolso, 2007.

SÁNCHEZ, Fernanda. Políticas urbanas em renovação: uma leitura crítica dos modelos emergentes. *Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais*, Rio de Janeiro, n. 1, p. 115-132, maio 1999.

_____. Reinvenção das cidade na virada de século: agentes, estratégias e escalas de ação política. *Revista de Sociologia Política*, Curitiba, n. 16, p. 31-49, jun. 2001.

_____. *A reinvenção das cidades para um mercado mundial*. Chapecó: Argos, 2003.

SANTOS, Cristina. *Planejamento turístico e seus reflexos no processo de urbanização nas praias de Canasvieiras e Jurerê Internacional*. 1993. 247 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Departamento de Geociências, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1993.

SANTOS, Milton. *Por uma outra globalização*. Do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.

_____. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Edusp, 2002.

SARMENTO, João. Geografia Cultural e Geografia do Turismo: Configurações para o final da década de 90. In: CONGRESSO DE GEOGRAFIA PORTUGUESA, 3., 1997, Porto. *Anais do III Congresso de Geografia Portuguesa*. Lisboa: Edições Colibri; Associação Portuguesa de Geógrafos, 1999. p. 163-172.

SARTOR, Vicente Volnei; SANTOS, Cláudia Regina dos. *Preservação ambiental: dilema e complexidade na Ilha de Santa Catarina*. Florianópolis: Secco, 2005.

SAUER, Carl. A Morfologia da Paisagem. In: CORRÊA, R.L.; ROSENDAHL, Z. (Org.). *Paisagem, tempo e cultura*. Rio de Janeiro: Ed. UERJ, 1998. p. 12-74.

SCHERER-WARREN, Ilse. Prefácio. In: CECCA. *Uma cidade numa ilha: relatório sobre os problemas socioambientais da Ilha de Santa Catarina*. Florianópolis: Insular, 1996. p. 11-13.

SCHMEIL, Lilian. *“Alquila-se una Isla”*: turistas argentinos em Florianópolis. 1994. 146 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 1994.

SERPA, Élio Cantalício. A identidade Catarinense nos discursos do Instituto Histórico e Geográfico de Santa Catarina. *Revista de Ciências Humanas*, Florianópolis, v. 14, n. 20, p. 63-79, 1996.

SILVA, Joseli Maria. *A verticalização de Guarapuava (PR) e suas representações sociais*. 2002. 322 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.

_____. A cidade dos corpos transgressores da heteronormatividade. In: _____ (Org.). *Geografias subversivas: discursos sobre espaço, gênero e sexualidade*. Ponta Grossa: Todapalavra, 2009. p. 135-149.

_____. Espaço interdito e a experiência urbana travesti. In: SILVA, J.M.; ORNAT, M.J.; CHIMIN JUNIOR, A.B. (Org.). *Geografias malditas: corpos, sexualidades e espaços*. Ponta Grossa: Todapalavra, 2013a. p. 143-182.

_____. Interseccionalidade e mobilidade transnacional entre Brasil e Espanha nas redes de prostituição. In: SILVA, J. M.; ORNAT, M. J.; CHIMIN JR., A. B. (Org.). *Geografias malditas: corpos, sexualidades e espaços*. Ponta Grossa: Todapalavra, 2013b. p. 243-272.

_____ et al. O corpo como elemento das geografias feministas e *queer*: um desafio para a análise no Brasil. In: SILVA, J. M.; ORNAT, M. J.; CHIMIN JR., A. B. (Org.). *Geografias malditas: corpos, sexualidades e espaços*. Ponta Grossa: Todapalavra, 2013. p. 85-142.

SILVA, Lucia Helena Pereira da. De Recôncavo da Guanabara à Baixada Fluminense: leitura de um território pela história. *Recôncavo: Revista de História da UNIABEU*, v. 3, n. 5, jul./dez. 2013.

SILVA, Sylvio Bandeira de Mello. Geografia, turismo e crescimento: o exemplo do estado da Bahia. In: RODRIGUES, A.B. (Org.). *Turismo e Geografia: Reflexões teóricas e enfoques regionais*. São Paulo: Hucitec, 2001, p. 122-143.

SILVEIRA, Luiz Henrique da. Prefácio. In: DE MASI, D.; PALUMBO, S. (Coord.). *O futuro do turismo em Santa Catarina: previsões entre 2007 e 2011*. Tubarão: Unisul, 2007.

SILVEIRA, María Laura. Da fetichização dos lugares à produção local do turismo. In: RODRIGUES, A.B. (Org.). *Turismo. Modernidade. Globalização*. São Paulo: Hucitec, 1997. p. 36-45.

SOUZA, Janice Tirelli Ponte de; BARBOSA, Tereza Cristina; BURGOS, Raúl. Uma experiência de planejamento urbano comunitário. O caso da planície do Campeche – Florianópolis – SC. Brasil. *Katálisis*, Florianópolis, v. 6, n. 2, p. 153-162, jul./dez. 2003.

SOUZA, Marcelo Lopes de. *Mudar a cidade*: uma introdução crítica ao planejamento e à gestão urbanos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

SOUZA, Maria Adélia de. O II PND e a política urbana brasileira: Uma contradição evidente. In: DEÁK, C.; SCHIFFER, S. R. (Org.). *O Processo de Urbanização no Brasil*. São Paulo: Edusp, 1999. p. 111-143.

SUGAI, Maria Inês. *As intervenções viárias e as transformações do espaço urbano. A Via de Contorno Norte-Ilha*. 1994. 232 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1994.

_____. *Segregação silenciosa*: investimentos públicos e dinâmica socioespacial na área conurbada de Florianópolis (1970-2000). Florianópolis: Edufsc, 2015.

TAVARES, Elaine. *Campeche se mantém unido e mobilizado pelo Plano Diretor*. [s.n.] Florianópolis: 2011. Disponível em: <<http://eteia.blogspot.com.br/2011/05/campeche-se-mantem-unido-e-mobilizado.html>>. Acesso em: 31 ago. 2015.

TIRELLI, Janice; BURGOS, Raúl; BARBOSA, Tereza (Org.). *O Campo de Peixes e os Senhores do Asfalto*: memória das lutas do Campeche. Florianópolis: Cidade Futura, 2007.

TISSIER, Thomas. *L'internationalisation de Florianópolis à travers l'expansion de l'activité touristique*. 1998. (Unité de Formation et de Recherche de Géographie) – Université de Paris I, 1998.

THRIFT, Nigel; DEWSBURY, John-David. Dead geographies – and how to make them live. *Environment and Planning D: Society and Space*, v. 18, n. 4, p. 411-432, 2000.

URRY, John. *O olhar do turista*: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Estúdio Nobel; SESC, 1996.

VAINER, Carlos. Pátria, empresa, mercadoria: notas sobre a estratégia discursiva do Planejamento Estratégico Urbano. In: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARICATO, E. *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 75-119.

VALVERDE, Rodrigo Ramos. Corporidade e multiterritorialidade na Geografia Cultural: além da dominação, da resistência e da tradição. *Revista do Departamento de Geografia – USP*, v. especial 30 anos, p. 4-25, 2012.

VEYNE, Paul. Foucault revoluciona a História. In: VEYNE, P. *Como se escreve a História*. Lisboa: Edições 70, 2008. p. 313-349.

_____. *Foucault: seu pensamento, sua pessoa*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2011.

YÁZIGI, Eduardo. Genética da Ideia de Plano no Brasil: legados políticos. *Revista do Departamento de Geografia da USP*, n. 10, p. 91-103, 1996.

_____. *Saudade do futuro: por uma teoria do planejamento territorial do turismo*. São Paulo: Plêiade, 2009.

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

FONTES

Leis, planos e diagnósticos de planos:

BRASIL. Constituição (1988). *Constituição da República Federativa do Brasil*: promulgada em 5 de outubro de 1988. Organização do texto por Juarez de Oliveira. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 1990. 168 p. (Série Legislação Brasileira).

_____. Lei Complementar no. 14/1973, de 8 de jun. de 1973.

ESCRITÓRIO CATARINENSE DE PLANEJAMENTO INTEGRADO (ESPLAN). *Plano de Desenvolvimento Integrado da Área Metropolitana de Florianópolis*. Florianópolis: ESPLAN, 1969.

FLORIANÓPOLIS. Câmara Municipal. Lei no. 246/55, de 15 nov. 1955.

_____. Câmara Municipal. Lei no. 1.440/76, de 31 de maio de 1976.

_____. Câmara Municipal. Lei no. 1.516/77, de 16 jun. 1977.

_____. Câmara Municipal. Lei no. 1.566/78, de 29 maio 1978.

_____. Câmara Municipal. Lei no. 2.193/85, de 3 jan. 1985.

_____. Câmara Municipal. Lei no. 3.158/88, de 30 nov. 1988.

_____. Câmara Municipal. Lei Complementar no. 482, de 17 jan. 2014.

_____. *Agenda 21 Local*. Florianópolis: PMF, 2000.

GRUPO GESTOR DO DESTINO INDUTOR DE TURISMO DE FLORIANÓPOLIS. *Plano de Desenvolvimento Sustentável do Turismo de Florianópolis* (PDST-FLN). Florianópolis: FC&VB, 2011.

INSTITUTO DE PLANEJAMENTO URBANO DE FLORIANÓPOLIS. *Planejamento Turístico a nível municipal e micro-regional – termo referente à metodologia baseada numa experiência em Florianópolis*. Florianópolis: IPUF, 1982.

_____. *Plano Diretor dos Balneários e do Interior da Ilha de Santa Catarina – Diagnóstico*. Florianópolis: IPUF, 1984.

_____. *Plano de Desenvolvimento Entremares: diagnóstico*. Florianópolis: IPUF, 1996.

_____. *Plano de Desenvolvimento Turístico do Aglomerado Urbano de Florianópolis (Atualização do Plano de 1981)*. Florianópolis: IPUF, 1999.

_____; SECRETARIA DE TURISMO, CULTURA E ESPORTE. *Plano de Desenvolvimento Turístico do Aglomerado Urbano de Florianópolis (Resumo)*. Florianópolis: IPUF, 1981.

MOVIMENTO CAMPECHE QUALIDADE DE VIDA. *Plano Comunitário da Planície do Campeche*. Florianópolis: Movimento Campeche Qualidade de Vida, 1997.

PAIVA, Edvaldo et al. *Plano Diretor de Florianópolis – Estudos preliminares*. [S.l.]: [s.n.], 1952.

Guias turísticos:

ENTRES, Alberto. *Guia de Turismo do Estado de Santa Catarina*. Florianópolis: Livraria Central de Alberto Entres, 1953.

FLORIANÓPOLIS; DIRETORIA DE TURISMO E COMUNICAÇÕES. *Florianópolis, Ilha de Santa Catarina, Ponto sul do turismo*. Florianópolis: [s.n.], [1970?].

_____; _____. *Florianópolis, ilha de Santa Catarina – Informações úteis ao turista*. Florianópolis: DIRETUR, 1972.

_____; _____. *Pequeno Guia Turístico da Cidade*. Ano 1. 1. ed. Florianópolis: ACITE, jan. 1972.

INSTITUTO DE PLANEJAMENTO URBANO DE FLORIANÓPOLIS. *Guia-Florianópolis*. Florianópolis: EDEME, PARALELO 27, 1992.

MACIEL, Aldo. *Florianópolis, Ilha de Santa Catarina – suas belezas e seus pontos turísticos*. Florianópolis: [s.n.], 1982.

SANTA CATARINA. *Guia de Santa Catarina*, [S.l.: s.n.], 1972/73.

SANTA CATARINA; DEPARTAMENTO AUTÔNOMO DE TURISMO. *Guia de Santa Catarina*. Florianópolis: DEATUR, 1970.

SECRETARIA DE TURISMO, CULTURA E ESPORTE. Guia de *Informações. Florianópolis*. Florianópolis: [s.n.], [1993?].

SOARES, Doralécio. *Florianópolis Turístico*. Florianópolis: Empresa Gráfica Grajaú Ltda., 1955.

_____. *Florianópolis Turístico*. Florianópolis: Empresa Gráfica Grajaú Ltda., 1956.
SOCIEDADE PUBLICAÇÕES LTDA. *Florianópolis no bolso*. Florianópolis: Sociedade Publicações Ltda., set. 1961.

Jornais e revistas:

A FESTA do sol. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, p. 69-71, 18 jan. 1995.

AMIN, Esperidião. Conservar ambiente para crescer. *O Estado*, Florianópolis, 23 mar. 1989, p. 6.

BARCELLOS, Janice; MONTEIRO, Rogério. A Ilha Prometida. *Revista Mares do Sul: Turismo e Aventura*. Florianópolis: Mares do Sul, ano 4, n. 18, p. 49-57, out. 1997.

BATISTA, Henrique Gomes. Os 'sem-lancha' da cidade classe A. *O Globo*, Rio de Janeiro, 23 nov. 2012. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/economia/os-sem-lancha-da-cidade-classe-a-6398816>>. Acesso em: 10 jan. 2013.

BAUCHWITZ, Nahara. Mordomia à beira-mar. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, p. 20-21. dez. 2006.

BENETTI, Estela. SC constata mudança no perfil do turista de verão. *Diário Catarinense*, Florianópolis, 10 jun. 2013, [n.p.].

CHESNUT, Mark. Brazil's rising star Florianópolis. *Passport Magazine*. Disponível em: <<http://www.passportmagazine.com/destinations/Florianopolis767.php>>. Acesso em: 8 jan. 2015.

COMO desenfrear o progresso da Ilha. *O Estado*, Florianópolis, 23 mar. 1989, [n.p.].
ESFORÇOS para um futuro com atividade turística planejada. *Diário Catarinense*, Florianópolis. 3 ago. 1994, [n.p.].

ESTADO de espírito. *Viagem e Turismo*. São Paulo: Ed. Abril, p. 72-91, dez. 2012.
 FLORIANÓPOLIS, duas pontes novas. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, p. 53, 27 dez. 1972.

FLORIANÓPOLIS é classificada como Cidade UNESCO da Gastronomia. *Diário Catarinense*, 1 dez. 2014. Disponível em: <http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/geral/noticia/2014/12/florianopolis-e-classificada-como-cidade-unesco-da-gastronomia-4654402.html>. Acesso em: 1 dez. 2014.

FLORIANÓPOLIS quer varar o século como paraíso internacional. *O Estado*, Florianópolis, 23 mar. 1989, Suplemento Especial, [n.p.]

FLORIANÓPOLIS: esqueça a história de que Floripa tem 42 praias: são 100. Por isso é que tanta gente adora a ilha – inclusive nuestros Hermanos argentinos. *Guia Quatro Rodas*: Santa Catarina. São Paulo: Ed. Abril. [200-]. p. 18-53.

INVASÃO agora é pacífica. *Diário Catarinense*, Florianópolis, mar. 1996, [n.p.].
 JURERÊ Internacional. *Clic RBS*, 19 mar. 2010. Disponível em: <http://www.clicrbs.com.br/especial/sc/floripa284/19,0,2843642,Jurere-e-internacional.html>. Acesso em: 25 ago. 2015.

JURERÊ Internacional – a praia mais badalada de SC. *My life style*, 10 fev. 2014. Disponível em: <http://www.mylifestyle.com.br/jurere-internacional-praia-mais-badalada-de-sc>. Acesso em: 24 abr. 2015

JURERÊ Internacional supera Leblon e é destino mais valorizado no Carnaval segundo site. *Clic RBS*, 10 fev. 2015. Disponível em: <http://wp.clicrbs.com.br/viajareupreciso/2015/02/10/jurere-internacional-supera-leblon-e-e-destino-mais-valorizado-no-carnaval-segundo-site/?topo=52,2,18,,159,e159>. Acesso em: 24 abr. 2015

LEME, Álvaro. Jurerê Internacional: a Florianópolis dos famosos. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, 18 set. 2009. Disponível em: <http://vejasp.abril.com.br/materia/jurere-internacional-florianopolis-dos-famosos>. Acesso em: 30 nov. 2014.

MARCONDES analisa potencialidade. *Diário Catarinense*, Florianópolis, 14 jul. 1992, [n.p.].

MATTOS, Fernando Marcondes. Uma década para a magia se conjugar com o progresso. *O Estado*, Florianópolis, 23 mar. 1989, [n.p.].

NA CRISTA da onda. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, p. 56-57, 17 jan. 1990.

NANNE, Kaíke. A Ilha da Magia: todos os mistérios, trilhas e praias da Florianópolis que ainda não fala castelhano. *Os Caminhos da Terra*. São Paulo: Ed. Azul, ano 4, n. 1, p. 38-51, nov. 1995.

OLIVEIRA, Maurício. Mais que uma prainha bonita. *Viagem e Turismo*. São Paulo: Ed. Abril, p. 2-6, 12 nov. 2012.

OLTRAMARI, Alexandre. Ilha da magia. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, p. 78, 17 jun. 1998.

ORIGENS e Destino de Uma Cidade à Beira-mar. A história do turismo. *Diário Catarinense*, Florianópolis, 23 mar. 1996. Suplemento espacial, [n.p.].

OUR Newest Guide: Florianópolis, Brasil. Gaycities. 11 abr. 2012. Disponível em: <<http://www.gaycities.com/outthere/22833/our-newest-guide-florianopolis-brazil>>. Acesso em: 8 jan. 2015

PLANO de Marketing Turístico de Santa Catarina é apresentado nesta quarta-feira em Florianópolis. *De olho na ilha*, Florianópolis, [n.p.], 31 mar. 2010.

PEREIRA, Felipe. Jurerê Internacional é o terceiro bairro mais valorizado do país. *Diário Catarinense*, Florianópolis, 25 maio 2012. Disponível em: <<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/economia/noticia/2012/05/jurere-internacional-e-o-terceiro-bairro-mais-valorizado-do-pais-3769235.html>>. Acesso em: 25 maio 2012.

PERES, Fernanda; SAKAE, Juliana. Jurerê Internacional perde permanentemente o selo de qualidade Bandeira Azul na quinta-feira. *Diário Catarinense*, Florianópolis, 28 jan. 2011. Disponível em: <<http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/noticia/2011/01/jurere-internacional-perde-permanentemente-o-selo-de-qualidade-bandeira-azul-na-quinta-feira-3191043.html>>. Acesso em: 10 fev. 2014.

PROTUR: Análises e informações a respeito da entidade e do turismo em Florianópolis. *Diário Catarinense*, Florianópolis. 14 jul. 1992. Suplemento Especial, [n.p.].

RAMOS, Paulo da Costa. Florianópolis, a ilha mulher. *Checkin: aeroportos, aviação, turismo*, [S.l.]: [s.n.], ano I, n. 2, p. 38-43, abr. 1997.

ROMERO, Flavio. Nossa Ilha, ponto de turismo. *Revista Atualidades*, [S.l.]: [s.n.], 1946.

ROSA, Gabriel; FOLTRAN, Mônica. População de Santa Catarina pode aumentar até 80% com vinda de turistas para temporada. *Diário Catarinense, Florianópolis*, 20 dez. 2014. Disponível em: <http://diariocatarinense.clicrbs.com.br/sc/geral/verao/noticia/2014/12/populacao-de-santa-catarina-pode-aumentar-ate-80-com-vinda-de-turistas-para-a-temporada-4667373.html>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

SHERWOOD, Seth. The Place to Be: Florianópolis, Brazil. *The New York Times*, 8 jan. 2009. Disponível em: http://www.nytimes.com/2009/01/11/travel/11party.html?_r=0>. Acesso em: 9 jan. 2014.

SILVA, Adriana. A Flórida brasileira. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, p. 87-88, 4 jun. 2003.

SOTAQUE portenho. *Veja*. São Paulo: Ed. Abril, p. 48-49, 1989.

TOURING CLUB. *Revista Touring Clube do Brasil*, Rio de Janeiro, ano XXX, n. 346-348, 1963.

TURISTA guarda visão do “bom selvagem”. *Diário Catarinense*, Florianópolis, mar. 1996, [n.p.].

APÊNDICE

APÊNDICE A – Lista das pessoas entrevistadas e roteiros das entrevistas

Afrânio Boppré. Vice-prefeito de Florianópolis pela Frente Popular, entre 1993 e 1996; deputado estadual pelo Partido dos Trabalhadores (PT), entre os anos de 2001 e 2002 e 2003 e 2006. Vereador de Florianópolis pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL), eleito em 2012. Entrevista concedida à autora em 16 de maio de 2013, em Florianópolis.

Anita Pires. Atuante na cena política catarinense desde a década de 1980. Dentre os cargos e funções que ocupou, destacam-se, entre 1985 e 1988, o de Secretária Municipal de Educação; entre 1988 e 1989 foi secretária adjunta de Planejamento do estado; em 1994 fundou o Fórum Permanente de Planejamento Turístico de Florianópolis; em 2006 fundou a ONG FloripAmanhã; em 2008 foi presidente da Fundação Catarinense de Cultura (FCC)¹⁸⁶. Entrevista concedida à Leila Dias e Tiago Cargnin, em setembro de 2008, em Florianópolis (pelo fato do roteiro utilizado nessa entrevista não ter sido construído no âmbito da presente pesquisa, não disponibilizo o roteiro).

Elaine Tavares. Moradora do Campeche, participou ativamente de boa parte do processo em torno dos planos diretores. Entrevista concedida à autora em 9 de setembro de 2015, em Florianópolis.

Elson Manoel Pereira. Candidato a prefeito de Florianópolis nas eleições de 2012 e a deputado estadual em 2014, ambas pelo Partido Socialismo e Liberdade (PSOL). Professor de planejamento urbano dos cursos de graduação e pós-graduação em Geografia da UFSC. Entrevista concedida à autora em 1º de abril de 2013, em Florianópolis.

Funcionário da Secretaria de Turismo, Esporte e Cultura do Estado de Santa Catarina (SOL). Entrevista concedida à autora em 14 de abril de 2013, em Florianópolis (o entrevistado solicitou não ter seu nome identificado).

Ivo Sostizzo. Técnico aposentado do IPUF, onde trabalhou de 1977 a 1995, e professor aposentado de planejamento urbano da UFSC. Entrevista concedida à autora em 16 de abril de 2013, em Florianópolis.

Lázaro Daniel. Morador nativo do Campeche. Ativista dos movimentos sociais da cidade, em várias frentes, e também do Campeche, onde participou de todo o processo em torno do plano diretor. Foi vereador de Florianópolis pelo Partido dos Trabalhadores entre 1993 e 2000 (eleito e reeleito) e de 2002 a 2004 (quando

¹⁸⁶ Informações disponíveis em: <<http://www.fcc.sc.gov.br/pagina/5358/anitapires>>. Acesso em: 16 mar. 2015.

assumiu como primeiro suplente). Entrevista concedida à autora em 11 de setembro de 2015, em Florianópolis.

Luciane Camilotti. Secretária Adjunta da Secretaria de Turismo, Cultura e Esportes do Município de Florianópolis (SETUR), por cargo comissionado, na gestão 2012-2015. Entrevista concedida à autora em abril de 2013, em Florianópolis (a secretária não respondeu às questões por não se sentir segura com relação à divulgação das informações públicas).

Luís Moretto Neto. Exerceu funções executivas de Diretor de Operações, Diretor de Planejamento e Presidente da Agência de Fomento de Turismo de Santa Catarina (SANTUR) de 1996 a 1998. Professor dos cursos de graduação e pós-graduação em Administração da UFSC. Entrevista concedida à autora em abril de 2013, em Florianópolis (por problemas técnicos, o áudio dessa entrevista foi perdido, por conta disso não disponibilizo o roteiro).

Magaly Mendonça. Foi uma das criadoras e ativistas do Movimento Ecológico Livre (MEL) na década de 1980. Professora dos cursos de graduação e pós-graduação em Geografia da UFSC. Entrevista concedida à autora em 3 de maio de 2013, em Florianópolis.

Paula Cals Brügger Neves. Ativista dos movimentos ambientalistas e animalistas. Professora do curso de Ciências Biológicas e dos programas de pós-graduação em Engenharia da Produção e Interdisciplinar em Ciências Humanas da UFSC. Entrevista concedida à autora em 26 de junho de 2015, em Florianópolis (por pedido da entrevistada, não realizei uma entrevista formal, com roteiro, mas uma conversa).

Paulo Marcos Borges Rizzo. Professor do Departamento de Arquitetura e Urbanismo da UFSC. Entrevista concedida à autora em maio de 2013, em Florianópolis (por problemas técnicos, o áudio dessa entrevista foi perdido. Por conta disso, não disponibilizo o roteiro).

Ricardo Valls. Administrador, empresário e consultor do ramo imobiliário e turístico, fundador da Associação para o Desenvolvimento Imobiliário do Sul do Brasil (IMOBISUL) e Diretor de Relações Internacionais da Associação Comercial e Industrial de Florianópolis (ACIF) entre 2008 e 2009. Entrevista concedida à autora em 26 de agosto de 2009, em Florianópolis (para essa entrevista, realizada para minha pesquisa de mestrado, não utilizei roteiro).

Roteiro da entrevista com Afrânio Boppé:

- Como você vê essa ideia de “vocaço” turística de Florianópolis? E sobre a atual imagem da cidade, você teria algo para comentar?
- Como você vê a relação entre a atividade turística e a cidade? Como ela se deu na época de sua gestão?
- Visto que, naquela época, a cidade não era to “famosa” como atualmente, o que você considera que fez com que a cidade despontasse como um importante lugar turístico?

- Especificamente, na sua gestão, que sentido tinha o turismo para a cidade?
- Na época em que você era vice prefeito, a PMF priorizou investimentos de infraestrutura urbana nas áreas voltadas para a atividade turística (balneários, centro histórico, parques) ou tinha alguma política nesse sentido?
- Qual era o papel da SETUR?
- Como você vê a atuação de organizações privadas, como o FC&VB, na atividade turística de Florianópolis?
- Como você vê o aumento do turismo de eventos na cidade?
- O PSOL, que é seu partido atual, tem alguma diretriz ou política específica para a atividade turística?

Roteiro da entrevista com Elaine Tavares e Lázaro Daniel:

- Quando começou o movimento no Campeche e por que. Já começou em reação a algo?
- Como se deu organização do movimento? Quais foram os instrumentos dessa organização?
- Qual é a diferença entre o Plano de Desenvolvimento do Campeche e o Plano da Planície Entre Mares, visto que ambos são do IPUF e têm datas de publicação muito próximas?
- Como os movimentos socioambientais do Campeche encaram o turismo no local?
- E o Novo Campeche? Como você encara o processo de verticalização atual?
- O Movimento Campeche Qualidade de Vida ainda existe?
- O PD aprovado em 2014 contempla alguma das reivindicações de vocês?

Roteiro de entrevista com Elson Manoel Pereira:

- Qual é a sua relação com o planejamento urbano de Florianópolis?
- Como você vê a atividade turística em Florianópolis? Como você vê o planejamento turístico dentro do planejamento urbano da cidade?
- Ao longo dos planos, o turismo foi sendo considerado de diferentes formas nas políticas de planejamento urbano. Frente a isso, quais os diferentes sentidos que o turismo adquiriu nessas diferentes épocas?
- Nos finais da década de 1970 e início de 1980, surgem planos turísticos desvinculados dos planos da cidade, por qual motivo isso teria acontecido?
- O que significa dizer que a cidade tem “vocação” turística?
- Que políticas você propunha para o turismo, como candidato a Prefeito de Florianópolis, nas últimas eleições?
- Lembro que, em um debate com o *Trade* Turístico de Florianópolis, no qual foi entregue aos/às candidatos/a um documento que deveria ser assinado por todos/a, você não foi totalmente a favor e assinou com ressalvas, foi isso mesmo? O que, naquele documento, não estava de acordo com as propostas do PSOL? Lembro também que, naquela ocasião, você falou em democratização do turismo. Me parece que são posições totalmente opostas às do *Trade*, não?
- Você consegue avaliar o que mudou no turismo em Florianópolis depois que se instalou o *Convention Bureau* por aqui?
- Aparentemente, há um grupo de “pensadores/as” do turismo daqui, no qual se inclui Fernando Marcondes, Anita Pires, entre outros/as. Foram eles/elas que

articularam o Fórum Permanente de Turismo, na década de 1990, bem como o FC&VB, como você veria um diálogo com eles/elas?

Roteiro de entrevista com Funcionário da SOL:

- Como é a sua relação com a atividade turística de Florianópolis, qual é o cargo que você ocupa nesta secretaria e desde quando?
- Desde quando esta secretaria existe e quais suas ações com relação ao desenvolvimento turístico de Santa Catarina?
- Com a criação da SOL, mudou algo no planejamento turístico de Florianópolis?
- Esta secretaria possui um plano atual de desenvolvimento turístico? Como esta secretaria se relaciona com a secretaria estadual de turismo e com o Ministério do Turismo?
- E como a SOL se relaciona com o FC&VB?
- Em algum momento o Governo do estado passa a priorizar os investimentos de infraestrutura urbana nas áreas voltadas para a atividade turística?
- E o turismo de eventos, como você encara o seu crescimento na cidade?

Roteiro de entrevista com Ivo Sostizzo:

- Qual é a sua relação com o IPUF?
- Gostaria de entender qual foi o fio condutor do IPUF ao longo dos anos de sua existência. Com isso pergunto: que lugar esse instituto ocupa, o que é esperado dele e como funciona?
- Como o IPUF se relacionou com a atividade turística ao longo dos anos?
- Com a criação da SETUR, o que muda no planejamento turístico de Florianópolis? Antes essa atividade ficava a cargo do IPUF?
- Quando e por que o turismo começa a ser “levado a sério” pela PMF?
- Em algum momento, a PMF passa a priorizar os investimentos de infraestrutura urbana nas áreas voltadas para a prática turística?
- Quais são as leis/planos específicos para regulamentar o turismo na cidade? Quais foram, de fato, aplicadas?
- Houve uma época em que os planos turísticos se desvincularam dos planos da cidade? Em caso afirmativo, como isso se deu?
- Qual é a relação entre o Plano de Desenvolvimento Turístico do AUF e o Plano Diretor dos Balneários?
- Por que o Plano dos Balneários sofreu tantas alterações de zoneamento?
- Como o senhor disse em sua palestra no dia 25 de março de 2013, na UFSC, tanto a SETUR quanto a SANTUR ainda se apoiam no Plano de Desenvolvimento Turístico do AUF, de 1982, é isso mesmo? O que explica essa defasagem?
- Como o senhor vê a relação entre técnica e política no planejamento urbano? Pode-se considerar que alguma decisão seja somente técnica?

Roteiro de entrevista com Luciane Camilotti:

- Gostaria de entender qual foi o fio condutor da SETUR ao longo dos anos, desde seu início aos dias atuais. Qual lugar essa secretaria ocupa, o que é esperado dela e como funciona?
- Desde quando esta secretaria existe e quais suas ações com relação ao desenvolvimento turístico de Florianópolis?
- Com a criação da SETUR o que mudou no planejamento turístico de Florianópolis? Antes da SETUR, como isso ocorria?
- A SETUR possui um plano de desenvolvimento turístico?
- Quais foram as leis/planos específicos para regulamentar o turismo na cidade?
- Como você vê a relação entre turismo e cidade em Florianópolis?
- Como esta secretaria se relaciona com a SOL e com a SANTUR (âmbito estadual do turismo) e com o Ministério do Turismo e com a Embratur (âmbito nacional)? Existem planos ou projetos em comum?
- Como a SETUR se relaciona com o FC&VB?
- Como é a relação da SETUR com o IPUF?
- Em algum momento, a PMF priorizou os investimentos de infraestrutura urbana nas áreas voltadas para a atividade turística?
- Quais as perspectivas com relação ao turismo de eventos na cidade?
- Quais são as perspectivas com a recente posse do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR)?
- Como é a participação da SETUR na promoção e divulgação da cidade?

Roteiro de entrevista com Magaly Mendonça:

- O que era o Movimento Ecológico Livre (MEL), como e por que surgiu e quais eram as principais ideias e objetivos? Quem participava?
- Como o MEL via o crescimento da cidade?
- Como o MEL via o turismo em Florianópolis naquela época?
- Quais foram as ações do MEL com relação a essas questões?
- O MEL possuía relação com algum partido político?
- Como você entende a apropriação do discurso ecológico (ou das propostas dos movimentos ecológicos) pelas políticas na cidade?
- Qual a diferença entre sua posição sobre essas questões naquela época e agora?