

Políticas governamentais do turismo de Santa Catarina: especificidades locais no redescobrimto do Estado

..... Cláudia Cristina Zanella*

R e s u m o

Neste artigo, procura se localizar o discurso dos governadores do Estado de Santa Catarina, a partir de 1983, no quadro das discussões sobre o turismo como um "novo filão econômico".

Palavras-Chave: turismo, discurso, representação, produto turístico.

A b s t r a c t

This article, intents to place the discourse of the governors of Santa Catarina State from 1983 in the board of discussions about tourism as a rising industry.

Key words: Tourism, Discourse, Representation, Tourist product.

O processo de produção, construções discursivas e representações de imagens do Estado, e especificamente, da Ilha de Santa Catarina, intensificou a partir de 1983. As estratégias de marketing, empreendidas para a venda do "produto turístico" do Estado, bem como os investimentos discursivos dos políticos que viabilizaram, motivaram e deram-lhe ressonância.

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

Por aí, compreende-se o embricado cenário mundial e a rede de elementos que vai definir os espaços do turismo na chamada pós-modernidade, em tempos de globalização. O entendimento deste fenômeno possibilita pensar a reestruturação e redefinição de papéis, tempos e espaços da cidade, da economia, da política, enfim, a infinidade de transformações pelas quais estamos passando nas últimas décadas.

O fenômeno do turismo, a partir da década de 60, com a recuperação dos países centrais do capitalismo, envolvidos no conflito das Grandes Guerras, retoma, segundo análise de Adyr Rodrigues, em *Turismo, Modernidade e Globalização*, seu ritmo de crescimento com

* Graduada em História pela UDESC (1994). Pós-graduada em Comércio Internacional pela UNIVALI (1996). Ingressou no Mestrado em História na UFSC em 1997. Orientador Prof. Dr. Sérgio Schmitz.

¹ EMBRATUR. *Os caminhos do turismo no Brasil*, 1997. p. 2.

grande vigor, atingindo proporções inimaginadas, tornando-se, nas décadas seguintes, um fenômeno massivo em escala global, ao permitir o deslocamento internacional de quase 600 milhões de turistas por ano, constituindo-se o primeiro produto do comércio mundial². Santa Catarina, explorando sua beleza natural, sendo conhecida pela variedade de etnias, inventou as festas de outubro, projetando o Estado no cenário nacional.

Neste cenário, um dos grandes problemas se encontra na redefinição do papel do Estado. A esfera privada assume um papel importante, junto ao Estado, e a esfera pública não estatal emerge em remodelações, privatizações, investimentos em novos setores. O Estado tradicional passa a ceder lugar, legitimando as iniciativas privadas. Este redefinir dos governos se dá em nível nacional, principalmente após as décadas de 60 e 80. "Vivemos a maior crise de nossa história"³, salienta o Ministro da Fazenda do Governo José Sarney, em 1988. O ministro se referia à situação brasileira que beirava ao caos: hiperinflação, clientelismo, corrupção, falências políticas, economias desajustadas, enfim, incertezas de diretrizes em meio à enorme insatisfação e empobrecimento da população.

O Governador Pedro Ivo Campos, em 1988, afirmava que o Estado passava por grandes privações e seu governo marcaria "uma era de mudanças profundas". Segundo Campos, "o governo é consciente das dificuldades do Estado, muitas vezes, não consegue gerir sozinho, por não mais possuir instituições públicas capazes de suprirem as novas exigências do mundo contemporâneo."⁴ Pedro Ivo estava consciente da crescente parceria entre o público e o privado. Entendia ele, que a autoridade tradicional do Estado, forte, unipotente, cedia lugar às legitimações de organizações locais, regionais e privadas. Esta nova maneira de gerir, fruto do neoliberalismo, potencializava a crescente co-gestão, a constante participação dos empresários no gerenciamento do Estado.

As dificuldades de Santa Catarina eram realmente gritantes. Como se não bastasse a falta de recursos, dívidas, falências, as estatísticas apontavam, em 1988, que, "dos 4 milhões e 200 mil habitantes, apenas 807 mil e 313 colocavam-se no mercado de trabalho formal". E ainda, de acordo com o coordenador estadual do SINE (Sistema Nacional de empregos), Édio Carlos da Silva, para agravar a situação: "Enquanto a oferta de empregos cresce na ordem de 1,7%, a população catarinense cresce na ordem de 2,4%"⁵.

No lugar de crescer proporcionalmente ao aumento da população economicamente ativa, os empregos formais apresentavam quedas vertiginosas. Conforme aponta Idauto José Cunha, a década de 80 foi de quase estagnação da economia brasileira, sendo acompanhada em nível estadual por um declínio da indústria tradicional de transformação "provocando um crescimento da economia informal, isto é, a terceirização e a disseminação de subempregos"⁶. Em razão destes e outros graves problemas do fim de século, viu-se o intensificar o reestruturamento de maneiras para enfrentar a crise.

² RODRIGUES, Adyr Balastreiri. (Org) **Turismo, Modernidade, Globalização**. São Paulo: HUCITEC, 1997. p. 12.

³ NÓBREGA, Maílson. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 04 junho 1988. p. 1

⁴ CAMPOS, Pedro Ivo. Por uma era de mudanças profundas. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 17 agosto 1988. p. 6

⁵ Ofertas de empregos não crescem em Santa Catarina. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 2 outubro 1988. p. 16

⁶ CUNHA, Idauto José. **O salto da indústria catarinense**. Florianópolis. p. 186.

O turismo é visto, então, como uma poderosa fonte de arrecadação e geradora de empregos, uma “indústria sem chaminé”. Por conseguinte, com a “grande explosão internacional do turismo de massa e com o seu relevante papel na produção e consumo do espaço, o turismo é visto como importante atividade econômica, colocando-se como recurso de ponta, no nível da indústria bélica, da indústria petrolífera e da indústria automobilística, produzindo uma riqueza na ordem de cem bilhões de dólares anuais correspondentes a 6% do PIB mundial.”⁷ Assim, o turismo e a indústria de lazer formam um dos componentes da sociedade pós-industrial que promete perspectivas de crescimento, estabilidade, geração de empregos e modernização. John Naisbitt compactua destas teorias e afirma “que o turismo é a maior indústria do mundo em termos de produção bruta, que se aproxima dos 3,4 trilhões e é o maior gerador de receitas e impostos, no valor de 655 bilhões de dólares.”⁸ E a Organização Mundial do Turismo (OMT), visando incrementar este novo e promissor filão da economia, “está trabalhando junto aos governos de todo o mundo para que incentivem o potencial de criação de empregos no setor. A entidade mundial estima que o turismo triplicará nas próximas décadas, quando 1,6 bilhões de pessoas, todos os anos, estarão circulando pelo planeta, dispendendo mais de US\$ 2 trilhões.”⁹

Em Santa Catarina, um tratamento preferencial pelo turismo deu-se no momento em que o Estado vivenciou uma trágica situação. No ano de 1983, Santa Catarina enfrentou a fúria das enchentes, que no mês de julho deixaram por 3 dias mais de 100 cidades encobertas pelas águas.* As águas, tragicamente, trouxeram miséria, sujeira, morte, destruição, mas também solidariedade que encheu a população catarinense de coragem. E, de maneira surpreendente, o Estado foi impelido a investir na sua recuperação.

Neste contexto de busca e superação, emergem os planejamentos que impulsionaram governos e empresários em direção à indústria do lazer, uma das características marcantes do mundo pós-industrial. O turismo passa a ser visto como uma fonte importante de arrecadação, empregos, serviços, enfim, como possibilidade de enfrentamento da crise de mudança estrutural do capitalismo, assim como crescimento e progresso. Confirmando este novo trilhar, essa meta, esse rumo, o *Jornal de Santa Catarina*, em agosto de 1983, atesta o que daí em diante será o discurso de políticos e de muitos empresários do Estado, dando realce a fala do Governador Esperidião Amin (PDS - 1983/1986) que afirmava:

⁷ Um programa de geografia do turismo em nível de pós-graduação. IN: RODRIGUES, Adyr B. Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar. São Paulo: HUCITEC, 1997. p. 78

⁸ NAISBITT, John. Paradoxo global. Apud: FLORES, Maria Bernadete R. *Oktoberfest: turismo, festa e cultura na estação do chopp*. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997. p.111

⁹ Turismo em pauta. *Diário Catarinense*. Florianópolis, 8 junho 1998. p. 3

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

Veja. Editora Abril, n.776, 20/07/83 p.22/31

“Nossa fé inquebrantável no futuro registra a certeza de que haveremos de devolver, aos nossos irmãos de todo o Brasil, as belezas e os atrativos que fizeram de Santa Catarina um dos pólos turísticos mais importantes do nosso país.”¹⁰

Santa Catarina é o menor Estado do Sul do Brasil e conta com uma população de 4,6 milhões de habitantes. Apresenta, entretanto, uma extensa variedade de contrastes, o que a torna um dos Estados rico em recursos naturais, paisagístico, topográfico e ecológico e em recursos culturais diversificados do Brasil. Mar, serra, estâncias termais, cidades históricas, sítios de colonização distintos, gastronomia, indústria e comércio diversificado traçam os roteiros de turismo e lazer, “capazes de satisfazer, extasiar e embriagar até mesmo os turistas mais exigentes”¹¹.

Sendo assim, “impulsionado pelas águas”, o turismo foi pensado e introduzido estrategicamente, em Santa Catarina, pelas políticas públicas de desenvolvimento econômico, nas últimas décadas. No período da gestão do Governo Esperidião Amin, os discursos passaram a incluir o turismo como fonte de atração e investimento. O *Plano de Desenvolvimento Turístico*, 1983-1986, fruto de solicitações de lideranças empresariais, mobilizava investimentos que permitissem dotar o Estado de infra-estrutura adequada ao desenvolvimento do turismo, incentivando o pequeno e médio empresário na consolidação do seu negócio. Destacava o objetivo de despertar nas várias localidades a percepção de como os recursos naturais, históricos e culturais poderiam ser apropriados para o incremento das atividades turísticas. Procurava oferecer uma metodologia de atuação que, prioritariamente, possibilitasse a expansão do nível de empregos, o aumento da renda interna do Estado, a ampliação dos fluxos turísticos internos e sua promoção perante a opinião pública nacional, ampliando o leque da demanda turística.¹²

Com o Plano de Governo *Rumo à Nova Sociedade Catarinense*, do governo Pedro Ivo Campos e Casildo Maldaner (PMDB 1987-1991), o Estado passava a priorizar o turismo e considerá-lo como “compromisso de governo”. Até, então, o turismo em Santa Catarina, segundo Campos, acontecia de forma aleatória, dispersa e casual. É fato, afirmava o governador, que governantes do Estado anteriores já haviam elaborado planos visando o desenvolvimento turístico deste “abençoado pedacinho de terra”. Porém, são planos que se apresentam mais como diagnósticos do que propriamente como um programa de ação.¹³

Faltava um planejamento ordenado que vislumbrasse metas, estabelecendo mecanismos orientadores e geradores de uma oferta turística futura sincronizada com as grandes tendências do mundo contemporâneo. A grande expressão da “globalização é o turismo, envolvendo centenas de milhões de pessoas que viajam e promovem intercâmbios

¹⁰ Jornal de Santa Catarina. **Suplemento de Turismo**. Florianópolis, 23 agosto 1983. p. 2.

¹¹ BARCELOS, Janice & MONTEIRO, Rogério. Florianópolis: a Ilha prometida. **Mares do Sul: Turismo e aventura**. Florianópolis, ano 4, n°18, outubro 1997. p. 50.

¹² Dados obtidos na obra: FLORES, Maria Bernadete Ramos. **Oktoberfest: turismo, festa e cultura na estação do chopp**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997, p. 115, onde a autora brilhantemente trabalha com as questões atuais sobre turismo nas sociedades pós-industriais.

¹³ Plano de Governo, março 87/março 91. **Rumo à Nova Sociedade Catarinense**. Diagnóstico Florianópolis, 1987. p. 21.

culturais e econômicos em vários pontos do planeta"¹⁴. Por conseguinte, o turismo como atividade geradora de riquezas e de benefícios, como diretriz, meta, é prioridade e lema do governo de Pedro Ivo Campos, que afirma ser o turismo "satisfação para o turista, bem estar e progresso para a população".

O Plano de Governo *Rumo à Nova Sociedade Catarinense* destacava, também, a valorização pela "força atrativa de patrimônio natural, cultural e histórico", a implementação de uma incipiente infra-estrutura turística, o apoio à iniciativa privada (empresários e especialistas no setor) e a viabilização de fluxos turísticos o ano todo e não apenas local, mas um fluxo global abrangente "de vários pontos do planeta".

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

*"Imperioso aumentar o afluxo e a permanência dos turistas, principalmente na baixa temporada, como forma de elevar a taxa de ocupação dos hotéis e de outros equipamentos."*¹⁵

Incrementando, planejando e investindo, foi possível, em 1987, idealizar que dentro de "quatro anos o fluxo turístico crescerá em torno de 40%, e que a permanência média do turista crescerá de 3 para 4 dias".¹⁶

Emergem, assim, naquele contexto, as tramas dos envolventes discursos sobre o Estado de Santa Catarina, apostando sempre na beleza natural e peculiaridade do território. Mas, indubitavelmente, lançando mão de novos "truques" para representar, atrair, prender e apaixonar os visitantes turistas que por aqui passassem.

A conquista e o sucesso são perceptíveis como metas do governo para expandir o turismo e "vender a imagem do Estado lá fora", nas palavras do vereador de Florianópolis, do PPR, Michel Curi¹⁷. Através do "turismo de repouso e do turismo de saúde", deu-se maior divulgação e um melhor aproveitamento ao termalismo e às estâncias de repouso; visava-se também atrair o "turismo operário", através da atuação do SESI, SESC e Sindicatos; estimular o "turismo de compras" aproveitando a qualidade e variedade da produção industrial e de artesanato do Estado*. Neste contexto, a propaganda assume papel principal e, mais do que nunca, o Estado investe na divulgação das atrações turísticas,

¹⁴ TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. O turismo no espaço globalizado. IN: RODRIGUES, Adyr B. **Turismo, Modernidade, Globalização**. São Paulo: HUCITEC, 1997. p. 29.

¹⁵ **Plano de Governo** – Governador Pedro Ivo Campos (1987 – 1991). p. 19.

¹⁶ **Plano de Governo** 87-91. p. 23

¹⁷ CURI, Michel. *Tabule com peixe e pirão*. IN: SIMÕES, Aldírio. **Retratos à luz de pomboca**. Florianópolis, 1997. p. 69.

* Segundo definição de LINS, Hoyêdo Nunes. **Estruturas regionais catarinenses frente à integração no Mercosul**. Florianópolis: UFSC, 1985 p.67, estava-se pensando em maneiras de melhor aproveitar a diversidade que caracteriza o Estado. O autor define que os circuitos turísticos efetivos e potenciais são "os circuitos litorâneos, que a rigor conformam um todo onde se destacam centros urbanos como São Francisco do Sul, Itajaí, Balneário Camboriú, Florianópolis e Laguna. Circuitos histórico-culturais, associado à multiplicidade de origens dos ocupantes do território: há vestígios de procedência açoriano-madeirense no litoral, traços da presença germânica principalmente no Vale do Itajaí e no Norte-Nordeste do Estado, da italiana, sobretudo no Sul, da austríaca no meio-Oeste e da polonesa no Norte. Àquele circuito articula-se o de festas típicas, realizadas basicamente em outubro, no Vale do Itajaí, com algumas irradiações para outras áreas. Pode-se referir ainda ao circuito da neve, na região serrana, ao circuito religioso, interligando Brusque, Nova Trento e Angelina, aos circuitos de compras, nas regiões industriais, e aos rurais e ecológicos, presentes em diversas áreas".

com material publicitário e por meio de encontros promocionais. Enfim, como meios para expandir o turismo (1987-1991), foram organizados fartos calendários de eventos e programações turísticas.

As metas maiores são: infra-estrutura, apoio à iniciativa privada através de parcerias, estímulos; uma política de turismo que pensasse o Estado como um “todo aproveitável” para usufruir e “beneficiar a todos” com seu enorme potencial turístico. Não somente pensar na alta temporada e nas praias, mas nas regiões de modo integral com o “Turismo das Quatro Estações”¹⁸. Na visão dos compromissos de Governo, implementar um turismo de qualidade, diversificado e atrativo era uma das diretrizes para fazer valer o lema do Governo: “Rumo à Nova Sociedade Catarinense”.

“Nova” não por ser descoberta como um “Novo Mundo”, mas por ser repensada, reinventada, recriada. Parafraseando Maria Bernardete Ramos Flores, o novo passa a criar corpo quando se investe em costumes, tradições, peculiaridades, atrativos naturais e étnicos da região, numa espécie de reciclagem, ou nas palavras da autora, numa espécie de “bricolage para mercantilizá-los na forma de espetáculo ou produto de consumo”.¹⁹

Fica claro que Pedro Ivo Campos e seus assessores não pensaram somente no turismo como meta e diretriz para fazer o Estado progredir e se inserir no mundo globalizado. Vários caminhos e estratégias foram traçados e seguidos, porém, para este estudo, as medidas de apoio, orientação, incentivo, preservação e desenvolvimento dos atrativos turísticos são os eixos a comporem o emaranhado que impulsionou o discurso dos políticos, empresários e homens ligados ao turismo nestas últimas décadas. Do ponto de vista econômico, na visão dos divulgadores, o turismo, para Santa Catarina, apresentava excelentes perspectivas, particularmente quanto à geração de empregos, captação de divisas e melhoria da qualidade de vida.

No governo seguinte, de Vilson Kleinubing e Antônio Carlos Konder Reis (PFL-1992/1995), Santa Catarina passa a desenvolver, no setor turístico, *A Ação de Verão*, onde juntamente com a SANTUR (Santa Catarina Turismo, órgão responsável pelo turismo no Estado), o governo priorizou a integração entre as microrregiões, abrangendo todas as áreas com potencial para o turismo. Assim como Pedro Ivo, e posteriormente, Casildo Maldaner* como Governador (90/91) pelo PMDB, também Kleinubing - PFL - aposta no turismo calcado no potencial atrativo do Estado.

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

¹⁸ Sobre Turismo das Quatro Estações, ver FLORES, Maria Bernardete Ramos. **Oktoberfest: turismo, festa e cultura na estação do chopp**. Florianópolis: Letras Contemporâneas, 1997.

¹⁹ Ibidem. p. 15.

"A riqueza dos recursos naturais disponíveis justifica a implantação de equipamentos e infra-estrutura nos seus principais pólos de atração, de forma a garantir o pleno desenvolvimento do setor. Urge, portanto, acelerar o processo evolutivo visando o crescimento do turismo regional na sua totalidade, sobretudo nas áreas consideradas potencialmente importantes pela sua atratividade e beleza".²⁰

E foi assim que, nos quatro anos de mandato, o programa de governo persegue como objetivos gerais: "gerar empregos, especialmente empregos qualificados, pois o turismo poderá ser o setor, no quadriênio 91/94, que irá proporcionar maior número de oportunidades de trabalho em Santa Catarina". Sendo ainda objetivo do Governo unir forças com a iniciativa privada. Passou-se a "prestar assistência técnica aos empresários do setor e às municipalidades, e sugerir a concessão de estímulos fiscais", assim "como participar, com outras entidades públicas ou privadas da qualificação e especialização de recursos humanos para o setor".²¹

Ao expor as diretrizes e metas do *Plano SIM, Para melhor viver em Santa Catarina*, o governo 92/95 esclarece que o turismo para muitos países chega a ser o mais importante ramo da economia, ressaltando-se que é um dos setores que propicia maior número de empregos por capital investido. Palavras mágicas como crescimento, fortalecimento, geração de empregos, podem ser causadoras deste crescente discurso frenético que possui vertiginoso fortalecimento e aposta-se no fato de:

"Santa Catarina ser dotada de recursos naturais invulgares para o turismo, a começar pelos seus 513 Km de litoral, recortado de baías, praias, ilhas e promotórios. Têm ainda as estâncias hidrotermais; a beleza de cidades, que atraem pelas marcas que guardam do seu processo colonizador, com Blumenau, Joinville, Treze Tílias; as serras, os campos; o frio de São Joaquim; a maçã de Fraiburgo; a serra do Rio do Rastro, etc...".²²

As palavras de Kleinubing comungam com as de Pedro Ivo e de Maldaner. Os governadores ansiavam por expor o Estado ao Brasil e ao mundo.

"Santa Catarina tem muito a mostrar e oferecer", segundo Paulo Afonso Vieira, Governador do Estado pelo PMDB (95-98), "e os catarinenses têm orgulho desta condição", complementa o governador, mostrando suas metas, diretrizes para governar. Expõe que "o Estado mantém a característica de reunir, em pouco mais de 1% da área do território nacional, os fatores capazes de fazer todo empreendedor sonhar alto: qualidade de vida, infra-estrutura e um povo disposto a produzir um futuro sempre melhor". Paulo Afonso define este futuro de forma explícita:

²⁰ Santa Catarina Turismo = SANTUR. *Diagnóstico Plano Plurianual 1993 – 1995*. Florianópolis, 1993. p. 287.

²¹ Plano SIM, *Para melhor viver em Santa Catarina. Diretrizes e Metas*. Florianópolis 15 março 1991. p. 4 – 23 a 4 – 33.

²² *Plano Sim*. p. 4-23

*"Buscamos um Estado onde as pessoas tenham alta qualidade de vida, todos tenham emprego, saúde e educação. Queremos uma economia forte, com empresas competitivas. Queremos um Estado eficiente, garantindo às futuras gerações uma Santa Catarina pujante, com suas belezas naturais preservadas e sem problemas ambientais."*²³

Paulo Afonso, assim como os demais governadores citados, foi consolidando o discurso que aposta na indústria do turismo. Porém, o que o torna inovador é que ele não somente luta "para preparar o Estado para competir dentro da nova realidade de mercado", mas a clareza com que explana o novo discurso neoliberal, empenhando-se para impingir "ações que permitirão a Santa Catarina inserir-se de maneira diferenciada no novo mapa geo-econômico que se configura a partir da globalização da economia".²⁴

Imagens e representações são construídas e realçadas. Práticas sociais, traços culturais, belezas locais, festas, tradições, mitos e peculiaridades passam a vir ao encontro de desejos, incendiando expectativas dos turistas potenciais. Assim, o governador do Estado, Paulo Afonso Vieira, sintetiza estas expectativas de empreendimentos do futuro:

*"O governo, aliado ao excelente padrão de vida, tradição e valores do povo catarinense, projeta nossas esperanças em direção ao vantajoso empreendimento do futuro da era do mundo global, onde o turismo, o entretenimento, a busca pelo peculiar, pelo único conduzirão como carros chefes."*²⁵

Assim, no alvorecer do século XXI, o Estado começa a redefinir-se, remodelar-se usando uma nova roupagem. Esta imagem está sendo construída e (ou) re-construída na indústria do turismo. O que percebemos é a produção de uma imagem discursiva homogênea sobre Santa Catarina desde Pedro Ivo Campos, imagem que é constantemente reconstruída, reelaborada agrupando novos elementos que dispõem o discurso do turismo como móvel, plástico e conveniente às tensões concorrentes. Estes jogos de interesses, falas e suas intencionalidades estão presentes nas várias determinações e ações encontradas nos jornais, revistas, folders de divulgação, nos programas de governo, enfim, nos documentos que circulavam na época. Sendo assim, considera Chartier, "não há prática ou estrutura que não seja produzida pelas representações, contraditórias e em confronto, pelas quais os indivíduos e grupos dão sentido ao mundo que é o deles".²⁶ Gradativamente a força do discurso da globalização e neoliberal agudiza em Paulo Afonso Vieira, com referência ao turismo e à economia.

²³ Vieira, Paulo Afonso Evangelista. **Santa Catarina Brasil: Conhecer, investir, viver**. Florianópolis: Governo de Santa Catarina. 1997. p. 1

²⁴ Vieira, Paulo Afonso Evangelista. Profissionalismo é o caminho para o turismo em Santa Catarina. In: **Mares do Sul: Turismo e Aventura**. Florianópolis, ano 4, nº14, maio 1997. p.66

²⁵ Vieira, Paulo Afonso Evangelista. **Santa Catarina Brasil: Conhecer, investir, viver**. Florianópolis: Governo de Santa Catarina. 1997. p. 3

²⁶ CHARTIER, Roger. O mundo como representação. **Estudos avançados**. n.5 v.11. São Paulo: USP, 1991. p. 117

É importante percebermos que o discurso dos fazedores do turismo privilegia, então, estrategicamente, belezas, valores, peculiaridades, pontos turísticos, infra-estrutura. Como afirma Chartier, “a relação do texto com o real(...) constrói-se segundo modelos discursivos e delimitações sociais próprias de cada situação”. Assim, os textos foram elaborados visando “vender nosso Estado lá fora”, num contexto econômico em que o turismo aparecia como uma indústria sem chaminé, almejada por Florianópolis. Importante, então, de acordo com o salienta Chartier, é “considerar que os ‘materiais-documentos’ obedecem também a processos de construção nos quais se investem conceitos e obsessões dos seus produtores. O real assume, assim, um novo sentido: aquilo que é real, efetivamente, não é (ou não é apenas) a realidade visada pelo texto, mas a própria maneira como ele a cria, na historicidade da sua produção e na intencionalidade da sua escrita”.²⁷

²⁷ CHARTIER, Roger. *A história cultural: entre práticas e representações*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1990. p. 63. O autor menciona ainda que a relação de representação pode ser compreendida “como relacionamento de uma imagem presente e de um objeto ausente, valendo aquela por este, por lhe estar conforme, (...) Note-se que a distinção fundamental entre representação e representado, entre signo e significado, é pervertida pelas formas de teatralização da vida social”. CHARTIER, Roger. *A história cultural: entre práticas e representações*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1990. p. 21. Assim, dentro desta representação é possível descrever a Ilha como um paraíso pronto para receber o turista, com completa infra-estrutura, mesmo que indícios apresentem a cidade vislumbrada com um certo distanciamento entre discurso da realidade real e o discurso da realidade representada.