

LAURA MARIEL DENKER

**ARGENTINOS E BRASILEIROS EM PORTO BELO:
ENCONTROS E REENCONTROS**

PORTO ALEGRE

2003

LAURA MARIEL DENKER

**ARGENTINOS E BRASILEIROS EM PORTO BELO:
ENCONTROS E REENCONTROS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia do Instituto de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como Requisito parcial à obtenção do grau de Mestre em Sociologia.

Orientadora:
Profa. Dra. Maria Susana Arrosa Soares

Porto Alegre

2003

AGRADECIMENTOS

Gostaria de começar agradecendo ao Programa de Pós-Graduação em Sociologia por ter me aberto as portas e me dado todas as facilidades necessárias para realizar o Mestrado em Sociologia e desenvolver o presente estudo.

Também agradeço à CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – que, através do Programa de Estudantes Convênio de Pós-Graduação (PEC-PG), viabilizou a realização deste Mestrado em Sociologia.

No decorrer da elaboração desta dissertação foram inúmeras as pessoas que, de uma forma ou de outra, contribuíram para a sua realização. Agradeço infinitamente a todas elas por sua ajuda e, fundamentalmente, por haverem-me acolhido, fazendo com que eu me sentisse sempre ‘em casa’.

Ao governo municipal de Porto Belo na figura dos funcionários da Secretaria de Turismo, bem como a todos aqueles moradores que, pelo auxílio que me prestaram, facilitaram meu trabalho de campo.

No âmbito da academia, e de modo muito especial, sou grata à Professora Maria Susana Arrosa Soares que, desde que realizei o Curso de Especialização em Integração e Mercosul, apontou-me o melhor caminho a seguir, tanto na vida pessoal quanto na acadêmica. Agradeço sua incansável dedicação na orientação deste estudo, e todo o apoio intelectual e material que ofereceu-me ao longo do curso.

A Bia, um agradecimento muito especial por sua enorme paciência e ajuda na resolução de questões de natureza administrativa. Da mesma forma, às funcionárias da secretaria do PPGS, Denise e Rejane, agradeço seu empenho e disposição para buscar respostas e soluções a dúvidas e problemas, normalmente enfrentados por alunos estrangeiros.

Aos professores do PPG em Sociologia que, de alguma forma, contribuíram para a realização desta dissertação.

Obrigada a toda a turma 2000/1 com a qual tive discussões extremamente ricas, no decorrer das diferentes disciplinas, e nos ‘cafezinhos’ dos intervalos das aulas. Especialmente gostaria de agradecer aos amigos e colegas Margarete,

Cidriana e Alex, por terem me aberto os braços e o coração, me ajudando incansavelmente na construção deste estudo.

À minha família Argentina que, a pesar da distancia e da eterna saudade, esteve sempre perto, dando-me todo o apóio que eu necessitava. E, especialmente, a Pupi e Ernesto, que, desde cedo, me ensinaram a ser a pessoa que hoje sou e me deram todas as possibilidades, a seu alcance, para que eu chegasse até aqui.

À minha família brasileira, que me recebeu de braços abertos, apoiando-me e ajudando-me, incansavelmente, para que meu trabalho chegasse a bom termo.

Mas sou imensamente grata a meu companheiro de luta, há mais de dez anos, o maravilhoso pai do Bernardo, grande incentivador do meu percurso acadêmico, sem o qual hoje, com certeza, não teria chegado aonde cheguei. Obrigada *Mano*, pelos ouvidos atentos, pelos momentos de apóio, pelo coração aberto e pelo filho que trouxemos a este mundo.

[...] Uno aprende a darse cuenta de que esa alegría de la gente es posible y te enseña [...] que nosotros somos un pueblo melancólico, un pueblo del tango. Eso se aprende y se reafirma permanentemente, cada vez que uno viaja, cada vez que uno viene a Brasil (Turista argentino em Porto Belo).

RESUMO

Este estudo aborda o fenômeno do turismo do ponto de vista sociológico, analisando a interação entre os indivíduos que dele participam e o conseqüente intercâmbio sociocultural que dele resulta. O estudo das relações entre os turistas argentinos e os residentes de Porto Belo, em Santa Catarina, durante a temporada de verão, pretende mostrar as transformações, desencadeadas pelas relações que se estabelecem entre turistas e residentes, na vida desses indivíduos e o papel cumprido pelo turismo na aproximação e o entendimento recíproco entre eles.

Palavras-chave: Turismo. Interação. Intercâmbio sociocultural. Transformações.

ABSTRACT

This study deals with tourism in a Sociological point of view, analyzing the interaction between individuals and the consequent social and cultural exchange involved in this process. The study of the relations between Argentinean tourists and residents from Porto Belo, Brazil, during summer, intends to show the transformations, generated by the relations set up between tourists and residents, in the life of those individuals and the role played by tourism in approaching and understanding of each other.

Keywords: Tourism. Interaction. Social and cultural exchange. Transformations.

SUMÁRIO

Resumo

Abstract

Lista de ilustrações

Apresentação	12
Introdução	16
Procedimentos Metodológicos	23
1. O estudo de caso	23
2. As técnicas de coleta e análise de dados	28
3. Seleção da amostra para coleta e análise dos dados	29
Parte I – O turismo como processo social	31
1 Os fundamentos do turismo	32
1.1 O tempo livre e o tempo de lazer	32
1.2 Das viagens individualizadas ao turismo coletivo ou de massas	35
1.3 O surgimento da indústria turística e a evolução do turismo	37
1.4 Impactos econômicos, sócio-culturais e ambientais do turismo	41
2 Cenário atual do turismo	45
2.1 O turismo no mundo	45
2.2 O turista argentino no Brasil	46
2.3 O turismo em Santa Catarina	47
2.4 O turismo em Porto Belo	49
3 Contexto espacial: Porto Belo, cenário do encontro	52
3.1 Características gerais do município	52
3.2 Pequena história do município	55
3.3 Breve panorama econômico	56

3.4 Infra-estrutura local	57
3.5 O desenvolvimento do turismo no município	60
Parte II - Argentinos e brasileiros no espaço turístico: relatos dos encontros	63
1 A viagem no imaginário: o planejamento	64
1.1 Perfil dos turistas argentinos entrevistados	64
1.2 Os argentinos: os preparativos para a viagem	65
1.3 Perfil dos residentes brasileiros entrevistados	72
1.4 Os residentes: os preparativos para receber o turista argentino	74
2 A convivência no espaço turístico	77
2.1 A chegada dos turistas	77
2.2 Como os residentes recebem os turistas	89
3 Alegrias e frustrações: quem são os responsáveis?	99
3.1 Os argentinos	99
3.2 Os brasileiros.....	105
4 O retorno	111
4.1 As recordações dos turistas argentinos	111
4.2 E como ficamos nós, os residentes?	116
Considerações Finais	127
Referências Bibliográficas	134
Apêndice	138

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 -	Vista do Cais dos Pescadores de Porto Belo	25
FIGURA 2 -	Paisagem edilícia da cidade de Porto Belo	27
FIGURA 3 -	Paisagem edilícia da cidade de Porto Belo	27
FIGURA 4 -	Localização de Porto Belo no Brasil e em Santa Catarina	53
FIGURA 5 -	Localização de Porto Belo no Brasil e em Santa Catarina	53
FIGURA 6 -	Vista aérea parcial da península de Porto Belo	54
FIGURA 7 -	Vista da praia do Araçá – Porto Belo	61
FIGURA 8 -	Vista da praia do Araçá – Porto Belo	61
FIGURA 9 -	Vista panorâmica da Ilha de Porto Belo	62

LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadros

- QUADRO 1 - Distribuição das ocupações dos residentes entrevistados por temporada e por tipo de contato 92
- QUADRO 2 - Motivo da aproximação dos turistas entrevistados com residentes de Porto Belo considerados amigos 115

Tabelas

- TABELA 1 - Mão de obra empregada em setores da atividade turística em 2000 no Brasil 41
- TABELA 2 - Chegada de turistas no mundo, na América do Sul e no Brasil 1992-2000 46
- TABELA 3 - Turistas argentinos no Brasil por faixa etária em 2001 47
- TABELA 4 - Turistas argentinos no Brasil por grau de instrução em 2001 47
- TABELA 5 - Movimento estimado de turistas totais em Santa Catarina 48
- TABELA 6 - Principais mercados emissores estrangeiros a Santa Catarina 48
- TABELA 7 - Permanência média em todos os meios de hospedagem em Santa Catarina 48
- TABELA 8 - Meios de hospedagem utilizados em Santa Catarina 49
- TABELA 9 - Movimento estimado de turistas em Porto Belo 50
- TABELA 10 - Principais mercados emissores estrangeiros a Porto Belo 50
- TABELA 11 - Permanência média em todos os meios de hospedagem em Porto Belo 50
- TABELA 12 - Meios de hospedagem utilizados em Porto Belo 51
- TABELA 13 - Distribuição da população de Porto Belo por faixas etárias 52
- TABELA 14 - Evolução populacional do município de Porto Belo 1950-2000 55
- TABELA 15 - Distribuição por faixa etária dos turistas entrevistados 64
- TABELA 16 - Distribuição por nível de escolaridade dos turistas entrevistados . 64

TABELA 17 - Distribuição por profissão dos turistas entrevistados	65
TABELA 18 - Distribuição por faixa etária dos residentes entrevistados	72
TABELA 19 - Distribuição por religião dos residentes entrevistados	73
TABELA 20 - Distribuição por nível de escolaridade dos residentes entrevistados	73
TABELA 21 - Distribuição por nível de renda familiar dos residentes entrevistados	73
TABELA 22 - Distribuição por cidades de origem dos residentes entrevistados .	74

APRESENTAÇÃO

A atividade turística no mundo e, especificamente, no Mercosul, vem demonstrando um constante crescimento nos últimos anos¹. Os processos de integração regional que vêm se desenvolvendo, desde os anos cinquenta, têm propiciado um maior intercâmbio econômico e sócio-cultural entre os países membros desse bloco regional.

As pesquisas sobre ela, todavia, têm privilegiado, apenas, seus impactos econômicos no crescimento e desenvolvimento das localidades ou regiões nas quais ela é mais intensa, não contemplando seus efeitos sociais e culturais.

Poucas são as pesquisas que abordam o turismo do ponto de vista sociológico, analisando a interação entre os indivíduos que dela participam e o conseqüente intercâmbio socio-cultural que dele resulta. As pesquisas, em geral, concentram-se no estudo da oferta e da demanda turística, desde uma perspectiva econômica.

Nosso enfoque é diferente. Pretendemos mostrar as transformações, desencadeadas pelas relações que se estabelecem entre turistas e residentes, na vida desses indivíduos e o papel cumprido pelo turismo na aproximação e o entendimento recíproco entre eles.

Este estudo pretende contribuir para a compreensão das características do processo de aproximação social e cultural entre os argentinos e os brasileiros e, em conseqüência, da emergência de uma certa interculturalidade.

Mirian Rejowski (1996, p. 17) afirma “[...] o turismo, uma prática antiga, só aparece como área científica de estudos recentemente, e sua evolução foi notável, levando-se em conta o curto período de sua ocorrência”. A pesar de terem existido estudos preliminares antes da Segunda Guerra Mundial – estudos que Rejowski (1996) considera importantes bases que foram assentadas -, seu desenvolvimento científico só ocorreu após esse período. Os condicionantes que deram origem ao processo de *cientificidade* do turismo são semelhantes àqueles das outras ciências

¹ Com efeito, existe uma tendência a um aumento considerável do fluxo intrarregional de turistas na região do Cone Sul a partir dos anos 90 (DENKER, 1998; EMBAJADA ARGENTINA EN BRASIL, 1996).

sociais, isto é, um grupo de pesquisadores vindos das mais diversas disciplinas e, ao mesmo tempo, separados no tempo e no espaço, foram gradativamente unindo critérios (JAFARI, 1994).

Especificamente, a sociologia do turismo iniciou-se como disciplina há mais de vinte anos na Europa, com Hans Joachim Knebel e Jost Krippendorf (BARRETO, 2000). Os primeiros estudos sociológicos, realizados por volta dos anos 60, se dedicaram aos efeitos negativos do turismo – denominada de *plataforma de ataque* - e os estudos mais recentes contribuem para a constatação de que, em determinadas circunstâncias, o turismo deixa um legado positivo – denominada *plataforma de defesa*. A chamada *plataforma do conhecimento* focaliza os sujeitos protagonistas e a relação entre eles, e constitui o menos desenvolvido e o que a ciência social deve abraçar (BARRETO, 2000).

O turismo mobiliza contingente significativo de pessoas (os turistas), que se deslocam do seu lugar de residência habitual, por um certo período de tempo, com uma carga de expectativas e movido pelos mais diversos motivos. Essas pessoas, que ‘migram temporariamente’ para outro lugar, necessariamente entram em contato com membros da comunidade que os recebe (os residentes), pois, “[...] o turismo -a não ser em casos excepcionais de visita a sítios arqueológicos distantes, por exemplo – é praticado em lugares onde há uma comunidade local morando” (BARRETO, 2000, p. 24).

Como diz Barreto,

[...] dados o volume de pessoas e comunidades que se relacionam através do turismo, os tipos de relações que se estabelecem e a multiplicidade de planos em que esses relacionamentos se dão, torna-se fundamental o concurso da academia para estudar tanto o comportamento desses sujeitos quanto o funcionamento dessa associação temporária entre visitante e visitado (BARRETO, 2000 p. 24).

A contribuição da sociologia é importante para a compreensão da estrutura da interação e do comportamento dos atores envolvidos na indústria do turismo, bem como dos turistas, em suas necessidades, expectativas, projetos e ilusões.

No passado, o turismo não recebeu a atenção que merecia, pois era considerado, apenas, uma atividade prática ou operacional. Isto, mudou radicalmente nos últimos anos. Estudiosos e políticos (policy-makers) ligados ao turismo se deram conta que as teorias sociológicas e os conceitos podem ser de uma considerável ajuda na compreensão do complexo e sutil processo que ocorre quando acontecem as interações entre visitantes e residentes. Essa dimensão é particularmente importante quando estes têm diferentes valores, expectativas e comportamentos padrão que podem ser expressos ou não em normas sociais, que se tornam evidentes somente depois de um considerável estudo (JAFARI, 1981).

Neste estudo, de natureza sociológica, o turismo será abordado desde uma perspectiva *intercultural*. O estudo das relações entre os turistas argentinos e os residentes de Porto Belo, em Santa Catarina, durante as temporadas de verão, terá como objetivo identificar as características da interação que entre eles se estabelece, procurando responder à seguinte questão: em que circunstâncias o turismo é um facilitador do “encontro” de indivíduos de culturas diferentes e, em consequência, propiciador da interculturalidade? Isto é, existe uma relação entre o turismo e a interculturalidade?

Na busca de respostas a esse questionamento desenvolveu-se um levantamento dos diversos tipos de encontros que esses indivíduos estabelecem entre si, no período em que convivem durante o verão, as principais características de cada um desses tipos e seu potencial poder de aproximar, culturalmente, os turistas e os residentes.

Também se procurou detectar possíveis indícios de modificações nas atitudes e nos comportamentos dos turistas argentinos e dos moradores do município de Porto Belo, decorrentes da convivência. Pretendeu-se descobrir se o turista argentino, que regularmente veraneia nesta praia, havia incorporado em seus hábitos, costumes e atitudes, elementos da cultura local; igualmente, buscou-se identificar a forma como os moradores respondiam a esse contato.

Os atores participantes da relação turística – turistas e residentes - foram descritos tanto em suas características sociais e culturais como na forma como eles se identificam e diferenciam do ‘outro’. Do primeiro, procurou-se, através de suas motivações, interesses e necessidades, descobrir se ele era um turista ou um viajante. Do segundo, buscou-se identificar suas motivações, necessidades e

interesses em relação ao turismo argentino e descobrir a origem da tradicional hospitalidade do residente de Porto Belo.

O presente estudo está dividido em duas partes. Na primeira, o primeiro capítulo apresenta os antecedentes e os fundamentos do turismo, desde o surgimento do tempo livre e o tempo de lazer, com o conseqüente desenvolvimento das viagens individualizadas, ao turismo de massa, nas sociedades industrializadas da Europa. Apresenta-se, também, como o desenvolvimento dos meios de comunicação e de transportes fez surgir uma potente indústria para prestar um amplo leque de serviços a turistas e viajantes, chamada a 'indústria da hospitalidade'. No segundo capítulo, descreve-se o cenário atual do turismo no mundo, no Brasil, em Santa Catarina e em Porto Belo, através dos principais indicadores estatísticos. Finalmente, no terceiro capítulo descrevem-se as características históricas, econômicas, culturais, de infraestrutura e turística do município de Porto Belo, contexto empírico deste estudo.

Na segunda parte, desenvolve-se a análise do conteúdo das entrevistas realizadas com os turistas e os residentes. No capítulo primeiro descreve-se o planejamento / preparativos da viagem, tanto no imaginário dos turistas como dos residentes. No segundo, analisam-se os relatos que turistas e residentes constroem sobre a convivência. No terceiro capítulo são apresentados os aspectos positivos e negativos, isto é, as alegrias e as frustrações que os atores apontaram com relação a sua estadia e/ou convivência na temporada transcorrida em Porto Belo. No quarto capítulo, descreve-se o retorno do turista a Argentina e a volta a rotina do residente de Porto Belo, e as marcas que, em cada um deles, deixou a convivência que tiveram, enquanto durou a temporada.

Finalmente, nas considerações finais, são apresentadas as principais descobertas do estudo de caso realizado em Porto Belo, no verão de 2001, no transcurso do qual, como profissional do Turismo, aprendi muito sobre a importância da Sociologia para analisar o turismo como meio e caminho para a integração cultural e social de argentinos e brasileiros.

INTRODUÇÃO

No presente estudo o turismo foi analisado como uma *relação de interdependência* entre turistas e residentes, a qual pode desencadear um processo intercultural. O estudo busca analisar as conseqüências da interação entre os turistas argentinos e os residentes do município de Porto Belo, a partir dos relatos das suas próprias percepções e de observações realizadas nos locais onde, mais freqüentemente, eles se encontram.

Este estudo das relações entre “Interculturalidade e Turismo” busca analisar a forma como ocorre a aproximação de indivíduos de culturas diferentes, que se encontram e interagem dentro de um contexto específico, o do turismo. Nele procurou-se identificar as possíveis conseqüências desses encontros, isto é, os indícios do surgimento de uma relação intercultural.

A contribuição de Néstor García Canclini para este estudo foi de suma importância para pensar a interculturalidade. Ele considera-a um processo social que resulta, ou não, do encontro de indivíduos de culturas diferentes. Para que o encontro com a alteridade leve ao surgimento das condições propícias à ocorrência da interculturalidade é necessário que os atores envolvidos vivenciem situações de interação e de identificação.

O conceito chave do estudo é interculturalidade; ele permitiu-nos analisar o processo desencadeado pelos intercâmbios sócio-culturais ocorridos entre indivíduos de diferentes culturas nacionais e as mudanças em suas vidas cotidianas dele resultantes. Garcia Canclini (2000), em sua obra *La Globalización Imaginada*, utiliza este conceito para analisar a realidade dos migrantes – cuja temporalidade é diferente, na medida em que os encontros são mais duradouros – e, em nosso estudo, foi utilizado para pesquisar as possíveis conseqüências do convívio mais ou menos regular de argentinos que se encontram durante a temporada de turismo no município de Porto Belo, no Estado de Santa Catarina, com os moradores brasileiros daquele lugar.

O estudo da interculturalidade requer o estudo de descrições sócio culturais que captem processos específicos, tanto na sua estrutura objetiva quanto nos imaginários que expressam o modo em que os sujeitos individuais e coletivos se

representam, seu lugar e suas possibilidades de ação nesses processos (GARCIA CANCLINI, 2000).

A intensificação dos intercâmbios, sobretudo com moradores de países vizinhos, pode levar à reformulação de estereótipos e, portanto, à mudança no imaginário a respeito do Outro, renovando a compreensão que se tem desse Outro. E de alguma forma, examinar os relatos que uns e outros constroem no decorrer dos intercâmbios, sejam eles migratórios, comerciais ou turísticos (GARCIA CANCLINI, 2000), é fundamental para a compreensão do avanço dos processos que conduzem à interculturalidade.

Entretanto, dadas as características que hoje tem o turismo, pode-se pensar que o encontro intercultural entre turistas e residentes nunca será possível, pois, “[...] nos nossos dias, em que a viagem se tornou um fenômeno de massa, a lenda do entendimento entre os povos foi definitivamente relegada para a esfera das quimeras” (KRIPPENDORF, 1989, p. 105). Como os indivíduos envolvidos não chegam a conhecer como é, de fato, o universo do outro, pois, muitas vezes os comportamentos de ambos sujeitos não são totalmente verdadeiros, a viagem conduz à confirmação recíproca dos clichês e o próprio encontro segue a lógica de um clichê.. Em razão disso, “[...] o resultado é que se chega a uma incompreensão mútua, ao invés do entendimento” (KRIPPENDORF, 1989, p. 115).

Sendo o turismo um desencadeador de processos interculturais, isto é, de intercâmbios sociais que instalam na vida das pessoas ressonâncias culturais das outras sociedades com as quais entram em contato, para compreender a interculturalidade é necessário “articular as observações telescópicas das estruturas sociais e os olhares que falam da intimidade das relações entre culturas” (GARCIA CANCLINI, 2000, p. 36), isto é, reunir explicação e compreensão através da interpretação dos relatos dos atores que narram esses encontros.

A interculturalidade remete aos conceitos de cultura e de identidade. Em nosso estudo adotamos a perspectiva de cultura de Garcia Canclini (2000, p. 62-63), para o qual,

o cultural abarca o conjunto de processos através dos quais representamos e instituímos imaginariamente o social, concebemos e gestionamos as relações com os outros, ou seja as diferenças, ordenamos sua dispersão e sua inconmesurabilidade mediante uma delimitação que flutua entre o

ordem que faz possível o funcionamento da sociedade (local e global) e os atores que a abrem ao possível².

Falar em cultura remete, necessariamente, à identidade, como construção que ocorre no interior de contextos sociais que determina a posição dos agentes e por isso mesmo orienta suas representações e suas escolhas (CUCHE, 1999). Essa construção ocorre em uma relação que opõe um grupo aos outros com os quais se está em contato. Se a identidade se constrói e reconstrói no interior das trocas sociais, a análise deve centrar-se no estudo da relação, na medida em que “para definir a identidade de um grupo, o importante não é inventariar seus traços culturais distintivos, mas localizar aqueles que são utilizados pelos membros do grupo para afirmar e manter uma distinção cultural³” (BARTH apud CUCHE, 1999, p. 111). Ou seja, a diferença identitária não é consequência direta da diferença cultural mas o resultado das interações entre os grupos e dos procedimentos de diferenciação que instauram nas suas relações (CUCHE, 1999).

As características levadas em consideração não são a soma das diferenças objetivas, mas aquelas que os indivíduos consideram significantes. Os atores marcam ou exageram a diferença com o outro através de “alguns traços culturais que são utilizados por eles como sinais e emblemas de diferenças, outros são ignorados, e, em alguns relacionamentos, diferenças radicais são minimizadas e negadas” (BARTH, 1998, p. 194). Em nossa pesquisa, foram de grande importância os sinais manifestos que os indivíduos, tanto os turistas quanto os residentes, revelaram para definir sua própria identidade e diferenciá-la da identidade do outro. O vestuário, a língua, a moradia, o estilo geral de vida etc. são fundamentais para ambos indivíduos identificarem-se mutuamente, demarcando suas identidades nacionais.

Tal demarcação - *différance* - é um processo de construção da identidade mediante a diferenciação do outro e a produção de ‘efeitos de fronteira’ (HALL, 1996). A identidade e a diferença são o resultado de um processo de produção simbólica e discursiva e a sua definição está sujeita a relações de poder: “o poder de definir a identidade e marcar a diferença não pode ser separado das relações mais

² Tradução livre da autora.

³ Tradução livre da autora.

amplas de poder; elas nunca são inocentes” (SILVA, 2000, p. 81). Foi importante para este estudo compreender como os indivíduos envolvidos representavam o outro através desse processo de diferenciação, isto é, buscou-se identificar elementos significativos nos seus discursos que remetiam a esse processo.

Para tanto, foram de grande utilidade os critérios utilizados por ambos atores para: demarcar fronteiras – ‘nós e eles’ -; classificar – ‘bons e maus’, ‘desenvolvidos e primitivos’ -; normalizar – ‘nós somos normais, eles são anormais’ – (SILVA, 2000). Essa demarcação de fronteiras, essa separação e distinção, permitiu descobrir como uns e outros se percebiam, se identificavam ou se reconheciam.

Dentro dos diversos enfoques sociológicos que têm sido utilizados no estudo do turismo, consideramos o mais pertinente aos objetivos deste trabalho aquele denominado ‘interatuante’, que analisa a interação dos turistas com as comunidades receptoras (COHEN apud SCHLÜTER, 2000).

Para tanto adotamos a perspectiva de Goffman (1975, p. 23) para quem “a interação [...] pode ser definida, em linhas gerais, como a influência recíproca dos indivíduos sobre as ações uns dos outros, quando em presença física imediata”. Ela permitiu-nos considerar que ao se encontrarem e interagirem, tanto turistas como residentes tinham a possibilidade de se ouvir e se observar mutuamente. A caracterização que ambos faziam um do outro se organizava através de duas formas básicas de identificação, uma de tipo *categorico* e outra de tipo *individual* (Grifo do autor). A primeira implicava em situar o outro em uma ou mais categorias sociais; na segunda, o indivíduo atribuía-lhe uma forma de identidade única baseada na sua aparência, tom de voz, nome próprio ou qualquer outro tipo de mecanismo de diferenciação pessoal. Os indivíduos identificavam-se *individualmente* ou *categoricamente*, em relação às quatro variáveis ou traços maestros determinados pelo *status* (Grifos do autor), quais sejam, idade, sexo, classe social e raça.

A interação em situações de co-presença, entre os turistas e os residentes, foi compreendida como uma série de *encontros* nos quais eles entravam no curso de suas atividades. Tais encontros foram definidos como unidades de interação focalizada, nas quais os indivíduos se dirigiam diretamente uns aos outros. A interação focalizada ocorria quando as pessoas estavam efetivamente dispostas a manter, durante algum tempo, um único foco de atenção cognitivo e visual. Também foi contemplada a interação não focalizada, como formas de comunicação mútua

que ocorriam simplesmente porque as pessoas estavam em um mesmo espaço (GOFFMAN, 1992).

Neste estudo a interação foi associada à hospitalidade. A 'indústria da hospitalidade' fornece os mecanismos e a lógica da interação e das relações que dela derivam (URRY, 1999). Com efeito, os serviços relacionados com o turismo devem ser fornecidos aos objetos do olhar do turista ou próximo a ele, pois eles não podem ser transferidos para outro lugar⁴; e boa parte da produção de serviços envolve uma proximidade espacial entre os produtores e os consumidores, bem como uma conexão necessariamente próxima entre eles, pois a natureza desses serviços – alimentação, transporte etc. - assim o requer.

Atualmente, duas são as principais categorias de pessoas que viajam: o *turista* – o mais típico dos empreendedores de viagens - que procura, basicamente, fugir do cotidiano e relaxar do trabalho e o *viajante* que, além de fugir do cotidiano, busca conhecer outras culturas e lugares. Segundo Krippendorf (1989), o turista dificilmente sai do seu dia-a-dia pensando nas pessoas que encontrará na comunidade local, mas tentando se evadir do trabalho; busca, principalmente, consumir paisagens ou lugares diferentes daqueles que está acostumado a ver em seu cotidiano. O viajante, ao contrário, considera a viagem não apenas uma atividade de lazer ou de ruptura com o cotidiano, mas como “[...] uma experiência de conhecimento do outro e da natureza e, ao mesmo tempo, como forma de autoconhecimento” (LABATE, 2000, p. 58). Ele preocupa-se mais com o que encontrará do que com o que deixou. No entanto, para ambos personagens, a viagem e a permanência se realizam em lugares diferentes de seus locais habituais de moradia e de trabalho; a residência nesses lugares é temporária e breve; geralmente, existe a intenção de voltar para casa depois desse período (URRY, 1999).

Para Krippendorf (1989) o viajante é o indivíduo que realiza *viagens alternativas*: àquelas que se desenrolam, geralmente, em países do terceiro mundo. Os turistas alternativos se dissociam do turismo de massa, agem diferentemente de outras pessoas, buscam lugares inexplorados ou fazem coisas fora do comum. Estes viajantes procuram ter contatos com os moradores locais, renunciam à maioria das comodidades turísticas, alojam-se de acordo com os hábitos locais e utilizam os

⁴ É o que o autor denomina de “fixidez espacial” dos serviços (URRY, 1999).

meios de transporte público do país. Eles procuram reunir informações antes e durante a viagem.

Este viajante observa de perto a realidade social do dia-a-dia da comunidade visitada. Segundo Chesneaux (1999), ele faz questão de entrar no tempo local: sentir os barulhos das ruas, os cheiros no ar, ler a imprensa local; não só aprender mas entrar nos horários locais. Ele procura resistir aos menus internacionais como o *fast food*, preferindo as tradições culinárias autóctones. Prefere andar a pé, nas ruas, solto, para poder se cruzar com pessoas ordinárias: “[...] La rue, c’est à la fois un lieu privilégié d’observation et une forme élémentaire de participation” (CHESNEAUX, 1999, p. 68). A rua fala e é só ouvi-la: o mais banal dos passeios a pé era suficiente para tomar consciência do vínculo social que continuava sendo muito rural em Honiara, nas ilhas Salomão, em 1993 (CHESNEAUX, 1999). Não só a rua oferece a possibilidade de contato com a realidade local e as pessoas do lugar; existem outros lugares usuais de vida social local que garantem esses contatos como os mercados abertos, uma sessão de cinema, a saída de uma igreja ou de um cemitério. Pode-se, ainda, qualquer que seja o nível de conhecimento lingüístico, escutar a rádio local, ler jornal local, tentar decifrar as pichações nas ruas ou as palavras chave da imprensa e da publicidade.

A viagem como entrada no tempo local, como entrada na vida local, significa, necessariamente, a viagem como saída, como ruptura com os usos e os códigos, as maneiras de viver e de pensar, tudo o que implica pertencer a um grupo nacional. Uma viagem só pode ser autêntica uma vez que se atravessou a fronteira, ou seja, que

[...] l’ouverture à l’autre n’invite-t-elle pas à prendre ses distances a rapport au ‘soi’, tant collectif qu’individuel? [...] Observer des horaires de repas insolites, relever des graffitis aux allusions pas toujours claires, se laisser aller au rythme nouveau des rues, se hasarder dans des cimetières à l’ambiance singulière ne *fait sens* pour le voyageur que du fait qu’il est loin de chez lui (CHESNEAUX, 1999, p. 85).

Segundo Labate (2000) existem algumas diferenças importantes entre o turista e o viajante-turista: o primeiro tira férias, buscando relaxar do trabalho; possui pouco tempo para viajar, mas muito dinheiro para gastar; podem ser jovens ou velhos; sua viagem é organizada, não necessariamente por uma agência de

viagens, mas no sentido de se preparar para isso com bastante antecedência; procura viagens padronizadas, como um *resort*, uma praia ou um lugar típico na montanha, com o conforto necessário. O segundo tipo procura viajar (não apenas tirar férias, apesar de que para muitos coincide o momento da viagem com o período de férias) para aprender sobre outras culturas, com muito tempo para fazê-lo e pouco dinheiro; em geral, são pessoas jovens que procuram o inesperado; as viagens são pessoais ao invés de padronizadas e buscam a aventura.

Os viajantes sentem a necessidade de explorar novas culturas, conhecer outras pessoas, o modo de vida delas, aprender sobre elas. Penetrar no país, conversar com as pessoas, fazer amigos, o que mostra o caráter existencial e de aprendizagem dos desejos destes indivíduos (LABATE, 2000). Em contrapartida, o turista se mostra uma pessoa que, em geral, está mais preocupado em descansar e relaxar do que entrar em contato com a comunidade local. Ele busca sair da opressão do seu cotidiano, escolhendo um lugar que contraste com a sua realidade.

Este estudo entre turistas argentinos e residentes brasileiros em Porto Belo foi feito a partir da identificação das diferentes necessidades, motivações e interesses peculiares a cada um deles. O turista viaja para fugir de seu cotidiano ou em busca de um anticotidiano: “nos nossos dias, a necessidade de viajar é, sobretudo criada pela sociedade e marcada pelo cotidiano” (KRIPPENDORF, 1989, p. 17).

Também impele o indivíduo a viajar o meio social; a decisão pessoal é, de certa forma, condicionada socialmente. As necessidades dos turistas, pois, responderiam a convenções e símbolos de status (KRIPPENDORF, 1989).

O ‘outro’ no processo de interação, que envolve os indivíduos no decorrer das atividades turísticas, foi o residente. São pessoas que durante a temporada atuam direta ou indiretamente na prestação de serviços aos visitantes. O residente foi classificado em duas categorias: uma primeira formada por aqueles que mantém contato direto com os turistas, como pessoal da hotelaria, do transporte, da alimentação; uma segunda categoria esteve composta por proprietários de empresas turísticas e da indústria local sem contato direto com os turistas, bem como os habitantes que mantém contato direto e freqüente, mas dependem, parcialmente, da atividade turística.

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

1 O estudo de caso

O método de investigação utilizado no desenvolvimento da pesquisa foi o estudo de caso, pois, consideramos que ele permitiria obter mais informações sobre o tema escolhido (ROESE, 1998): os turistas argentinos em Porto Belo. O estudo de caso nos possibilitou responder como e porque as características específicas identificadas no turismo argentino em Porto Belo eram possíveis. Buscou-se compreender, por um lado, as razões da escolha desse balneário como destino turístico e a fidelidade dos turistas argentinos com Porto Belo; por outro lado, buscou-se descobrir as razões da hospitalidade típica do residente e a simplicidade do seu trato.

O por quê da opção desta técnica? Porque, como Roese (1998), consideramos que essa opção nos permitiria adequar os objetivos da pesquisa e as características do objeto a ser investigado. Esta opção decorreu do fato de que nossas questões exigiam um detalhamento que apenas a observação da realidade do turismo argentino em Porto Belo nos permitiria obter respostas.

Pessoalmente, freqüento essa localidade turística, bem como os arredores, desde o ano de 1992. Algumas características, que serão descritas a seguir, são fruto da minha observação, no decorrer desses anos e, de dados secundários obtidos em órgãos de turismo (local, estadual e federal). Através da minha convivência com a comunidade local, foi-me possível identificar algumas características que distinguem Porto Belo e fazem dele um caso diferente a outros balneários, também freqüentados por argentinos.

O encontro dos turistas argentinos com residentes brasileiros no município de Porto Belo possui certas especificidades. Nos últimos dez anos, as praias de Santa Catarina têm sido muito procuradas por turistas argentinos. Basicamente, pela proximidade com o seu país, pelas belas paisagens e as águas calmas e mornas das praias, em nítido contraste com as frias águas das praias argentinas. Os balneários mais freqüentados pelos turistas argentinos são: Bombinhas, Canasvieiras (que faz parte da Ilha de Florianópolis no que se refere às

pesquisas mercadológicas realizadas pela SANTUR⁵) e Camboriú. Esses locais diferenciam-se de Porto Belo por serem lugares com um grande desenvolvimento turístico e em processo de rápida expansão, o que lhes trouxe significativas mudanças relacionadas, fundamentalmente, à paisagem natural e edilícia das cidades, com o loteamento dos morros para a construção de moradias de aluguel ou particulares e meios de hospedagem como hotéis e pousadas. A construção de grandes edifícios à beira-mar – muitas vezes driblando a legislação local – modificou a paisagem dessas cidades, como em Bombinhas, que passou, rapidamente, de um vilarejo de pescadores a uma importante cidade turística, atraindo grandes contingentes de turistas a cada ano; ou ainda Camboriú, onde os altos edifícios de apartamentos construídos à beira-mar – uma grande parte de propriedade de argentinos - acabaram encurtando o dia de praia, pois a posição geográfica dos mesmos, no sentido leste-oeste, oculta o sol de forma artificial, quando ele deveria se pôr na Serra do Mar, ao oeste. Canasvieiras, igualmente, transformou-se profundamente. Tornou-se uma *Mar del Plata*⁶ encravada no Brasil, com um grande número de proprietários argentinos que importaram suas formas de consumo e de usos, desde a moda até as comidas, impondo sua cultura e seus costumes.

Em todas estas cidades, é possível realizar passeios de barco em uma escuna preparada para isso, como o 'barco de piratas'. O turista paga um preço alto para sentir-se um conquistador dos mares, realidade muito diferente daquela dos pescadores locais. Para os que querem o turismo de pesca, as agências oferecem outras opções em localidades que conservam esse tipo de prática.

Nessas cidades, o aluguel dos imóveis pode ser feito diretamente com os proprietários. Entretanto, certamente, o turista considera mais cômodo e seguro efetivar o aluguel utilizando os serviços de uma imobiliária.

O balneário de Porto Belo também se caracterizou, nas últimas décadas, pela homogeneidade do grupo de turistas estrangeiros que o frequenta. São basicamente turistas provenientes da Argentina e que, de uma forma geral, têm tradição de veranejar nesta praia.

⁵ Órgão Público de Turismo do Estado de Santa Catarina.

⁶ O mais famoso balneário do litoral atlântico argentino.

Entretanto, e em contraste com os outros balneários catarinenses, Porto Belo não sofreu mudanças significativas com o desenvolvimento do turismo; conservou muitas características do antigo vilarejo de pescadores e agricultores: as pessoas se conhecem e se cumprimentam nas ruas; os barcos tradicionais de pescadores permanecem ancorados nas águas da baía e os pescadores conversam à beira do cais. Se o turista deseja fazer turismo de pesca ou um passeio em barco pela região ou a travessia até a Ilha de Porto Belo, pode fazê-lo nessas embarcações tradicionais, muitas das quais, durante o resto do ano, se dedicam à pesca artesanal.



Figura 1 – Vista do Cais dos Pescadores de Porto Belo

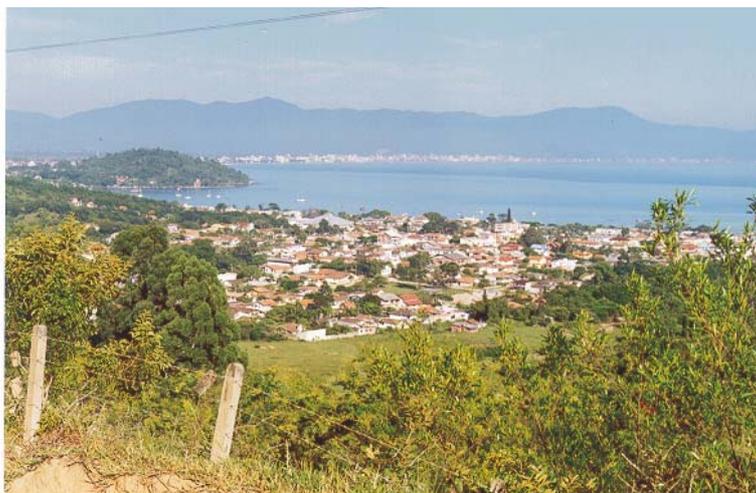
Foto: Suzete Cerutti, Dezembro de 2002

A comunidade local mantém, em grande parte, os laços com as atividades produtivas tradicionais, como a pesca. Muitos moradores, todavia, passaram a trabalhar no turismo, abandonando as atividades que anteriormente exerciam. Destes, um número significativo são empregados ou empreendedores de pequeno porte relacionados ao turismo local. Os grandes investidores, em geral, são pessoas de outras cidades. Eles são os que construíram marinas, supermercados, lojas importantes etc. Portanto, a grande maioria da população local mantém-se na condição de empregado ou pequeno proprietário com baixa capacidade de investimento.

Outra característica desta comunidade de pescadores é sua religiosidade. O mar, para eles, é uma força misteriosa e as crenças religiosas auxiliam a compreender o destino dos pescadores que não retornam e as razões para que isso ocorra. Existem diversas igrejas espalhadas pelo município e é comum ouvir, quase todos os dias, os cânticos dos mais diversos cultos, bem como os moradores indo orar. Muitos deles são identificados pelas vestimentas – mulheres com saias compridas e longos cabelos –; eles também mantêm a tradição de entrar no mar com roupa, pois, assim a sua religião o exige.

O turista argentino que visita Porto Belo é, geralmente, de classe média. Não vem disposto a gastar muito nem buscando o luxo. A simplicidade do lugar é uma das motivações que o faz voltar e que o atrai, junto à tranquilidade, à paz e às belas paisagens. Não se trata do turista argentino que viaja para o nordeste do Brasil, de avião, alojando-se em *resorts*. O argentino que visita Porto Belo viaja de carro e, geralmente, aluga uma casa ou apartamento diretamente com o proprietário, procurando, dessa forma, estabelecer algum tipo de contato com a comunidade local, o que o diferencia do Argentino que prefere veranejar em Bombinhas, por exemplo.

A paisagem do vilarejo está quase intacta, conservando grande parte da Mata Atlântica nos morros que o cercam. A costa, com as suas belas praias, mantém suas características, apenas com pequenas modificações decorrentes da presença de quiosques e quadras de futebol ou vôlei. A arquitetura da maior parte dos prédios do município se mantém; há poucos edifícios com mais de três andares e as casas são baixas e simples; o centro comercial do balneário é modesto; tem uma praça central onde se localiza a sede da Prefeitura – ponto de encontro dos moradores locais e dos turistas em época de verão –; há, apenas, uma rua principal, asfaltada, e via de acesso a outras praias como Bombas e Bombinhas e as ruas secundárias são, na sua maioria, pavimentadas.



Figuras 2 e 3 – Paisagem edilícia da cidade de Porto Belo

Foto: Suzete Cerutti, Dezembro de 2002

Pontos de atração turística são: a Pedra da Cruz com petroglifos dos primeiros habitantes do lugar, localizada no topo da ilha João da Cunha; o alambique do Padre Alemão que há 35 anos produz cachaça na região; os engenhos de farinha no Sertão do Valongo, que até hoje permanece como um dos resquícios dos quilombos nesta região e algumas festas populares como a Farra do Boi e o Terno de Reis que ainda são realizadas pelos moradores da região.

É neste cenário que ocorre o contato dos argentinos com os moradores. Ele é mais direto com as pessoas que trabalham em hotéis e pousadas ou alugam as casas; meio de hospedagem mais utilizado pelos turistas estrangeiros e, de uma

forma geral, facilitador do contato com os residentes. Estes costumam construir casas menores no fundo do terreno e alugam a casa principal durante o verão, mobiliada, aos turistas. A mobília é a utilizada pelos proprietários que, também, acrescentam outros objetos do gosto dos futuros inquilinos. Os contatos são mais intensos no dia-a-dia; o turista, que aluga a casa diretamente com o proprietário, está mais aberto a contatos com o proprietário e sua família, o que propicia uma certa mistura de hábitos e costumes dos *de fora* e dos *de dentro*. As relações, dessa forma, são mais pessoais do que nas outras cidades, onde predominam as relações impessoais e comerciais.

Porto Belo revela-se propícia ao intercâmbio cultural, desde a paisagem até seus habitantes parecem estar abertos a tornar os encontros entre turistas e moradores agradáveis, enriquecedores e inesquecíveis.

2 As técnicas de coleta e análise de dados

Para levantar os dados empíricos foram realizadas entrevistas que forneceram as informações relativas aos: 1) turistas argentinos, que passam suas férias no Município de Porto Belo; 2) residentes do Município de Porto Belo. Os primeiros foram entrevistados no mês de fevereiro de 2001, na alta temporada, e os residentes, na baixa temporada, no mês de abril de 2001, quando foi possível realizar as entrevistas. O levantamento foi desenvolvido pela própria pesquisadora, em espanhol com os turistas e em português com os residentes.

Pelo tipo de informação que se procurava dos entrevistados, tratou-se de dados originais, pois não teria sido possível consegui-los através de outro tipo de fonte (CORTES, 1998). Essas informações subjetivas foram obtidas através da entrevista semi-estruturada e buscou-se obter dados sobre o perfil dos entrevistados, suas motivações, interesses e necessidades, bem como suas recíprocas percepções e possíveis indícios de um processo de interculturalidade.

As entrevistas com os turistas foram realizadas, de uma forma geral, em seus locais de hospedagem e, com os residentes, em seus locais de trabalho, em horários fora do expediente.

Simultaneamente, foram realizadas observações nos locais onde era mais freqüente e intenso o convívio entre eles: a praia, o restaurante e o supermercado.

As entrevistas foram gravadas e depois transcritas.

Foi utilizado o programa NUD*IST para auxiliar na sistematização dos dados, pois trata-se de uma ferramenta informacional que permite a organização e análise de dados qualitativos (TEIXEIRA e BECKER, 2001). Este programa de computação nos ajudou a elaborar as categorias e subcategorias de análise, bem como a distribuir as respostas por temáticas e realizar os primeiros cruzamentos.

3 Seleção da amostra para coleta e análise dos dados

A amostra foi do tipo não-aleatória, isto é, não baseada em uma teoria matemático-estatística, mas dependente do julgamento da pesquisadora (ANDEREGG, 1995) e os sujeitos foram escolhidos pelos seguintes critérios:

- Turistas: nacionalidade, freqüência de visitas ao local (critério da regularidade das viagens dos turistas ao município de Porto Belo): primeira vez, segunda vez, mais de três vezes; tipo de hospedagem; idade; sexo; renda.
- Residentes: relação direta e semidireta com a atividade turística (critério da relação ou não relação com a atividade, isto é, os trabalhadores da área e os trabalhadores de outras áreas); idade; sexo; renda.

Trata-se de uma amostra por acessibilidade na medida em que os elementos selecionados foram aqueles aos quais se tinha acesso, admitindo que estes representavam, de alguma forma, o universo total. Simplesmente estendeu-se a mão e tomaram-se os casos que apareciam, continuando o processo até que a amostra atingiu um tamanho determinado (CHEIN, 1967).

O acesso aos informantes ocorreu de forma espontânea. Os turistas foram contatados através de funcionários ligados ao turismo. Inicialmente, contatava-se com recepcionistas de hotéis, imobiliárias, proprietários que alugavam casas etc. Essas pessoas indicaram os turistas argentinos e os apresentaram à pesquisadora. A partir desse momento, fez-se o contato com os turistas e, os que aceitavam o convite, realizavam as entrevistas. Em geral, a maioria das pessoas aceitou, sendo que as entrevistas foram aplicadas nos locais de estadia dos informantes – hotéis, casas de aluguel, camping etc -. Com relação aos residentes, eles foram contatados também de forma espontânea e escolhidos aleatoriamente em locais de trabalho tais como hotéis, restaurantes, pousadas e lojas.

Foram entrevistadas 32 pessoas, 17 turistas e 15 residentes. Esses números foram considerados suficientes, pois consideramos inútil inquirir um grande número de pessoas, já que a lentidão da análise tornaria difícil a exploração sistemática das informações: “[...] é raro vermos surgir novas informações após a vigésima ou trigésima entrevista” (GHIGLIONE, 1997, p. 54). Dado que foi assegurada a variedade de pessoas inquiridas e nenhuma situação importante para o problema tratado foi omitida durante a seleção dos indivíduos, consideramos que o tamanho da amostra era adequado à realidade social, relativamente homogênea, dos entrevistados.

PARTE I

O turismo como processo social

1 OS FUNDAMENTOS DO TURISMO

1.1 O tempo livre e o tempo de lazer

Desde o surgimento da sociedade industrial, os pensadores sociais do século XIX previam a importância do lazer ou, antes, do tempo liberado ou do não-trabalho, pela redução do trabalho industrial. Segundo Jofre Dumazedier (1999), autores que vão de A. Comte, passando por C. Proudhon até K. Marx, todos atribuíram importância à conquista do lazer pelo progresso técnico e pela emancipação social:

Todos associaram o desenvolvimento do lazer ao progresso da cultura intelectual dos trabalhadores e ao aumento de sua participação nos negócios da cidade (DUMAZEDIER, 1999, p. 20).

O lazer não existiu em todos os períodos nem em todas as civilizações. O tempo fora do trabalho é evidentemente tão antigo quanto o próprio trabalho, porém o lazer possui traços característicos da civilização nascida da Revolução Industrial. Antes dela, o trabalho e o lazer estavam integrados à natureza e às festas, tanto nas sociedades arcaicas quanto nas pré-industriais. Para que o lazer fosse possível para a maioria dos trabalhadores, afirma Dumazedier (1999, p. 28), era necessária a ocorrência de duas condições:

- a) as atividades da sociedade não são mais regidas em sua totalidade por obrigações rituais impostas pela comunidade. Pelo menos uma parte destas atividades escapa aos ritos coletivos, especialmente o trabalho e o lazer;
- b) O trabalho profissional destacou-se das outras atividades. Possui um limite arbitrário não regulado pela natureza. Sua organização é específica, de modo que o tempo livre é bem nitidamente separado ou separável dele.

Do fato destas duas condições existirem apenas em sociedades industriais e pós-industriais, pode-se concluir que a produção do tempo livre, que contém o tempo de lazer, foi resultado do aumento da produtividade, decorrente da utilização das descobertas científico-técnicas na atividade produtiva.

O tempo livre abarca todas as ocupações às quais o indivíduo pode se dedicar, após se desobrigar das suas tarefas familiares, profissionais e sociais. A condição de liberdade de optar pelo que fazer seria inerente ao lazer. O tempo livre surgiu na sociedade industrial moderna, cujo desenvolvimento, baseado em tecnologias cada vez mais poupadoras de mão-de-obra, diminui o número de horas dos trabalhadores nas empresas.

O tempo livre foi associado aos ganhos dos trabalhadores, à semana de 40 horas, à semana inglesa, às férias, à aposentadoria; enfim, ao tempo liberado pelo progresso econômico e preenchido com atividades, muitas vezes continuadoras dos controles institucionais (PAIVA, 1995, p. 35).

O tempo livre, de uma forma geral, surgiu nos países desenvolvidos europeus, em meados do século XIX, como consequência das conquistas dos trabalhadores. Ele foi a negação do tempo ocupado pelo homem no trabalho, no qual este realiza tarefas obrigatórias ou indispensáveis para a sua sobrevivência. No tempo livre, o indivíduo exerce, em princípio, seu direito à liberdade, à auto realização.

O tempo livre pode ser empregado no desenvolvimento de diversas atividades esportivas, estéticas, lúdicas etc. Segundo Molina (1991a), o desenvolvimento de atividades no tempo livre se realiza em distintas dimensões espaço-temporais, relacionadas com o local de residência da pessoa (dentro ou fora) e o tempo ocupado nessa atividade (inferior ou superior a 24 horas). As atividades realizadas dentro do local de moradia, por menos ou mais de 24 horas, ou fora do local de residência habitual, mas pelo espaço inferior a 24 horas, caracterizam-se como atividades de recreação. Apenas as atividades desenvolvidas fora do espaço de moradia e por mais de 24 horas são consideradas turísticas.

[...] el turismo y la recreación constituyen únicamente dimensiones espaciotemporales para el desarrollo de actividades propias del tiempo libre. El turismo y la recreación, desde esta perspectiva, son meros formalismos y en esencia son exactamente iguales (MOLINA, 1991a, p. 29).

O tempo livre é condição necessária para o turismo. O sujeito do turismo é o turista individual e o seu objeto é o conteúdo das atividades que se realizam no marco do turismo. Nessas atividades, o homem se questiona sobre o que deseja

fazer com sua existência. Ele estará praticando o *ócio* se tiver as condições e a disposição para realizar atividades que lhe permitam descansar, para além da reposição de forças. Isso lhe permitirá divertir-se, saindo da rotina do dia-a-dia, ou desenvolver habilidades manuais ou intelectuais. O *ócio* é “[...] actividad creativa y permite desarrollar al máximo las cualidades intrínsecas de cada uno” (GURRIA DI BELLA, 1991, p. 26). Necessidade básica do ser humano, derivam do *ócio* uma série de atividades importantes para sua realização, como o descanso, a distração, a cultura, as férias e o turismo.

La vida ya no se concibe sin estar relacionada con alguna o algunas de estas funciones propias del tiempo libre, pues todas ellas, y muy especialmente los viajes, se vuelven, como dice Furastié, parte de las vivencias que queremos conservar y recordar, o sea que es cultura intelectual y física. De ahí, la inevitable cámara fotográfica y las tradicionales tarjetas postales que forman parte del equipo y material del viajero, que en esta forma logra hacer presente lo pasado (GURRIA, 1991, p. 26).

Quando, ao contrário, as pessoas dedicam o seu tempo livre a atividades que, longe de levá-lo a estados qualitativamente superiores de bem-estar, o levam à desconexão temporal com o seu meio, praticando atividades no sentido de negar a sua realidade imediata, a sua atitude é qualificada de *evasão*. Dessa forma, o turismo é uma dimensão espaço-temporal na qual se desenvolvem atividades seja de *ócio* seja de *evasão* (MOLINA, 1991a).

As viagens podem ser, também, um meio de *evasão* ou fuga, pois separam o homem de sua vida de trabalho cotidiano e suas rotinas. A *evasão*, como as viagens, os esportes os espetáculos, é uma manifestação do indivíduo contra uma dada situação, com a qual não está de acordo temporária ou permanentemente, e da qual deseja afastar-se por algum tempo: “es natural para el ser humano buscar un cambio temporal para que su vida llegue a tener un significado” (GURRIA DI BELLA, 1991, p. 27).

1.2 Das viagens individualizadas ao turismo coletivo ou de massas

Desde tempos remotos, o homem dedicou parte de seu tempo para viajar; mas as motivações das viagens e o público mudaram. Durante muitos anos, as viagens foram privilégio das elites. Elas não tinham apenas objetivos comerciais: na Roma Imperial, por exemplo, já existiam as viagens por prazer. Para tanto, os viajantes contavam com infra-estrutura física de transportes, propiciada por duzentos anos de paz na região (URRY, 1999).

Durante a Idade Média, os motivos religiosos das viagens se acrescentaram aos comerciais e de prazer. Começaram as peregrinações aos lugares santos, Roma para os católicos e a Meca, para os islâmicos. As guerras santas também mantiveram um constante fluxo de viajantes armados, por diferentes caminhos e lugares, com missionários encarregados de difundir o cristianismo pelo mundo.

Com o Renascimento e as navegações, o deslocamento se tornou massivo, apesar dos riscos e das enormes distâncias. Primeiro surgiram os viajantes descobridores e depois os conquistadores das novas terras. Os avanços da navegação, o conhecimento das terras descobertas e conquistadas e a promessa de um acelerado progresso econômico, tornaram as viagens populares (GURRIA DI BELLA, 1991).

Entre os séculos XVII e XVIII surge o *Grand Tour*, viagens motivadas, principalmente, por razões educativas, para os filhos dos nobres e da aristocracia. Tinham uma duração superior a dois anos e tinham como objetivo a busca de conhecimentos gerais para o desenvolvimento de trabalhos diplomáticos ou sobre novos métodos agrícolas, por exemplo. As grandes descobertas científico-técnicas no final do século XVIII, como os barcos a vapor e o trem, ampliaram o número de viagens, mas estas continuavam sendo restritas a pessoas da elite. Essa elite é a precursora das viagens turísticas modernas; ela, geralmente, viajava para conhecer lugares, motivada por razões que não estavam ligadas ao trabalho ou aos negócios:

“[...] é isso que constitui a característica principal do turismo de massa nas sociedades modernas, isto é, boa parte da população, a maior parte do tempo, viajará por algum lugar com a finalidade de o contemplar e ali

permanecer por motivos que, basicamente, não têm ligações com seu trabalho” (URRY, 1999, p. 20).

Muitos autores apontam o desenvolvimento tecnológico dos transportes e das comunicações como a condição básica para o desenvolvimento do turismo. Segundo Lash e Urry (1994 apud FORTUNA, 1995), na passagem do capitalismo liberal em meados do século XIX para o capitalismo fordista, a tecnologia dos transportes criou as condições para que a viagem deixasse de ser individualizada e de membros dos grupos sociais mais abastados, e passasse a ser coletiva ou de massas. As viagens recreativas, antes privilégio das classes mais abastadas, tornaram-se acessíveis a outros grupos sociais.

Gradativamente, foi ocorrendo o crescimento e a democratização do turismo, resultante do aumento do tempo livre dos trabalhadores e do surgimento da ideologia das férias (FORTUNA, 1995). Com o direito às férias, conquistado no decorrer das lutas sociais dos trabalhadores, o direito à viagem tornou-se uma reivindicação sócio-política: “[...] todas as camadas sociais devem ter acesso à mesma. Repouso e férias tornam-se sinônimos de turismo” (KRIPPENDORF, 1989, p. 41).

Segundo Urry (1999), nos dias de hoje, as viagens constituem quarenta por cento do tempo livre das pessoas. Elas estão intimamente ligadas à preocupação com o *status social*: as pessoas que não viajam podem perder parte de seu *status*, pois a viagem é sinal de prestígio social. Por seu lado, Krippendorf (1989) afirma que a viagem pode ser um ‘bem de posição’, assim como o segundo carro ou a casa de fim de semana. Nos dias de hoje, férias é sinônimo de sair, de viajar e o que leva os indivíduos a viajar é mais uma influência social do que uma necessidade puramente individual e pessoal. As pessoas buscam fazer o que todas fazem e, após, mostrar o que fizeram, por onde andaram, o que compraram ou que viram.

Qual é a lógica da viagem na contemporaneidade? Parece haver um círculo bem definido: o homem deve suportar, durante grande parte do ano, um cotidiano com intensas horas de trabalho e com muitas obrigações familiares e sociais. Esse dia-a-dia se caracteriza pela monotonia das atividades, por empregos muitas vezes frustrantes, pelo estresse; “[...] a fria racionalidade das fábricas, dos escritórios, dos imóveis residenciais e da infra-estrutura rodoviária, o

empobrecimento das relações humanas, a repressão dos sentimentos, a degradação da natureza e a perda do natural” (KRIPPENDORF, 1989, p. 17).

Em contrapartida, passa-se grande parte do tempo do ano planejando o tempo livre e as férias, procurando compensar a monotonia dessa realidade. Busca-se sair para romper com a dependência social, desligar-se e desfrutar da independência e da livre disposição do próprio ser, estabelecer contatos, descansar. Busca-se uma ruptura com o cotidiano, através do anticotidiano das viagens, que permitem consumir paisagens e culturas diferentes da realidade habitual. Assim, o turismo é uma atividade de lazer

[...] que pressupõe seu oposto, isto é, um trabalho regulamentado e organizado. Constitui uma manifestação de como o trabalho e o lazer são organizados, enquanto esferas separadas e regulamentadas da prática social, nas sociedades ‘modernas’. Com efeito, agir como um turista é uma das características definidoras do ‘ser moderno’ e liga-se a grandes transformações do trabalho remunerado. É algo que passou a ser organizado em determinados lugares e a ocorrer em períodos regularizados (URRY, 1999, p. 17).

Hoje, quando os indivíduos decidem empreender uma viagem turística, buscam mais fugir ao cotidiano do que conhecer lugares e pessoas diferentes. A sociedade contemporânea forneceu aos indivíduos os meios para realizar tal evasão: os salários mais elevados, os horários de trabalho mais reduzidos e meios de transporte que tornaram tal evasão possível: “o carro e, em menor escala, o avião, introduziram a revolução do lazer móvel e transformam-no, no curso de pouco mais de dois decênios e a uma velocidade espantosa, naquilo que é hoje” (KRIPPENDORF, 1989, p. 17).

Essas pessoas, ao partirem em férias, pensam também no retorno. A volta à segurança e às rotinas do dia-a-dia, todavia, tem já implícita a idéia das futuras férias.

1.3 O surgimento da indústria turística e a evolução do turismo.

Durante o século XIX, o avanço tecnológico das comunicações e o despertar do desejo de conhecer lugares e culturas desconhecidas, criaram nas pessoas o espírito de aventura e a vontade de viajar. Naquela época, o que deu o impulso definitivo ao deslocamento de viajantes foram o barco a vapor e o trem, pois transformaram as viagens em atividades confortáveis e seguras (GURRIA DI BELLA, 1999). Disso resultou o crescimento da indústria do alojamento e da alimentação em diversas regiões dos países, que passaram a ser visitadas por seus próprios cidadãos ou por estrangeiros. Albergues e hotéis perto das estações de trem ou nos portos passaram a ser cada vez mais freqüentes.

O auge do crescimento das viagens coincidiu com a invenção do motor de combustão interna, e, em consequência, do automóvel; posteriormente, com o avião, tornou a massificação do turismo uma realidade. O uso do carro e do avião contribuiu de forma decisiva para mudar os hábitos das viagens, pois o desenvolvimento do transporte de massas criou a necessidade de viajar. E para satisfazer essa necessidade, foi necessário incrementar o desenvolvimento dos transportes e de todos os outros serviços turísticos. Como afirma Gurría Di Bella (1999), o carro propiciou, não só a construção de rodovias, mas também de hotéis e de restaurantes tipo *fast food*, de comidas rápidas, construídos à beira das rodovias. Tanto os meios de hospedagem como os serviços de alimentação começaram a se deslocar das proximidades das estações de trem e dos centros das cidades, para a beira das estradas que estavam sendo construídas.

O avião, tecnologia desenvolvida a partir das duas grandes guerras, fez possível transladar o viajante para as regiões que quisesse visitar, de forma rápida, segura e econômica, se comparado com o custo de uma longa viagem em transatlântico. E assim, como aconteceu com o carro, a aviação comercial abriu as portas para um leque de novas profissões especializadas como apoio ao transporte aéreo: pilotos, controladores de vôo, despachantes, aeromoças etc.

Desta forma, o desenvolvimento dos meios de transporte possibilitou os deslocamentos de pessoas a lugares longínquos, que começaram a exigir uma infraestrutura de serviços de alojamento, alimentação e recreação, demandando a profissionalização daqueles que os prestavam, surgindo, assim, os profissionais do turismo.

Com os consumidores (os turistas), surgiram as empresas ou produtores (as prestadoras de serviços):

[...] esses elementos interagem no mercado de inúmeros bens e serviços disponíveis, entre os quais destacamos os produtos turísticos que podem ser interpretados por toda e qualquer caracterização de bem e de serviço que é produzido para atender às necessidades das atividades de viagens e de lazer (LAGE, 2000a, p. 25).

Gurria Di Bella (1999) afirma que o turismo cria, entre outras, inter-relações do tipo econômico, nas quais predomina a lógica *serviço-consumidor-benefício*, sendo o turista o *consumidor*, visto pelo prestador de serviço como um *cliente* que lhe trará algum benefício. A procura individual dos consumidores por algum desses serviços é uma demanda turística, que busca, basicamente, satisfazer as pessoas que estão nesse processo econômico (LAGE, 2000a).

Desde uma perspectiva sistêmica, a dinâmica do turismo opera sob a lógica da oferta e da demanda. Quando os indivíduos decidem empreender uma viagem, têm um motivo, pois ele sempre se deslocará de forma voluntária para um lugar determinado. Esse lugar deve possuir certas características que o tornem atrativo para ser conhecido e permanecer, de forma temporária. E ainda, que lhe satisfaça a suas necessidades imediatas. Se existe uma demanda como essa, é possível criar o outro lado da moeda, a oferta, isto é, os serviços que dêem conta de tornar possíveis os desejos dos viajantes. O processo também pode ser o inverso; a criação de uma oferta determinada leva à criação de uma demanda para usufruir dessa oferta, mediante a promoção e venda de novos serviços.

A oferta turística é entendida como o conjunto de elementos que compõem a estrutura turística de uma determinada localidade. Esses elementos se configuram em: 1) atrativos turísticos, isto é, lugares, objetos ou acontecimentos que fazem com que as pessoas se desloquem para conhecê-los¹; 2) os equipamentos e serviços turísticos constituídos por edificações, instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento do turismo do tipo hospedagem, alimentação ou entretenimento;

¹ Do ponto de vista da região visitada, os atrativos tornam-se recursos turísticos, pois constituem aquilo que pode ser oferecido ao visitante. No caso de Porto Belo, o atrativo está formado, basicamente, pelas praias (atrativo geomorfológico) e a Mata Atlântica (atrativo biogeográfico).

e 3) pela infra-estrutura de apoio, ou seja, a estrutura física de base que facilita o deslocamento das viagens como o sistema de comunicações, transportes, serviços urbanos etc. (LAGE, 2000a).

A demanda turística é representada pelo número de turistas que chegam a uma região, sejam eles domésticos (demanda interna) ou internacionais (demanda externa).

O serviço que o turista utiliza, no lugar que visita, é um produto com algumas peculiaridades. Em primeiro lugar, ele é praticamente intangível e está relacionado com o tratamento, as atitudes ou os modos de quem está oferecendo o serviço, isto é, com a qualidade. Os elementos tangíveis, por seu lado, são a comida, o asseio das instalações do hotel ou restaurante, ou um passeio de lancha.

O atendimento não se preocupa com o próprio produto, mas com o modo mediante o qual o produto é criado e direcionado, com as maneiras, o conhecimento e a atitude das pessoas que o fornecem e com o ambiente no qual ele é fornecido. [...] Em termos gerais, a qualidade é manifestamente incapaz de ser medida (CALLAN apud URRY, 1999, p. 103).

Outra peculiaridade do produto turístico é que, ao ser adquirido, nem sempre é visto, pois ele é produzido na hora de ser consumido e se consome quando produzido (GURRIA DI BELLA, 1991). Por exemplo: quando um turista adquire um passeio de lancha, ao pagar, antecipadamente, só receberá um comprovante do passeio, que será realizado em outro momento. Assim, o turista só verá o passeio (o produto), no momento de realizá-lo efetivamente. Diferentemente, se um turista adquire um milho verde à beira mar, pode consumi-lo de imediato. O importante aqui é levar em consideração que a atividade da mão-de-obra é fundamental para esse serviço. Assim, “[...] adquirir um serviço significa adquirir uma determinada experiência social ou sociológica” (URRY, 1999, p. 98).

1.4 Impactos econômicos, socioculturais e ambientais do turismo

Além de ser responsável pelo movimento de um grande número de pessoas, o turismo é a indústria que mais emprega no mundo, aproximadamente 260 milhões de pessoas, ou 10% da força de trabalho global (LAGE, 2000b). Segundo o Ministério do Trabalho (EMBRATUR, 2002b), no ano de 2000, a mão-de-obra empregada no setor turístico brasileiro alcançava 1.241.708 pessoas, envolvendo as mais diversas profissões e especialidades. Dentre os diversos setores das atividades turísticas, a alimentação é o setor que mais empregou naquele ano, aproximadamente 580 mil pessoas, representando 46,8% do total da mão-de-obra.

Tabela 1 – Mão de obra empregada em setores da atividade turística em 2000 no Brasil

Atividades	2000	% do total de empregados
Alojamento	197.309	15,8%
Alimentação	580.495	46,8%
Agência de viagens	33.749	2,7%
Transporte rodoviário regular	133.986	10,8%
Transporte aéreo regular	32.822	2,6%
Transporte aéreo não regular	4.802	0,4%
Atividades recreativas	245.965	19,9%
Aluguel de automóveis	12.580	1%
Total	1.241.708	100%

Fonte: EMBRATUR

Um em cada dez trabalhadores brasileiros está vinculado ao setor turístico, “[...] onde desenvolve de forma própria ou subordinada diversas prestações de serviços que, por se tratar de um mercado altamente competitivo, requerem cada vez mais uma maior capacitação profissional” (LAGE, 2000b, p. 117).

A importância do turismo radica não só no volume de pessoas que se desloca pelo mundo e no número de empregados do setor, mas também por uma série de outros efeitos econômicos, sociais, culturais e ambientais.

Com relação aos efeitos econômicos do turismo, muitos países em desenvolvimento dependem, em grande parte, da demanda internacional de turistas, fazendo do turismo – nos primeiros estágios do seu desenvolvimento - uma atividade de exportação. O fato de a atividade estar baseada na demanda externa, gera um custo de dependência muito alto em termos de capital, tecnologia, mão-de-obra qualificada etc. Com efeito, o turismo local pode ser influenciado por eventos não previstos, sobretudo de caráter externo, como flutuações na moeda, fazendo oscilar, principalmente, a chegada da demanda internacional. Não obstante, Lage (2000b) afirma que o turismo acaba sendo uma importante fonte de divisas nos países em processo de desenvolvimento, contribuindo para a diversificação da atividade econômica existente. Ao promover a indústria do turismo, o que os países buscam é receber moeda estrangeira.

Para as populações receptoras, produtoras de turismo, a atividade pode prover maiores salários e aumentar o número de postos de trabalho. Um dos principais resultados do turismo numa comunidade receptora é a geração de emprego, pois “[...] como uma atividade que envolve serviços, tem uma capacidade quantitativa significativa de gerar empregos” (LAGE, 2000b, p. 118-119), que possuem algumas características específicas: em geral, exigem mão-de-obra pouco qualificada, propiciando uma baixa remuneração de salários e, muitos deles, são temporários ou de tempo parcial, devido à sazonalidade do turismo. Se a localidade depende muito da indústria turística, sua estrutura de emprego é afetada negativamente pela sazonalidade ou pelo trabalho importado de outras regiões ou países, gerando disputas com a população local.

Outro efeito negativo do turismo refere-se a seu impacto nos transportes e na infra-estrutura da localidade turística. Na alta temporada aparecem problemas na oferta dos serviços de água, esgoto, limpeza urbana, telefones, ônibus ou no trânsito. Essas saturações, às vezes, provocam reações negativas dos envolvidos. Lage (2000b) afirma que uma situação de alta densidade pode acarretar certo ponto de atrito social, pois mais pessoas implica numa divisão maior de tudo e os residentes locais passarão a disputar todo tipo de serviços com os turistas.

Com relação à percepção do turismo, nos primeiros anos de seu desenvolvimento numa região, é comum que ele ocorra sem nenhum planejamento e seja muito bem visto pelos moradores locais, pois ele traz crescimento econômico e conhecimento de pessoas diferentes. No entanto, com o passar do tempo, é possível que as populações comecem a perceber que o turismo espontâneo não é tão benéfico; quando o número de turistas aumenta em demasia, os serviços se tornam insuficientes, a pobreza local continua e a euforia vai dando lugar à decepção.

Como diz Lage,

[...] o contato entre os visitantes e a comunidade passa a ser conduzido numa base de pagamento por serviço, e este desenvolvimento acarreta um estágio de desempenho onde agentes humanos tornam-se desapontados, desencantados, magoados e tristes” (LAGE, 2000b, p. 125)

É possível que os residentes reajam de diferentes maneiras à convivência com os forasteiros. Ela pode passar por diferentes estágios que podem ir da euforia ao antagonismo, passando pela apatia e o aborrecimento². Dentre as causas da irritação, podem ser apontados alguns comportamentos dos turistas que, muitas vezes, têm atitudes totalmente contrárias à civilidade, às normas da sociedade a que pertencem ou à que os acolhe temporariamente; outras causas podem ser o excesso de turistas e a dificuldade que isso provoca no acesso a diversos serviços.

O turismo também pode ter um *efeito inflação*: os turistas injetam dinheiro na economia local, aumentando a renda da região visitada, mas também geram uma pressão inflacionária, pois os preços tendem a subir durante a alta temporada, não só dos produtos consumidos por eles, mas também pelos residentes locais.

Um outro impacto dos contatos com os turistas é a imitação. Pode acontecer que a população local se veja influenciada pelo turismo e acabe imitando padrões de consumo dos turistas, seja na vestimenta ou nos hábitos de alimentação, por exemplo.

Finalmente, o meio ambiente é fortemente afetado pelo turismo quando não planejado adequadamente. Com efeito, grande parte dos locais turísticos

² Segundo Lage (2000b), trata-se do chamado *irridex*, um conceito formulado por Doxey e que tenta dar conta dos diferentes níveis de irritação das pessoas perante uma determinada situação.

baseiam seu prestígio na beleza dos recursos naturais. É impossível imaginar-se um local turístico à beira de uma lagoa contaminada ou de um mar cheirando mal. A contaminação do meio ambiente pode vir através dos hotéis ou indústrias que despejam resíduos no mar; ou das residências particulares que não contam com o sistema de tratamento de esgoto (MOLINA, 1991b).

2 CENÁRIO ATUAL DO TURISMO

2.1 O turismo no mundo

É inegável a importância do turismo a nível econômico e social. Segundo a OMT (2002), durante o ano de 2000, foi registrado um número aproximado de 699 milhões de chegadas internacionais de turistas. De todos os turistas internacionais no mundo, a maioria viajou para ou desde Europa. As três Américas foram a segunda maior região com 129 milhões de chegadas internacionais de turistas em 2000, seguida pelo leste asiático e o Pacífico com 112 milhões de chegadas. O continente africano recebeu um número aproximado de 28 milhões de turistas internacionais, enquanto que Oriente Médio, 20 milhões e o sul da Ásia, seis milhões. A Organização Mundial do Turismo (2002) afirma que o importante crescimento da atividade turística fez com que ele seja considerado como um dos fenômenos econômicos e sociais mais extraordinários do século XX. O número de chegadas internacionais mostra uma evolução que vai de um simples número de 25 milhões de chegadas em 1950 para as 699 milhões em 2000, o que corresponde a uma média anual de crescimento que oscila em 7 por cento.

A América do Sul recebeu, no ano de 2000, 15,5 milhões de turistas, enquanto que no Brasil chegaram, aproximadamente, 5 milhões de pessoas.

Tabela 2 – Chegada de turistas no mundo, na América do Sul e no Brasil 1992-2000

Ano	Chegada de Turistas (Em milhões de turistas)					
	No Mundo	Incremento (%)	Na América do Sul	Incremento (%)	No Brasil	Incremento (%)
1992	503,4	-	10,4	-	1,7	-
1993	519,0	3,09	11,5	10,58	1,6	5,88
1994	550,5	6,06	10,8	6,09	1,9	18,75
1995	565,5	2,72	11,8	9,26	2,0	7,45
1996	596,5	5,48	12,9	9,32	2,7	33,84
1997	610,5	2,35	13,5	4,65	2,8	6,91
1998	626,6	2,64	15,5	14,81	4,8	69,07
1999	650,2	3,77	15,1	-2,58	5,1	5,99
2000	697,3	7,24	15,5	3,31	5,3	4,03

Fonte: EMBRATUR

2.2 O turista argentino no Brasil

Através do Estudo da demanda turística internacional de 2001, realizado pela Embratur (2002a), é possível traçar o perfil do turista argentino que visitou o Brasil naquele ano.

O principal motivo da viagem para 72,65% dos turistas argentinos é o turismo de lazer. De uma forma geral, os atrativos turísticos que o país oferece são o principal motivador da visita de 83,10% dos entrevistados.

A televisão, segundo a pesquisa da Embratur, é o veículo mais freqüentemente apontado para a escolha do destino da viagem (39,86%), seguido pelos amigos, com 32,30%.

A grande maioria dos turistas já havia viajado ao Brasil (74,42%) e pretendiam retornar no ano seguinte (98,37%). Para a Embratur, os estrangeiros da América do Sul são aqueles que, dada a facilidade de acesso ao Brasil, vêm mais freqüentemente. Os turistas argentinos que vieram ao Brasil naquele ano viajaram, em grande parte, com a família (55,32%); em segundo lugar, estava o grupo que viajava com amigos (23,10%). As cidades mais visitadas foram Florianópolis (36,35%), Foz do Iguaçu (14,48%) e Balneário Camboriu (12,04%), nessa ordem.

O tipo de alojamento mais utilizado é o hotel (76,39%) seguido da casa de amigos ou parentes e de apartamentos de aluguel (cada um com 10,20%). A permanência média dos turistas argentinos no Brasil, em 2001, foi de 10 dias.

A faixa etária dos turistas que mais viajam ao Brasil é a de 28 a 45 anos.

Tabela 3 – Turistas argentinos no Brasil por faixa etária em 2001

<i>Faixa etária</i>	<i>(%)</i>
De 18 a 27 anos	18,25
De 28 a 45 anos	41,25
De 46 a 65 anos	34,25
66 anos e mais	6,25

Fonte: EMBRATUR

A maioria dos argentinos que visita o país tem nível superior de educação, o que indica um nível de vida médio ou médio superior.

Tabela 4 – Turistas argentinos no Brasil por grau de instrução em 2001

<i>Grau de instrução</i>	<i>(%)</i>
Fundamental	8,23
Médio	36,16
Superior	55,61

Fonte: EMBRATUR

2.3 O turismo em Santa Catarina

Segundo a SANTUR (2001a), na temporada de 2001, 20,6% dos turistas eram estrangeiros, número que vem em aumento desde 1999 - sendo 86,17%, argentinos. O tempo de permanência médio dos estrangeiros foi de 11,81 dias e os locais de hospedagem mais utilizados foram as casas ou apartamentos alugados. O motivo da viagem mais freqüente era o turismo, 94,43%, o principal atrativo turístico

a beleza natural da região (72,03%) e o meio de transporte mais utilizado era o automóvel (76,04%).

Tabela 5 – Movimento estimado de turistas totais em Santa Catarina

<i>Origem</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>
Nacionais	1.993.630	2.255.860	2.194.522
Estrangeiros	292.905	464.994	568.663
Total	2.286.535	2.720.854	2.763.185

Fonte: SANTUR/Gerência de Planejamento

Entre 1999 e 2001 ocorreu um aumento do fluxo de turistas estrangeiros ao Estado, com aumento constante do número de argentinos, que cresceu significativamente nesses anos.

Tabela 6 – Principais mercados emissores estrangeiros a Santa Catarina

<i>País</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>
Argentina	79,87%	85,82%	86,17%
Paraguai	10,71%	5,81%	6,00%
Uruguai	3,90%	4,82%	5,00%
Chile	1,19%	0,99%	0,78%
EUA	0,31%	0,64%	0,44%

Fonte: SANTUR/Gerência de Planejamento

A mesma pesquisa mostrou também um pequeno decréscimo do tempo de permanência dos turistas estrangeiros com relação ao ano de 1999; porém, um leve crescimento com relação a 2000.

Tabela 7 – Permanência média em todos os meios de hospedagem - Santa Catarina

<i>Origem</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>
Nacionais	9,37 dias	9,39 dias	8,96 dias
Estrangeiros *	12,00 dias	11,41 dias	11,81 dias
Média	9,71 dias	9,74 dias	9,55 dias

Fonte: SANTUR/Gerência de Planejamento

* Não há dados desagregados por nacionalidade

O tipo de hospedagem preferido, tanto pelos turistas estrangeiros como os nacionais são as casas alugadas, de amigos ou hotel. Isso impede uma análise mais detalhada das preferências dos argentinos em comparação com os demais turistas.

Tabela 8 – Meios de hospedagem utilizados em Santa Catarina

<i>Meio de hospedagem*</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>
Hotel	22,86%	20,73%	19,84%
Pousada	2,42%	3,24%	5,57%
Hospedaria, pensão dormitório.	1,43%	0,76%	0,70%
Casa própria	12,42%	15,09%	12,91%
Casa de amigos ou parentes	33,84%	28,90%	28,61%
Casa ou apto. de aluguel	24,41%	28,62%	29,84%
Camping	1,99%	2,16%	2,07%
Albergues/alojamentos	0,63%	0,50%	0,46%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: SANTUR/Gerência de Planejamento

* Não há dados desagregados por nacionalidade

2.4 O turismo em Porto Belo

A pesquisa mercadológica, realizada pela SANTUR (2001b) na temporada de 2001 em Porto Belo, apontou que, aproximadamente, 13% dos turistas eram estrangeiros, sendo 72,22% argentinos. O tempo de permanência média dos estrangeiros é de 10 dias, sendo os locais de hospedagem mais utilizados as casas ou apartamentos alugados. O principal motivo da viagem é o turismo, com 98,48% do total de respostas. O principal atrativo turístico apontado é a beleza natural e o meio de transporte mais utilizado por eles é o automóvel.

Entre 1998 e 2000 ocorreu um aumento do fluxo de turistas, com exceção da temporada 2000 e 2001.

Tabela 9 – Movimento estimado de turistas em Porto Belo

<i>Origem</i>	<i>1998</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>
Nacionais	14.215	27.161	28.685	24.491
Estrangeiros	1.171	2.311	5.508	3.799
Total	15.386	29.472	34.193	28.290

Fonte: SANTUR/Gerência de Planejamento

A Argentina tem sido a origem da maior parte dos turistas estrangeiros, sendo que, entre 1999 e 2000, eram os únicos registrados pela pesquisa da SANTUR.

Tabela 10 - Principais mercados emissores estrangeiros a Porto Belo

<i>País</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>
Argentina	100,00%	100,00%	72,22%
Paraguai	-----	-----	16,67%
Uruguai	-----	-----	11,11%

Fonte: SANTUR/Gerencia de Planejamento

A mesma pesquisa detectou também um crescimento da permanência média dos turistas.

Tabela 11 – Permanência média em todos os meios de hospedagem em Porto Belo

<i>Origem</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>
Nacionais	9,11 dias	9,38 dias	11,42 dias
Estrangeiros*	9,58 dias	9,65 dias	9,56 dias
Média	9,15 dias	9,42 dias	11,17 dias

Fonte: SANTUR/Gerência de Planejamento

* Não há dados desagregados por nacionalidade

Os locais de hospedagem preferidos, tanto pelos turistas estrangeiros como os nacionais são as casas alugadas, de amigos ou próprias.

Tabela 12 – Meios de hospedagem utilizados em Porto Belo

<i>Meio de hospedagem*</i>	<i>1999</i>	<i>2000</i>	<i>2001</i>
Hotel	13,16%	14,90%	13,93%
Pousada	7,89%	7,21%	5,74%
Hospedaria, pensão dormitório	0,66%	----	----
Casa própria	18,42%	12,02%	21,31%
Casa de amigos ou parentes	23,68%	21,63%	25,41%
Casa ou apto. de aluguel	26,32%	37,51%	27,05%
Camping	5,26%	5,77%	4,10%
Albergues/alojamentos	4,61%	0,96%	2,46%
Total	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: SANTUR/Gerência de Planejamento

* Não há dados desagregados por nacionalidade

3 CONTEXTO ESPACIAL: PORTO BELO, CENÁRIO DO ENCONTRO

3.1 Características gerais do município

O município de Porto Belo está localizado na microrregião cultural açoriana do vale do rio Tijucas/Costa Esmeralda, a 55km ao norte de Florianópolis, no estado de Santa Catarina. Em 2000, possuía uma população de 10.704, composta por 5.387 homens e 5.317 mulheres (IBGE, 2003).

Tabela 13 – Distribuição da população de Porto Belo por faixas etárias

<i>Faixa etária</i>	<i>Distribuição de habitantes</i>
0 a 4 anos	985
5 a 9 anos	1.049
10 a 19 anos	2.154
20 a 29 anos	1.791
30 a 39 anos	1.799
40 a 49 anos	1.287
50 a 59 anos	715
60 anos ou mais	924

Fonte: IBGE/Censo 2000

A população residente é predominantemente jovem, pois 36,85% dela tem idades entre 10 e 29 anos.

Porto Belo se encontra na zona fisiográfica de Florianópolis, no litoral norte catarinense e dista 47 Km da Capital do Estado e a 7 Km da BR-101. Possui as seguintes coordenadas geográficas: 27° 9' 28" de latitude sul e 48° 33' 11" de longitude a oeste de Greenwich. Seus limites municipais são:

- a) ao Norte, os municípios de Itapema e Camboriu e o Oceano Atlântico;
- b) ao Oeste, o município de Tijucas;
- c) ao Sul, o município de Tijucas, Bombinhas e o Oceano Atlântico;
- d) ao Leste, o município de Bombinhas.



Figuras 4 e 5 – Localização de Porto Belo no Brasil e em Santa Catarina

Fonte: Site oficial do município – www.portobelo.com.br

Situa-se numa península formada por quatro microbacias hidrográficas – Porto Belo, Bombas, Mariscal e Zimbros – integrando o segmento correspondente à zona costeira do Estado (POLLETE e CAVEDON apud DOS SANTOS, 2002). Os recortes da península abrem lugar a praias das mais diferentes características, desde as águas mansas – com possibilidade de praticar esportes náuticos como *jet ski* - até grandes ondas, ideal para a prática de surf.

O município possui uma área de, aproximadamente, 95 km², e tem um relevo acidentado, com colinas e morros. Sua costa é bastante recortada, dando lugar a praias e enseadas como a baía de Porto Belo, a enseada da Encantada e da Caixa d' Aço, as praias do Perequê, de Porto Belo, das Vieiras, do Araçá, do Estaleiro, do Canguá, do Fagundes, do Araújo, e da Ilha João da Cunha.



Figura 6 – Vista aérea parcial da península de Porto Belo

Fonte: Site oficial de Porto Belo – www.portobelo.com.br

Porto Belo possui um clima mesotérmico semi-úmido, sem estações de seca, com verões quentes. A temperatura média anual é de 18 graus centígrados, sendo a máxima 38 e a mínima 10 graus centígrados.

A formação vegetal é a de mata tropical, caracterizada pela exuberância da vegetação auxiliada pela umidade, temperatura e relevo. A região possui um relevo bastante acidentado, com morros cobertos por Mata Atlântica, que é o ecossistema mais ameaçado do Brasil, guardando apenas de 7 a 8% de sua extensão original, que cobria cerca de 1.290.000 km² do território brasileiro. A cobertura vegetal também chama a atenção pela diversidade e quantidade de bromélias e orquídeas, que formam jardins suspensos nas árvores da região (PORTOBELO, 2002).

No ano de 2000, a densidade demográfica do município era de, aproximadamente, 112,4 habitantes por km². Em época de temporada, com a presença de turistas provenientes do interior catarinense, dos estados vizinhos e do exterior, ela atinge valores superiores a este.

Predominam na região de Porto Belo os descendentes de açorianos, madeirenses e portugueses, além de minorias alemãs, polonesas e belgas. Na área rural há, em pequeno número, moradores da raça negra (KOHL, 2001).

Tabela 14 – Evolução populacional do município de Porto Belo 1950-2000

Ano	1950	1960	1970	1980	1991	1996	1999	2000
Zona rural	5228	8056	2647	751	653	666	745	731
Zona urbana	2493	1055	1717	7688	6311	6940	7724	9973
Total	7721	9111	4364⁽¹⁾	8419	6964⁽²⁾	7606	8469	10704

Fontes: os dados de 1950 a 1996 foram extraídos da obra 'Porto Belo, sua história, sua gente'. Os dados de 1999 e 2000 são do IBGE. (1) A queda populacional acentuada observada entre 1960 e 1970 se relaciona ao fato da emancipação do município de Itapema. (2) E a verificável entre 1980 e 1991 está ligada à emancipação do município de Bombinhas.

Nos últimos 50 anos, ocorreu uma forte migração do setor rural para as cidades, acentuada desde 1981. Quando o turismo começou a desenvolver-se na região, na qual predominavam a agricultura e a pesca, as pessoas passaram a buscar trabalho nesta atividade “[...] tornando-se assalariadas e ganhando relativo *status social*” (LAGE, 2000b, p. 127). Os trabalhadores, muitas vezes, preferem os empregos relacionados ao turismo do que o trabalho na terra, pois, eles abrem maiores perspectivas de trabalho. Para os pescadores, por exemplo, o turismo trouxe dois resultados: o aumento do mercado para seus produtos; e o transporte de turistas em seus barcos.

3.2 Pequena história do município

A história deste povoado remonta aos tempos que precederam a colonização. Existem petroglifos de origem indígena no ponto mais alto da Ilha João da Cunha – frente à cidade de Porto Belo –, inscrições que parecem pertencer à tribo dos Carijós (DOS SANTOS, 2002).

Os europeus só chegaram à região no século XVI. Apesar dos portugueses serem considerados os descobridores oficiais destas terras, aventureiros chegaram primeiro: os franceses, holandeses e, principalmente, os espanhóis, que em suas incursões à região do Rio da Prata, fizeram várias paradas na região (DOS SANTOS, 2002).

Data de 1703 a primeira tentativa de ocupação de Porto Belo. Domingos de Oliveira Rosa, português, estabeleceu-se na enseada à procura de ouro, mas

logo desistiu. Em 1753, Portugal enviou 60 casais da ilha dos Açores para iniciarem sua colonização. O começo foi muito difícil, pois o povoado, distante do centro administrativo da Capitania de Santa Catarina (Florianópolis), era alvo de constantes ataques dos espanhóis.

O município de Porto Belo foi um segundo núcleo de colonização açoriana e foi a única comunidade do litoral de Santa Catarina que recebeu dezenas de famílias portuguesas continentais, no início do século XIX. Elas vieram para um empreendimento pesqueiro, conhecido como Colônia Nova Ericeira. Em 1818, esse povoado conhecido como Enseada das Garoupas, foi elevado à condição de Colônia com o nome de Nova Ericeira (devido à vinda de Ericeira, Portugal, de 101 pessoas para iniciarem a atividade pesqueira na região). Os novos habitantes reforçaram a população açoriana aí residente, vinda em anos anteriores das comunidades de São Miguel da Terra Firme – Biguaçu - e Santo Antônio de Lisboa - Ilha de Santa Catarina - (FARIAS, 1998).

Foi somente em 1832 que o município recebeu o nome de Porto Belo, em homenagem a sua beleza e à sua condição de porto natural. As notícias mais antigas sobre Porto Belo são os relatos de navegadores que se referiam à baía de Porto Belo como um local excepcional para ‘a aguada e abrigo das esquadras navais’ (FARIAS, 1998).

A fixação de emigrantes açorianos e seus descendentes em Santa Catarina trouxe, além do aumento demográfico, novos produtos culturais. Dentre eles salientam-se: as rendas de bilro, a cerâmica utilitária e decorativa, e as técnicas de pesca. Também eles trouxeram novas manifestações religiosas, além de outros elementos culturais como o boi na vara, o carro de boi e a permanência de traços na literatura oral e no vocabulário da língua brasileira falada em Santa Catarina (KOHL, 2001). Além da colonização luso-açoriana, os migrantes alemães e italianos e os negros deram uma contribuição importante à constituição da população local.

3.3 Breve panorama econômico

A economia de Porto Belo baseia-se, principalmente, na pesca, na pecuária, na lavoura e, em menor escala, na extração vegetal. Desde o ano de 1817, o município de Porto Belo foi considerado um dos mais importantes centros pesqueiros do Estado, com uma alta produção, suporte básico da economia do município, sendo que a pesca artesanal é responsável por dois terços da renda do município. Aproximadamente 6.000 pessoas, de distintas maneiras, estão envolvidas na atividade pesqueira, principalmente, de sardinha, corvina, cação, anchova, tainha, camarão, lula e outros. Recentemente, outra atividade de cultivo marinho foi implantada e vem apresentando ótimos resultados: a cultura de mariscos e de ostras (FARIAS, 2000).

A atividade agrícola é de subsistência, existindo apenas três comunidades com expressão agrícola: Valongo, Sertão de Santa Luzia e Alto Perequê, nas quais os produtos mais cultivados são: a banana, a cana-de-açúcar, o feijão, a mandioca, o milho e a batata inglesa (FARIAS 2000).

A industrialização, ligada à pesca, beneficia os produtos do mar; outras atividades isoladas de confecção de artefatos plásticos e de roupas de borracha para mergulho são também desenvolvidas.

Segundo estudo de 1998, o setor terciário experimentou um crescimento significativo; dez novas empresas comerciais e de prestação de serviços foram criadas e empregavam 35% a mais da mão-de-obra ocupada pelo setor industrial. Ao turismo estão vinculadas as atividades mais rentáveis: hotelaria, restaurantes e similares, imobiliárias e o comércio turístico com artesanato e presentes (FARIAS 1998).

3.4 Infra-estrutura local

Com relação a seu acesso e aos meios de transporte, Porto Belo conta com apenas uma rua asfaltada. Trata-se da SC-412, principal via de acesso à cidade, que a liga ao município vizinho de Bombinhas. São três as companhias de transporte coletivo que servem o município, vindo de Florianópolis até Itajaí, outra unindo Tijucas e Itajaí e uma terceira que vai até as praias do município de

Bombinhas. Existem companhias regionais que ligam Porto Belo às principais cidades do sul e sudeste do Brasil, como São Paulo, Curitiba e Porto Alegre, e ainda uma empresa que transporta passageiros dos países do Mercosul, vindo de Buenos Aires ou Santiago do Chile. Existem ainda quatro pontos de táxi no Município. Não há agências de aluguel de carros, que só existem em Camboriu, Itapema ou Florianópolis.

Por suas excepcionais características, Porto Belo constitui-se numa das regiões mais procuradas pelos turistas, provenientes das mais variadas regiões. Porém, não conta ainda com uma infraestrutura satisfatória para o atendimento do turista (KOHL, 2001). Em 2000, existiam 4 hotéis com 271 leitos e 11 pousadas com, aproximadamente, 314 leitos. Há também duas áreas destinadas ao camping, com centenas de vagas e um albergue da juventude. As casas particulares, aproximadamente 150 unidades só na cidade de Porto Belo, são as mais procuradas para alugar durante a temporada de verão.

A gastronomia de Porto Belo é baseada na diversidade marinha de seu litoral, que fornece matéria prima para um cardápio variado: peixe-frito, assado, caldeirada de peixe, camarão ao bafo, marisco cozido, sopa de siri, isca de peixe, acompanhado de pirão de farinha de mandioca. Existem diversos tipos e categorias de estabelecimentos, como restaurantes, pizzarias e cafés.

Entre os serviços de apoio, há apenas duas agências bancárias que servem à população: do Banco do Estado de Santa Catarina e do Banco do Brasil. Existe uma agência dos correios; a segurança pública está garantida por um posto da polícia militar e um da polícia civil. Existem diversas farmácias, clínicas particulares, um posto de saúde e um centro de saúde. O município ainda não conta com hospital. A nível educacional, há 16 estabelecimentos estaduais de ensino fundamental, 1 particular e 1 escola pública estadual de ensino médio. A taxa de alfabetização é de 92,80% da população residente com 10 anos ou mais de idade, segundo o censo 2000 (IBGE, 2003).

Com relação à telefonia, o município conta com um Posto Telefônico, com serviço de DDD, DDI, fax e internet. Boa parte das residências conta com antena parabólica, em função da dificuldade em receber o sinal das emissoras de televisão.

Com relação ao abastecimento de água, o balneário conta com um novo sistema, reformado na segunda metade dos anos oitenta. Por outro lado, Porto Belo não conta com uma rede de coleta e tratamento de esgoto:

[...] a maioria da população infiltra seus despejos no solo, através de fossas sépticas. [...] Muitas residências próximas a córregos e praias possuem ligações clandestinas, lançando o esgoto doméstico nas águas, o que tem provocado, nos meses do verão, alguns índices de poluição elevada nestes pontos (KOHL, 2001, p. 318).

A coleta de lixo domiciliar é realizada pela Prefeitura Municipal, através do Departamento de Serviços Públicos. Durante o verão o serviço é reforçado, visando atender o total das moradias.

Existem seis imobiliárias que trabalham com aluguel e venda de imóveis na região e três agências de turismo. O município ainda conta com vários postos de gasolina e diversas oficinas mecânicas, lojas de artesanato, livrarias e bancas de revistas, confecções e casas de fotografia. A Prefeitura conta com um posto de atendimento ao turista, localizado na avenida central, que depende da Secretaria de Turismo do município.

Com relação às opções de lazer, as atividades esportivas desenvolvem-se geralmente durante o verão. São regatas de veleiros, de surf, esqui-aquático, corridas de natação, canoagem e ciclismo. A cidade de Porto Belo oferece outras opções, relacionadas com os esportes náuticos, como passeios de barco e lancha, mergulho, velejadas e pescarias. Existem dois ginásios de esportes onde se pratica futebol de salão, basquetebol e voleibol (KOHL, 2001).

Existe um shopping na entrada do município, com opções de compras e cinemas. Na cidade de Porto Belo, propriamente dita, não existem muitas opções de lazer noturno, que conta apenas com alguns bares. É possível encontrar danceterias e bares nas localidades de Perequê, Quatro Ilhas, Bombinhas, Florianópolis ou Camboriu.

Entre as manifestações populares locais, a mais tradicional é o 'boi de mamão', uma brincadeira de crianças, antiga no folclore brasileiro. Em Porto Belo, ela é formada por meninos e meninas filhos de pescadores e fala de um boi que

brinca em uma fazenda com seu vaqueiro e o tocador. Outra manifestação típica é o 'Terno de Reis': grupos percorrem as ruas cantando e louvando o nascimento do Menino Jesus. Visitam casas durante a noite, onde são recebidos com comida e bebida, pois, segundo a tradição, quem acolhe os Reis visitantes é abençoado. Existe também o 'Pau da Fita', uma dança típica na qual um grupo de pessoas dança em volta de um mastro de madeira. No topo do mastro existem fitas coloridas que vão sendo entrelaçadas pelos dançarinos. Finalmente, a 'Queima das Cruzes', uma procissão que parte de diversos pontos da cidade, com as pessoas carregando cruzes e caminhando em direção à igreja matriz, onde ocorre a fogueira das cruzes, simbolizando a eliminação dos erros e pecados individuais (PORTOBELO, 2002).

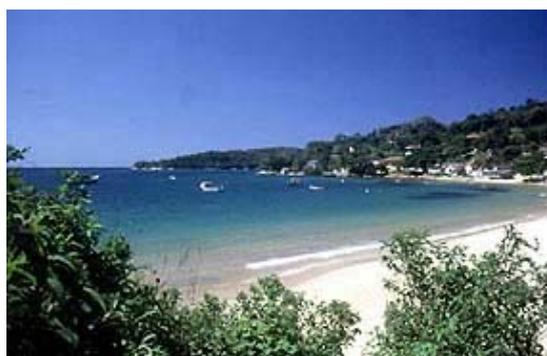
3.5 O desenvolvimento do turismo no município

O turismo teve início em Porto Belo a partir de 1955, mas foi em 1967 que o município foi "descoberto" pelos veranistas. Em função de suas características geográfico-paisagísticas, Porto Belo e, principalmente Bombinhas, constituem-se nos locais mais procurados de Santa Catarina, recebendo turistas provenientes das mais variadas regiões do Brasil e do exterior. Dada a sua situação geográfica, Porto Belo possui 12 praias preferidas pelos veranistas que procuram a calma e a tranquilidade da natureza (KOHL, 2001). Até o ano de 1992, Bombinhas fazia parte de Porto Belo. Desde sua emancipação, este último vive um momento difícil, pois o impacto da perda daquele balneário para a economia do lugar foi 'brutal', nas palavras do prefeito municipal. Com a emancipação político-administrativa de uma parte do território original, as praias que recebiam maior fluxo de turistas passaram a pertencer a um novo município, denominado Bombinhas. Assim, as 32 praias que compunham a paisagem portobelense se reduziram a seis (DOS SANTOS, 2002). Os efeitos desse desmembramento foram fortes, e o município continua investindo na atividade turística, principal fonte de emprego e renda desde a década de setenta.

Aproveitando a vocação turística da região, os municípios de Itapema, Bombinhas, Governador Celso Ramos e Porto Belo uniram-se na parceria 'Costa

Esmeralda', visando desenvolver sua infra-estrutura turística de forma integrada. Esse movimento de cooperação intermunicipal começou em 1999 e seu nome é uma alusão à clareza das águas associada ao verde da Mata Atlântica (KOHL, 2001).

O grande atrativo de Porto Belo é a beleza de suas praias. Elas podem ser movimentadas ou agrestes e desertas: Perequê é a maior praia do município, de mar aberto, extensa, com uma grande faixa de areia; Araçá, uma típica vila de pescadores, numa pequena baía de água muito calma, onde seus moradores conservam muito dos costumes dos primeiros colonizadores; Caixa d'áço, um porto natural reconhecido internacionalmente, que servia de resguardo dos barcos nos tempos antigos, com água muito clara e calma; Praia de Porto Belo, situada na sede do município, com águas calmas, protegidas pela Ilha de Porto Belo.



Figuras 7 e 8 – Vista da praia do Araçá – Porto Belo

Fonte: Site oficial de Porto Belo – www.portobelo.com.br

Entre os atrativos turísticos, existem dois empreendimentos muito importantes que estão atraindo grande quantidade de turistas nos últimos anos. A Ilha de Porto Belo, que mantém suas características naturais de flora e fauna e possui infra-estrutura adequada aos visitantes, diminuindo o impacto e preservando o meio ambiente. É possível conhecer a Pedra da Cruz, com inscrições dos primeiros habitantes indígenas da região, a base da família Schürmann em terra³, realizar trilhas ecológicas ou tomar banho de mar.

³ Trata-se de uma família catarinense que percorre o mundo no seu veleiro, recolhendo informações sobre o meio ambiente e as comunidades do mundo.



Figura 9 – Vista panorâmica da Ilha de Porto Belo

Fonte: Site oficial de Porto Belo – www.portobelo.com.br

A chegada dos cruzeiros internacionais transformou o turismo da região nos últimos anos, dando um impulso importante à atividade. Os navios passaram a freqüentar as águas de Porto Belo na temporada 97/98 quando, por não poderem atracar em Itajaí em virtude da maré, as paradas foram transferidas para Porto Belo.

PARTE II

Argentinos e brasileiros no espaço turístico: relatos dos encontros

1 A VIAGEM NO IMAGINÁRIO: O PLANEJAMENTO

1.1 Perfil dos turistas argentinos entrevistados

Dos argentinos entrevistados em Porto Belo (SC), sete eram mulheres e dez, homens, com idades médias entre 41 e 50 anos.

Tabela 15 – Distribuição por faixa etária dos turistas entrevistados

<i>Faixa etária</i>	<i>Número de turistas</i>
Até 20 anos	01
21 a 30 anos	03
31 a 40 anos	04
41 a 50 anos	06
Mais de 50 anos	03
Total	17

A grande maioria (80%) era casada, de religião católica e com nível de escolaridade elevado.

Tabela 16 – Distribuição por nível de escolaridade dos turistas entrevistados

<i>Nível de escolaridade</i>	<i>Número de turistas</i>
Primeiro grau completo	01
Segundo grau completo	04
Superior incompleto	01
Superior completo	11
Total	17

As profissões predominantes eram: empresários, funcionários de empresas particulares e professores.

Tabela 17 – Distribuição por profissão dos turistas entrevistados

<i>Profissão</i>	<i>Número de turistas</i>
Empresário	03
Funcionário de empresa	03
Professor	03
Médico	02
Engenheiro	01
Contador	01
Comerciante	01
Funcionário público	01
Dona de casa	01
Aposentado	01
Total	17

A renda familiar, em geral, é média (considerando o cenário macroeconômico argentino em fevereiro de 2001). Do total dos entrevistados, oito possuíam rendas entre 501 e 1500 pesos argentinos¹; quatro entre 1501 e 2500 e cinco, superiores a 2500 pesos argentinos/mês.

O principal meio de transporte foi o automóvel e as cidades de origem da maioria dos turistas estavam localizadas na província de Buenos Aires. Poucos (4) eram originários da Capital Federal e de outras províncias.

A maior parte dos entrevistados (90%) viajava com a família e muitos deles hospedavam-se em casas alugadas (35%), em hotéis ou pousadas (35%) ou em camping (20%), sendo que alguns vinham em grupo, com outras famílias argentinas.

Uma grande parte (60%) permanece em Porto Belo de 8 a 15 dias; os que ficam entre 16 e 30 dias eram 35%.

1.2 Os argentinos: os preparativos para a viagem

¹ Na época do trabalho de campo (fevereiro de 2001) o câmbio na Argentina era de 1,00 peso argentino equivalendo 1,00 dólar norte americano.

Iniciaremos o nosso *tour* junto aos turistas, indo até seu ponto de partida, na Argentina, para reconstruirmos seu imaginário da viagem a Porto Belo.

Depois de um ano de trabalho, contando os dias que faltavam para as tão ansiadas férias, traçam planos e fazem os preparativos; seu desejo é aproveitar o tempo livre, tentando satisfazer a grande quantidade de necessidades não atendidas na vida de todos os dias (KRIPPENDORF, 1989). O que marca esta primeira parte da viagem é o planejamento. Em nítida oposição ao viajante, o turista não quer correr riscos e faz questão de obter a maior quantidade de informações sobre o lugar que pretende visitar antes de sua saída, ou seja, a surpresa não é necessariamente aquilo que busca encontrar. Conversa com pessoas que já visitaram a região, consulta folders ou a internet, faz questão de saber para onde está indo e o que lá encontrará.

Sair de férias, viajar, é também uma influência do meio social. No mundo atual, ficar em casa pode significar uma perda de prestígio social, pois em nossas sociedades, as férias são associadas à viagem. A decisão de viajar é, muitas vezes, condicionada ou estimulada por uma série de 'forças' como a informação em jornais, rádio e televisão, os vizinhos, amigos ou conhecidos, que voltam das férias e relatam seus belos e maravilhosos passeios, ou ainda a publicidade. Essas 'forças' ajudam a construir e a manter uma série de expectativas em relação a prazeres intensos, a partir dos quais os lugares de férias são escolhidos, principalmente, para ser contemplados (URRY, 1999). A grande maioria dos entrevistados tomou conhecimento da existência de Porto Belo através de parentes e/ou amigos que costumavam visitar a região. Outros conheceram-no quando passaram pela região, buscando uma praia ou uma hospedagem (hotel, camping etc.). A promoção do tempo compartilhado², em hotel da cidade, a propaganda via internet ou nos guias turísticos, foram outros meios através dos quais os turistas tomaram conhecimento do lugar, desde a Argentina.

² Recentemente foram criadas novas legislações sobre a propriedade ou ocupação dos lugares de alojamento. Trata-se de um dos novos métodos de acesso a uma propriedade imobiliária, que consiste na aquisição de uma quota indissolúvel dessa propriedade para uso nas férias. Pode ser o quarto de um hotel ou um apartamento em um condomínio, por um determinado número de dias cada ano, durante certo número de anos (GURRIA DI BELLA, 1999).

Muitos turistas (60%) não haviam analisado outras opções de férias, antes de decidir viajar a Porto Belo, ou seja, tinham certeza que o seu lugar de férias era esse. Uns, conheciam o lugar e queriam voltar; outros, já conheciam diversos lugares do sul do Brasil e queriam conhecer novas praias; outros, queriam passar as férias em outros países, mas o câmbio estava mais favorável para vir ao Brasil³. Em geral, eles apontaram como principais razões da escolha: a beleza das praias, razões econômicas – porque é mais barato –, o bom clima, a possibilidade de praticar esportes náuticos ou a curiosidade de conhecer um lugar, muito elogiado pelos amigos. Todos os turistas entrevistados provinham de cidades grandes, como Buenos Aires ou Córdoba, cujas paisagens e climas eram diferentes daquele que pretendiam encontrar em Porto Belo. Geralmente, as pessoas procuram nas férias aquilo que não encontram em casa: “[...] o olhar do turismo é direcionado para aspectos da paisagem do campo e da cidade que os separam da experiência de todos os dias”, pois, esses aspectos “[...] são considerados como algo que se situa fora daquilo que nos é habitual” (URRY, 1999, p. 18).

Entre os (40%) que haviam analisado outras opções de viagem, antes de optar por Porto Belo, as principais razões da escolha foram: sua tranquilidade, suas belas praias, a segurança da cidade e das praias - muitos deles comparando com a insegurança nas praias Argentinas -, a localização – próximo a suas cidades de origem e a boa acessibilidade a outras praias de Florianópolis ou Camboriú -, e a hospitalidade das pessoas do lugar.

As pessoas decidem viajar nas férias para satisfazer desejos e necessidades que só podem ser satisfeitos ‘fora’ e não ‘dentro’ de casa; o significado das férias, nas sociedades atuais, é sair, viajar, buscar o consolo externo que o local de moradia e trabalho não oferece (KRIPPENDORF, 1989). Para os turistas, o tempo de lazer, decorrente das férias, é associado à viagem (80%). O tempo do não-trabalho propicia a saída para outro lugar, diferente daquele onde se reside, e o destino é a América Latina, particularmente o Mercosul – Argentina, Uruguai, Brasil e Chile -. Como diz um aposentado: “[...] Daría la impresión que, si no

³ Na época da pesquisa de campo, cada Peso Argentino (que na época equivalia a um dólar estadunidense) valia no Brasil dois Reais, aproximadamente, segundo o câmbio oficial daquele momento.

viajo, no son vacaciones. Hay que ir a algún lado”. A maioria prefere o mar, a praia; poucos gostam da serra ou a montanha:

Por lo general el mar. Pero, en Argentina, vamos a Córdoba, a la sierra. Antes, veraneábamos más en la Argentina, cuando los nenes eran chiquitos. Ahora, cuando ya están más grandes, decidimos conocer otro país. Este año vinimos por Misiones, las Cataratas, que no conocíamos.

As motivações da viagem, em geral, ligam-se à necessidade de fuga e à evasão do cotidiano. São desejos de se desfazer do fardo das obrigações do dia-a-dia e de conhecer lugares novos, diferentes cenários que se situam fora daquilo que é rotineiro, à procura de significados como o descanso, o sol e o mar, e que a praia, por exemplo, pode propiciar.

Os motivos gerais, que fazem as pessoas viajarem nas férias, como a busca de ócio e a recreação, são os mais freqüentes (90% dos turistas). Mas aqueles que os estimularam a viajar a Porto Belo são suas praias, suas belas paisagens e a hospitalidade do povo local.

Dentre todos esses motivos, o principal⁴ para a maioria dos argentinos são as praias. Quando se referem a elas, os turistas destacam sua tranqüilidade, dado o pequeno número de pessoas que as freqüentam, e suas características que, comparadas com as praias do litoral argentino, são mais atraentes: a agradável temperatura, a tranqüilidade - menos ondas - e a limpeza da água. As praias do litoral argentino são similares às do sul do Estado do Rio Grande do Sul: extensas, sem a barreira natural da serra entre o interior e o mar, o que permite a chegada de fortes ventos, baixando a temperatura das águas e tornando o mar agitado. Também valorizam as paisagens, mais belas do que as de seu país, pois, em Porto Belo, há mais vegetação e, além disso, por estar integrada com o mar e a cidade.

Las playas acá me gustan mucho. En los paisajes tenés la vegetación mezclada con el mar; acostumbrados a las playas nuestras en Argentina que es playa y ciudad, acá tenés la mezcla de la ciudad, la naturaleza, con

⁴ Por ocasião deste estudo, denominamos de motivo principal aquele que, dentre os motivos específicos, foi citado em primeiro lugar, por tanto, considerado pelo próprio turista como o mais relevante.

la playa. Eso es lo que nos llama la atención y nos gusta mucho, la vegetación exuberante que tiene Brasil, que podés hacer desde caminatas, escalar, mezclado con el mar.

Hoy el mar está tan tranquilo que parece una pileta. Y allá en la costa argentina el mar no es así. Es un mar mucho más violento. Y, después, tenés los morros que ayudan a la belleza; estar sentado en la playa y mirar la naturaleza es muy bonito. Son pequeñas cosas que ayudan a que uno se sienta bien.

Porque justamente tienen características diferentes a las playas nuestras. Fundamentalmente, agua más limpia, más cálida y más tranquila.

Fugir da vida diária, mudar de ambiente, são constantes nos relatos dos turistas argentinos entrevistados. Desde os preparativos da viagem, fica clara sua intenção de sair da rotina do trabalho e das obrigações para poder voltar ao cotidiano e suportá-lo, até as próximas férias. Saem de casa para experimentar a fugacidade de um lugar diferente, mas com a certeza de que voltarão à segurança do local de moradia habitual, quando as férias acabarem. Desde a saída, os turistas revelam-se menos preocupados com as aventuras e descobertas do que com o desejo de evasão do dia-a-dia.

As pessoas não deixam, no local onde moram, tudo o que caracteriza seu comportamento habitual; seu estilo de vida acompanha-os: “[...] Logo de início, arrumamos nas nossas malas uma grande parte do cotidiano, como todos aqueles objetos aos quais não pretendemos renunciar” (KRIPPENDORF, 1989, p. 70). A descrição da bagagem de viagem dos turistas permite identificar alguns de seus hábitos e sua ambigüidade entre o cotidiano e o anticotidiano.

Prácticamente nada. Trajimos lo indispensable porque estamos todos los días de short, zapatillas, ojotas. Ropa totalmente simple y el conjunto de mate; creo que los uruguayos, como los argentinos, nunca nos olvidamos el mate.

Ropa simple, poca ropa, libros, conjunto de mate y yerba. Solo eso, poca cosa.

[...] música Argentina, trajimos cassettes para escuchar durante el viaje.

Mi esposa trajo cuatro valijas, la quería matar. Yo le dije que donde vamos, vamos con las ojotas, el short o la sunga y una remera no muy pesada. ¡Nada más! Eso es muy práctico, es muy bueno, estás suelto, estás libre. ¿Qué quiere uno de vacaciones? Eso.

Alguns turistas que regressaram diversas vezes à região, ou ao Brasil, ressaltam que, antes, a bagagem era maior, pois não abriam mão de muita roupa, e de diversos tipos, assim como jogos e comidas típicas argentinas. No decorrer das viagens, foram percebendo que não precisavam de tanta roupa nem carregar jogos ou comidas; isso mostra que, anteriormente, a bagagem refletia hábitos do seu dia-a-dia e que, hoje, ela adequou-se ao clima da região e ao que 'se costuma usar' no Brasil; eles, todavia, não esquecem certos objetos que fazem parte de seus hábitos, como trazer uma roupa de noite, por exemplo, ou um jogo de praia tipicamente argentino – o *tejo*⁵ -.

Ao planejarem a viagem, também, esses turistas buscaram obter informações do lugar e de seus residentes, para 'estar mais preparado' sobre o que se encontrará - caso das pessoas que nunca haviam visitado a região. Os que freqüentam o local há mais tempo, preparam também a viagem, buscando aprofundar os conhecimentos obtidos em outras viagens. A maioria dos turistas entrevistados revelou interesse de conhecer mais os brasileiros⁶, ainda antes de sair da Argentina. Através da televisão, dos jornais ou da Internet, buscaram informações sobre lugares para visitar, comidas típicas, música, costumes, situação econômico-política etc.

⁵ Trata-se de um jogo muito similar ao jogo de bochas, mas adaptado à praia: as bolas são planas e de madeira.

⁶ Neste caso, alguns turistas referem-se ao brasileiro morador da região de Porto Belo; porém outros entrevistados referem-se ao brasileiro em geral, isto é, não necessariamente ao portobelense.

[...] las cosas económicas o políticas, pero no la vida de la gente de acá. Leo más el diario, para conocimiento general.

[...] en el último tiempo, hemos estado más interesados en enterarnos en su movimiento económico y político, porque somos países tan cercanos y estamos integrados al MERCOSUR.

Também os hábitos alimentares ou a música são motivo de curiosidade e de perguntas dirigidas a pessoas conhecedoras da região.

De los brasileiros uno conoce la música, que tienen metido adentro y que los destaca. [...] Ellos, con el carnaval, la música [...], les devalúan el peso y ellos siguen en la misma [...], nosotros estaríamos encolerizados.

[...] más por imágenes. [...] Cuando hablan del turismo de acá, por lo general muestran alguna imagen: que costumbres tenían, por ejemplo, de la alimentación [...], y ahí teníamos idea, por ejemplo, qué comen en la playa, que comen choclo; nos interesamos mucho como estaba el cambio.

[...] y tenemos conocimiento porque hace quince años que vinimos a Camboriú. Toda esta zona ya la conocíamos, paseando.

En Internet, antes de venir para acá, buscamos informaciones y [...] después, no demasiado.

Os turistas habituais de Porto Belo afirmam que, antes de virem pela primeira vez, não conheciam nada sobre o lugar. Hoje, interessam-se, também, pelo que acontece no Brasil: notícias, o clima, a música, o carnaval, assistem jogos de futebol na TV a cabo:

[...] Brasil es un país que, particularmente, me gusta y me atrae. Si estoy leyendo el diario y veo algo del sur de Brasil o veo algo que tiene que ver con esto, que ya es más familiar, pero [...], esto me interesa. [...] Hay una

influencia que no me la puedo sacar de encima: es el tema de la economía, del MERCOSUR, de la integración, [...] me llama más la atención las cosas que suceden acá en Brasil, porque tienen que ver con nosotros.

[...] Yo tengo TV por cable. Entonces miro películas brasileras [...], algo normal, si el dólar subió, bajó, datos más generales. [...] De pronto me llama la atención [...] si juega Brasil y Estados Unidos y miro el partido, porque ya me llama la atención.

A preparação das férias pelos turistas argentinos que visitam Porto Belo tem uma característica: planejam a viagem com antecedência e buscam aquelas informações necessárias para não correr riscos ou ter que enfrentar o 'desconhecido'. Como mostram estudos de mercado, que analisam o comportamento dos turistas, a grande maioria “[...] não escolhe o lugar de suas férias em função dos autóctones, mas em função do país. A paisagem e o clima agradáveis são critérios essenciais” (KRIPPENDORF, 1989, p. 90).

1.3 Perfil dos residentes entrevistados

Das 15 pessoas brasileiras entrevistadas em Porto Belo (SC), oito eram mulheres e sete homens e sua idade média de 21 a 30 anos.

Tabela 18 – Distribuição por faixa etária dos residentes entrevistados

<i>Faixa etária</i>	<i>Número de residentes</i>
Até 20 anos	01
21 a 30 anos	07
31 a 40 anos	03
41 a 50 anos	02
Mais de 50 anos	02
Total	15

Os residentes distribuían-se, igualmente, entre casados e solteiros (07 pessoas, respectivamente) e somente um entrevistado era divorciado.

As crenças religiosas predominantes são a evangélica e a católica.

Tabela 19 – Distribuição por religião dos residentes entrevistados

<i>Religião</i>	<i>Número de residentes</i>
Evangélica	04
Católica	03
Espírita	02
Protestante	01
Testemunha de Jeová	01
Nenhuma	04
Total	15

O nível de escolaridade dos residentes é relativamente elevado, pois, um número significativo deles tem nível superior, incompleto ou completo.

Tabela 20 – Distribuição por nível de escolaridade dos residentes entrevistados

<i>Nível de Escolaridade</i>	<i>Número de residentes</i>
Primeiro grau completo	04
Segundo grau incompleto	02
Segundo grau completo	03
Superior incompleto	02
Superior completo	04
Total	15

A renda familiar dos residentes variava entre os níveis baixo e médio, ou seja, entre 1 e 10 salários mínimos.

Tabela 21 – Distribuição por nível de renda familiar dos residentes entrevistados

<i>Nível de renda familiar</i>	<i>Número de residentes</i>
1 a 5 salários mínimos	08
6 a 10 salários mínimos	05
11 a 20 salários mínimos	01
Mais de 20 salários mínimos	01
Total	15

Grande parte dos entrevistados é originária de cidades da região: Porto Belo, Bombinhas ou Tijucas. Outros provêm de cidades do interior do estado de Santa Catarina, de outros estados ou do exterior.

Tabela 22 – Distribuição por cidades de origem dos residentes entrevistados

<i>Cidade de origem</i>	<i>Número de residentes</i>
Cidades da região	08
Interior do Estado	03
Outros Estados	03
Outros países	01
Total	15

As profissões e ocupações mais freqüentes são as ligadas ao turismo. São recepcionistas de hotel, corretor de imóveis, balconistas (de padaria, de agência de viagens, de loja de revistas), camareiras, garçons ou garçonetes. Há também funcionários públicos ou autônomos, como serralheiro, administrador, ou dona de casa. Este segundo grupo é o que tem menos contato com os turistas⁷.

1.4 Os residentes: os preparativos para receber o turista argentino

Assim como os turistas, o residente planeja o verão e realiza preparativos como cursos de aperfeiçoamento, abertura ou ampliação da loja, ou pequenas obras na pousada, no hotel ou na casa de aluguel. Seu objetivo é aproveitar os três a quatro meses de temporada, para obter o lucro desejado. Enquanto o turista associa o verão ao repouso e às férias, para o morador ele significa ganhos financeiros extras e poupança para o resto do ano.

⁷ Para efeitos da presente pesquisa, o contato que os entrevistados do primeiro grupo tem com os turistas argentinos é considerado como *Contato Direto* e o do segundo grupo como *Contato Semidireto*.

Com o desenvolvimento do turismo local, a população passou a buscar trabalho nesta área, seja no ano inteiro, seja na alta temporada. O turismo tem sido um importante gerador de emprego e renda no município. Durante nove meses, contam-se os dias para a chegada do verão e a abertura da temporada de praia⁸, quando chegam os ‘tão esperados turistas’.

Há mais de uma década os turistas argentinos freqüentam este balneário, sendo o principal grupo de estrangeiros que chega regularmente à região. Muitos dos residentes entrevistados conhecem argentinos que visitam a cidade há muito tempo. Segundo eles, a preferência destes turistas por Porto Belo relaciona-se aos atrativos naturais e aos serviços que eles oferecem. Falam nas praias – água quente, própria para esportes náuticos -, no mar, nas belezas naturais e na Ilha de Porto Belo⁹. Também apontam que os preços são mais atrativos “[...] o preço menor é um atrativo porque aqui os aluguéis são mais baratos do que em Bombinhas”, mas também a tranqüilidade do lugar ou acolhimento do povo local.

Eu acredito que a tranqüilidade é importante porque a maioria dos argentinos vem de cidades grandes, de Córdoba e de Buenos Aires. E este lugar é diferente, ainda é tranqüilo.

Em primeiro lugar, eles gostam das praias, é a beleza natural. Eles gostam muito como o povo brasileiro os acolhe. O brasileiro puxa conversa fácil [...] mas, em primeiro lugar, a beleza natural é que conta.

⁸ A temporada se inicia no dia 15 de novembro, quando chegam os primeiros turistas, e se estende até o atraque do último navio de cruzeiro, aproximadamente dia 15 de março. No entanto, o período de mais movimento no balneário vai de 15 de dezembro até o final do carnaval, o que dá um total de dois meses e meio a três de temporada.

⁹ A ilha localiza-se de frente à enseada de Porto Belo e, a partir de 1994, se transformou em zona de interesse turístico; através de um plano de exploração turística sustentada hoje é um dos pontos de visitação mais destacados de Santa Catarina, recebendo cerca de 70 mil visitantes já nos primeiros anos de existência (KOHL, 2001). A própria ilha tornou-se um marco de referência para a conscientização da comunidade sobre a importância do turismo para o desenvolvimento da cidade. Grande parte dos entrevistados reconhece que, depois da posta em marcha do empreendimento Ilha de Porto Belo, a população local começou a se dar conta que era possível desenvolver o turismo de forma sustentável e harmoniosa com o meio ambiente, sem deixar de obter lucros. A ilha foi utilizada, durante mais de quarenta anos, de forma irresponsável por muitos moradores e turistas, fazendo fogueira dentro das árvores, com galhos cortados da mata nativa e deixando lixo na praia. Quando os donos da ilha decidiram elaborar um projeto ecologicamente correto, essa realidade começou a mudar e hoje, a ilha atrai até 1500 pessoas diariamente (sua capacidade de carga máxima), que não podem transportar comida, bebida ou cadeiras de praia, pois, a ilha oferece esses serviços, além de trilhas ecológicas e outros atrativos; possui tratamento de esgoto e de lixo próprios.

[...] Um turista de um grupo de argentinos que esteve aqui falou que aqui é muito diferente. Eles eram de Buenos Aires, capital. Aqui, dizia, há muito calor humano, as pessoas são simpáticas, sorriem muito, são mais solidárias. Eu acredito que eles gostam disso. Não digo todos, porque sempre tem as exceções; mas, em geral, eles gostam desse tempo que a gente dedica a eles.

Grande parte dos residentes não tinha informações sobre os argentinos, antes destes começarem a conviver com eles: “[...] depois que eles começaram a chegar a Porto Belo, a gente começou a conviver e a relacionar-se com eles, a conhecê-los melhor”. Os poucos residentes que tinham conhecimento sobre eles os haviam adquirido na faculdade, no trabalho que desenvolviam (por exemplo, trabalhar na Secretaria de Turismo), na televisão ou jornais. Alguns conhecem seu futebol, sua origem espanhola, o tango, ou certos hábitos alimentares:

[...] eu sabia que foram colonizados por espanhóis. Sabia que eles tinham a Evita, que são bicampeões do mundo. [...] Sabia que tinham o tango, [...] sei que tomam mate, muito mate, tudo isso antes, [...] fazem um belo churrasco.

[...] conhecia a música, o tango, principalmente. Comparando com os brasileiros eles têm mais cultura, eles lêem mais, eles vão mais às bibliotecas, eu acho que eles são mais informados.

De forma geral, os residentes só começaram a conhecer melhor os argentinos a partir dos primeiros contatos ocorridos no balneário. Sendo que é reduzida a oferta de material de divulgação bem como jornais, revistas ou internet, é bastante difícil ter acesso a informações sobre a Argentina ou qualquer outro país.

2 A CONVIVÊNCIA NO ESPAÇO TURÍSTICO

2.1 A chegada dos turistas

Os relacionamentos turísticos surgem de um movimento de pessoas para várias destinações e sua permanência nelas. Sair de férias implica se deslocar através do espaço – a viagem - e permanecer, por um período determinado de tempo, em um lugar ou lugares não habituais. Neles, necessariamente, moram pessoas – a não ser em casos de viagens a sítios arqueológicos, por exemplo – que, de uma forma ou de outra, entram em contato com o turista, seja porque estão ligados à atividade turística e, portanto, prestam algum serviço, seja porque, simplesmente, residem na cidade e seu dia-a-dia acontece no meio ao movimento turístico. Assim, a interação é inerente ao turismo e gera relações construídas, principalmente, através da diferença. No caso do visitante,

O olhar do turista [...] é construído em relacionamento com o seu oposto, com formas não-turísticas de experiência e de consciência social: o que faz com que um determinado olhar do turista dependa daquilo com que ele contrasta; quais são as formas de uma experiência não-turística (URRY, 1999, p. 16).

As práticas turísticas envolvem, necessariamente, indivíduos locais que pertencem a outro grupo social e são objetos do olhar do turista. Mas o olhar deste, em nítido contraste com o do viajante, não busca penetrar no tempo local e observar de perto a realidade social e o dia-a-dia da comunidade visitada. O turista argentino olha os diferentes cenários, situados fora daquilo que lhe é comum, mas não entra na vida das pessoas de Porto Belo, não deixa vir a ele os barulhos da rua, o cheiro do peixe sendo descarregado no cais, nem corre atrás da imprensa local.

O turista argentino que frequenta Porto Belo, percebe o residente brasileiro desde a perspectiva de um consumidor de bens e serviços; ele está em férias e busca muito mais satisfazer suas necessidades de lazer. No entanto, quando ele pensa no residente, ele elabora alguns relatos baseados em percepções

dele que ultrapassam a simples relação comercial. Seus discursos ficam no meio caminho entre o de um viajante e o de mero consumidor, pois, em suas narrativas mostra que, de alguma maneira, observou o residente e busca descobrir o sentido das suas atitudes, seus hábitos e comportamentos.

Aqueles que freqüentam Porto Belo há mais tempo têm uma visão do brasileiro diferente daquela dos que vem pela primeira vez. Os primeiros, que já conhecem a região e a sua gente, percebem traços culturais que vão além das características mais aparentes. Chama-lhes a atenção a sociabilidade, a abertura e a hospitalidade dos residentes locais.

Como se reúnen en las [...] cafeterías a tomar. Los veo a la tarde que se reúnen.

Encuentro al brasileiro muy [...] expansivo, muy dado [...] muy de darse [...] muy sociabilizante, sociabilizado (sic).

Notamos que ellos se abrieron más, también. Nosotros los veíamos muy cerrados, muy nacionales. Son muy agradables. [...] Muy hospitalarios, están para el servicio, están abiertos a la atención, están acostumbrados a recibir a tanta gente.

Os freqüentadores mais antigos de Porto Belo revelam mais familiaridade e conhecimento dos residentes, que consideram hospitaleiros e abertos à presença estrangeira. Apontam também seus modelos de trabalho, características físicas ou formas de vestir particulares: “[...] Está el pescador que toda la vida vivió ahí y que su hijo también hace el mismo trabajo y el abuelo a lo mejor hacía el mismo laburo”.

[...] el residente local es simple, usa una vestimenta típica de la gente que pesca; andan con los pantalones arremangados, camisa simple. Se visten muy de fiesta los domingos para ir a la iglesia o a misa, el color probablemente de la ropa. El turista o que no es residente local, que vienen a hacer turismo de Brasil, anda con una vestimenta más cosmopolita, acá la gente anda con una vestimenta muy típica

Chama também a atenção dos turistas as atitudes de amabilidade, a ausência de preconceitos, a espontaneidade, o ritmo de vida sem pressa, as diferentes formas de relacionamento dos brasileiros. Mas, também, apontam certas atitudes conformistas que observam nas pessoas locais, face às carências e problemas do município.

[...] el brasilero es muy conformista, [...] por ejemplo, no tienen vereda para transitar – yo se los digo permanentemente – “você não tem calçada” para caminar. Y no tienen veredas. Caminan, bajan a la calle y suben, para hacer tres cuadras es una peripecia. Y nadie se queja, van con naturalidad, como si fuera normal la situación. Por otro lado, si tienen que frenar, frenan. Te dejan pasar, no están apurados. Son muy amables. [...] Yo he conversado con algún argentino y me dice que esto es una provincia; hay que ver qué pasa en San Pablo. Bueno, lo que pasa en San Pablo allá ellos, a mí me interesa lo que pasa acá, donde estoy viviendo. [...] Son conformistas.

Yo creo que, probablemente por la población, sobretodo de Araçá más que de Porto Belo, porque probablemente es una comunidad más pura con respecto a lo racial, a lo étnico, en lo que respecta al origen, la mentalidad *açoriana* de la gente, hace que el isleño en sí sea un tipo bastante auto suficiente, entonces es como que no se mezcla demasiado con la gente. Y eso pienso que tiene que ver un poco con el origen, isleño, de los habitantes de esta zona. En Porto Belo la población ya se ha hecho un poco más heterogénea. Pero acá en intercambian muy poco su cultura, son bastante cerrados. A nosotros nos costó bastante relacionarnos al comienzo, porque son desconfiados, tipos muy arraigados a sus costumbres, a su tradición, entonces a lo mejor comunicarse con un gringo no era una cosa habitual. Ahora, una vez que te conocen, ahí la gente se abre un poco de corazón y realmente te aceptan como uno más.

Os turistas também observam características do modo de vida, do trabalho, do idioma, da vestimenta e os hábitos alimentares locais. Alguns relatos mostram a forma como eles são percebidos quando comparados com a realidade Argentina.

[...] la forma de trabajo, los horarios. [...] Veo que salen todos muy temprano para trabajar y vuelven muy temprano a casa, cosa que nosotros no.

[...] Yo siempre digo que a través de cosas pequeñas vos aprendés algo de la gente. Y específicamente de la gente de la zona de acá, que está muy relacionada con el mar, con la pesca.

Com efeito, o argentino identifica o brasileiro a partir, fundamentalmente, do que ele próprio não é; o brasileiro, para ele, é o não-argentino, isto é, alegre, simpático, simples, hospitaleiro, receptivo. Esses traços que o turista identifica no residente podem ser captados através de interações focalizadas ou não focalizadas. Elas fazem parte do dia-a-dia de turistas e residentes: eles passam uns ao lado do outro na rua, intercambiam um breve olhar, captando rapidamente o rosto e a forma de vestir do outro. À medida que se aproximam e no momento em que se cruzam, viram o olhar, evitando os olhos do outro¹⁰. Isso em nada significa ignorar o outro; pelo contrário, o indivíduo se dá conta da presença do outro e com essa ação lhe mostra que não tem más intenções. Através das interações cara a cara entre turistas e residentes, eles mostram, de alguma forma, traços pessoais, culturais, rotinas da vida diária, esquemas de comportamento.

Além dos diversos elementos peculiares não verbais do comportamento há uma curiosidade com a língua do 'outro'. Turistas e residentes buscam o sentido das palavras nos respectivos idiomas:

[...] Preguntamos cómo se dice en brasileiro. Nos reímos, por ejemplo, con lo que nos comentaba Antonio, que *boludo* acá es mucha plata, en cambio, en Argentina es [...] una mala palabra. *Borrachería*, que acá es una gomería, allá es como estar borracho. Nos pusimos a hablar largo y tendido sobre muchas palabras, sobre todo tratar de hablar, el tema del idioma.

[...] algunas cosas me llaman la atención y preguntamos, o si hay palabras que no conocemos, preguntamos qué significan y ese tipo de cosas.

[...] la cultura es más o menos conocida; ellos vienen de los portugueses, nosotros de los españoles, [...] el idioma es más o menos sencillo, es como un *portuñol*. Si ellos hablan despacito, se entiende y si se habla despacito, ellos entienden. [...] Salvando el asunto de la geografía, somos de una cultura parecida. Ellos son creyentes, muy católicos, mucho más que nosotros.

¹⁰ É o que Erving Goffman (1975) denomina 'desatenção amável'.

O desconhecimento da língua é percebido tanto por residentes como turistas, como um obstáculo à comunicação e à compreensão entre eles. Conversas dos vizinhos de praia, nas lojas e na rua são obstaculizadas pela falta de domínio da linguagem do “outro”, o que é apontado como um impedimento ao estabelecimento de relações mais profundas.

[...] Me interesa conocer cuando viajo, pero acá, el idioma es una traba. Si viajo a otros lugares converso con la gente porque me interesa saber cómo vive, que carencias tiene. Pero acá, no lo puedo hacer, no manejo el idioma y te cuesta.

[...] Familias muy numerosas he notado todos en la playa con los chicos [...] claro al no entender el idioma no sé si las conversaciones tienen que ver con las nuestras como haríamos en una playa, que uno más que la hora, vas a comprar el diario, pequeñas conversaciones no puedo [...] los chicos chiquitos más libres, en bicicleta los veía a la noche.

Além da linguagem, outro instrumento que pode ser utilizado para identificar o ‘outro’, ou seja, o residente ou o turista, é a forma de se vestir. Aos turistas argentinos, chamam a atenção, as distintas formas de vestir dos brasileiros e, de maneira particular, das brasileiras. Comparando-as com os costumes argentinos, elas mostram o corpo, diferentemente do que ocorre entre os Argentinos, mais formais e menos desinibidos. Eles gostam da descontração e da forma de vestir e da leveza das vestimentas femininas e masculinas.

[...] la forma de vestirse... las señoras con bikinis chiquitas, que allá no se usan.

[...] la costumbre de los residentes, andan con ropa muy liviana, muy casual.

[...] me gusta porque se ponen lo que quieren. Señoras gordas usan bikinis, gordos con la mallita chiquita y eso es lo que me gusta. En la Argentina no pasa eso; si no sos flaco y bien vestido, [...] o te critican o te miran.

[...] su forma de vestir, más desinhibida, [...] el mostrarse por ahí con unas bikinis, no importa si sea gorda o flaca. La mujer argentina es más pudorosa, tiene más pudor. Mi punto de vista.

Também chama a atenção dos turistas certos hábitos alimentares, como a falta de pão nas refeições e o maior consumo de carne suína. A preferência de acompanhar a comida com pão tem, certamente, sua explicação numa tradição italiana, muito presente na sociedade Argentina, que foi, como se sabe, muito influenciada pela migração de habitantes daquele país. A carne de porco, tradição da cozinha alemã, não é tão presente na mesa do argentino, na qual predomina a carne de gado.

[...] Ellos no consumen pan con las comidas y nosotros sí. Consumen cerveza, que no va tanto con nuestro hábito el consumo de cerveza y de bebidas alcohólicas. Comen mucha carne de cerdo y poca carne de vaca. [...] Ahora están trayendo carne de vaca porque hay mucho turismo pero hace unos diez años atrás, no había pan con las comidas, no había carne de vaca, no había un montón de cosas, pero ahora ya se incorporaron, incluso lo están incorporando ellos a sus dietas.

[...] El tema del poco pan en las comidas. Le dan más importancia a otro tipo de comidas y no tanto al pan; y nosotros sí somos de comer pan.

[...] en la comida todo es frito, comen poca verdura. Nada de dulces, postres, el helado mismo ni se compara con el de allá.

Os sorvetes consumidos no Brasil, industrializados, não agradam os turistas acostumados aos artesanais, mais saborosos, tradicionais em seu país.

Certos comportamentos dos residentes brasileiros e a forma como sua sociabilidade se expressa na vida cotidiana são motivos de surpresa do turista e, em certa medida, de admiração e de inveja.

Bueno, lo que pasa es que yo he pasado muchos días aquí en Araçá y aquí es un poquito particular [...] Me encanta ver la gente que para a conversar; parece que disponen de mucho tiempo para conversar, no tienen el estrés y el histerismo que tenemos los argentinos, siempre re locos, apurados o con horarios.

[...] ves gente que entre sí es muy macanuda, todos tienen buen trato, mucha cordialidad.

Se toman la vida muy distinto a nosotros. Ellos son, quizá, felices con poco y nosotros, quizá, estamos buscando tener más poder, buscando la felicidad, buscando una mejor forma de vida y [...] ellos se toman la vida de otra forma. Viven mucho más tranquilos que nosotros y supongo que deben tener los mismos problemas o menos problemas que nosotros y no se hacen problema, siempre están alegres, es distinto a nosotros.

Os visitantes mais freqüentes de Porto Belo, ao descreverem as características mais marcantes do comportamento dos residentes, percebem claramente a fronteira 'nós-eles':

Son muy alegres, muy conversadores; el argentino es más observador, más callado y ellos son más extrovertidos. Son espontáneos; nosotros somos un poco más reservados.

'*Tudo bem, não tem problema*', aunque quizás los tengan. El argentino es todo mal [...], hay problemas y se nota.

Para mi gusto, para mi forma de pensar, son muy expansivos, muy abiertos, muy gritones. [...] Yo encuentro que el brasilero, en su forma de hablar es muy gritón, no porque grita, sino porque es su forma de hablar [...], no es como nosotros, o por lo menos como yo creo, que [...] estamos cuidando siempre la forma, o sea, el argentino es más cuidadoso de la forma.

Outras atitudes e comportamentos também chamam a atenção dos turistas: a tranqüilidade, a camaraderia, a amabilidade, o bom atendimento, a

alegria: “[...] no tienen problema con nadie. No tienen problema en aceptarte y en integrarte, cosa que nosotros allá es más complicado, más difícil”.

Os turistas caracterizam o brasileiro, principalmente, por certas atitudes e comportamentos: simplicidade, tranqüilidade, resignação, paciência, cortesia e humildade:

“[...] el residente es más humilde que los de Itapema, Camboriu o Florianópolis. Es un pueblo, que creo es pesquero más que nada [...] te brindan más, te saludan por la calle. [...] No los puedo analizar a fondo porque no he estado mucho tiempo”.

Os turistas identificam o não-turista através do ‘mecanismo das férias’, isto é, o primeiro, um consumidor ávido por satisfazer suas necessidades turísticas e, por outro lado, o residente, um fornecedor de serviços. O encontro dos turistas com os residentes ocorre sempre num contexto de lazer para uns e de trabalho, para outros. Alguns turistas consideram irrelevante buscar identificar o residente, porque estão de férias e não tem interesse em aprofundar seus conhecimentos sobre o residente, nem estabelecer relações com ele. Para outros, residente é sinônimo de trabalhador: “[...] o está trabajando en un restaurante o en un supermercado o en una estación de servicio. En cambio el turista está siempre de gorrito y *sunga* y dando vueltas por la calle, por eso lo identifico, es normal”.

As diferentes formas de interação entre os turistas e os residentes criam oportunidades para a aquisição de novos conhecimentos. Saber o novo daquilo que não tinham noção é algo superficial e desinteressante – no sentido da relação turista/consumidor e residente/prestador de serviço - no caso dos turistas argentinos que visitam a região pela primeira vez. E isto, em certa medida, decorre do fato dos contatos se desenvolverem no contexto de uma indústria preparada para gerar interações comerciais: tudo o que esta prepara restringe-se a questões ligadas a preço, conforto, eficiência e hospitalidade.

[...] En general, la relación entre el local y el turista es buena. Hay una intención de que el lazo no se corte, que siga. También está la parte de demostrarle al local que te gustó el lugar, o sea, el turista que está en un

lugar y le gusta, el local lo percibe y después lo va a tratar de mostrar como un gancho para que el turista vuelva.

Como en todos los lugares donde estuve en Brasil, me atendieron muy bien, o sea, me lo imaginaba desde esa forma.

[...] lo que realmente vi fue la amabilidad, lo serviciales que son, la tranquilidad, la simpleza que tienen, la humildad. Realmente encontré lo que me dijeron. Me gustó, realmente me gustó y volvería.

Os novos conhecimentos não se restringem apenas a informações superficiais; através dos contatos mais freqüentes e longos os turistas aprenderam que a pesca é a atividade econômica predominante na região e ela é a explicação do ritmo de vida mais tranqüilo, dos horários flexíveis de seus afazeres e da espontaneidade das pessoas.

El aprender no difiere de otros lados como Camboriu o Itapema. [...] Es gente más humilde acá y, quizá por ser humildes, tienen una idiosincrasia de ser más dados.

Os turistas elogiam a forma como são atendidos pelos residentes, sua cordialidade, alegria e espontaneidade. Um deles relata que, ainda na Argentina, havido tido informações sobre isso: “[...] Y sí, te das cuenta que se lo trata bien”. Ressaltam, ainda, que eles são muito dados e se preocupam em ajudar o turista em tudo o que este necessite.

Os turistas, também, admiram-se com alguns costumes locais que, reconhecem, influenciaram sua vida: os brasileiros, com os quais convivem em Porto Belo, são mais práticos face à vida, “[...] inclusive en resolver situaciones, en aprovechar lo que tienen a su disposición”.

[...] aprendimos con los hábitos alimenticios de ellos. Nosotros tomábamos nomás el café con leche. Ellos también toman el café con leche, pero comen

frutas tropicales, del lugar. [...] Nosotros teníamos una planta de mamón, que se caía y se desperdiciaba. Ahora nosotros también lo comemos.

A simplicidade, a religiosidade e as formas de trabalho locais, despertam também a atenção dos visitantes: “[...] yo creo que la vida de ellos es exageradamente mística y resignada”; “[...] no tienen el trabajo como prioridad absoluta como la tiene el argentino, sino un medio para lograr cosas simples, un plato de comida, tomarse una cerveza; disfrutan mucho de lo que hacen y de la naturaleza que tienen alrededor”.

As percepções que turistas e residentes constroem um dos outros são influenciadas pelas características da interação que se desenvolve entre eles. Como o motivo do turista é muito mais a fuga do cotidiano do que a busca de novos lugares e culturas, as atividades por ele preferidas não apontam a um encontro mais profundo com os residentes. Ele busca lazer, ócio e entretenimento.

Se ele fosse um viajante, interessar-se-ia pelo local, buscando descobrir e definir os ritmos do dia, as horas em que a vida social acorda e onde pára, os momentos de pausa, os horários das comidas, se propondo a estar entre outros, se submetendo ao tempo dos outros (CHENEAX, 1999).

Se bem existem alguns indícios desse tipo de atitudes em algumas falas, o que o comportamento destes argentinos mostra são traços mais característicos do comportamento do turista. Além de não abrirem mão de muitos de seus hábitos cotidianos, suas atividades preferidas são as ligadas ao lazer, à busca da calma, da mudança e do anticotidiano; sua preocupação é menos conhecer a cultura local do que relaxar, descansar e conhecer as belezas naturais.

Na Argentina, durante o ano, o trabalho ocupa grande parte do dia (uma média de 8 a 9 horas por dia) dos turistas. Geralmente acordam cedo e dormem uma média de sete horas diárias. A maioria deles não tem tempo livre durante a semana; os que dispõem de tempo livre, costumam sair com amigos ou com a família ou freqüentar teatro ou cinema. Outros ficam em casa, recebendo amigos, enquanto que alguns também costumam viajar a lugares próximos.

Durante as férias, ao contrário, a maioria deles acorda tarde e não têm nenhuma rotina no horário das comidas e de outras atividades.

No tengo rutina. Mi rutina es: hoy está nublado entonces vamos a comprar alguna cosa al centro. Hoy vamos a la playa. No sé si llamarlo de rutina. Lo que es rutinero es levantarme y tomar café y saludar al personal que me sirve el café [...]

¿Tenemos rutina? Caminar mucho, tomar sol, conversar con los amigos, comer, pensar en las comidas. Me levanto temprano porque aprovecho que el día está fresco y salimos a caminar. Duermo de seis a ocho horas, como siempre. No tengo una rutina, nos vamos organizando de acuerdo con el día y también lo que diga el resto del grupo.

[...] me levanto a la hora que me despierto y me acuesto cuando me da sueño. No tenemos horarios para dormir ni para las comidas.

Motivo de grande prazer para eles é poder dedicar mais tempo às refeições, principalmente, o desjejum: tomam café da manhã e alguns enfatizam um 'bom café'. A calma, e a abundância e diversidade dos pratos que compõem o desjejum no Brasil¹¹, contrastam com o café da manhã argentino¹². “[...] Tomamos un buen café, aquí no le falta nada al café”.

Aquí variamos porque tenemos el café abundante a las nueve de la mañana, entonces a veces ni almorzamos. Tomamos el café tarde, una merienda, y a la noche cenamos.

Nos levantamos, tomamos café, con tranquilidad, cosa que en Buenos Aires no [...]. Le dedicamos más tiempo a las comidas, por lo menos al café. Quizá al almuerzo ni tanto, o sea, es más rápido, porque intentamos no almorzar mucho para poder ir a la playa a la tarde.

¹¹ Basicamente, trata-se do café da manhã servido nos hotéis e pousadas, pois o desjejum do dia-a-dia do brasileiro típico é muito diferente desse. Geralmente está composto por café, pão e suco.

¹² Composto, geralmente, de café com leite, torradas e suco de laranja ou água.

Os turistas, todavia, em geral, não abandonam integralmente seus hábitos; procuram a mesma alimentação – ou pelo menos uma muito semelhante -, as mesmas bebidas, os mesmos jogos e mesmo conforto que se tem em casa.

Em efeito, Krippendorf afirma que

“[...] mesmo quando se faz outra coisa, conserva-se o ritmo cotidiano habitual. Levanta-se, vai-se à praia, come-se, deita-se, tudo isso de acordo com um horário muito bem determinado que é escrupulosamente respeitado” (KRIPPENDORF, 1989, p. 70).

As atividades preferidas durante as férias não variam muito. De uma forma geral, todas estão vinculadas ao mar, à praia, às brincadeiras aquáticas, nadar, tomar sol. Também visitam outros lugares e/ou praias com o intuito de conhecer outras belezas da região.

Me gusta conocer lugares nuevos, no ir todos los días al mismo lugar. Me gusta conocer porque es la primera vez; si viniese más seguido me quedaría más en un lugar. Me gusta conocer lugares diferentes.

Me gusta conocer otros lugares, soy muy inquieta, estuve aquí un día solo y ya me fui a Bombas [...]

Me gusta caminar mirando las vidrieras [...], es como recopilar información de cosas [...]

Me gusta caminar, ver todos los negocios [...]

Me encanta caminar y tomar sol. Cuando uno camina, va viendo un poco, conociendo lo que hacen las personas. [...] Conocemos mientras caminamos, disfrutamos de observar.

As instalações turísticas não propiciam o contato entre turistas e residentes, pois se destinam exclusivamente aos primeiros, sendo totalmente desfavoráveis ao encontro. O morador local fica no 'botequim da aldeia' e o turista na 'casa de hóspedes' (KRIPPENDORF, 1989). O fato dos turistas hospedarem-se em hotéis ou pousadas não impede o contato com os moradores; eles são, todavia, menos intensos do que os estabelecidos com os vizinhos das casas alugadas ou no camping.

O relacionamento com os vizinhos brasileiros é usual, apesar das dificuldades decorrentes do obstáculo da língua. Ela, todavia, não impede o contato e a convivência com os brasileiros. Os Argentinos não fazem esforço por falar o 'portunhol', freqüente entre os brasileiros para fazerem-se entender pelos turistas. Grande parte deles não fala nada, ou quase nada, de português. Nas praias e restaurantes é possível constatar-se que, de forma geral, o argentino não se esforça por falar português ou um espanhol mais pausado para ser compreendido pelo residente local. Ele não procura adquirir alguma habilidade lingüística para pedir informações no restaurante ou para um breve contato na praia com residentes locais ou turistas brasileiros, ou seja, ele prefere o isolamento ao risco de ser objeto de crítica por seu 'portunhol'.

As relações com os residentes locais são consideradas muito boas pelos turistas. O atendimento que recebem é bom e amável e os residentes são elogiados por sua hospitalidade, solidariedade e disposição para o diálogo. Apesar disso, outros consideram excelente seu relacionamento com os residentes, sempre solidários, ajudando sempre que podem, simpáticos e dados, "[...] porque tienen una calidez, porque [...] es su trabajo y te lo hacen sentir, pero noto que siempre hay una cuota más", referindo-se à disponibilidade manifestada pelos residentes de ajudarem, atitude pouco usual na Argentina. Isso é chamado 'bônus extra'. Certos turistas não estabelecem relações com os moradores, mantendo com eles apenas contatos comerciais ou ocasionais.

2.2 Como os residentes recepcionam os turistas

Desde os tempos mais remotos, desde as viagens mais individualizadas, a hospitalidade tem sido uma virtude que as pessoas gostam de dar ao forasteiro. Com o desenvolvimento industrial do turismo, essa antiga virtude humana, espontânea e gratuita, transformou-se em ganha-pão de muitas pessoas e numa profissão (KRIPPENDORF, 1989).

A produção dos serviços turísticos envolve, normalmente, algum tipo de interação social no nível da produção, e estabelece uma distinção entre dois tipos de empregados: os que têm contatos mínimos com os consumidores de um serviço – seja porque a sua atividade não está diretamente relacionada com o turismo, seja porque a produção do serviço não é feita ao alcance do olhar do turista –, e os que têm muito contato (URRY, 1999). Os serviços proporcionados aos turistas devem estar a seu alcance no momento e no lugar em que são produzidos, e a qualidade da interação social entre o prestador do serviço – seja uma garçonete, um transportador de passageiros ou um balconista - e o turista faz parte do ‘produto’ que está sendo oferecido e adquirido.

O tipo de contato dos residentes brasileiros com os turistas argentinos varia conforme os serviços realizados pelos primeiros durante a temporada de verão. Há os que realizam serviços nos bastidores das atividades turísticas, que não precisam se mostrar e que, às vezes, não são imprescindíveis para o desenvolvimento do turismo, sem contato permanente com os turistas. Outros que, pela função que exercem, estão expostos e têm contato direto com os turistas argentinos: o pessoal da indústria hoteleira, dos meios de transporte turístico e do comércio.

Os contatos diretos influenciam mais as ações de uns e outros. Um recepcionista de pousada explicando os atrativos do lugar, a corretora de imóveis negociando o aluguel de uma casa ou o padeiro, envolvem-se em circunstâncias que desencadeiam processos de aproximação:

[...] nós temos ponto comercial e nesses pontos comerciais eles vêm se servir e nós os atendemos, conversamos e damos até informações; os ajudamos, pois muitos chegam e não conhecem.

Eu sou camareira. No nosso dia-a-dia fazemos a limpeza diária no quarto do hóspede. Recolhemos o lixo, trocamos as toalhas de banho, os sabonetes, a roupa de cama. [...] E temos contato com os turistas porque começa por um bom dia e depois a gente pergunta se está faltando alguma coisa e eles vão te responder e se gera uma conversa.

Eu trabalho de garçoneite aqui no restaurante. Sirvo a bebida, trago os pratos, a pizza, o que eles pedirem a gente leva. Tenho bastante contato com os turistas aqui no restaurante. Eles são bem simpáticos.

Eu vendo jornais, revistas, livros. E tenho contato com eles pelo fato de vender *La Nación* e *Clarín*, jornais argentinos. E outra pelo fato de ser uma banca, então todo o mundo procura, acha que aqui vai encontrar um ponto de referência. Porque aqui, além de ser balconista, a gente acaba sendo um guia, eles param e perguntam como chegar em algum lugar, onde tem um restaurante bom, uma pousada, uma casa para alugar.

Os contatos menos freqüentes, ocasionais ou casuais desencadeiam 'conversas' com os turistas, mas propiciam o estabelecimento de relações apenas transitórias ou instrumentais.

Eu sou funcionária pública e tenho bastante contato com os turistas argentinos, porque eles chegam na rodoviária e vão pegar o barco para a ilha e nesse trajeto de 200 metros muitos deles se perdem, então sempre pedem uma informação. Inclusive a secretaria de turismo deixa folder para a gente distribuir, para orientar o pessoal.

Eu sou responsável por um empreendimento turístico aqui na cidade e tenho contato com os turistas argentinos naquele lugar, quando vou acompanhar as atividades. Mas eu tenho pouco contato, só algumas vezes.

Há pouca variedade de ocupações entre os residentes de Porto Belo fora da temporada de verão. Durante o veraneio, todavia, muitos deles trocam de trabalho e dedicam-se ao desenvolvimento de atividades ligadas ao turismo.

Quadro 1 – Distribuição das ocupações dos residentes entrevistados por temporada e por tipo de contato

<i>Tipo de contato</i>	<i>Ocupação no verão</i>	<i>Ocupação no inverno</i>
Direto	Recepcionista de pousada	Estudante
Direto	Transportador de passageiros	Pescador
Direto	Garçonete	Recepcionista de dentista
Direto	Balconista	Professor de ensino médio
Semidireto	Administrador de empresa	Administrador de empresa
Semidireto	Serralheiro	Serralheiro
Semidireto	Funcionária pública	Funcionária pública
Semidireto	Dona de casa	Dona de casa
Direto	Corretora de imóveis	Corretora de imóveis
Direto	Camareira de hotel	Camareira de hotel
Direto	Balconista de banca de jornal	Balconista de banca de jornal
Direto	Recepcionista de hotel	Recepcionista de hotel
Direto	Garçom	Garçom
Direto	Balconista	Balconista e estudante
Direto	Padeiro	Padeiro

Trabalhar durante o verão é uma forma de complementar a renda familiar, gerando poupança para o ano todo. Por isso, muitas pessoas empregam-se, durante a alta temporada, em atividades diferentes às habituais.

Os residentes caracterizam a sua relação com os turistas como de trabalho, o que não é considerado um obstáculo à amizade, às relações com os turistas, apesar das dificuldades decorrentes da falta de domínio do espanhol. Eles têm atitudes de abertura ao diálogo e ao convívio.

[...] Não é excelente porque faltam muitas coisas, porque eu não falo nada de espanhol. Mas acho que é o mais importante que falta para ser cada vez melhor. [...] Porque eu sou simpático, legal e gosto de atender eles. Acho que eu sou educado e simpático. [...] Por isso eu acho que é boa, por causa da simplicidade

[...] Muito boa porque como eu trabalho nessa área e acho que a minha tendência é agradar, para que a próxima vez eles retornem.

A atitude que predomina é a de um trabalhador da indústria da hospitalidade. Ou seja, seu desempenho eficiente garante a permanência e fidelidade do cliente/consumidor que é o turista.

[...] eu sou comunicativo, procuro dar as melhores informações possíveis. Falo [...] e noventa e nove por cento deles conseguem me entender bem e eu consigo entendê-los também; tudo o que eles precisam eu consigo resolver, dentro da parte que eu trabalho e que sirvo.

[...] eles trazem sempre coisas boas para nós, diferentes, a gente aprende coisas também. O turismo sempre traz coisas boas, principalmente para o comércio. Também tem que ser muito simpático para conversar, porque se não eles não voltam mais. Então, tem que tentar entendê-los, fazer tudo para que eles saiam contentes e voltem sempre.

[...] nós dependemos deles, nós temos que tratar bem eles, respeitá-los, dar boas informações, não deixá-los abandonados, perdidos, temos que ajudar.

A amizade surge algumas vezes, entre alguns visitantes e o pessoal local:

Eles exigem um pouco, são difíceis de trabalhar, mas o que salvou a temporada foi o dinheiro que eles trouxeram para nós. [...] A relação é muito boa; há uns argentinos gente boa, são fáceis de lidar, que vem todos os anos, já tem aquela amizade, como se fosse brasileiro. Sai junto, para dançar, ir à praia. Tem gente que vem se instalar aqui que já não é mais o turista, vira já amigo, já muda bastante o relacionamento.

[...] O cara quer ser bem atendido. Então não precisa sorrir forçado, se entrosou com o cara mais ou menos e já faz amizade.

Um obstáculo apontado pelos residentes ao estabelecimento de boas relações é a desconfiança dos argentinos: “[...] Eu acho que o turista argentino, em geral, é desconfiado; então até criar um vínculo de confiança com ele, demora”.

Eu qualifico como muito boa. Ela não é excelente porque eu não tenho uma fluência de espanhol. Minha conversa não é tão boa, mas eu sempre procuro atender o melhor possível; gosto de conversar com os turistas argentinos, tenho muitos amigos argentinos, que eu conheci na temporada, amizades que perduraram, que ficaram, contatos por carta, por telefone.

O meu trabalho se restringe a atender os pedidos e eu procuro fazer isso da melhor maneira possível. Eu tenho atingido esse objetivo mas, normalmente, essa relação não passa de uma relação comercial. Eu não tenho queixas do turista argentino. Ele paga pelo serviço.

[...] não é ruim, não é excelente, não me envolvo muito com eles. Obviamente os hábitos são diferentes e existe uma diferença cultural. Eu até evito contato direto com qualquer turista. Eu não procuro muito isso.

A visão que o residente local tem do argentino baseia-se naquilo que ele próprio não é. Com efeito, o residente julga a origem social do turista de acordo com o seu comportamento e certos traços que nele identifica.

Apesar do turista mudar, em algum grau, seu comportamento quando está de férias – às vezes o turista, longe de casa, se permite coisas que jamais faria no próprio ambiente, pouco se importando com o que os outros vão pensar -, grande parte de seus hábitos e atitudes o acompanham e é o seu cotidiano o mediador entre ele e o residente. O residente tem acesso ao universo do turista de forma indireta, através da observação de seu cotidiano em Porto Belo e das características que ele deixa transparecer: nas formas de vestir, de falar, de se comportar em público etc.

Das diferentes situações de interação das quais participam os residentes, adquirem novos conhecimentos sobre os argentinos, que há pouco tempo eram desconhecidos e sobre os quais nada sabiam e, às vezes, muito imaginavam.

[...] Houve troca de música. [...] Eu não vou te dizer agora, mas há alguns anos atrás a gente acostumava sair e eles colocavam a música que lá era sucesso. [...] E também comida, a gente cansou de se reunir para jantar e cozinhavam suas comidas. Então se acabam aprendendo muitas coisas da vida deles, dos hábitos, dos costumes.

Os hábitos alimentares, a vestimenta ou os costumes familiares dos argentinos também chamam a atenção do pessoal local:

O que eu percebi deles, [...] os que vêm pra cá, que ficam hospedados aqui na região, têm famílias grandes, com muitos filhos, uma coisa comum, menos do que três filhos é muito difícil. Eles tomam café tarde, saem muito tarde para jantar, gostam de café expresso e usam bermudas xadrez, típico, isso identifica qualquer um.

De uma forma geral, os residentes identificam o argentino, principalmente, por sua vestimenta, o consumo de chimarrão, o hábito de falar alto quando em grupo para chamar a atenção, ou as famílias com muitos filhos¹³.

Reconhecia pela placa do carro, pela fala e, sem falar nada, a gente conhece pelas roupas deles que são muito bonitas, sabem se vestir, [...] principalmente as mulheres usam uma roupa decente no verão; é bem difícil ver uma argentina totalmente pelada porque elas usam mais aqueles maiôs, aqueles bikinis mais tampadinhos (sic), [...] o brasileiro anda pelado pela rua, as argentinas são bem decentes mesmo.

Pela postura, pela roupa, ele anda com tênis e com meias, isso não se usa aqui. A vestimenta chama a atenção porque é outra roupa lá, aqui a roupa de verão é mais solta. Quando ele está em grupo ele é mais barulhento, é mais gritaria, ele fala alto, então se sobressai, dentro de um grupo ele chama a atenção, ele não faz muita coisa pra desaparecer.

Pela fala é que a gente já vê isso e também pelo jeito deles ser também, alegres, eles entram, falam, saem, bem extrovertidos, quase todos.

¹³ Nas observações diretas realizadas em algumas praias do balneário, constatou-se que a maioria dos argentinos leva consigo o conjunto de chimarrão, a vestimenta é similar àquela descrita pelos residentes: os homens usam short xadrez e as mulheres de maior idade vestem maiôs bem fechados; dificilmente se observou homem argentino vestindo sunga. As famílias são grandes, com mais de seis pessoas, em geral. Os grupos maiores de argentinos são, geralmente, mais barulhentos que os pequenos.

Pela roupa, pela forma de vestir porque aquela coisa meio americana, os homens com short xadrez, que foram eles que introduziram aqui, com meia e tênis e as mulheres se pintam mais que as brasileiras. E pela fala, pela conversa dele.

Pelo jeito, o jeito deles se percebe de muito longe. Pelo jeito de se vestir também, se vestem meio diferente, com umas roupas meio estranhas, muitos usam meias, aquelas meias quase até o joelho, usam muito tênis com bermuda. Eles misturam muito tipo esporte com o social. É o jeito diferente de se vestir de nós.

Os residentes que, há mais tempo, se relacionam com os turistas argentinos adquiriram um certo conhecimento da sua língua, de alguns hábitos alimentares como certas comidas típicas argentinas e dos horários de atividades rotineiras.

[...] Eles tomam o café da manhã aqui e sujam toda a mesa. Você entra num apartamento deles e está tudo revirado. [...] Quando estão aqui acordam muito cedo. Às sete da manhã já estão acordados, [...] estão sempre andando de tênis com meias, short xadrez e, geralmente, com uma blusa comprida. Muito argentino usa cabelo comprido, [...] gostam de barba [...] essas coisas básicas que, se tu olhares, percebes.

[...] a maneira de vestir deles, essas meias até meio quarto, tênis e maiô. Depois eles gostam muito de salame, presunto. Eles não são muito exigentes na limpeza. A gente entra no quarto deles e entra no quarto de brasileiro e vê a diferença da sujeira que tem no quarto. [...] Eu diria que 90% eles são muito agradáveis, são conversador, são gentis, eles atendem muito melhor do que um brasileiro, eles te recebem com mais alegria, mais simpatia do que um brasileiro. Os argentinos são mais simpáticos, acho que por eles não estarem no país deles. Não sei, se a gente for lá, eles vão receber a gente tão bem assim.

São variadas as formas de aquisição de novos conhecimentos. Por exemplo, um pescador, que durante o verão transporta passageiros até a Ilha de Porto Belo, diz que no contato com eles “[...] a gente vai aprendendo mais a linguagem deles. O que eu mais aprendo é a língua deles; quanto mais eu convivo com eles, mais trabalho com eles, vou aprendendo mais a leitura deles”. Tal interação focalizada ocorre através da fala e da conversa. Pescador e passageiro

estão não somente na presença física um do outro mas, fundamentalmente, dirigem-se um a o outro. Esse encontro tem dois motivos: o turista busca prazer, enquanto o pescador procura obter um ganho por seu trabalho de transportar o turista rumo a seu destino turístico.

Os residentes fazem questão de falar um pouco de espanhol, pois é muito importante para poder interagir com o turista. Eles têm interesse de se fazerem entender, pois a qualidade do seu serviço depende em grande parte disso. Numa observação realizada em restaurante da cidade, que oferecia rodízio de pizza, um garçom fazia questão de atender os fregueses em português e espanhol, descrevendo o sabor das pizzas nas duas línguas. Os cozinheiros haviam aprendido a preparar pizzas com sabores tipicamente argentinos para agradar os turistas e fazê-los voltar. Os argentinos perguntavam aos garçons se havia um sabor determinado – como pizza de cebola com queijo –; o empregado logo pedia mais detalhes, ia até a cozinha, explicava para os cozinheiros e, em menos de vinte minutos, o argentino recebia em sua mesa uma típica pizza argentina, como se nunca tivesse saído de seu país. No supermercado da cidade, os funcionários que não falam espanhol, falam um português pausado para comunicar-se com um argentino com problemas de compreensão.

Os hábitos e costumes dos turistas argentinos que mais chamam a atenção dos brasileiros de Porto Belo variam segundo a intensidade dos contatos que mantêm com eles. Os que interagem menos intensamente criticam-nos por jogarem lixo na praia, por serem desatentos no trânsito, falarem alto para chamar a atenção e por outros comportamentos mais evidentes e fáceis de observar.

[...] não procurarem falar português, no sentido de como aqui se faz um curso de espanhol, de castelhano. Agora, o contrário não existe, o turista parece que não faz curso, ele aprende no dia-a-dia. E ele não perde esse sotaque. Talvez não tem essa necessidade. Enquanto a gente procura aqui entrar na língua, o inverso não é o mesmo.

Os moradores com maior contato com os turistas identificam hábitos menos explícitos e formas de sociabilidade: cumprimentam todo o mundo, não só aos brasileiros mas também entre eles mesmos; o beijo entre os homens –

comportamento pouco usual na cultura brasileira –; serem muito educados, comunicativos e agradecer por tudo o que lhes é oferecido ou feito:

A questão dos filhos me chama muito a atenção; eles vêm com a família toda. Eles são muito comunicativos e, uma coisa que eu observo bem, eles são muito inteligentes e eles lêem muito [...], uma diferença entre os brasileiros e os argentinos. Eles lêem muito, eles compram, consomem, leitura, bem diferente do brasileiro.

Uma coisa que eu acho interessante é que os argentinos têm uma cumplicidade muito grande entre eles. Os homens, em geral, cumprimentam o outro com um beijo e não tem esse preconceito do brasileiro; imagina você ver um brasileiro beijando outro, e entre eles não há maldade naquilo, porque parece uma coisa da cultura deles, que é uma cumplicidade entre eles.

Muitos dos comportamentos dos turistas argentinos são os mesmos que eles têm no seu local de moradia habitual. Entretanto, eles também aproveitam o fato de estar longe de casa, das regras e normas do seu dia-a-dia, para atuarem, em determinadas ocasiões, de forma completamente diferente.

Existe uma motivação egocêntrica do turista que determina o seu comportamento nas férias. Longe de casa, ele se sente livre das normas que o regem durante o ano todo: “pode fazer o que lhe aprouver, vestir-se, comer, gastar, fazer as bagunças que já há tempo queria. [...] ele pagou, ou não?” (KRIPPENDORF, 1989, p. 71). Um ambiente estranho muitas vezes é um liberador para o turista e assim ele se comporta de uma forma que, seguramente, no seu meio familiar ou laboral seria sancionado ou qualificado de muito incomum.

Tais comportamentos, típicos dos turistas são pouco freqüentes entre os viajantes. Os turistas nem sempre estão dispostos a se submeter às diversas normas vigentes no país visitado. Ao contrário, o visitante, pelo fato de se mostrar aberto a conhecer novos povos, novas culturas, entrar nos ritmos da vida local, está aberto, também, a aceitar o jogo das regras da comunidade receptora.

3 ALEGRIAS E FRUSTRAÇÕES: QUEM SÃO OS RESPONSÁVEIS?

3.1 Os argentinos

A convivência de indivíduos pertencentes a grupos sociais com hábitos, culturas e modos de vida diferentes nem sempre é *cor de rosa*. Há momentos bons e momentos ruins, alegrias e frustrações, fatos positivos e fatos negativos nessa convivência.

Os turistas que costumam veraneiar em Porto Belo sentem-se em casa e relatam esse sentimento de pertencimento de várias formas.

[...] el año pasado vinimos con dos familias más y estábamos muy apurados por conocer; íbamos para un lado y para el otro, no teníamos tiempo de estar más tranquilos viendo, conversando con la gente de acá. [...] Los traté más y me convezco más que es buena gente.

[...] es que uno ya viene [...] con menos expectativas, viene conociendo la cosa. [...] Estoy como en mi casa. [...] Como que la juego de local, casi. Es un juego ida y vuelta. Es que yo no tenía opinión formada, no. No venía con prejuicio. No creía... tenía que ver para creer, para formar mi opinión. [...] La gente tiene esos prejuicios, entonces yo quise descubrirlos por mi propia iniciativa y lo que descubrí es lo que estoy contando.

Esta segunda vez que venimos nos sentimos más del lugar, nos sentimos como que nunca nos hubiésemos ido, quizás es [...] porque nos encontramos con la misma gente del año pasado, entonces es como que te ayuda. La gente de acá no te hace sentir distinto o te hacen aparte sino que, al contrario, es como que es un ambiente muy ameno, parece que nunca nos hubiéramos ido. [...] La opinión siempre fue buena, por lo menos desde la primera impresión hasta ahora que es el segundo año.

Quanto mais eles convivem com o residente local, mais apreciam a convivência com ele e a comunicação torna-se mais fluida.

[...] Las expectativas del primer año hasta ahora se han ido superando. Me acuerdo que me trataron bien, me acuerdo que en donde he estado he recibido un buen trato. Yo te diría que ha ido en aumento la opinión sobre los brasileros y acá, en el ámbito local, sin ninguna duda.

[...] incluso nos entendemos más [...] aprendimos algunas palabras claves, que ellos no las expresan igual a nosotros. A partir de esos términos ya se puede comunicar mejor con ellos. [...] Y fue cambiando la opinión porque lo que aparentaban no era que sean agresivos sino que es su forma de ser.

Ao iniciar a viagem, todo turista procura tornar realidade todas suas fantasias e projetos que construiu para as férias. Ele espera que as promessas da publicidade ou as descrições dos amigos se realizem. Esse anseio faz parte do imaginário dos turistas. Tanto os que voltam a Porto Belo, e já sabem o que lá encontrarão, como os que vêm pela primeira vez, pensam encontrar nele tudo o que lhes falta em sua vida cotidiana e que é associado ao lazer, à espontaneidade, à descontração e ao contato com a natureza.

Os principais motivos apontados pelos turistas para sentirem-se tão à vontade em Porto Belo são as pessoas; sua musicalidade, que não perdem nunca; o tipo de clima, que permite às pessoas andarem com roupas leves; a tranquilidade das pessoas, que resolvem com simplicidade e criatividade seus problemas do dia-a-dia; e sua hospitalidade.

[...] Me gusta que no se complican demasiado con las cosas. Nosotros vivimos muy pendientes de las noticias, desde lo que pasa, cuestionamos más. Y a ellos parece que la vida le transcurre más tranquila. La forma de ser, me parece que son muy solidarios entre ellos.

[...] lo que más me gusta es su hospitalidad. Yo, de acá, siento que no me voy con gente conocida sino que me voy con amigos nuevos, no es simplemente gente conocida.

Os motivos de desacordo ou de atrito ligam-se às clássicas discussões sobre futebol, sobre alguns hábitos alimentares (muita fritura nas comidas) ou ao

pouco esforço dos argentinos para fazerem-se entender. Mas eles não chegam a tirar o encanto e o prazer dos turistas: “[...] nosotros sabemos que estamos de vacaciones, ellos saben que nosotros estamos de vacaciones, entonces tratamos, ellos y nosotros, de pasarlo bien”. De uma forma geral, os turistas, ao pagarem os serviços, não desejam ser incomodados nem encontrar problemas, pois isso os desencantaria do lugar e eles não voltariam. Os residentes, cientes disso, tentam fazer tudo o que está a seu alcance para agradar os turistas e garantir seu regresso, fazendo deles divulgadores das belezas do balneário e consumidores satisfeitos da ‘indústria da hospitalidade’.

O que os turistas mais valorizam em Porto Belo é o bom atendimento e, de forma geral, a amabilidade, a autenticidade, a cordialidade dos moradores, que cumprimentam todo o mundo, a simplicidade de sua forma de vida e a forma solícita de ajudar os turistas.

[...] Toda la gente siempre fue muy amable, te saludan, si preguntás algo te contestan, no tuvimos situaciones conflictivas.

[...] la simpleza de la filosofía de vida me fascina, me cautiva, me gusta. Alguna cosa rara de ver en otra gente. Ellos tienen una concepción de la vida muy fácil, muy simple, una forma de ser muy simple.

No entanto, existem alguns motivos de crítica aos residentes. Eles relacionam-se, principalmente, a suas atitudes de descuido com a melhoria da infraestrutura da praia (banheiros, chuveiros, barzinhos etc), o principal atrativo do balneário; a pobreza da população e o mimetismo freqüentemente encontrado entre os residentes, que adotam usos e costumes estranhos às tradições locais.

O lado negativo da grande transformação vivenciada pela população de Porto Belo durante a temporada turística é que suas rotinas quotidianas são interrompidas e desorganizadas pelos forasteiros. O seu dia-a-dia tranquilo e previsível é substituído por outro ritmo e hábitos que lhes são estranhos. Os residentes são obrigados a abandonar seus hábitos e costumes para se adaptarem às necessidades dos turistas. Isso lhes provoca sentimentos de ambivalência: por

um lado, esperam ansiosamente os meses de inverno para refazer seu estilo de vida, mas, por outro, sabem que a vinda dos turistas argentinos é uma oportunidade que não podem descuidar, de obterem renda extra, de utilidade para o resto do ano.

[...] Lo que me gusta es como son, lo que me disgusta es cuando ya dejan de serlo. Cuando un poco se olvidan de sus raíces, cuando están muy influidos por el turismo nuestro.

[...] Yo a veces noto que se sienten invadidos por tantos argentinos, se sienten como ahogados. Por un lado, les viene bien [...] porque económicamente viene bárbaro y, por otro lado, los veo como asfixiados, [...] están porque es un mal necesario, de última. [...] Pero no puedo decir con eso que hubo hostilidad. Como que pasa rápido el verano, en marzo volvemos a la tranquilidad. Eso sí creo, lo he percibido, a nivel general.

Os turistas que enfrentaram, alguma vez, problemas durante a temporada afirmam que, em todas essas ocasiões, contaram com o apoio e a solidariedade dos residentes.

[...] en el '97 dejé el bote en la puerta y lo llevaron. Apareció en el mar; no lo pudieron robar porque no estaba la llave de contacto y no pudieron encenderlo. [...] Un vecino me pidió perdón, me acuerdo claramente, y yo le dije '*você não tem a culpa*' (SIC). Es que él se sintió culpable, me impresionó el hombre, me pedía perdón como si él tuviera la culpa.

[...] supe de amigos que fueron asaltados. [...] Y te diría yo que un sentimiento de resignación por parte de los vecinos, los amigos, hasta la propia policía, porque no lo pueden controlar, es una cosa que pasa porque viene mucho turista, sobrepasa la capacidad de visión para controlar todo.

Em todos os relatos dos turistas observa-se a mesma opinião do brasileiro, mais especificamente, do residente local: ele faz tudo o que está a seu alcance para agradar e ajudar. Em parte, porque os residentes têm uma certa admiração, respeito e simpatia com relação ao argentino e a gentileza, a amabilidade e a hospitalidade são características do brasileiro. Mas também, porque

a amabilidade é a moeda ao alcance do residente para comprar a simpatia do turista/consumidor.

Os turistas que conhecem mais o Brasil, consideram que os brasileiros têm as mesmas características que encontram nos residentes de Porto Belo: seu 'jeito legal'¹⁴, sua solidariedade, sua amabilidade; sua conversa fácil, sua simpatia, a alegria. E ainda, 'não esquentam a cabeça'¹⁵.

[...] la onda que tienen; lo carnavalesco lo tienen incorporado. Esta gente, con los sueldos que ganan, tiene buena onda; y la música la tienen metida. Nosotros somos más negativos, más llorones, en ese sentido.

Lo que más me gusta es que viven de otra forma, distinta a la nuestra. Se preocupan menos, ya sea porque tienen menos problemas o porque esperan de la vida otra cosa, pero yo creo que la vida les da cosas mucho mejores que a nosotros. A nosotros a veces nos da dolores de cabeza o a veces los buscamos y a ellos no, ellos viven de otra forma.

Que está *tudo bom* ¿Cómo hacen? No sé. Pero para ellos está todo bien, siempre.

La gente es muy solidaria, muy amable, muy alegre, trata de ayudar al extranjero. La verdad es que dificultad no he tenido para nada. Al contrario, todos elogios. Y recomendar que vengan para acá, para Brasil.

No tienen drama, son como son. A ellos no les interesa lo que digan los demás, me refiero por ejemplo a actitudes que una mujer argentina sí se fija, por ejemplo en una playa, el tema famoso de los bikinis, y capaz que si está medio gordita, cómo va a usar bikini, [...] y la mujer brasilera ya no, se pone la bikini, [...] son muy desinhibidas. Eso es bárbaro.

As pessoas que visitam o lugar, seja pela primeira vez ou não, encontram o que buscam: paz, tranquilidade, descontração e belezas naturais. A cidade,

¹⁴ Nota do Autor: a tradução mais elucidativa que se encontrou para '*buena onda*', do original.

¹⁵ Nota do autor: a tradução mais elucidativa para '*no tienen drama*' do original.

certamente, apresenta alguns problemas, mas não tão grandes como para fazê-los desistir de veranejar em Porto Belo. Com efeito, os turistas apontam algumas melhorias que deveriam ser feitas em Porto Belo, mas elas não são cruciais na hora de pensar em voltar.

A maioria dos argentinos considera que nele tudo deveria permanecer como está. Por um lado, porque encontram no município tudo o que desejam, tanto do ponto de vista da beleza natural como do ambiente e da cordialidade criados pelos residentes. Por outro lado, porque muitos consideram que eles é que deveriam mudar e adaptar-se aos bons hábitos e costumes predominantes entre os moradores.

[...] ya es un sistema de vida. Considero que por lo que hay de habitantes, comercios y demás, Porto Belo es para estar tranquilo, entonces para estar tranquilo acá no habría que modificar nada.

[...] no sé si uno que viene de turista tiene que pedir que modifiquen cosas. Es como pedirle a una persona que vive en un lugar que haga una cosa que por ahí no la quiere hacer. [...] Uno se tiene que adaptar al lugar donde va.

Cambiar no, al contrario, nosotros tendríamos que aprender mucho de ellos, porque no hay ningún papel en las calles, son muy ordenados, las playas muy limpias, cosa que el argentino es de tirar los papeles, dejar todo medio desordenado, total después viene alguien y limpia. Acá cuidan mucho a su país, al contrario, tenemos que aprender nosotros de la gente de acá.

No hay nada puntual porque si yo te dijera que vas a un restaurante y la comida es mala entonces me quedo a comer acá en el hotel, o vas a caminar y preguntás en un negocio un precio y te dicen 'si no va comprar no le voy a decir'.. No, nada de eso me pasó. Yo creo que no modificaría nada.

Os problemas, fundamentalmente de infra-estrutura, que os turistas gostariam de ver resolvidos são: a dificuldade de acesso às praias, o seu sub-aproveitamento como pólo turístico, a falta de oportunidades de entretenimento para os jovens, as deficientes condições do serviço de transportes, as dificuldades nos

sistemas de comunicação (DDI e Internet) e a falta de calçadas: “[...] *vocês están en el paraíso, lo único que vocês no tienen son calçadas [...] y cuando tienen una calçada, es muy pequeña y cuando você va caminando en ella, de repente, se encuentra con un palo de luz o un árbol y terminó la caminata*”, relata um turista.

Os turistas mais assíduos consideram que Porto Belo deveria ser mais cosmopolita, com melhor infra-estrutura, controle do barulho das embarcações nas praias, a limpeza das mesmas e maior controle dos preços durante a temporada de verão.

3.2 Os brasileiros

A viagem, em geral, e os encontros que dela derivam, podem conduzir à confirmação ou à negação de alguns clichês sobre as pessoas ou ainda à reformulação de muitos outros. Existe a possibilidade de que as viagens não tragam nenhum desmentido aos preconceitos, muito pelo contrário, confirmam-nos e até os reforçam (KRIPPENDORF, 1989). Mas pode também acontecer que os encontros entre pessoas de culturas diferentes e, mais ainda, de países vizinhos, pela aproximação histórico-cultural, ajudem a reformular os estereótipos que se tinham do outro, através de uma mudança nos imaginários a respeito dessa alteridade, renovando a compreensão que se tinha desse outro (GARCIA CANCLINI, 2000).

Os residentes de Porto Belo conheciam muito pouco sobre os argentinos antes que eles iniciassem a “descoberta” do balneário. Por causa disso, os brasileiros não tinham uma opinião formada sobre eles e a convivência ajudou a conhecê-los. Nos primeiros encontros, os argentinos pareciam distantes e diferentes, mas agora, eles não são mais vistos dessa forma.

[...] antes de conhecer o argentino eu não tinha uma opinião formada a respeito. Eu era muito jovem. Os argentinos começaram a vir a algum tempo. Eu tenho 28 anos, há uns quinze anos atrás eu era muito jovem e não tinha uma opinião formada sobre o povo argentino, da cultura argentina. Eu passei a conhecê-los e, aquela coisa, tu passa a conhecer as pessoas e a gostar delas, aprender a conviver com elas.

Eu não tinha uma má opinião desse turista, muito pelo contrário, estava aberta pra ele. [...] porque em geral eu gosto de conhecer as pessoas então não tenho isso de ter uma opinião pré-formada de argentino [...] que argentino é relaxado e coisas assim que se ouvia falar.

[...] eu não tinha uma opinião formada, eu comecei a ter uma opinião mais concreta aqui mesmo. Em São Paulo eu não tinha contato, para ter uma opinião formada.

Alguns moradores mudaram de opinião sobre os argentinos depois de conhecê-los melhor. Sobre eles tinham representações negativas, muitos preconceitos que foram sendo quebrados a partir dos encontros. Os turistas argentinos eram vistos como pessoas enganadoras, distantes, fechadas, que pareciam querer tomar conta do Balneário. Os moradores, a partir da convivência, também passaram a perceber as diferenças existentes entre os argentinos do interior e os 'portenhos', originários de Buenos Aires ou da região metropolitana.

[...] mudou para melhor. [...] Porque a gente achava que, por eles serem de fora, eram fechados, antipáticos. Mas ao contrário, eles tentam te receber bem, te agradar também.

[...] Boa, para melhor. [...] Eu achava que eles queriam chegar e mandar no pedaço, agora não. Eu acho que, como turistas, eles querem ser bem recebidos, estão aqui deixando dinheiro, a gente tem que tratar bem.

[...] Porque tem aquela rivalidade que é o futebol. Em São Paulo tem muito disso. [...] Eu não gostava muito e depois que comecei a conversar, comecei a conviver com eles, [...] vi que não tinha nada a ver, que pessoas são pessoas, não importa a região que elas são ou país. Pode ser uma pessoa boa ou não, como tem brasileiro ruim e tem brasileiro bom.

Uns e outros apreciam no outro seu alto astral, seu jeito de ser legal. Os residentes também valorizam a importância econômica da vinda dos turistas para o

desenvolvimento da cidade e admiram o nível cultural, pois eles conversam sobre muitos assuntos “[...] eles se interessam pelo lugar, têm uma conversa amigável, eles se interessam pela história do lugar”.

Os moradores, mais diretamente ligados à atividade turística, apontam como as principais atitudes e comportamentos dos turistas: são comunicativos e alegres, simples, autênticos e buscam criar vínculos com o pessoal local. Por outro lado, reconhecem que a presença deles é fundamental para o desenvolvimento do turismo local e gostam de ouvi-los falar espanhol: “[...] Gosto da presença deles aqui porque é fundamental para nós”.

O que mais me agrada neles é que são muito gentis e conversadores; comunicação eles têm, mesmo sabendo falar pouco a nossa língua, tentam se comunicar, querem saber.

O que mais gosto neles, depois que você passa a ter um tempo de convivência com eles, cria um vínculo. Na realidade, há diferenças de país a país, mas depois que eles se adaptam alguns dias com a gente e a gente com eles, então se cria aquele laço.

As relações entre o residente e o turista também dão origem a algumas frustrações. O que desagrade os residentes é a falta de consciência ecológica dos turistas, que se manifesta pela sujeira que deixam nas praias, por exemplo; ou o barulho que provocam quando estão em grupo. A conservação do meio ambiente é vital para o turismo em Porto Belo. A praia e a paisagem são os atrativos principais que motivam a maior parte dos turistas a passar suas férias em Porto Belo e, por isso, temem os prejuízos que podem ser causados ao meio ambiente pelo impacto do turismo: a poluição do ar, dos cursos de água, perda de flora e fauna ou vandalismo. E esses prejuízos podem acabar com a beleza e a fama de Porto Belo e a região, pois as características que originariamente atraíram turistas para essa área, podem deixar de existir ou diminuir consideravelmente.

Há alguns moradores que não apreciam certos hábitos ou costumes dos argentinos: uso de perfumes, o descuido com a higiene, com a comida ou com o vestir, a quantidade de filhos e a atitude de superioridade face aos brasileiros.

[...] o que me choca mais, faz parte da sua cultura, [...] sua maneira de vestir, de comer, alguns são bem relaxados, descuidados no vestir, na higiene, que tem a ver, eu acredito, com a parte econômica. Por exemplo, nós trabalhamos numa rodoviária, numa agência. Quem tem dinheiro, que vem de carro, chega de um jeito, e até por que quem vem de ônibus já não tem muita condição financeira. Eles passam vinte e quatro horas dentro de um ônibus, chegam acabados, sem banho, se jogam no chão e dormem ali mesmo. Não sei se choca mas é diferente, é mais estranho.

[...] é a quantidade de crianças que eles trazem, porque aqui a gente vê um casal com uma criança ou duas. E eles vêm com quatro, cinco *ticozinhos*, como eles falam. E eu fico admirado.

[...] uma coisa que eu não gosto é que muitos argentinos se acham superiores aos brasileiros. Eu acho que isso é negativo porque não acredito que exista raça superior e inferior. Acho que existem os menos privilegiados mas esse negócio de uma pessoa ser melhor que a outra, não gosto. [...] E às vezes muitos chegam a transparecer isso no tratamento que você tem com eles.

O turismo pode dar ocasião à expressão de sentimentos de superioridade. Nos hotéis ou na praia, os contatos estabelecidos com os moradores limitam-se à prestação de um serviço – o garçom, a arrumadeira, os vendedores ambulantes etc. em geral são pessoas com baixo nível de renda e de instrução que, em contato com os estrangeiros, cujos códigos culturais desconhecem, podem provocar nos residentes reações de irritação ou de descontentamento (LAGE, 2000b). Como diz Andrade (1993), o turismo, geralmente, propicia um choque socioeconômico e cultural, pois as interações diárias que se sucedem, produzem e reproduzem relações de poder muito mais amplas e desiguais.

Os residentes revelam, às vezes, sentimentos ambíguos face ao turista. Por um lado, o turista é muito bem-vindo porque enriquece o universo do conhecimento dos moradores locais e a atividade turística é uma importante fonte de geração de recursos, com repercussões no nível de renda da população local. Não obstante, a comunidade receptora, muitas vezes, paga um preço elevado por esse progresso econômico ou por seu enriquecimento cultural. São custos sociais, de desvantagens do turismo para os residentes: impactos do turismo na qualidade do

meio ambiente ou no declínio da agricultura em favor do turismo, pois muitos trabalhadores da terra preferiram emigrar para a cidade na busca de emprego no setor turístico.

Durante o veraneio, problemas enfrentados pelos argentinos, como roubos ou assaltos, são motivos de temor e de preocupação para muitos deles. Segundo os residentes, os turistas ficam preocupados, sentem-se lesados, assustados por não conhecerem o lugar, e nervosos, buscando informações para resolver o problema e, às vezes, reagindo de forma agressiva:

O turista não reagiu, ficou muito assustado, [...] ele fez as malas e foi embora para a Argentina. Ele ficou surpreso, [...] espantado. Quando adoecem, ficam extremamente preocupados, [...] porque lá conhecem o sistema de saúde e aqui não.

Eles ficam muito apavorados. Eu creio que devido a eles estarem numa outra cidade.

[...] existem muitos problemas, por exemplo com o trânsito, porque às vezes eles não conhecem muito bem as leis e estacionam onde não podem ou têm acidentes na estrada. São roubados, principalmente nas casas de aluguel. E eles ficam muito bravos, vão à delegacia, vão atrás dos direitos deles.

Os residentes que convivem há mais tempo com os turistas argentinos lembram como eles eram e apontam certas mudanças positivas ocorridas em seus hábitos e comportamentos. Antes, os argentinos eram distantes e fechados; hoje, sentem-se mais à vontade porque conhecem a comunidade local e interessam-se em entender os costumes locais e, até, arriscam falar português:

[...] as pessoas que vem há bastante tempo se sentem mais à vontade porque já conhecem mais o pessoal local; eles se sentem mais à vontade dentro da nossa sociedade, em nosso contexto. A primeira vez sempre há um certo receio do que se encontrará, até ir se familiarizando com a coisa, eles acabam se adaptando ao ritmo da cidade, das pessoas, dos costumes.

[...] a primeira vez que eles vieram estavam mais distantes e agora não, gostam de conhecer, de fazer parte de nosso cotidiano.

Eles voltam mais alegres, mais contentes, procuram entender melhor, trazem mais amigos, mais parentes, procuram conhecer mais a cidade.

Conforme eles vão vindo eles vão pegando nosso costume, comida, bebida. Eu percebo que cada vez que eles vêm estão mais brasileiros que argentinos.

Com o passar dos anos, quando eles voltam, eles já te conhecem, você já conhece eles, então cada vez se torna mais amigo. Estão falando melhor o português, muitos trazem amigos para a região para conhecer, querem conhecer a nossa comida. Eu acredito que a gente sempre tem a aprender quando é uma nacionalidade diferente, tanto nós como eles também. Acredito que eles acabam levando algo positivo nosso e nós também ficamos com algo positivo.

Para os residentes, é motivo de alegria saber que o turista argentino deseja voltar. Em parte, por razões financeiras, mas, também, porque a relação entre eles foi aprofundando-se e o intercâmbio de experiências de vida e de conhecimentos acabou por aproximá-los afetivamente.

4 O RETORNO

4.1 As recordações dos turistas argentinos

Veremos nesta seção o que fica, após retornarem, no imaginário dos turistas argentinos, da experiência vivida em Porto Belo.

Para Krippendorf (1989), duas situações podem ocorrer quando os turistas retornam as suas casas. Na primeira, o cotidiano anula rapidamente todos os efeitos da viagem, não havendo tempo para assimilar as impressões da viagem. As pessoas têm necessidade das férias e de evadirem-se do cotidiano para melhor enfrentar os problemas do dia-a-dia que, no retorno, debilita as vivências das férias. Assim, o círculo se fecha: viaja-se para carregar baterias; nos destinos turísticos consomem-se paisagens, culturas etc.; volta-se ao cotidiano, até as próximas férias.

Na segunda situação, as experiências vividas durante as férias desencadeiam processos de aprendizagem que, com a continuidade das viagens, podem provocar modificações nas atitudes e comportamentos das pessoas. Não se trata de viver novas experiências fora e contá-las ao voltar a casa, mas de adquirir novos conhecimentos e hábitos, incorporando-os no dia-a-dia. Segundo o autor,

a viagem poderia nos levar a tomar consciência de nossa própria realidade, a relativizar as normas culturais que assimiláramos, a descobrir que existem outras formas de vida comunitária e a questionar nossas próprias condições de vida (KRIPPENDORF, 1989, p. 122).

Como diz Gurría Di Bella (1999), os diferentes encontros podem ter conseqüências nos costumes, experiências ou vivências dos turistas e dos viajantes. A nível cultural, eles adquirem conhecimentos sobre os costumes das pessoas do lugar visitado e, o residente aprende outros costumes, a língua etc.

A maioria dos turistas considera que, em sua convivência com os brasileiros, adquiriram novos conhecimentos, relacionados às plantas do lugar, ao português, a lugares diferentes; incorporaram novos hábitos alimentares e algumas

atitudes: “[...] por ahí adquirí, al observar tanta camaradería, creo que adquirí un poco eso”.

Os turistas, que freqüentam o balneário de Porto Belo há mais tempo, admiram certos comportamentos do residente local, sua praticidade para resolver problemas cotidianos e sua hospitalidade. Também foram iniciados nos segredos da navegação e da pesca, aumentaram sua sensibilidade para o valor das pequenas coisas e da simplicidade, e descobriram o encanto de preparar uma *caipirinha* “[...] lo hice el primer mes entusiasmado porque lo aprendí y después lo dejé de hacer”.

Alguns turistas argentinos revelam algumas mudanças ocorridas em suas vidas, provocadas pelas experiências vividas em Porto Belo, durante as férias.

Sobre todo en la rutina. Acá, por ejemplo, a las diez y media de la noche estamos dormidos; nos levantamos temprano. También cuestión de la locura de Buenos Aires. Aparte voy a empezar a desayunar bien.

Aprendí que en el mar hay una vida que es espectacular [...]. Me gustaría adaptarme a como viven los brasileros. O sea, si bien adaptarme allá es muy difícil pero me gustaría, trataría de frenar un poco más mi ritmo de vida, en cuanto a lo que es trabajo, problemas y vivir apurado. Nosotros vivimos muy apurados.

Apesar de valorizarem as experiências vividas, os turistas reconhecem que, ao voltarem à rotina do trabalho e às preocupações cotidianas, as mudanças ocorridas em suas vidas não se mantêm. O cotidiano das férias não é compatível com o cotidiano do resto do ano.

[...] lo que pasa es que es muy difícil mantener allá. Cuando uno vuelve, vuelve con un ritmo pausado, hace las cosas con más serenidad, pero después, cuando se vienen los problemas del trabajo, de la Argentina, uno ya empieza a entrar en la normalidad. [...] Ojalá uno lo pudiese mantener, el tema de tomarse más tiempo para todo, eso es típico de vacaciones; no andar a lo loco, no correr, no tener necesidad de andar fuerte con el auto, tener más tiempo para explicarle algo al hijo, eso es muy típico de las vacaciones, después cuesta meterlo en la vida de todos los días.

Y, en las vacaciones (no sé si será determinante de acá), puedo bajar la ansiedad, bajar el ritmo, pero no sé si es privativo de acá porque generalmente pasa cuando estoy en algún otro lado sin obligaciones.

Yo sé que vuelvo allá y sigo siendo el mismo. Esto me sirve como terapia, pero las obligaciones yo sé que vuelvo allá y me enchufo a 220 otra vez. No, cambio en la forma de vida, no.

Cuando regresás a tu zona de trabajo, la primera semana es todo tranquilidad, no te molesta nada, cosa que acá te pasa lo mismo. En cambio, después de estar una semana en tu casa, empiezan los problemas de laburo, [...] y volvés al mismo ritmo de siempre.

Os turistas lamentam serem absorvidos pelo ritmo do cotidiano da grande metrópole, correndo sempre contra o relógio, convivendo com o barulho e o estresse, trabalhando, cada vez mais, de forma mecânica, com horários rígidos, com pouco tempo livre para estar com a família e com os amigos. As experiências vividas durante as férias são incompatíveis com o frenesi de suas vidas, mas lembra-las dá-lhes grande felicidade.

Alguns turistas declaram seu propósito de passar a ter um ritmo de vida mais tranqüilo; a ver as coisas de forma diferente; ter outro ânimo e energia. Mas reconhecem, que isso será difícil: a maioria acredita que o ritmo de vida acelerado da cidade onde moram faz esquecer rapidamente os bons propósitos feitos nas férias:

Vuelvo desconectada, vuelvo bárbara. [...] Dura un tiempito, después ya no. Pero el hecho de ver las fotos en invierno y mirar el mar y decir '¡ay, yo estuve acá, qué lindo!'

Cuando regreso trato de imitar un poco, pero dura poco. Trato de imitar la forma de trabajo, de mirar la vida, tratar de no meterme en la locura del trabajo. Ver diferente las cosas, ya cuando vas entrando a la ciudad, el tráfico, ya notás ahí la primer diferencia, te quieren pasar por arriba. Ahí es cuando notás que se acabaron las vacaciones.

Te vas bien de las vacaciones, tenés para comentar allá, tenés para recomendar, te vas como con las pilas cargadas de energía, empezás con otro ánimo a trabajar.

Sí, cambios en cuanto a toda la carga de ocupación, de estrés, que lo traés durante todo el año y venir acá es como cargar baterías nuevas, poner nuevas y enfrentar el año con más fuerza, con más ganas, con nuevos ímpetus. Creo que las vacaciones lo que a mí particularmente me hacen, además de poner baterías nuevas, es enfrentar el año laboral a partir de marzo con más optimismo. Porque yo creo que hay que llevarse algo.

Turistas usuais de Porto Belo fazem relatos importantes sobre o valor que as viagens têm tido em sua vida e como alguns conhecimentos adquiridos mudaram a vida de suas famílias:

La importancia que tienen las vacaciones, que tienen los viajes, incluso que tiene la estadía en el mar. Descubrí que los viajes son importantes en la vida de las personas. [...] Proyectos que me ayudan a vivir, a pasar el año más entusiasmado con esos proyectos futuros de vacaciones. Vivir con más optimismo, con más ganas de vivir; el hecho de haberme jubilado quizá me apagó mucho, me produjo un poco de depresión. Y esa depresión se va amortiguando pensando en las vacaciones.

La navegación, por ejemplo, condicionó prácticamente nuestra vida porque ahora el proyecto del barco es para toda la familia, es un proyecto de vida. Estamos haciendo un barco con el cual vamos a ir a dar la vuelta al mundo y eso salió prácticamente de acá. [...] Y yo creo que acá uno aprende a darse cuenta de que esa alegría de la gente es posible y te enseña también de que nosotros somos un pueblo más bien melancólico, un pueblo del tango. Eso se aprende y se reafirma permanentemente cada vez que uno viaja, cada vez que uno viene a Brasil.

De forma geral, o peso do cotidiano é inquestionável. Mas, apesar disso, alguns turistas afirmam que em sua vida é possível identificar alguns indícios de aprendizagens de suas sucessivas viagens. Estas pessoas tomaram consciência da sua própria realidade e, através da descoberta de novas e diferentes formas de vida, passaram a questionar suas condições de vida e a tentar modificá-las.

Entre as mudanças que ocorreram na vida destes turistas constata-se uma maior facilidade de estabelecer novas e espontâneas relações interpessoais, mesmo com pessoas de culturas e níveis sociais diferentes. Alguns reconhecem que fizeram amigos entre os moradores locais, o que revela que, longe dos constrangimentos e valores que pautam sua vida na Argentina, eles permitem-se uma aproximação e uma convivência que seria impensável no seu país. Uma boa parte dos turistas afirma que não fizeram amigos entre os residentes locais, alegando em alguns casos que se trata apenas de conhecidos que se relacionam com eles através dos serviços turísticos por eles prestados.

Quadro 2 – Motivo da aproximação dos turistas entrevistados com residentes de Porto Belo considerados amigos

<i>Freqüência</i>	<i>Aproximação</i>
1 vez	A hospitalidade
1 vez	O aluguel da casa
2 vez	O aluguel da casa
2 vez	As férias, são amigos das férias
2 vez	Forma de ser dos residentes
+3 vezes	A boa relação com o residente
+3 vezes	Falar português e ser solidário

Além das lembranças das experiências vividas, os turistas levam consigo objetos ligados a Porto Belo e às recordações da viagem. São peças que serão colocadas em prateleiras, na parede da sala, ou serão dadas de presente; também álbuns de fotos fazem parte das bagagens, ao retornarem à Argentina.

Além das fotos, grande parte dos turistas argentinos leva peças de artesanato e lembranças do lugar, sobretudo relacionadas com o mar. Muitos levam roupas, pois o câmbio da época favorecia a compra de produtos brasileiros. Levam também música brasileira, produtos alimentícios típicos da região ou do país.

Productos alimenticios típicos [...]. No típicos de esta región pero leche de coco, mandioca, aceite de dendé, pimienta malagueta, cosas que allá no se consiguen, cachaça, limoncitos.

Llevo artesanías y recuerdos del lugar, productos típicos locales como cachaça y vino champagne, vino casero, elementos de decoración, manteles, música brasileira, mucha samba; ropa me llevo remeras.

As fotos são um elemento importante da *bagagem* dos turistas. Quase todos eles, além de tirar fotos, fazem questão de mostrá-las a seus parentes e amigos. “[...] Me encanta, es un hobbie. Mostrarlas, en una reunión, para comentar, los lugares lindos donde estuvimos”.

Segundo Urry (1999), existe uma espécie de círculo hermenêutico relacionado ao turismo:

[...] aquilo que se procura durante as férias é um conjunto de imagens fotográficas, como as que se vêem nos folhetos [...]. Quando o turista está viajando, ele se põe a buscar essas imagens e as captura para si. No final, os viajantes demonstram que estiveram realmente em determinado lugar, exibindo sua versão das imagens que haviam visto originalmente, antes da viagem (URRY, 1999, p. 187).

As imagens que as fotos resgatam permitem refrescar a memória dos lugares visitados e ilustram os relatos da viagem. Mas, também, essas fotos, que registram os maravilhosos momentos de lazer, têm uma função simbólica: elas dão prestígio frente a seu grupo social.

4.2 E como ficamos nós, os residentes?

Acabado o verão, turistas e residentes retornam a seus cotidianos. Uns, regressam a casa; outros, ficam em casa.

Para a maioria dos residentes a temporada de verão traz ganhos econômicos, pois, cria oportunidades de trabalho, tanto para quem mora na cidade quanto para pessoas de fora. O comércio da cidade se movimenta com o dinheiro dos turistas e a vida da cidade fica mais dinâmica e alegre.

[...] Boa é a parte financeira. Aqui a maioria das pessoas passa oito a nove meses do ano ociosa, sem trabalho. A gente não tem trabalho e o verão gera trabalho, pois, o fluxo de turistas aumenta, consideravelmente.

[...] O que é bom é que sempre tem pessoas diferentes na cidade, há culturas diferentes, as pessoas locais tem acesso a uma outra língua, a comportamentos diferentes dos nossos, a maneiras de vestir e muitas outras coisas como hábitos alimentares, além da parte financeira que é bom também.

A alta temporada também é lembrada pelo trânsito caótico, pelo aumento considerável da população da cidade, pelas falhas nos serviços de infra-estrutura¹⁶, pela poluição do meio ambiente e pelo estresse, provocado pelo excesso de trabalho e as longas jornadas.

Todos esses inconvenientes são tolerados pelos residentes, pois, eles sabem que com o inverno volta a paz e a tranquilidade. A cidade ficará calma e eles terão mais tempo para o descanso e o lazer: “O que é bom, a paz. A paz em Porto Belo é maravilhosa. É bom você acordar e não ouvir barulho de nada, aquele friozinho gostoso e tu cheio de roupa. [...] A tranquilidade é maravilhosa”. E também se trabalha menos: “[...] O descanso, eu trabalho menos”. Um estudo realizado nos Alpes suíços nos anos setenta, relatava que os habitantes das localidades turísticas haviam aprendido a conviver com o turismo. Eles prestam seus serviços, satisfazendo os desejos dos hóspedes; porém, acham muito bom que a temporada alta não dure o ano todo, pois, eles sentem a necessidade de se refazer da agitação e do acelerado ritmo de trabalho entre as altas estações, restabelecendo os contatos com os vizinhos e amigos da comunidade (HAAS apud KRIPPENDORF, 1989).

A baixa temporada é associada à diminuição de empregos; a cidade fica calma demais e sem opções de lazer.

¹⁶ Refere-se à infraestrutura de apoio turístico formada pelo conjunto de obras e instalações de estrutura física de base como os transportes ou serviços urbanos (água, esgoto, limpeza urbana etc).

A falta de emprego é muito ruim. As pessoas, que poderiam ser absorvidas pelo mercado de trabalho, os jovens, acabam até indo para um outro caminho, ficam muito ociosos, uns se envolvem com drogas porque a cidade não oferece nada, porque também não tem cursos de especialização. [...] A cidade fica super parada porque não tem movimentação, a vida aqui no inverno fica tediosa.

A oferta de empregos está relacionada com a sazonalidade do turismo. Muitas pessoas trabalham, durante o verão, nos mais diversos serviços, necessários somente na alta temporada – garçom, vendedoras ambulantes, arrumadeiras de hotel, motoristas. Com a chegada do inverno, muitos desses empregos desaparecem, tornando o desemprego uma realidade. Em países como a Turquia, o governo tem realizado esforços para diminuir a falta de emprego, através da concessão de créditos para que trabalhadores do turismo dediquem-se ao artesanato no inverno e, posteriormente, paguem suas dívidas com os bens que vendem durante a temporada de verão, como uma forma de assegurar-lhes a empregabilidade durante o ano todo (LAGE, 2000b).

Os residentes ligados à atividade turística dizem haver mudado certas coisas de suas vidas: aprenderam coisas novas de culturas diferentes, trabalham em novas áreas e têm um ritmo de vida mais intenso na alta temporada, o que traz melhoria financeira a sua vida.

Mudou cem por cento, mudou sobre o nosso viver, sobre o dinheiro. Antes, a gente pegava o camarão, limpava e não tinha como vender, corria nas praias e não tinha turista. Mas hoje, até no inverno acontece isso, a gente descasca o camarão e no outro dia não tem mais nada, os turistas levam tudo.

Tenho bastante experiência, antes quase não ligava para aprender. No verão, a gente aprende muitas coisas, principalmente do argentino. Eu atendi bastante, não só argentinos, de outros países também, como alemães. E aprendi coisas diferentes, de culturas diferentes.

Ela mudou me incentivando a estudar; voltei a fazer o segundo e terceiro ano e também estou fazendo cursos. Antes, eu era uma pessoa mais fechada e hoje sou mais aberta, mais simpática. Mudou financeiramente também, porque estou ajudando em casa.

Desde o horário de trabalho, a forma de vestir, pois, tem que trabalhar confortável, com um traje diferente. Eu trabalho aqui com bermuda, tênis, o que não poderia fazer numa cidade grande. Em termos de horários, não tem sábado, domingo nem feriados durante a temporada. Tem-se alívio maior durante o ano por causa da sazonalidade.

Aprender, conhecer a área da hotelaria, é um outro tipo de trabalho. Conhecer outras pessoas, sua cultura, povos, pessoas de outros lugares.

A maioria dos residentes é consciente da importância do êxito do turismo para a economia do município. Aqueles que dependem dele, o valorizam mais como fonte de renda do que como oportunidade de ter novas experiências. Para os proprietários de empresas turísticas e da indústria local, o turismo é um negócio, um meio para ter maiores lucros.

Após a convivência, mais ou menos regular, com os turistas argentinos, os residentes reconhecem haver incorporado a seus hábitos algumas das atitudes, hábitos alimentares argentinos – como o chimarrão ou outras bebidas – bem como costumes, música, dança e conhecimentos de espanhol.

[...] eles são o que são em qualquer lugar e eu tento ser assim. Às vezes não consigo mas eu admiro isso e tento imitar; eles não tem vergonha de ser o que são, ser originais.

[...] o gosto de tomar aquela água com gás. Às vezes eu faço tradução, estou falando e pensando em espanhol e quando vejo estou falando uma palavra e não acho ela em português.

Músicas, porque tinha vizinhos que colocavam som. Mate, também, eu não tinha esse costume e agora tenho, tomo mate.

A adoção desses elementos da cultura Argentina pode significar um certo desejo de imitá-los, naquilo que admiram neles, ou uma forma de agradá-los.

[...] a população local procura adotar e imitar os padrões de consumo dos turistas. A variação nos sistemas de valores e atitudes da população receptora pode afetar características no que tange às vestimentas, à demanda de acomodações, aos hábitos de alimentação e à demanda por bens e serviços de consumo (LAGE, 2000, p. 126).

As imitações ocorrem, mais freqüentemente, nas primeiras fases de desenvolvimento do turismo, sendo mais freqüentes entre os jovens, mais susceptíveis à imitação de indumentárias, linguagens ou hábitos.

Para a maioria dos residentes de Porto Belo, que foram entrevistados, o turismo trouxe, para suas vidas, melhorias financeiras, emprego e mais conhecimentos, tanto de pessoas como da língua espanhola.

A gente se envolve com as pessoas, conhece pessoas, então sempre contribui bastante em termos de conhecimento, de cultura, traz sempre coisa nova.

Financeiro é o principal, e claro também cultura porque sempre te acrescenta.

Ele trouxe para mim como para muitos, empregos. Para mim trouxe conhecimento porque aqui, além de estar trabalhando, se lida com muita gente todos os dias. Também este hotel exige cursos. Nós já fizemos quatro cursos sobre conhecimentos humanos, camareira e copeira e curso de espanhol.

[...] como meu filho tem um barzinho flutuante, aqui eles vêm comer, então ajudam bastante a gente, porque eles trazem dinheiro, eles compram porque nós estamos aqui e aí ajudam a gente.

Para a cidade, o aumento do turismo trouxe, crescimento e desenvolvimento econômico, gerando empregos, mais comércio e investimentos.

Melhoria para o município, as lojas criaram mais empregos. Então, se não tivesse o turismo não se geravam tantos empregos na temporada em Porto Belo.

Maior geração de emprego, tornou a cidade um pólo receptor de turismo, trouxe crescimento econômico à cidade. Novos investimentos, pessoas que viram a cidade crescendo e estão investindo.

O turismo provocou, também, mudanças na infra-estrutura e nos serviços da cidade. Foram feitos investimentos, abriram-se lojas, construíram-se novos hotéis e pousadas.

Houve mais hotel, houve mais praia, fizeram a prainha que não tinha, restaurante, desenvolveu um pouco.

Sim, com certeza houve. [...] Acho que há mais hotéis, pessoas estão especializando-se cada vez mais para atender os clientes. A Prefeitura está tentando manter a cidade mais limpa, colocou mais um posto policial e a segurança aumentou bastante.

Mudou. Quando eu cheguei aqui, ainda fora da temporada, observei que mudou bastante a hotelaria. A Prefeitura também, organizou mais a cidade, organizou o lixo. Muitas lojas ficavam fechadas e agora estão abertas.

Também, ocorreu o aumento da oferta de cursos de espanhol, oferecidos pela Prefeitura e empresas particulares.

As pessoas se preocuparam em aprender, pelo menos, o básico. Nos três últimos anos, o município investiu nisso, oferecendo no período do inverno o curso de espanhol básico e, no último ano, o avançado. Houve a preocupação de treinar o pessoal para trabalhar nos hotéis: garçom e o pessoal que lida com o público, com turista. Inclusive, os pescadores foram obrigados a fazer cursos para atendimento ao turista, o pessoal que faz o traslado continente-ilha-continente.

Abriram muitos cursos. Mas ainda falta mais. O turismo, não só aqui em Porto Belo, mas em todo o litoral catarinense, exige que as pessoas falem, pelo menos espanhol.

Os preços, em geral, sofreram aumentos durante a temporada de verão, o que é motivo de reclamações de muitos turistas.

Subiu bastante. Eu acho que quando a temporada está muito boa, as pessoas exploram demais o argentino. O brasileiro, nem tanto, porque ele sabe; o argentino, muitas vezes porque a moeda dele vale dois aqui, não sabe o que está pagando. Por ter esse alto padrão aquisitivo, no momento, acho que a população eleva demais. Não precisa explorar para ganhar. O problema da cidade é querer ganhar em três meses o que não ganha em um ano.

Eu acho que aumentam sim. Por quê também não sei, mas deve ser por causa dos três meses de agito.

Aumentam os preços, não muito mas sempre aumenta um dez, vinte por cento a mais que o preço no inverno. Não pelos comerciantes da cidade de Porto Belo, mas é que o produto já vem com aumento para o comerciante e é claro que tem que se aumentar.

Esse *efeito inflação* decorre do aumento do dinheiro na economia local e esta entrada aumenta a renda local, provocando uma pressão inflacionaria. Esta pressão é prejudicial para a população local, pois, essa alta de preços atinge também os bens e serviços de primeira necessidade, como alimentação, habitação, transportes, vestuário etc (LAGE, 2000b).

O aumento da circulação de turistas modifica o ritmo de vida da cidade e a vida dos residentes passa a depender de sua continuidade.

Sim, absolutamente. Nós precisamos de uma nova via pra ecoar todo esse pessoal que circula. De 25 de dezembro a 5 de janeiro é terrível. Trânsito, correria, a avenida principal fica parada até 9, 10 da noite. Dá para ver claramente essa mudança.

A tendência é aumentar mais, cada ano que passa. Até mesmo com as crises que estão tendo os países vizinhos, Brasil mesmo. Às vezes não gastam muito, mas o número de pessoas é maior.

Com certeza, cada ano que passa vai crescendo e isso ajuda a crescer e desenvolver a cidade e a região.

Para a maioria dos residentes a cidade mudou com a intensificação do turismo, sobretudo argentino; ela foi embelezada para atraí-los e tornar prazerosa sua estadia.

[...] Eu não diria que é só em função do turismo, também houve progresso. Algumas ruas foram pavimentadas, outras foram asfaltadas, mas isso, na verdade, é fruto da evolução. Com relação ao turista foi a instalada a iluminação na praia de Perequê, para atender à necessidade do turista que quer sair de casa à noite e dar uma caminhada na praia, no sentido de segurança. Foi asfaltada a parte de cima da estrada estadual para melhorar o fluxo entre Itapema e Porto Belo para o turismo.

[...] a cidade está mais bonita, as pessoas estão cuidando mais seus comércios, embelezando mais, está havendo uma preocupação estética, você percebe isso.

Tentou ficar muito mais bonita, foi uma grande mudança. Mudou tudo, porque eles antes descascavam o camarão nas praias e elas ficavam sujas e agora para o turismo mudou, agora é tudo enterrado. O esgoto antes ia para o mar mas com o turista mudou, fizeram as fossas.

Eu acho que o trabalho da Prefeitura melhorou, limpando as praias, por exemplo. No inverno não se preocupa tanto com isso. No verão fazia shows para atrair os turistas.

O sucesso do turismo em Porto Belo, em grande medida, resulta da relação intangível entre turista e residente que vai além do hotel, do restaurante ou

da loja de conveniências. A cidade foi tendo sua aparência mais cuidada; os prédios públicos e as casas particulares foram restaurados e novos atrativos turísticos foram criados.

O crescimento do turismo propiciou o aumento das oportunidades de trabalho, para pessoas de cidades vizinhas ou de outros Estados, que passaram a trabalhar durante as temporadas ou desenvolveram empreendimentos turísticos no município como as excursões para a Ilha de Porto Belo, o aluguel de jet-esqui e passeios de barco.

Hoje, por exemplo, na Ilha tem gente da Universidade de Itajaí fazendo trabalho, fazendo estágio. A maioria dos grandes negócios de Porto Belo não é de ninguém daqui. Os grandes investidores de Porto Belo são pessoas que vieram de fora e montaram alguma coisa, teve uma idéia mais lá na frente, foi mais inteligente, teve uma visão mais bonita. Coisas boas que têm aqui é de pessoal de fora. Então teve uma circulação grande de gente de fora para trabalhar aqui.

[...] todo o ano vem gente de fora para trabalhar, até pela situação de desemprego que há em todos os lugares. E sempre há uma procura, no verão vem muita gente de fora, gente qualificada, porque aqui o problema é a mão-de-obra qualificada. Na ilha de Porto Belo uma parte do pessoal que trabalha é estudante de hotelaria e turismo que aproveitam para fazer seus estágios remunerados, então eles unem o útil ao agradável.

Para quem trabalha no transporte de barco, no comércio, acredito que melhorou bastante. Melhorou porque dá mais emprego, abriu mais lojas, abriu mais restaurantes e deu mais emprego para a mocidade trabalhar, mesmo para pessoas de idade, tendo o turismo a serviço de toda idade.

Muitas pessoas mudaram de trabalho e passaram a dedicar-se a atividades relacionadas ao turismo durante a temporada ou a prestarem serviços em empresas comerciais e industriais, que foram criadas para atender às novas demandas do turismo.

Depois que houve o investimento no empreendimento Ilha de Porto Belo, houve uma mudança considerável no município. Antigamente, os pescadores se dedicavam à pesca do camarão, principalmente. O camarão

já é muito escasso. Esse empreendimento possibilitou a travessia ilha-continente e isso é uma fonte de renda que não existia. Antes, os pescadores faziam o traslado, só que não existia o mesmo fluxo de turistas porque não se oferecia nada na Ilha, a não ser uma praia e um monte de lixo.

Você percebe um aumento de trabalho no ramo turístico mesmo. Por exemplo, até dez anos atrás, aqui na cidade predominava o serviço público. E agora não, você nota pessoas mudando, saindo por exemplo do órgão público para ir trabalhar na ilha, para ir trabalhar num hotel. Então você nota que está havendo uma mudança na forma como esses trabalhos estão ocorrendo.

[...] eu tenho um conhecido de Tijucas que era pedreiro e hoje trabalha no comércio e nós temos um conhecido que trabalhava na fábrica de cerâmica Portobelo e veio trabalhar como segurança no Shopping.

Mudanças de hábitos, costumes e tradições locais também ocorreram. Os horários e o ritmo de trabalho, a movimentação da cidade e o conhecimento da língua espanhola. E ainda, algumas tradicionais festas populares, como o Boi de Mamão, deixaram de atrair a atenção dos moradores.

Abandonaram a nossa tradição, a nossa cultura. Antigamente tinha no verão o *Boi de Mamão*. As pessoas ficam mexendo um boi, que é o mais famoso, uma criança vestida de boi, um monte de bicho que domina a região. E faziam as apresentações na praça. O turista de fora chegava e se encantava. A gente não vê mais isso. Outra é o *Terno de Reis*, chega perto de Natal e os homens juntam grupos que tocam ternos de reis, músicas religiosas, e vão na casa de cada um, de noite fazer uma serenata. Isso tinha muito e era muito legal. Só que eu acho que o turismo não matou isso, na verdade foi a própria população que não quis se identificar com aquilo que ela realmente é.

O que muda é só no verão quando a gente tenta se adequar ao turista argentino, à língua. Aqui em Porto Belo não trazem a música Argentina como em Camboriú ou Bombinhas; o turista quando vem não quer ver aquilo que já tem lá; ele quer saber sobre o que existe aqui mesmo, do local.

Tem-se tentado reviver algumas tradições antigas. Como Porto Belo é um povoado de colonização açoriana, há uma preocupação em reviver algumas tradições açorianas em termos de dança, de cantoria. É uma iniciativa de receber bem o turista. Dar alguma noção cultural do lugar também.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve como objetivo analisar as características assumidas pela interação entre os turistas argentinos e os residentes brasileiros em Porto Belo e foi desenvolvido, durante os meses de fevereiro e abril de 2001, nesse município catarinense. Através dele, foi possível fazer algumas constatações muito interessantes, detalhadas a continuação, sobre as peculiaridades de seu “encontro” e sobre as transformações dele decorrentes na vida cotidiana e no estilo de vida de ambos.

Neste estudo buscou-se descobrir se os argentinos que veraneiam neste município catarinense aproximavam-se mais do típico turista ou do tradicional viajante. Procurou-se identificar os elementos mais marcantes da identidade dos argentinos com vistas a analisar a forma assumida pelo convívio deles com os residentes. Isso permitiu concluir que o argentino que visita Porto Belo, sobretudo aquele mais constante, possui tanto traços de turista como de viajante.

O argentino que frequenta Porto Belo diferencia-se do viajante, pois, à diferença deste, planeja a sua viagem com antecedência. Ele recorre a variadas fontes de informações na busca de dados confiáveis sobre Porto Belo. Essas fontes podem ser os meios de comunicação, parentes e amigos que já visitaram a região. Desta forma, ele pensa poder evitar correr riscos, sentindo-se mais seguro; as surpresas, para ele, são motivo de angústia e, por isso, busca prever a viagem em todos os seus detalhes.

A bagagem trazida pelo turista revela também um pouco de sua preocupação com a segurança. Mesmo se, no decorrer das muitas viagens, ele foi, gradualmente, se adaptando aos usos e costumes locais e ao clima, ele não abre mão de trazer consigo certos componentes de seu dia-a-dia, como o chimarrão ou jogos de praia tipicamente argentinos. Isso mostra que ele, ao viajar, traz consigo objetos de uso habitual na Argentina e conserva estilos de vida e costumes típicos de sua rotina diária.

A hospitalidade do povo local é uma das principais motivações para veranejar em Porto Belo, mas o fator decisivo para este turista, em nítida oposição ao que ocorre com o viajante, escolher este lugar para suas férias é a beleza de suas

paisagens. Com efeito, se bem o viajante também saia de férias procurando belas paisagens, diferentes daquelas que o rodeiam no seu dia-a-dia, ele busca, principalmente, conhecer os hábitos culturais das pessoas da localidade receptora.

A preferência pelas praias decorre do fato delas constituir um cenário oposto aquele onde vive todo o ano e no qual desenvolve suas atividades profissionais e têm sua família, os amigos, enfim, suas raízes. Desta forma, a procura pelo anticotidiano, característica do comportamento do turista, começa pelo cenário de belas paisagens, em oposição à paisagem rotineira da cidade onde reside.

Essa busca do anticotidiano reflete-se, também, na associação por ele feita entre viagem e saída e a ruptura entre casa e o fora de casa. Em contraste com o viajante, o argentino que frequenta Porto Belo deseja muito mais fugir de seu cotidiano do que fazer novas descobertas e aventurar-se ao desconhecido. Ele, constantemente, enfatiza que viaja para esse local para sair da rotina, para relaxar e descansar. Mas seu objetivo último, nem sempre consciente, é carregar suas energias para enfrentar o desgaste de um ano de trabalho e stress, até que cheguem as próximas férias.

O argentino tem outra característica que o diferencia do viajante. Enquanto ele busca fora de casa aquilo que não consegue nela, fugindo de uma situação que o oprime ou frustra, para o viajante a viagem significa, principalmente, uma entrada no tempo do lugar visitado, na vida cotidiana de seus habitantes, na história e na cultura do lugar.

Os turistas argentinos mais antigos apresentam algumas características dos viajantes. Para eles a viagem a Porto Belo, além de ser uma saída, é também uma entrada; ela constitui-se numa ruptura temporária com os usos e códigos de conduta do seu país e numa entrada no tempo da comunidade local. Em alguns depoimentos fica claramente perceptível seu desejo e interesse em conhecer a realidade local. Através de seus relatos sobre as características da cidade e de seus habitantes percebe-se que eles estão atentos aos ritmos do dia, aos horários que regulam as atividades dos residentes em Porto Belo: acordar, trabalhar, encontrar os amigos nos bares e tomar uma cerveja, e fazer as refeições.

No entanto, tais registros são indícios tênues de uma interculturalidade. Entrar no tempo local não implica, apenas, perceber esses ritmos, registrar diferenças e constatar semelhanças entre o “nós” e o “eles”. Para que esse processo se aprofundasse seria necessário que o turista argentino se submetesse a eles, modificando sua forma de ser. Isso, todavia, não é o que se observa no argentino. Ele faz questão de manter grande parte dos seus comportamentos e hábitos característicos, chegando, às vezes, a adotar comportamentos egocêntricos, típicos de pessoas em férias: não abre mão dos horários das refeições, deixa o quarto do hotel desordenado para que seja arrumado pela camareira, pois considera que ele paga para isso. Quando em férias, o turista argentino inverte a direção do fluxo de poder nas relações em que está imerso durante todo o ano: habitualmente, ele recebe instruções, mas, nas férias, eles as dá. Assume, agora, a condição de ‘hóspede-rei’, colocando o residente local numa posição de subalternidade.

O residente local, por seu lado, também faz planos para a curta temporada de verão, quando espera obter ganhos elevados através da prestação de serviços aos turistas. Para isso, muitos moradores de Porto Belo trocam, temporariamente, de atividade, dedicando-se, em tempo integral, à atividade turística. Muitos agricultores e pescadores trocaram, definitivamente, seus trabalhos na terra ou no mar para se dedicar ao turismo, que consideram uma atividade mais rentável e menos sacrificada e arriscada.

A população portobelense esforça-se para satisfazer todos, ou quase todos os desejos de seus hóspedes, dos quais dependem, em grande medida, seu emprego e seus ganhos. Mas, por outro lado, fica feliz que a agitação turística não dura o ano todo. Ela sente a necessidade, nos meses de baixa temporada, de se refazer do stress da atividade turística; os extensos horários de trabalho, a mudança em seu ritmo de vida, a densidade maior de população na cidade e a falta de estrutura para suportar essa carga extra, acabam gerando um stress que só é tolerável porque se sabe que o verão é curto. O ganhos financeiros obtidos nos meses de verão melhoram suas condições de vida, assegurando-lhes recursos extras para atravessar um longo e restaurador inverno, enquanto não chega a próxima temporada turística.

Para a população local, o turismo tem uma grande importância econômica, pois ele tem um impacto positivo sobre o nível de empregos e os

salários. Entretanto, não há consenso sobre seus benefícios. Para as pessoas que dependem diretamente do turismo, ele é uma atividade que deve ser apoiada, pois ela é muito rentável e que gera maiores ganhos do que as outras atividades econômicas desenvolvidas na região. Para estes, os problemas sociais e ambientais dela decorrentes são menores do que seus resultados econômicos. Já aqueles que não dependem da atividade turística, admitem a sua importância econômica, mas ressaltam os inúmeros inconvenientes: aumento da demanda dos serviços da cidade – luz, água, esgotos, coleta de lixo – e os danos ao meio ambiente.

A hospitalidade do residente local é a sua moeda de troca. Ele utiliza essa velha virtude humana para ganhar o pão do dia-a-dia. Ele recepciona o turista argentino da melhor maneira possível e coloca a sua disposição tudo o que ele necessite para sentir-se confortável e bem atendido. Isso redundará em gorjetas e em elogios, que terão resultados no curto e no longo prazo. A qualidade dos serviços por eles prestados é considerada o cartão de visita de Porto Belo e a fama de suas belezas naturais poderão atrair novos turistas. A atitude cordial do trabalhador de Porto Belo, característica da indústria da hospitalidade, é, assim, uma garantia da permanência e da fidelidade do turista argentino enquanto cliente/consumidor.

A interação entre os turistas argentinos e os residentes brasileiros dá origem a processos de identificação e de diferenciação. O turista percebe o residente desde a perspectiva de um consumidor; o argentino percebe o brasileiro como um prestador de serviços e identifica-o, basicamente, pela vestimenta e por seu comportamento. Admira e valoriza sua amabilidade, a camaraderia, a tranqüilidade, a alegria e a simplicidade no trato com as pessoas. O residente, por sua vez, identifica o turista argentino, basicamente, por dois elementos facilmente perceptíveis: a vestimenta – típica de turista argentino - e a língua espanhola.

Os encontros, resultantes da interação turística entre argentinos e brasileiros locais, são, basicamente, de dois tipos: os comerciais e aqueles nos quais ocorrem certas trocas culturais. Nos primeiros predominam as relações comerciais, típicas entre consumidores e prestadores de serviços. Estas ocorrem em hotéis, restaurantes, lojas e em outros locais onde se prestam serviços turísticos. Os segundos são mais freqüentes em situações em que, havendo maior convívio entre turistas e residentes, ocorre troca de informações sobre as respectivas vidas

cotidianas, sobre hábitos alimentares, costumes e valores tradicionais. Estes encontros são os que propiciam o desencadeamento de processos interculturais, mas são pouco freqüentes em Porto Belo. De uma forma geral, em Porto Belo predominam entre turistas e residentes os encontros de tipo comercial. As diferentes relações de interação entre eles restringem-se, basicamente, à lógica da relação turista/consumidor e residente/prestador de serviço.

O turista argentino, em geral, ressalta constantemente a hospitalidade, a amabilidade, a servicialidade, a simpatia, a solidariedade e a simplicidade como características mais marcantes do residente, todas elas relacionadas ao atendimento por eles prestados. Essas características dos residentes são parte da sua personalidade, mas também a garantia de seu ganha pão. Eles têm consciência disso e as utilizam para agradar o turista e fazê-lo voltar a Porto Belo, no ano seguinte. O residente sabe que a propaganda 'boca a boca' é a melhor forma de atrair os turistas e, por isso, esforçam-se para transformar o turista argentino num aliado de Porto Belo.

Muitos dos turistas não fazem questão de ultrapassar o nível das relações comerciais. Isso fica demonstrado no pouco esforço que eles fazem de falar o português, ou mesmo de *portunhol*. Eles sabem que o residente se esforçará ao máximo para se fazer entender e, por isso, transferem a ele a responsabilidade pelo êxito do processo de comunicação..

Os residentes locais que mantém contatos mais diretos com os turistas argentinos buscam adquirir alguns conhecimentos sobre sua cultura. No entanto, esse não é seu principal interesse no estabelecimento de relações com eles. Este é de natureza comercial. Eles prepararam-se para receber bem o turista e atendê-lo da melhor maneira possível, tendo em vista garantir seu regresso a Porto Belo e, em conseqüência, seus ganhos financeiros.

Em muitos relatos de turistas e de residentes identificaram-se alguns indicadores de intercâmbios culturais e podem desencadear processos de natureza intercultural. Alguns estereótipos começaram a ser reformulados, muitas representações negativas deram lugar a outras mais positivas e preconceitos foram quebrados.

Os residentes aprenderam muitas coisas sobre e dos argentinos e alguns dos moradores locais afirmam haver incorporado em seus hábitos elementos da cultura dos argentinos, como o consumo do chimarrão ou a língua espanhola. Grande parte desses conhecimentos foi adquirida no convívio aberto que, há longos anos, mantêm com os argentinos.

Por seu lado, os turistas adquiriram novos conhecimentos sobre os hábitos e costumes locais, relacionados principalmente com a pesca e seus derivados. Mas são as atitudes dos brasileiros perante a vida, sua simplicidade e praticidade, que mais chamaram sua atenção e que eles tentam incorporar a seu cotidiano, apesar das dificuldades que esse processo envolve.

O turista argentino, principalmente aquele que frequenta o município há mais tempo, retribui com uma atitude de simpatia e de abertura à hospitalidade e à cordialidade do residente. Com efeito, grande parte dos argentinos aluga, sem a intermediação de imobiliárias, a casa, o apartamento ou acampa. Tal atitude é uma demonstração de sua disposição de estabelecer contatos mais diretos com os moradores do local. Mesmo os que se hospedam em hotéis ou pousadas, pelo fato destas serem construções baixas e aconchegantes, estabelecem um convívio ameno entre 'hóspede' e 'hospedeiro'.

A hospitalidade do povo local, sua forma de ser, cria um sentimento de pertencimento nos turistas argentinos, essencial para estreitar vínculos, facilitando as trocas culturais. Com efeito, as atitudes e o tratamento que as pessoas locais dão aos turistas fazem-no 'sentir-se em casa'. Residentes de Porto Belo reconhecem que, no transcurso das diferentes visitas, os turistas mudaram certos comportamentos e hábitos, tornando mais agradável a convivência. Antes distantes e fechados, agora mais falantes e cordiais.

O retorno é visto pelo turista argentino como o regresso ao stress do dia-a-dia, a retomada das obrigações cotidianas, como o fim da descontração, da liberdade e do contato com a natureza. Isso leva a apagar a lembrança de muitas das vivências das férias. Apesar disso, alguns turistas afirmam que, durante a estadia em Porto Belo, tomaram consciência de sua própria realidade e começaram um processo de questionamento das suas condições de vida, pois descobriram outras formas de vida que podem trazer bem-estar e felicidade.

Entre algumas mudanças ocorridas na vida dos turistas argentinos, eles afirmam que estão mais abertos aos outros e ao diferente; que estabelecem, mais facilmente, novas relações interpessoais. Longe dos constrangimentos e valores que pautam sua vida na Argentina, eles permitem-se uma aproximação e uma convivência mais estreita com pessoas estranhas, situação impensável em seu país de origem.

O turista argentino, como acabamos de ver, deixou de preocupar-se apenas em curtir as tão esperadas férias. Ele tem hoje algo de viajante, ele busca, de alguma forma, interagir com a comunidade local, busca estabelecer contatos mais estreitos com as populações locais. Em certa medida, está tornando-se um viajante, adquirindo novos conhecimentos relacionados com o dia-a-dia dos portobelenses e tentando ser um pouco como eles.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDER-EGG, Ezequiel. *Técnicas de investigación social*. Buenos Aires: Lumen, 1995.

ANDRADE, Pedro. Sociologia da Viagem: o quotidiano e seus intertrajectos. *Revista Crítica de Ciências Sociais*. Coimbra, Portugal, n. 37, p. 51-77, Junho 1993.

BARRETO, Margarita. As ciências sociais aplicadas ao turismo. In: SERRANO, C.; BRUÑÍS, H.; LUCHIARI, M. T. (Orgs.). *Olhares Contemporâneos sobre o Turismo*. Campinas, SP: Papirus, p. 17-36, 2000. (Coleção Turismo).

BARTH, Fredrik. Grupos étnicos e suas fronteiras. In: POUTIGNAT, Philippe. *Teorias da Etnicidade*. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1998.

CHEIN, Isidor. Apêndice: uma introdução à amostragem. In: SELTZER, Claire et al. *Método de pesquisa em relações sociais*. São Paulo: USP, p. 81-117, 1967.

CHESNEAUX, Jean. *L'art du voyage*. Paris: Bayard Éditions, 1999.

CORTES, Soraya M. Vargas. Técnicas de coleta e análise qualitativa de dados. *Cadernos de Sociologia*, Porto Alegre, v. 9, p. 11-47, 1998.

CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru, EDUSC, 1999.

DENKER, Laura M. *A atividade turística no Mercosul: análise e perspectivas*. 1998. 15 p. Monografia (As Bases Geográficas da Organização do Mercosul) – Curso de Especialização em Integração e Mercosul, Centro de Estudos Sociais, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, UFRGS, Porto Alegre, 1998.

DOS SANTOS, Roselys C. et al. Caminhos de dentro: um modelo de turismo sustentável para Porto Belo (SC). In: SOUZA, Maria Jose de (Org.). *Políticas públicas e o lugar do turismo*. Brasília: Universidade de Brasília; Departamento de Geografia; Ministério do Meio Ambiente, 2002.

DUMAZEDIER, Jofre. *Sociologia empírica do lazer*. 2. ed. São Paulo: Perspectiva, 1999.

EMBAJADA ARGENTINA EN BRASIL. *Argentina-Brasil Comercio, inversiones e integracion fisica: hacia una nueva relacion en la construccion de un espacio competitivo comum*. Brasilia, D.F., 1996.

EMBRATUR. *Estudo da Demanda Turística Internacional 2001*. Brasil. Disponível e: http://www.embratur.gov.br/conheca/outrosassuntos/viva_seu_novo_brasil.asp?id=ou. Acesso em: 01 dez. 2002.

_____. *Evolução do turismo no Brasil 1992-2001*. Disponível em: http://www.embratur.gov.br/conheca/outrosassuntos/viva_seu_novo_brasil.asp?id=ou. Acesso em: 03 set. 2002.

FARIAS, Vilson Francisco de. *Dos Açores ao Brasil Meridional: uma viagem no tempo: povoamento, demografia, cultura. Açores e litoral catarinense: um livro para o ensino fundamental*. Florianópolis, 1998.

_____. *Dos Açores ao Brasil Meridional: uma viagem no tempo: 500 anos, litoral catarinense*. 2. ed. Florianópolis, 2000.

FORTUNA, Carlos. Turismo, autenticidade e cultura urbana: percurso teórico, com paragens breves em Évora e Coimbra. *Revista Crítica de Ciências Sociais*. Coimbra, Portugal, n. 43, p. 11-45, Outubro 1995.

GARCIA CANCLINI, Néstor. *La globalización imaginada*. México: Piados, 2000.

GHIGLIONE, Rodolphe; MATALON, Benjamin. *O inquirito: Teoria e Prática*. Tradução: Conceição Lemos Pires. 3. ed. Oeiras: Celta Editora, 1997.

GOFFMAN, Erving. *A representação do eu na vida cotidiana*. Tradução: Maria Célia Santos Raposo. Petrópolis: Vozes, 1975.

_____. Focused Interaction and Unfocused Interaction. In: GIDDENS, Anthony. *Human Societies: an introductory reader in sociology*. Polity Press: London, p. 14-17, 1992.

GURRÍA DI-BELLA, Manuel. *Introducción al turismo*. 4. ed. México: Trillas, 1999.

HALL, Stuart. Quem precisa da identidade?. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org). *Identidade e diferença: as perspectivas dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

IBGE. *Censo 2000*. Disponível em: <<http://www.ibge.net/perfil/index.htm>>. Acesso em: 02 jan. 2003.

JAFARI, Jafar. *La cientifización del turismo*. Estudios y Perspectivas en Turismo. Buenos Aires, n. 3, p. 7-36, 1994.

JAFARI, Jafar; RITCHIE, J. R. Brent. *Toward a framework for tourism education. Problems and Prospects*. Annals of Tourism Research. Menomonee, v. 8, n. 1, p. 13-34, 1981.

KOHL, Dieter Hans Bruno. *Porto Belo, sua história, sua gente*. 2. ed. Blumenau: Odorizzi, 2001.

KRIPPENDORF, Jost. *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.

LABATE, Beatriz C. A experiência do “viajante-turista” na contemporaneidade. In: SERRANO, C.; BRUHNS, H.; LUCHIARI, M.T (orgs.). *Olhares contemporâneos sobre o turismo*. Campinas, SP: Papyrus, p. 55-80, 2000. (Coleção Turismo)

LAGE, Beatriz G.; MILONE, Paulo C. Fundamentos econômicos do turismo. In: LAGE, Beatriz G; MILONE, Paulo C. (orgs.). *Turismo : teoria e prática*. São Paulo: Atlas, p. 25-37, 2000a.

_____. Impactos socioeconômicos globais do turismo. In: LAGE, Beatriz G; MILONE, Paulo C. (orgs.). *Turismo : teoria e prática*. São Paulo: Atlas, p. 117-131, 2000b.

MOLINA, Sergio. *Planificación integral del turismo: un enfoque para Latinoamérica*. 2. ed. México: Trillas, 1991a.

_____. *Turismo e Ecologia*. 4. ed. México: Trillas, 1991b.

OMT. *Tourism Market Trends 2000*. Disponível em <http://www.world-tourism.org/market_research/facts&figures/menu.htm>. Acesso em: 20 dez. 2002.

PAIVA, Maria das Graças de Menezes V. *Sociologia do turismo*. Campinas, SP: Papyrus, 1995. (Coleção Turismo).

PORTOBELLO. Disponível em <<http://www.portobelo.com.br/>>. Acesso em 22 dez. 2002.

REJOWSKI, Mirian. *Turismo e pesquisa científica: pensamento internacional X situação brasileira*. Campinas, SP: Papyrus, 1996. (Coleção Turismo).

ROESE, Mauro. A metodologia do estudo de caso. *Cadernos de Sociologia*, Porto Alegre, v. 9, p. 189-200, 1998.

SANTUR. *Pesquisa mercadológica estudo da demanda turística. Estado de Santa Catarina. Sinopse Comparativa 1999, 2000 e 2001, janeiro/fevereiro*. Florianópolis, 2001a.

_____. *Pesquisa mercadológica estudo da demanda turística. Município de Porto Belo. Sinopse Comparativa 1999, 2000 e 2001, janeiro/fevereiro*. Florianópolis, 2001b.

SCHLÜTTER, Regina G. *Investigación en turismo y hotelería*. Buenos Aires: CIET, 2000.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (org.). *Identidade e diferença: as perspectivas dos estudos culturais*. Petrópolis, RJ: Vozes, p. 73-102, 2000.

TEIXEIRA, Alex N. & BECKER, Fernando. Novas possibilidades da pesquisa qualitativa via sistemas CAQDAS. *Sociologias*, Porto Alegre, ano 3, n. 5, p. 94-114, jan/jun 2001.

URRY, John. *O olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. Tradução: Carlos Eugênio Marcondes de Moura. 2. ed. São Paulo: Studio Nobel, 1999.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Roteiro de entrevista – Turistas

El objetivo de esta encuesta es obtener informaciones para mi tesis de maestría, sobre las características del turismo en Porto Belo, así como las motivaciones, intereses y necesidades de turistas y residentes. Su colaboración es fundamental para el éxito de mi trabajo.

n°

Módulo 1: El viaje

1. ¿Esta es la primera vez que visita este balneario?
 - 1.1. SÍ (....)
 - 1.2. NO (....) Cuántas veces ya visitó este balneario? veces y con que periodicidad?

2. Usted Viaja?
 - 2.1. Solo
 - 2.2. En grupo
 - 2.3. Con la familia
 - 2.4. ¿Cuántas personas incluyéndolo a usted? personas

3. ¿Cómo se enteró de la existencia de este lugar?
 - 3.1. Propaganda turística
 - 3.2. Indicación de amigos y parientes
 - 3.3. Promociones
 - 3.4. Notas periodísticas
 - 3.5. Agencia de viaje
 - 3.6. Casualidad
 - 3.7. Otros: especificar

4. ¿Su viaje fue organizado por una agencia de viajes?
 - 4.1. SÍ (....) Especifique
 - 4.2. NO (....)

5. ¿Cuál es el medio de transporte que utiliza habitualmente para llegar a Porto Belo?
 - 5.1. Automóvil (....) ¿De qué año es?
 - 5.2. Ómnibus (....)
 - 5.3. Avión (....)
 - 5.4. Otro (....)

6. Antes de tomar la decisión de venir a Porto Belo, ¿Hubo otras opciones que usted analizó?
 - SÍ (....)
 - NO (....) ¿Qué opciones?.....

7. ¿Cuáles fueron las principales razones que lo llevaron a elegir Porto Belo?

8. ¿Cómo fue que tomó la decisión de venir (si se decidió solo, si lo acompañó otro, quien lo decidió, si fue por cercanía, por disponibilidad de dinero, por conocimiento previo, etc.)

9. ¿Cuáles son los motivos que lo hacen viajar en sus vacaciones?

- 9.1. Ocio, recreación y vacaciones (...)
- 9.2. Visitas a parientes y amigos (...)
- 9.3. Negocios y razones profesionales (...)
- 9.4. Otros (...)

10. ¿Durante sus vacaciones, siempre viaja?

- 10.1. Sí (...) ¿Qué lugares suele visitar, en términos de mar, montaña; en términos de Latinoamérica, Europa o su propio país?
.....
.....
- 10.2. NO (...) ¿Qué hace en esos días libres?
.....
.....

11. Aquí tenemos una lista de motivos por los cuales la gente elige este lugar y no otro...Necesito que Ud. me indique por orden de importancia los motivos de su elección (ATENCIÓN: es necesario contar por lo menos con x cantidad de motivos enumerados desde el 1ª hasta donde llegue)

Motivo	Nº de orden
Hospitalidad del pueblo local	
Seguridad	
Comidas típicas	
Cultura local	
Playas	
Localización	
Aire puro, clima	
Conocer nuevos lugares	
Lindos paisajes	
Calidad de vida	
Deportes	
Otros	

12. Usted dijo que el motivo principal de su visita a Porto Belo es.....
(mencionar la 1º razón enumerada en pregunta 10) ¿Podría detallar más esa razón?

13. ¿Usted saca fotos o filma en sus viajes?

13.1. Sí (...) ¿Las muestra a sus amigos al regresar?

1. Sí (...)

2. NO (...)

13.1 NO (...) a pregunta siguiente

14. ¿Cuáles de los siguientes ítems trajo en su equipaje para su estadía? **(T14)**

15. ¿Qué es lo que suele llevarse como recuerdo u objeto de uso personal? **(T15)**

Módulo 2: La estadía

16. ¿Cuántos días pretende permanecer en esta playa? días.

17. ¿Dónde se hospeda actualmente?

1. Hotel (...)

2. Hospedaje / pensión / dormitorio (...)

3. Posada (...)

4. Camping (...)

a. ¿Qué tipo de hospedaje? Carpa (...) Trailer (...) Otro (...)

5. Casa o departamento de parientes o amigos (...)

6. Casa o departamento de alquiler (...)

a. ¿Cuántas habitaciones?

b. ¿Cómo la alquiló?

i. Directo con el propietario (...)

ii. Inmobiliaria (...)

7. Casa propia (...) ¿Cuántas habitaciones?

8. Albergue de la Juventud (...)

9. Otros (...) Especificar

18. ¿Usted tiene contacto con sus vecinos?

SÍ (...)

NO (...)

a) ¿De qué nacionalidad son?

1. Brasileños

2. Argentinos

3. Otros

b) ¿Habla habitualmente con ellos?

SÍ (...)

NO (...)

19. ¿Cómo calificaría usted, de acuerdo con esta escala, su relación con los residentes locales? **(T19)**

PARA LA OPCIÓN ELEGIDA: ¿Cuáles son los motivos?

20. ¿Usted busca conocer los hábitos y costumbres locales? **(T20)**

SÍ (...) ¿Podría apuntar algunas características?

SÍ (...) Especifique cuales.....

NO (...) a pregunta siguiente

NO (...) a pregunta siguiente

21. Y cuando está en Argentina, ¿Se interesa por conocer cosas de los brasileños? **(T21)**

22. ¿Ya sabía qué comen, cómo viven, de qué viven, su carácter, antes de venir a Brasil?

SÍ (...) ¿Por qué medio(s) conoció a este pueblo?

NO (...) a pregunta siguiente

23. ¿Qué aprendió sobre ellos a partir del contacto, aquí, en Porto Belo? ¿Se imaginaba qué eran así?

24. ¿Observa diferencias entre usted y el residente local? **(T20)**

SÍ (...) Especifique las principales diferencias

.....

.....

NO (...) a pregunta siguiente

25. ¿Qué es lo que más le llama la atención en los hábitos y comportamientos de los residentes locales?

--

A LOS QUE VIENEN POR LA SEGUNDA VEZ O MÁS:

26. Comparativamente, ¿hoy Usted conoce mejor a los residentes locales?

SÍ (...) ¿Cambió su opinión sobre los residentes locales desde su primera visita?

1. SÍ (...) En qué cambió?.....

2. NO (...) a pregunta siguiente

NO (...) a pregunta siguiente

A TODOS

27. ¿Cómo identifica a los residentes locales de entre las distintas orígenes regionales?

--

28. ¿Cuáles son las cosas que más le gustan y que más le chocan de los residentes locales?

Que más le gustan...

Que más le chocan...

29. En su convivencia con los brasileños, considera Usted que adquirió algunos nuevos conocimientos, hábitos o actitudes?

--

30. ¿Usted o alguna persona de su familia o conocida ha tenido algún tipo de problemas donde haya residentes involucrados? **(T30)**

SI (...) ¿Qué actitud tomaron los residentes? ¿Cómo la calificaría?

NO (...) a pregunta siguiente

--

31. ¿Usted conoce otros lugares de Brasil?

SI (...) ¿Qué es lo que más le gusta de la gente de Brasil, en general?

NO (...) a pergunta siguiente

32. ¿Cuál es su ocupación actual? ¿Podría describirme detalladamente la tarea que realiza? **En el caso de persona que no trabaja, como ama de casa o estudiante, registrar los datos de educación y de trabajo del principal sostén del hogar.**

Entrevistado
Principal sostén del hogar

33. ¿Cuáles son sus principales actividades cotidianas cuando está en su ciudad de residencia habitual? **Mencione el trabajo que realiza, si trabaja, si estudia qué estudia, cuanto tiempo le insume, que hace en el tiempo libre durante la semana, si se acuesta tarde o temprano,**

1. Durante la semana ¿Cuáles son sus actividades de rutina?

2. Y durante los fines de semana...

34. ¿Cuál es su rutina diaria cuando está en Porto Belo?

35. ¿Cuáles son sus actividades preferidas cuando está de vacaciones?

36. ¿ Ocurrieron algunos cambios en su vida que son el resultado de las experiencias vividas aquí, durante sus vacaciones?

Sí (...) ¿Podría dar algunos ejemplos?

.....

.....

NO (...) a pergunta seguinte

37. ¿Haber estado de vacaciones aquí le generó cambios en el carácter, en la forma de ver la vida cuando regrese ahora o las veces que regresó?

SÍ (...) ¿Podría especificar que cambios?

.....

.....

NO (...) a pergunta seguinte

38. ¿Usted ha hecho amigos entre los residentes locales?

SÍ (...) a pergunta 39

NO (...)

39. ¿Qué es lo que lo aproximó de esas personas?

40. Si Usted pudiese opinar sobre cosas que la ciudad y la gente de Porto Belo tendrían que modificar para que Usted se sintiese más a gusto y tuviese ganas de regresar, ¿Qué sugerencias daría?

Módulo 3: Perfil del Turista

41. Edad

- 1. Hasta 20 años () **registrar datos de educación y trabajo del principal sostén del hogar**
- 2. De 21 a 30 años ()
- 3. De 31 a 40 años ()
- 4. De 41 a 50 años ()
- 5. Mas de 50 ()

42. Sexo 1. (F) 2. (M)

43. Estado Civil

- 1. Soltero / Divorciado
- 2. Casado / En pareja
- 3. Otro

44. ¿En que localidad nació usted?

LOCALIDAD..... PROVINCIA.....

45. ¿Actualmente, reside en la misma localidad?

SÍ (...) CONTINUAR

NO (...) ¿Dónde reside? LOCALIDAD..... PROVINCIA.....

¿Hace cuántos años que reside allí?.....

46. ¿Cuál es su nivel de instrucción?

	<i>Entrevistado</i>	<i>Principal sostén</i>
Primário Incompleto	1	1
Primário completo	2	2
Secundário Incompleto	3	3
Secundário completo	4	4
Superior Incompleto	5	5
Superior Completo	6	6
Especifique curso de graduação y pós graduação se for o caso		

47. ¿Usted habla alguna lengua extranjera?

SÍ (...) ¿Cuál?

NO (...) a pregunta siguiente

48. ¿Usted habla el portugués?

1. Bien
2. Regular
3. Casi nada
4. Nada

49. ¿Usted entiende el portugués?

SÍ (...)

NO (...)

50. ¿Cuál es su nivel de ingresos mensual?

1. Hasta 500 pesos argentinos
2. De 501 a 1500 pesos argentinos
3. De 1501 a 2500 pesos argentinos
4. Más de 2501 pesos argentinos

51. ¿Usted tiene alguna religión?

SÍ (...) ¿Cuál?

1. Católica
2. Protestante
3. Evangélica
4. Judía
5. Otra: especificar.....

NO (...)

- FIN DE LA ENTREVISTA -

APÉNDICE B - Roteiro de entrevista - Residentes

O objetivo desta pesquisa é obter informações para a minha tese de mestrado sobre as características do turismo em Porto Belo, bem como as motivações, interesses e necessidades dos turistas e residentes. Sua colaboração é fundamental para o êxito do meu trabalho.

n°

Módulo 1: Ocupação

1. ¿Em que cidade você nasceu?

CIDADE..... ESTADO..... PAÍS

2. ¿Atualmente, reside na mesma cidade?

SIM (...) CONTINUAR

NÃO (...) ¿Aonde reside? CIDADE..... ESTADO.....

¿Há quantos anos reside aí?.....

3. Há quanto tempo reside na cidade Porto Belo?

1. Residente permanente (...) a pergunta seguinte

2. Residente temporário (...)

a. Você vem todos os anos a Porto Belo na temporada de verão?

SIM (...)

NÃO (...)

4. ¿Qual é a sua ocupação atual durante a temporada de verão? ¿Poderia descrever as atividades que você desenvolve em seu trabalho? **No caso de pessoa que não trabalha, como dona de casa ou estudante, registrar os dados de educação e de trabalho do principal do lar.**

Pesquisado
Titular Do Grupo

5. Qual é a sua ocupação fora da temporada de verão? ¿Poderia descrever as atividades que você desenvolve em seu trabalho?

Pesquisado

Titular Do Grupo

6. Você teve outras ocupações anteriormente?

SIM (...) Especifique.....

NÃO (...) a pergunta seguinte

Módulo 2: A atividade turística

7. Em seu trabalho, você tem contato com os turistas argentinos?

SIM (...) Onde e Por quê?

NÃO (...) Por quê?

DA PERG. 8 ATÉ A 11, RESPOSTAS ESPONTÂNEAS

8. Considera que o aumento do turismo trouxe algo de positivo para a sua vida pessoal e familiar?

SIM (...) Que coisas?

NÃO (...) Por que pensa assim?

9. Considera que o aumento do turismo trouxe algo de positivo para a cidade de Porto Belo?

SIM (...) Que coisas?

NÃO (...) Por que pensa assim?

10. Considera que o aumento do turismo provocou modificações negativas para a sua vida pessoal e familiar?

SIM (...) Que modificações?

NÃO (...) Por que pensa assim?

--

11. Considera que o aumento do turismo provocou modificações negativas para a Porto Belo?

SIM (...) Que modificações?

NÃO (...) Por que pensa assim?

--

12. O que você acha que é ruim e o que é bom durante a temporada de verão?

O que é bom

O que é ruim

13. Em que coisas muda a sua vida no verão em relação ao inverno?

--

14. O que você acha que é ruim e o que é bom fora da temporada de verão?

O que é bom

O que é ruim

15. Na sua opinião, quais são as principais modificações ocorridas na cidade desde que o turismo de argentinos se intensificou? **(C15)**

--

SOMENTE PARA RESIDENTES INSERIDOS NA ATIVIDADE TURÍSTICA

16. Você considera que a sua vida mudou a partir da sua inserção na atividade turística? Como?

Módulo 3: A relação com o turista

17. Como é, de acordo com esta escala, a sua relação com os turistas argentinos?
(C17)

PARA A OPÇÃO ESCOLHIDA: Qual é a razão disso?

18. O que Você acha que os Argentinos mais gostam daqui?

19. Você conhecia alguma coisa dos argentinos antes de começar a conviver com eles?

SIM (...) O que conhecia deles? (C19, 20 e 21)
Onde adquiriu esses conhecimentos?

NÃO (...) a pergunta seguinte

20. Que conhecimentos adquiriu aqui, a partir do contato com eles? (C19, 20 e 21)

21. Mudou a sua opinião do argentino a partir de conhece-lo melhor?

22. Quais são as principais diferenças que você observa existem entre você e os turistas argentinos? (C22)

23. Quais as características de hábitos e comportamentos dos turistas argentinos que mais chamam a sua atenção?

--

24. Você acha que o argentino de Buenos Aires (chamado de “porteño”) é diferente daqueles do interior da Argentina?

SIM (...) Por que? Quais seriam essas diferenças?

NÃO (...) a pergunta seguinte

--

25. Você acha que aqui chegam todas pessoas iguais ou viu pessoas de diferente nível econômico e social?

Todas pessoas iguais (...)

Pessoas de diferente nível econômico e social (...)

26. É diferente o comportamento deles dependendo do seu nível econômico e social?

NÃO (...)

SIM (...) Poderia explicar em que sentido é diferente o comportamento?

--

27. Quais são as coisas que você mais gosta

a) e que mais lhe chocam dos turistas argentinos?

Mais Gosta

Mais lhe chocam

28. Comparando os turistas argentinos com os de outras nacionalidades ou brasileiros, Você acha que há diferenças importantes entre eles?

NÃO (...)

SIM (...) Quais seriam?

--

29. Como Você identifica ao turista argentino?

30. Face à ocorrência de algum problema com turistas argentinos involucrados, qual é, em geral, a atitude deles? **(C30)**

31. Você conhece argentinos que visitam a cidade há vários anos?

SIM (...) passa a pergunta 32

NÃO (...) passa a pergunta 33

32. Você lembra como eram os turistas argentinos primeiros que vieram a Porto Belo e como são agora? Você percebeu mudanças de hábitos e comportamentos neles?

33. Você acha que adotou alguma coisa em sua vida que aprendeu com os turistas argentinos?

NÃO (...)

SIM (...) Quais?

34. Você conhece outras cidades brasileiras?

SIM (...)

NÃO (...)

35. Você já visitou outros países vizinhos?

SIM (...)

NÃO (...)

36. Você já visitou a Argentina?

SIM (...)

NÃO (...)

37. Você tem amigos argentinos?

SIM (...)

NÃO (...)

Módulo 4: Perfil do Residente

38. Idade

1. Até 20 anos () **registrar dados educação e trabalho do titular do grupo.**
2. De 21 a 30 anos ()
3. De 31 a 40 anos ()
4. De 41 a 50 anos ()
5. Mais de 50 ()

39. Sexo 1. (F) 2. (M)

40. Estado Civil

1. Solteiro / Divorciado
2. Casado / Cônjuge
3. Outro

41. Qual o número de pessoas que compõem a sua família? pessoas.

42. ¿Qual é seu nível de instrução?

	<i>Pesquisado</i>	<i>Titular do grupo</i>
Primário Incompleto	1	1
Primário completo	2	2
Secundário Incompleto	3	3
Secundário completo	4	4
Superior Incompleto	5	5
Superior Completo	6	6
Especifique curso de graduação y pós graduação se for o caso		

43. Você fala alguma língua estrangeira?

- NÃO (...)
SIM (...) Quais?

44. No caso de espanhol falado:

1. Bem
2. Regular
3. Quase nada
4. Nada

45. Você tem dificuldade de compreender o espanhol?

- SIM (...)
NÃO (...)

46. ¿Qual é o seu nível de renda mensal?

1. De 1 a 5 SM
2. De 6 a 10 SM
3. De 11 a 20 SM
4. Acima de 20 SM

47. ¿Você pratica alguma religião?

SIM (...) Qual?

1. Católica
2. Protestante
3. Espírita
4. Religiões africanas
5. Judia
6. Outra

NÃO (...)

- FIN DA ENTREVISTA -

APÉNDICE C - Roteiros de observação

1 Turista

a) Playa

- **De la llegada del turista al lugar:**
 - Composición del grupo
 - Objetos que traen (diario, revista, bebidas, juegos, radio etc)
 - Como se va armando el grupo

- **De la estadía en el lugar:**
 - Actividades de entretenimiento que realizan
 - Observar si entran extranjeros en el grupo
 - Cosas que compran
 - Idioma
 - Si hacen esfuerzo para ser comprendidos
 - Si no hacen esfuerzo para ser comprendidos
 - Si conversan con los vecinos
 - Tono de voz
 - Gestos
 - Ropa que visten
 - Sexo y edad aproximada
 - Hasta que hora permanecen en el lugar
 - Tipos de comidas que consumen

b) Restaurante

- **De la llegada del turista al lugar:**
 - Composición del grupo
 - Objetos que traen (diario, revista, bebidas, juegos, radio etc)
 - Como se va armando el grupo

- **De la estadía en el lugar:**
 - Observar si entran extranjeros en el grupo
 - Cosas que compran
 - Idioma
 - Si hacen esfuerzo para ser comprendidos
 - Si no hacen esfuerzo para ser comprendidos
 - Si conversan con los vecinos
 - Tono de voz
 - Gestos
 - Ropa que visten
 - Sexo y edad aproximada
 - Hasta que hora permanecen en el lugar
 - Tipos de comidas que consumen

c) Supermercado

- **De la llegada del turista al lugar:**
 - Composición del grupo

- **De la estadía en el lugar:**
 - Cosas que compran
 - Idioma
 - Si hacen esfuerzo para ser comprendidos
 - Si no hacen esfuerzo para ser comprendidos
 - Si conversan con los vecinos
 - Tono de voz
 - Gestos
 - Ropa que visten
 - Sexo y edad aproximada
 - Si demoran mucho en la compra
 - Si comparan precios y productos
 - Tipos de productos que compran

2 Residente

- **Nos locais de observação dos turistas**
 - Se estão trabalhando
 - Como atendem ao turista
 - Idioma:
 - Se fazem esforço para ser compreendidos
 - Se não fazem esforço para ser compreendidos
 - Tom de voz
 - Gestos
 - Roupa que vestem
 - Sexo e idade aproximada
 - Se não estão trabalhando
 - Atividades que estão realizando
 - Idioma:
 - Se fazem esforço para ser compreendidos
 - Se não fazem esforço para ser compreendidos
 - Se conversam com os vizinhos
 - Tom de voz
 - Gestos
 - Roupa que vestem
 - Sexo e idade aproximada