

ARGENTINOS E BRASILEIROS NO ESPAÇO TURÍSTICO: A VIAGEM NO IMAGINÁRIO.

Laura Mariel Denker

Orientadora: Maria Susana Arrosa Soares

Resumo: Dentre as diversas abordagens que buscam dar conta do fenômeno do turismo, a sociológica permite analisá-lo desde a ótica da interação entre os indivíduos que dele participam e o conseqüente intercâmbio sócio-cultural que dele resulta. Através do estudo das relações entre os turistas argentinos e os residentes de Porto Belo, em Santa Catarina, durante a temporada de verão, é possível compreender um aspecto importante que precede a esse intercâmbio e que repercutirá na futura interação: como é planejada a viagem no imaginário do turista, e como o residente se prepara para receber o argentino.

Palavras-chave: Imaginário da viagem. Interação. Intercâmbio sócio-cultural.

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

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 sócio-cultural que dele resulta. O esforço da tese onde se insere o trabalho a seguir foi o de dar conta dos efeitos sociais e culturais do fenômeno do turismo ao nível dos atores envolvidos, procurando evidenciar as principais transformações sócio-culturais desencadeadas pelas relações que se estabelecem entre os turistas argentinos e os residentes brasileiros de Porto Belo, em Santa Catarina, durante a temporada de verão, na vida desses indivíduos e o papel cumprido pelo turismo na aproximação e o entendimento recíproco entre eles; buscando

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. O principal questionamento é: em que circunstâncias o turismo é um facilitador do “encontro” de indivíduos de culturas diferentes e, em conseqüência, propiciador da interculturalidade? Isto é, existe uma relação entre o turismo e a interculturalidade?

Na busca de respostas a esse questionamento desenvolveu-se um estudo dos diversos momentos que compõem os encontros, isto é, os antecedentes da viagem, os encontros propriamente ditos e as repercussões desses intercâmbios.

O presente trabalho concentra-se apenas no primeiro momento, nos preparativos da viagem, tanto no imaginário dos turistas como dos residentes. O turismo é abordado desde uma perspectiva *intercultural*, sendo analisado como uma relação de interdependência entre turistas e residentes. A partir da análise das narrativas dos atores envolvidos é possível compreender um aspecto importante que precede a esse intercâmbio e que repercutirá na futura interação: como é planejada a viagem no imaginário do turista, e como o residente se prepara para receber o argentino.

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 turismo mobiliza um 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).

Nesses deslocamentos os atores envolvidos, tanto os viajantes quanto os receptores vêm-se frente a frente e, de diversas formas e em diversos contextos, são levados a interagir.

Essa interação leva implícito o intercâmbio sócio-cultural inerente a esse tipo de encontros. Em efeito, trata-se de um processo social que resulta do encontro de indivíduos de culturas diferentes e que pode transformar esses contatos em uma relação intercultural.

Entendemos a interculturalidade, assim com Nestor García Canclini, como um processo decorrente dos intercâmbios sócio-culturais entre indivíduos de diferentes culturas, através dos quais se instalam nas vidas cotidianas das pessoas elementos culturais das outras sociedades. 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).

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 lugar¹; 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.

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).

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.

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 mantêm 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 mantêm contato direto e freqüente, mas dependem, parcialmente, da atividade turística.

A viagem no imaginário: o planejamento

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. A grande maioria (80%) era casada, de religião católica e com nível de escolaridade elevado. As profissões predominantes eram: empresários, funcionários de empresas particulares e professores. A renda familiar, em geral, é média (considerando o cenário macroeconômico argentino em fevereiro de 2001). Do total dos entrevistados, 08 possuíam rendas entre 501 e 1500 pesos argentinos²; 04, entre 1501 e 2500 e 05, 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

¹ É o que o autor denomina de “fixidez espacial” dos serviços (URRY, 1999).

(35%) ou em camping (20%), sendo que alguns vinham em grupo, com outras famílias argentinas. Uma grande parte (60%) permaneceu em Porto Belo de 8 a 15 dias; os que ficam entre 16 e 30 dias eram 35%.

Os argentinos: os preparativos para a viagem

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 compartilhado, 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.

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

² 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.

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

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 frequentes (90% dos turistas). Mas aqueles que os estimularam a viajar a Porto

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.

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 tranquilidade, dado o pequeno número de pessoas que as frequentam, e suas características que, comparadas com as praias do litoral argentino, são mais atraentes: a agradável temperatura, a tranquilidade - 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.

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”.

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

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.

de seus hábitos, como trazer uma roupa de noite, por exemplo, ou um jogo de praia tipicamente argentino – o *tejo* -.

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

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).

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. Os residentes distribuíam-se, igualmente, entre casados e solteiros (07 pessoas, respectivamente) e somente um entrevistado era divorciado. O nível de escolaridade dos residentes é relativamente elevado, pois, um número significativo deles tem nível superior, incompleto ou completo. A renda familiar dos residentes variava entre os níveis baixo e médio, ou seja, entre 1 e 10 salários mínimos.

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. 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 turistas.

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.

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 praia⁵, 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 Belo⁶. 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.

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.

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

⁵ 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.

⁶ 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).

divulgação bem como jornais, revistas ou internet, é bastante difícil ter acesso a informações sobre a Argentina ou qualquer outro país.

Considerações Finais

O argentino que visita Porto Belo, sobretudo aquele que retorna, possui traços, ora de turista, ora de viajante; e algumas dessas características o tornam mais aberto ao intercâmbio com os outros. Existem alguns pontos em comum entre esses dois opostos, algumas práticas institucionalizadas que os assemelham e que aparecem no turista aqui entrevistado. No entanto, existem muitos mais traços que o diferenciam do viajante.

O argentino que frequenta Porto Belo diferencia-se do viajante, pois, planeja a sua viagem com antecedência, buscando a maior quantidade de informações sobre o lugar a visitar, seja através dos meios de comunicação ou conversando com parentes e amigos que já visitaram a região. Procura, assim, evitar correr riscos, sentindo-se seguro com a bagagem de informações que carrega consigo, pois, quer ficar pouco surpreso com o que encontrará nas férias.

A bagagem mostra também um pouco dessa segurança, pois, se por um lado, com o decorrer das diferentes viagens, este turista foi, de alguma forma, se adaptando à realidade local, no que respeita ao clima e a alguns usos como roupas leves e simples, não abre mão de certos elementos que fazem parte do seu dia-a-dia, como o chimarrão ou alguns jogos de praia tipicamente argentinos. Isso mostra que ele, ao viajar, carrega consigo muito do seu comportamento habitual na Argentina, levando consigo estilos de vida e costumes típicos.

Se por um lado, a hospitalidade do povo local é uma das motivações que o levam a viajar a Porto Belo, uma característica deste turista, em nítida oposição ao viajante, é que escolhe o lugar das férias muito mais pelas belas paisagens prometidas, através da publicidade, por exemplo, do que pela comunidade local que aí poderá encontrar. Com efeito, se bem o viajante também sai de férias procurando paisagens diferentes daquelas que o rodeiam no seu dia-a-dia, em contraste com este turista, ele busca conhecer e aprender sobre a cultura da localidade receptora.

A busca das praias, assim, torna-se para o turista argentino um diferenciador daquilo que está acostumado a presenciar no seu local de moradia habitual. Desta forma, a procura pelo anticotidiano, outra característica deste turista, começa se refletindo no significado que as belas paisagens tem para ele, isto é, uma oposição e uma forma de negação da paisagem rotineira da cidade onde reside.

Essa busca pelo anticotidiano reflete-se, também, no fato de associar a viagem à saída, procurando fora de casa aquilo que não encontra dentro. Assim, em contraste com o viajante, o argentino que frequenta Porto Belo está muito mais preocupado em fugir do seu cotidiano do que fazer novas descobertas e aventurar-se ao desconhecido. Eles demonstram, constantemente, que viajar para esse local implica sair da rotina diária, buscando relaxar e descansar para voltar carregado com novas ou renovadas energias, tentando assim sobrelevar o cotidiano de trabalho e obrigações, se preparando para as férias do ano seguinte.

Eis uma característica importante que torna o argentino que visita Porto Belo muito mais turista do que viajante. Enquanto o primeiro busca fora aquilo que não consegue satisfazer dentro de casa, procurando simplesmente a saída daquilo que o está oprimindo, para o viajante a viagem implica uma saída como ruptura com sua realidade, mas também como entrada no tempo daquele lugar ao qual está indo.

O outro lado da moeda é o residente local. Ele também se planeja para o verão, pois, tem o interesse de obter o maior lucro possível nesses pouco mais de três meses de temporada. Pela possibilidade dos ganhos financeiros que o turismo propicia, muitos moradores de Porto Belo se dedicam à atividade turística durante o verão e mudam de emprego no inverno. Muitos outros, abandonaram o trabalho na terra ou na pesca, para se dedicarem integralmente ao turismo o ano todo.

A população portobelense tenta satisfazer todos, ou quase todos, os desejos de seus hóspedes, mas adora o fato da estação e da agitação turística não durarem o ano todo. Ela tem necessidade, nos meses entre as altas temporadas, de se refazer do turismo, pois, os extensos horários de trabalho, a mudança nos ritmos de vida, a densidade maior de população na cidade e a falta de estrutura para suportar essa carga extra, acabam gerando um estresse que só é tolerável porque se sabe que o verão é curto, o lucro só é gerado naqueles poucos meses e logo chegará um longo inverno capaz de fazer retomar as forças e se preparar para a próxima temporada.

Para a população local, o turismo tem importância econômica, pois, ele tem o efeito benéfico sobre o nível dos empregos e os salários, e ela varia de acordo com a maior ou menor relação com a atividade turística. Assim, para aqueles que dependem diretamente do turismo, ele é um negócio comercial do qual se extrai um lucro, sem se preocupar muito com as conseqüências ambientais ou sociais. Já para aqueles que não dependem da atividade turística, admitem a sua importância econômica, mas, ressaltam os inconvenientes relacionados à capacidade de carga da cidade e os danos ao meio ambiente.

Por outro lado, constatou-se que a hospitalidade acaba sendo, para o residente sua moeda de troca. Ele se utiliza dessa velha virtude humana para ganhar o pão do dia-a-dia, recepcionando o turista argentino da melhor maneira possível para que ele não só volte mas recomende o lugar a parentes e amigos. 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.

Referências bibliográficas

- 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).
- GARCIA CANCLINI, Néstor.** *La globalización imaginada*. México: Piados, 2000.
- 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: Papirus, p. 55-80, 2000. (Coleção Turismo)
- 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.