

 <https://doi.org/10.20336/rbs.992>



Fazer turismo e acreditar no turismo: a ideação da cidade balneária de Jurerê

Engaging in tourism and believing in tourism: The ideation of the beach city of Jurerê

Hacer turismo y creer en el turismo: la ideación de la ciudad balnearia de Jurerê

Varlei Rui Ertel* 

Márcia Mazon** 

RESUMO

Pesquisas do setor de turismo em geral apresentam paisagens turísticas como se elas sempre tivessem sido assim: um lugar naturalmente desejado para fazer turismo. Poucas são as investigações que mostram como e por quais processos determinados destinos se transformaram no que são hoje. Este artigo analisa como o grupo dirigente responsável pela conformação da cidade balneária de Jurerê, em Florianópolis, mobilizou uma série de recursos de ordem material e simbólica bem-sucedidos na construção da confiança e credibilidade no empreendimento. A metodologia empregada é a análise de conteúdo temático. O material empírico analisado corresponde a 17 veiculações jornalísticas feitas entre os anos de 1957 e 1958. A fundamentação teórica é baseada na topologia social, a qual permite compreender as dinâmicas de poder presentes no processo de ocupação do litoral vinculado à atividade turística. A pesquisa revela que esse grupo dirigente reverberou a visão de progresso e modernização atribuída ao turismo. A confiança e credibilidade são lastreadas através de redes de sociabilidade no ambiente de agentes políticos e figuras consagradas da cena local e nacional, destaque para o arquiteto Oscar Niemeyer. Somado a isso, a legitimidade no plano econômico mobiliza a figura do “homem de negócios”, que por vezes se mescla com a figura política do principal agente promotor do empreendimento.

Palavras-chave: capital simbólico, construção da confiança, ocupação do litoral, Jurerê.

* Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.
Doutorando no Programa de Pós-graduação em Sociologia e Ciência Política pela Universidade Federal de Santa Catarina.

** Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.
Professora associada do Departamento de Sociologia e Ciência Política da Universidade Federal de Santa Catarina.

ABSTRACT

Research in tourism sector generally presents tourist landscapes as if they had always been tourist destinations. Few studies show how and by what processes certain destinations have become what they are today. This article examines how the steering group responsible for shaping the beach town of Jurerê, in Florianópolis, have successfully mobilized a series of material and symbolic resources for building trust and credibility in the venture. The methodology used is thematic content analysis. The empirical material analyzed corresponds to 17 newspaper articles between 1957 and 1958. The theoretical framework is based on social topology, which allows us to understand the power dynamics present in the process of coastal occupation linked to tourist activity. The research reveals that the steering group echoed the vision of progress and modernization attributed to tourism. Trust and credibility are anchored in networks of sociability in the environment of political agents and prominent figures from both the local and national spheres, with a highlight on architect Oscar Niemeyer. In addition, legitimacy in the economic sphere mobilizes the figure of the “businessman”, who sometimes merges with the political figure of the main promoter of the venture.

Keywords: symbolic capital, building trust, coastal occupation, Jurerê.

RESUMEN

Las investigaciones del sector turístico en general presentan localidades turísticas como si siempre hubieran sido así: un lugar naturalmente deseado para el turismo. Pocas investigaciones muestran cómo y por medio de qué procesos ciertos destinos se han transformado en lo que son hoy. Este artículo examina cómo el grupo dirigente responsable de la conformación de la ciudad balnearia de Jurerê, en Florianópolis, movilizó una serie de recursos de orden material y simbólico exitosos en la construcción de la confianza y credibilidad en el emprendimiento. La metodología empleada es el análisis de contenido temático. El material empírico analizado corresponde a 17 publicaciones periodísticas realizadas entre los años 1957 y 1958. La fundamentación teórica se basa en la topología social, la cual permite comprender las dinámicas de poder presentes en el proceso de ocupación del litoral vinculado a la actividad turística. La investigación revela que el grupo dirigente reforzó la visión de progreso y modernización atribuida al turismo. La confianza y credibilidad se sustentan a través de redes de sociabilidad en el ambiente de agentes políticos y figuras consagradas de la escena local y nacional, destacando la participación del arquitecto Oscar Niemeyer. Además, la legitimidad en el plano económico moviliza la figura del “hombre de negocios”, que por veces se mezcla con la figura política del principal agente promotor del emprendimiento.

Palabras clave: capital simbólico, construcción de la confianza, ocupación del litoral, Jurerê.

Introdução

É de costume que, com a chegada do verão, muitos brasileiros aproveitem suas férias em algum destino turístico litorâneo. Há uma ampla gama de opções para os veranistas, os quais elegem aquilo que melhor atende suas preferências, interesses, expectativas e se adequa às suas possibilidades financeiras. Existem várias formas de se conhecer mais a fundo as dinâmicas sociais iminentes de cada localidade, visto que carregam consigo uma imagem e representação simbólica que refletem as aspirações, desejos e valores dos visitantes (Urry, 1996). Além disso, a maneira como esses espaços são moldados e habitados reflete uma simbolização espontânea do contexto social, capaz de revelar hierarquias e distâncias sociais presentes no cotidiano (Bourdieu, 2012).

A formação de ambientes litorâneos socialmente valorizados – conhecidos por atrair grupos sociais de *status* e poder – geralmente concentram recursos e investimentos tanto do setor público quanto do setor privado, visto que são áreas consideradas promissoras para negócios, residência e lazer, o que contribui para a valorização imobiliária e o desenvolvimento econômico dessas regiões. Por outro lado, as regiões marginalizadas enfrentam frequentes carências de investimento, dada a ausência, em muitos casos, de infraestrutura básica de serviços públicos. São poucos os trabalhos que investigam nacionalmente as origens dos destinos turísticos (Comunello, 2014; Netto & Miraldi, 2017). Assim, neste artigo, lança-se um olhar para como e por quais processos determinados destinos se transformaram no que são hoje: conhecidos como paraísos turísticos naturais, destinados em muitos casos a grupos sociais seletos.

Ao direcionar o enfoque para a ocupação do litoral vinculado à atividade turística, este artigo torna possível visualizar como um conjunto de recursos mobilizados em torno da construção da imagem e representação da praia de Jurerê, em Florianópolis, corrobora a representação de um local visto como “exclusivo”. Para isso, mobilizou-se uma análise de conteúdo de materiais jornalísticos, propagados durante o planejamento e construção inicial da cidade balneária, entre 1957 e 1958.

Localizado no norte da ilha de Santa Catarina, Jurerê é um bairro balneário pertencente ao município de Florianópolis, capital do estado brasileiro de Santa Catarina. Atualmente é conhecido por suas praias de águas calmas e infraestrutura voltada para o turismo residencial de luxo.

Ao longo das décadas de 1970 e 1980, Jurerê experimentou significativas transformações urbanísticas, impulsionadas por projetos imobiliários que atraíram investidores, residentes e visitantes de alta renda.

O artigo está dividido em quatro partes, além desta apresentação e das considerações finais. A primeira parte apresenta os debates contemporâneos sobre ocupações do litoral vinculadas à atividade turística, contemplando pesquisas empíricas que destacam tanto o espaço nacional como o internacional. A segunda parte apresenta a fundamentação teórica do artigo, filiada à ótica sociológica que se mostra capaz de adentrar nas relações de poder e dominação em diversas instâncias do cotidiano. A terceira parte expõe as operações metodológicas de análise de conteúdo temático. Por fim, a quarta parte apresenta uma análise dos recursos mobilizados pelos promotores na conformação do balneário e os relaciona com a construção da confiança e credibilidade do empreendimento.

A ocupação do litoral vinculada à atividade turística

Segundo a Organização das Nações Unidas (ONU), estima-se que 80% de toda a atividade turística do mundo ocorra em áreas costeiras (ONU, 2020). No Brasil, segundo a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD), estima-se que 48,74% da atividade turística voltada para o lazer destina-se à categoria de sol e praia (PNAD, 2021). Já no estado de Santa Catarina, segundo a Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (SANTUR), 41% daqueles que demonstram interesse em viajar para o estado buscariam lazer voltado para o sol e praia, sendo a região da Grande Florianópolis aquela com maior procura (Emmendoerfer *et al.*, 2020).

A chamada popularização da atividade turística deu-se em meados da década de 1970, porém, o aumento expressivo, conhecido como massificação, em termos regionais, ocorreu após os anos 1990. É importante frisar que esse período não se refere a uma universalização do lazer atrelado ao deslocamento temporário, mas sim a um aumento significativo da prática turística em função da incorporação do segmento pelas classes médias (Portuguez & Alvez, 2013). Essa ampliação do mercado turístico no Brasil, de modo geral, também se relaciona diretamente com a instauração da racionalização de políticas de fomento e regulações feitas pelo Estado (Beni, 2006).

A ideiação do turismo enquanto fator relevante no desenvolvimento econômico e social está presente no discurso de agentes políticos desde o início do século passado. No caso de Florianópolis, esse fator sempre esteve vinculado à suposta “vocaçãõ turística” atrelada ao litoral catarinense. Esse discurso de “vocaçãõ” foi amplamente difundido nos meios jornalísticos. A exemplo, em 1918, o jornal *Terra Livre*, de Florianópolis, publicou os resultados de uma conferência entre agentes do alto escalãõ da política estadual, cujo interesse governamental estaria atrelado à ordem de investir em uma sãrie de melhoramentos infraestruturais para fomentar o setor econômico do turismo. Essa intençaõ explícita foi justificada pela prosperidade e riqueza que a instalaçãõ de estações balneárias poderia resultar para a comunidade, ao atrair turistas de diversas partes do sul do Brasil e do exterior (O futuro da cidade, 1918 *apud* Ferreira, 1994, p. 110).

É importante frisar que o turismo no início do século XX era uma atividade extremamente elitizada – apenas grupos sociais de posições privilegiadas dispunham de recursos para tais empreendimentos. Viajar e desfrutar de experiências turísticas era um correspondente da posse de bens materiais prestigiosos. Ao mesmo tempo que se vincula a recursos materiais, expressa valor simbólico, culturalmente demarcado, que lhe confere *status* e distinçãõ (Urry, 1996).

O fenômeno explorado neste artigo é o processo de ocupaçãõ do litoral atrelado à atividade turística, tendo em vista que a conformaçãõ de espaçõs de sociabilidade à beira-mar e sua ressignificaçãõ simbólica sãõ mediados por um longo processo socio-histórico, condicionado por um conjunto de práticas sociais culturalmente situadas (Corbin, 1989). Para tanto, esta pesquisa tem como ponto de partida um olhar para as relações sociais que emanam do processo de construçãõ da cidade balneária de Jurerê, ocorrido no final da década de 1950. A localidade, conhecida antes do início do empreendimento como Terras do Caldeirão e habitada por pequenos agricultores e pescadores locais, foi transformada em um dos balneários mais elitizados do Brasil, conhecido internacionalmente como um ambiente residencial e turístico de “alto padrãõ”.

Pode-se afirmar que o reconhecimento de tal *status*, que aliás, no caso de Jurerê, foi sempre explicitamente almejado pelos idealizadores do projeto, tomou corpo somente décadas mais tarde, através de um processo gradual de mobilizaçãõ de uma sãrie de recursos de ordem material e simbólica. Ao

explorar os processos de construção, de uso (Sartore, 2019; Sartore & Coffey, 2019) e valoração de localidades costeiras, é possível observar os processos pelos quais grupos sociais ligados a empreendimentos germinais articulam a posse de recursos que são capazes de legitimar determinada imagem e representação simbólica dos ambientes.

A cidade costeira de Saint-Tropez, localizada no sudeste da França, é um desses ambientes moldados para receber grupos sociais privilegiados. Bruno e Salle (2018) observam a possibilidade de adentrar nas nuances das transformações ocorridas através dos agenciamentos da alta sociedade francesa. Além do poder sobre o espaço físico, esses grupos sociais são capazes de moldar a composição social do ambiente e a forma pela qual a paisagem é reconhecida. Os autores observaram uma lógica de produção e reprodução de valores culturais comuns na localidade de St. Tropez, isso a partir do resgate da forma pela qual ocorreu a conformação social daquele ambiente. Fica explícito como, ao longo do processo histórico, houve apropriações e construções convergentes para o reconhecimento da localidade enquanto espaço “naturalmente belo” e de “bom gosto”. Esse processo contou, por vezes, com a participação do Estado, como por exemplo, na expansão de infraestrutura urbana.

No caso do Brasil, a inserção do Nordeste nos circuitos imobiliários internacionais voltados para o turismo é também decorrente de uma conformação híbrida entre agentes estatais e atores do setor privado local. Loloum e Aledo (2018) afirmam que o “imaginário turístico” (Salazar & Graburn, 2014) atua como “utopias performativas” que levam a minimizar os riscos do mercado, impondo, assim, visões idealizadas sobre o futuro, de modo que fica demonstrado como a representação simbólica dos ambientes costeiros participa da estruturação do mercado.

Outro caso pertinente é o que ocorreu na Praia da Pipa, no Rio Grande do Norte. Loloum (2017), ao analisar a relação entre as antigas elites latifundiárias e os novos empreendimentos turísticos construídos na localidade, observa a ocorrência de um processo de reconversão da elite econômica daquela região. Os filhos de grandes agricultores ligados tradicionalmente à produção de cana-de-açúcar (Garcia Júnior, 1989) se inseriram em novos empreendimentos turísticos no litoral nordestino. Um fator de destaque em tal estudo refere-se à constatação de uma extensa rede de influência entre as elites e o Estado, que por vezes lhes proporcionam certas vantagens.

No que diz respeito ao processo de conformação de balneários marítimos na cidade de Florianópolis, Campos (1991) afirma que as localidades conhecidas hoje como Canasvieiras, Jurerê e Praia Brava têm suas origens ligadas à posse de terras comunais. Essas localidades passaram por transformações urbanísticas significativas, especialmente durante a primeira metade do século XX. O autor revela também que muitas das apropriações dessas terras ocorreram com o envolvimento de figurões da política institucional, que direcionaram, em certa medida, os rumos da urbanização da capital catarinense.

Lohn (2002) traça uma análise detalhada de como os processos de urbanização vinculados ao setor do turismo estão imbricados em disputas entre grupos dirigentes da política institucional. Entre os anos de 1950 e 1960, a indústria turística começou a ser vista como uma possibilidade efetiva de investimentos de capitais financeiros, influenciada por modelos de sucesso da Europa e dos Estados Unidos, assim como do Uruguai. Lohn observa que, de um lado, havia o grupo dirigente que propunha o caminho da industrialização e expansão portuária da capital catarinense. Em oposição a este, estava o grupo dirigente que advogava pela utilização da “vocação turística” enquanto único meio de transforma o capaz de trazer a modernidade para a tímida capital interiorana.

Assim, Lohn (2002) conclui que, no período estudado, havia uma rela o entre políticos e o mercado imobiliário que terminou direcionando investimentos para as áreas turísticas. Para o autor, o desenvolvimento urbanístico, somado ao alinhamento econ mico do mercado turístico, associa-se a uma moderniza o conservadora na capital catarinense. Isso porque, ao mesmo tempo, reforçava estruturas de poder existentes na cidade. Portanto, a moderniza o não se dava necessariamente em ruptura com o passado, mas como uma extensão dos interesses e do controle exercido por esses grupos dirigentes.   nesse contexto que germina o projeto de constru o da cidade balneária de Jurerê.

A ideia o do balneário foi precedida pela funda o de uma entidade privada com fins imobiliários, que providenciou o loteamento e a comercializa o dos terrenos para uso residencial. Entre os sócios da entidade estavam três agentes: o primeiro reconhecido no universo social local como ex-governador, deputado federal, advogado e também homem de negócios com uma série de empreendimentos locais e nacionais; o segundo

integrante, conhecido por seu trabalho como engenheiro civil; e o terceiro integrante atuava como advogado. Esses três atores partiram da ideia comum de fundar um empreendimento com “conforto idêntico aos grandes balneários do mundo”. Esse grupo entrou em contato com o arquiteto Oscar Niemeyer e o convidou para colaborar na projeção do loteamento e modelar um conjunto de infraestruturas urbanísticas.

Desde o período da projeção, o empreendimento foi amplamente divulgado nos meios de comunicação do sul do país. A propaganda enunciada carrega em si um ideal modernizante, tanto na perspectiva da técnica arquitetônica, lastreada pela figura de Niemeyer, como na conformação de um novo ambiente de socialização voltado para o lazer marítimo, seguindo as tendências europeias e norte-americanas da prática turística de sol e praia dos anos 1950 (Ertel, 2023).

Com o objetivo de aprofundar a compreensão da gênese do empreendimento, este artigo propõe analisar um conjunto de recursos de ordem material e simbólica, os quais foram mobilizados em torno da construção da cidade balneária de Jurerê. Para tanto, toma-se como fonte de dados o material jornalístico veiculado pelo jornal impresso O Estado, de Florianópolis, o maior e principal vetor de notícias de Santa Catarina durante o século XX, até a chegada do concorrente Diário Catarinense.

Uma sociologia dos mercados para evidenciar os recursos mobilizados na construção da cidade balneária de Jurerê

O processo socio-histórico que compõe a cidade balneária de Jurerê é concebido como parte essencial para a construção das interpretações sociológicas a serem delineadas. A análise feita tocará em frações das dimensões sociais e políticas da conformação daquele ambiente. A intenção é explorar um referencial teórico genuinamente sociológico que possa dar conta de compreender os fenômenos econômicos relacionados com as estruturas sociais, culturais e políticas.

Para isso, o estudo de Bourdieu (2006) sobre o mercado de casas próprias na França se mostra como alternativa robusta para vislumbrar a relação entre economia material e economia simbólica, considerando as múltiplas relações de poder contidas no cotidiano da vida social. O autor engendra

a possibilidade de demonstrar que o domicílio é, ao mesmo tempo, um bem material e um bem simbólico, porque expressa a característica de um patrimônio transmissível e afetivo, que exprime uma representação social engendrada, que não pode ser compreendida se desassociada do grupo social familiar.

Bourdieu, ao demonstrar as fragilidades da teoria econômica ortodoxa, sobretudo diante da forma como ela representa os agentes e suas ações, a forma como concebe as preferências ou necessidades, observa que aquilo que é comumente percebido pela ortodoxia econômica como elementos fixos, tais como oferta, demanda e mercado, são na verdade construções sociais, caracterizadas como artefatos históricos que requerem uma compreensão contextualizada e histórica para serem plenamente compreendidos. Assim, o sociólogo francês propõe uma reconfiguração na abordagem dos fenômenos econômicos, considerando-os indissociáveis do mundo social (Bourdieu, 2006).

Para tanto, há dois caminhos fundamentais a serem percorridos: i) de um lado, é necessário voltar-se para a gênese das disposições econômicas dos agentes, indicando, assim, a pertinência de uma apreensão dos marcadores sociais das propensões, gostos, necessidades, isto é, do sistemas de preferências; ii) de outro lado, o autor advoga que também é necessário conjurar a gênese do próprio campo econômico, ou seja, reconstruir a história do processo de diferenciação e de autonomização que estrutura este universo específico. Somente relacionando esses dois caminhos, para Bourdieu, é possível desnaturalizar os fenômenos econômicos e compreendê-los enquanto fração do social.

O resultado desta operação torna possível visualizar o mercado como uma construção social que engloba uma série de disputas entre agentes, em que a demanda e a oferta fazem parte desse processo, refutando assim, as concepções de que elas seriam concebidas como entidades puramente objetivas e independentes. A oferta e a demanda são resultantes de processos sociais e históricos que refletem as relações de poder, as hierarquias sociais e as dinâmicas culturais do presente (Bourdieu, 2005).

O mercado também é composto e possível de ser moldado por instituições e regras previamente estabelecidas, como leis, regulamentações governamentais, normas sociais e práticas comerciais que envolvem diferentes grupos sociais. Nas palavras do autor, é “um campo de ação

socialmente construído onde se afrontam agentes dotados de recursos diferentes” (Bourdieu, 2005, p. 33). Esses recursos dependem de uma escala de quantidade e qualidade, os capitais, como por exemplo, capital financeiro, capital cultural, capital tecnológico, capital jurídico, capital organizacional, capital comercial, capital social e capital simbólico.

Em função desses recursos, os agentes são capazes de elaborar estratégias e ações, considerando sempre os limites impostos pela estrutura no universo social. Nesse sentido, conforme Bourdieu (2005, p. 33-35), os fins das ações desenvolvidas pelas firmas e sua eficácia estão diretamente relacionados à sua posição no campo de forças, ou seja, à distribuição do capital sob suas diversas formas. Longe de atuarem em um espaço sem restrições, os agentes operam dentro de um conjunto de possibilidades que são determinadas pela posição que ocupam no campo.

É esse esquema topológico que caracteriza a teoria social bourdieusiana, de modo que o espaço social é concebido como um campo de posições tomado por forças que se interrelacionam, em que as posições se diferenciam entre si a partir de uma distribuição desigual de bens e recursos escassos, que podem ser os mais diversos, como, por exemplo, a posse financeira, títulos universitários, o poder político, o domínio tecnológico, a autoridade científica, a consagração social, o carisma religioso etc. Essa distribuição de recursos é dinâmica, variando conforme a movimentação dos agentes que ocupam diferentes posições em determinado espaço social. De modo pragmático, as ações no universo social são frequentemente colocadas em termos de disputas, mesmo em contextos em que o agente não tem consciência clara de que está envolvido em uma competição.

A filiação com a perspectiva topológica neste artigo possibilita revelar de modo refinado a relação entre recursos e disputas que envolvem o grupo dirigente à frente do empreendimento da cidade balneária de Jurerê. O movimento que relaciona a escala social com o individual é garantido através da concepção de que os espaços sociais são produtos de toda uma história coletiva e são sempre reproduzidos nas histórias individuais. Cada campo possui suas particularidades próprias. Os agentes, aqui, além de indivíduos, também podem ser empresas, cujas relações são definidas e posicionadas no espectro social pelo volume e estrutura de seus recursos específicos, determinando, assim, a estrutura do campo e o estado potencial das forças que exercem sobre o conjunto dos demais agentes/empresas (Bourdieu, 2005).

Portanto, espaço social é, antes de mais nada, um espaço relacional, em que as variações de volume, força e recursos condicionam e comandam o poder de ação e manutenção sobre o universo social. Com esse arcabouço teórico, é possível adentrar nos meandros das múltiplas dimensões de poder e de pressão que certas empresas/agentes exercem sobre os espaços sociais. De certo modo, tal perspectiva complexifica a compreensão dos fenômenos econômicos relacionados às estruturas sociais, afastando, assim, a ideia de agentes atomizados meros calculadores, articulados por simples interesse, deslocados de um processo histórico.

Como o recorte temporal do objeto empírico deste artigo está circunscrito à gênese do empreendimento do balneário de Jurerê, adotamos a estratégia de olhar para o processo de construção da legitimação desse ambiente enquanto um mercado. Para tanto, exploramos a construção da confiança e da credibilidade. Para Bourdieu, a confiança e a construção da credibilidade estão intimamente ligadas à ideia de capital simbólico, que “reside no controle de recursos simbólicos baseados no conhecimento e no reconhecimento, como a imagem da marca” (2005, p. 25). De modo mais geral, o autor argumenta que o poder simbólico desempenha um papel fundamental na construção da realidade social, estabelecendo uma ordem de percepção compartilhada que define a forma como o mundo é compreendido. Essa estruturação do sentido imediato do mundo depende de um conjunto de categorias cognitivas homogêneas, como as concepções de tempo, espaço e causalidade, que permitem a concordância entre os agentes sociais (Bourdieu, 1989).

Dessa forma, a confiança e a credibilidade associadas ao balneário de Jurerê não surgem apenas como atributos objetivos, mas são produzidas e legitimadas no interior de um campo onde determinados agentes detêm o poder de definir o que deve ser reconhecido como legítimo. Em termos bourdieusianos, a eficácia do poder simbólico reside justamente na capacidade de “fazer ver e fazer crer”, ou seja, de naturalizar a percepção de um espaço como legítimo e desejável. Esse processo se sustenta na relação entre os agentes dominantes e o público, em que a aceitação da autoridade de quem enuncia reforça a crença na validade do discurso proposto. Assim, a estruturação da ordem social não apenas define o que é confiável, mas também assegura que a credibilidade daqueles que promovem a legitimação do mercado imobiliário seja socialmente reconhecida e reproduzida (Bourdieu, 1989).

Do conjunto de possibilidades de transformações dos espaços sociais, é preciso dar uma atenção especial para aquelas que se vinculam às pressões exercidas de ordem externa, capazes de influenciarem na ordem interna, como é o caso da permeabilidade das interações entre espaços sociais específicos e Estado. No estudo sobre os domicílios franceses, Bourdieu (2006) observou um ponto-chave referente à participação do Estado em criar e regular a demanda do mercado de casas próprias. Ao demonstrar uma transição na ocupação dos espaços burocráticos estatais, o autor, mapeando esquemas culturais de um grupo específico, observou que a tomada de decisões pelo Estado convergia com as visões de mundo desse grupo. Em síntese, os jovens formados na Escola de Chicago que passaram a ocupar novos cargos entram em conflito e desbancam o discurso dos antigos burocratas filiados ao ideal de “bem-estar social”, alterando assim, as dinâmicas de fomento e regulação de domicílios via políticas estatais.

Bourdieu (2006) mostra que a tomada de posição dos Chicago Boys carrega consigo uma concepção modernizante atrelada a uma ficção matemática que, por sua vez, mais do que expressar números abstratos, dita novas regras de uma postura política. Nota-se que o Estado, por meio dos agentes que o compõem, tem participação fundamental na construção das demandas sociais e na conformação de mercados, seja pelos embates internos acerca das visões legítimas de mundo, com estímulos a estratégias culturalmente consagradas aos grupos dominantes, ou, ainda, regulando e reprimindo as possibilidades de inserção de atores marginais no jogo a ser disputado.

O Estado, nessa perspectiva, é uma entidade teológica, um metacampo em que os agentes dirigentes podem legitimar suas visões de mundo, principalmente pela apropriação e exercício do monopólio da violência simbólica legítima. O Estado, ao produzir e impor categorias de percepção e pensamento, estrutura a realidade social de maneira a refletir e perpetuar as relações de poder existentes na sociedade. Isso inclui a criação de uma ortodoxia, um consenso sobre o sentido do mundo, que fundamenta a integração tanto lógica quanto moral da sociedade, permitindo ao Estado cumprir suas funções de conservação social e manutenção das condições para a acumulação de capital. O Estado é um espaço social onde se administram os conflitos, mas de forma que se beneficiam os dominantes, servindo seus interesses econômicos e simbólicos ao mesmo tempo que se autopreservam (Bourdieu, 2014).

Procedimentos da pesquisa

Como mencionado anteriormente, o objetivo deste artigo é analisar como um conjunto de recursos, de ordem material e simbólica, foi mobilizado em torno da construção da cidade balneária de Jurerê. Como fonte de dados utilizamos textos publicados no jornal *O Estado*, de Florianópolis. Assim, em função de tal propósito, mobilizou-se a metodologia de análise de conteúdo pelo processo de fragmentação de significados através do referenciamento de unidade de registro temático (Bardin, 2011).

Antes de explicarmos a coleta e seleção dos dados, é fundamental apresentarmos três conceitos utilizados para garantir a sistematização rigorosa desse procedimento metodológico. São eles: leitura flutuante, unidade de registro e unidade de contexto.

A leitura flutuante consiste na primeira etapa do processo de análise de conteúdo. Trata-se de um exame inicial e exploratório do material coletado, sem um esquema rígido de categorização pré-definido. Seu objetivo é familiarizar o pesquisador com o *corpus* e identificar elementos recorrentes ou significativos que orientarão a construção das categorias analíticas.

A unidade de registro é o elemento básico a partir do qual as informações são categorizadas. No caso desta pesquisa, optou-se por um recorte semântico, ou seja, a unidade de registro foi definida a partir de temas recorrentes identificados no *corpus* documental. Isso significa que a análise não se restringe a palavras ou expressões específicas, mas busca compreender os sentidos construídos ao longo dos textos.

A unidade de contexto, por sua vez, refere-se ao segmento mais amplo da mensagem em que a unidade de registro está inserida. Conforme Bardin (2011, p. 137), a unidade de contexto possibilita uma interpretação mais precisa, garantindo que as categorias analíticas sejam aplicadas de maneira coerente. Nesta pesquisa, consideramos como unidade de contexto o parágrafo ou conjunto de sentenças que dão suporte à unidade de registro, fornecendo informações adicionais sobre o significado da ocorrência.

A coleta e filtragem dos dados ocorreram em duas etapas, de modo esquemático, intituladas de *E1* e *E2*.

A primeira etapa, *E1*, condiz com o levantamento de material jornalístico na plataforma Hemeroteca Digital Catarinense.¹ Para acessar os jornais em

¹ Disponível em: <http://hemeroteca.ciasc.sc.gov.br/>. Acesso em 20 de janeiro de 2024.

formato digital, foi preciso seguir para a aba “Pesquisar nos periódicos” e lá selecionar o jornal *O Estado*, de Florianópolis. No momento da pesquisa, em janeiro de 2024, estavam disponíveis para consulta 18.132 edições do jornal, entre os anos de 1915 até 1975, o que representa um total de 127.330 páginas.

Considerando o montante, optou-se por realizar buscas através de palavras-chaves dentro da janela que contém somente publicações do jornal *O Estado*. Condizentes com o interesse da pesquisa, as palavras-chave são: i) “Praia do Forte” (273 ocorrências), que corresponde ao nome da praia onde acontece a conformação do empreendimento; ii) “Imobiliária Jurerê” (43 ocorrências), condizente com a empresa responsável pelo loteamento e comercialização da área. Observou-se que apenas a palavra-chave “Praia do Forte” é suficiente para esgotar o escopo da busca, pelo fato de todo material selecionado anunciar o nome da localidade e todo o material que consta na busca “Imobiliária Jurerê” estar contido em “Praia do Forte”.

Como forma de filtrar os 316 documentos encontrados pelas palavras-chave em *E1*, prosseguiu-se para a segunda etapa de filtragem. Em *E2*, através da técnica de “leitura flutuante”, foi selecionado um quadro de textos que apresentam relação direta com o processo de divulgação, planejamento e construção da cidade balneária de Jurerê. Chegou-se, dessa maneira, ao *corpus* da pesquisa com 17 textos.² Após a seleção do *corpus*, a etapa seguinte consistiu na codificação dos textos com base nas unidades de registro pré-estabelecidas em função do referencial sociológico adotado. São elas:

- a. Recursos econômicos: refere-se aos recursos financeiros e formas materiais que são controladas ou atribuídas a um indivíduo ou grupo;
- b. Recursos de rede de sociabilidade: refere-se aos recursos que estão enraizados nas relações sociais de um indivíduo ou grupo. Esta unidade abrange os laços sociais, as redes de interação e os padrões de confiança e reciprocidade;
- c. Recursos políticos: refere-se ao conjunto de recursos que os agentes sociais possuem e podem mobilizar para obter influência e poder através da política institucional;

² Os textos podem ser conferidos no site da Hemeroteca de Santa Catarina pelas seguintes edições e páginas: Edição: 12988 p. 09; Edição: 13003 p. 12; Edição: 13004 p. 12; Edição: 13005 p. 12; Edição: 13008 p. 12; Edição: 13020 p. 02; Edição: 13023 p. 02; Edição: 13025 p. 02; Edição: 13036 p. 12; Edição: 13037 p. 02; Edição: 13038 p. 12; Edição: 13050 p. 02; Edição: 13050 p. 12; Edição: 13179 p. 03; Edição: 13179 p. 12; Edição: 13271 p. 12; Edição: 13429 p. 01.

- d. Recursos técnicos: refere-se ao conjunto de recursos relacionados ao domínio e à capacidade de mobilizar técnicas em função da intervenção na natureza.

A partir dessa etapa, emergiram as categorias analíticas resultantes da identificação recorrente dos padrões temáticos do material coletado, elencados no Quadro 1.

Quadro 1. Codificação

Unidade de registro	Categorias
a- Recursos Econômicos	1 - Figurões de negócios
	2 - Montante financeiro
	3 - Benefício econômico
b - Recursos de rede de sociabilidade	4 - Aval de credibilidade
c - Recursos políticos	5 - Associação do empreendimento com o poder público
	6 - Figurão político
d - Recursos Técnicos	7 - Planejamento Urbanístico
	8 - Confecção e manutenção de acesso
	9 - Instalação de rede elétrica

Fonte: elaborado pelos autores.

No que se refere às unidades de contexto, foi destacado do texto o parágrafo ou conjunto de sentenças adjacentes às unidades de registro, garantindo uma interpretação precisa e contextualizada. Isso permitiu entender o sentido atribuído aos recursos mobilizados no processo analisado.

Com base na codificação estabelecida, cada ocorrência das categorias emergentes foi analisada levando-se em consideração as unidades de contexto. Essa estratégia garantiu que a frequência das categorias não refletisse apenas uma contagem quantitativa das referências, mas fosse sobretudo fundamentada pelo significado qualitativo atribuído aos recursos mobilizados no discurso jornalístico. O processo interpretativo ocorreu por meio da articulação entre esses contextos específicos e o referencial teórico sociológico, permitindo realizar inferências sobre o conjunto de agenciamentos empregados no empreendimento de Jurerê. Assim, foi

possível demonstrar como os discursos analisados contribuíram simbólica e materialmente para construir a legitimidade do empreendimento como um espaço marcado pela exclusividade social.

Porém, é importante reconhecer algumas limitações inerentes à análise realizada. Por exemplo, no que se refere ao jornal *O Estado*, ele pertencia a um dos agentes envolvidos no empreendimento de Jurerê, o que pode ter influenciado a forma como os eventos foram noticiados, conferindo viés editorial ao material. Ainda assim, sua relevância é pertinente pelo fato de ser o maior jornal de Santa Catarina na época central da investigação. Além disso, apesar de termos executado uma varredura minuciosa na Hemeroteca Digital Catarinense, a análise se restringe ao material disponível na plataforma. Caso edições do jornal tenham sido perdidas, danificadas ou não digitalizadas, é possível que existam lacunas na documentação.

Interesses e recursos: a confiança e credibilidade por trás do “moderno balneário”

Diante da realidade social do início do século XX, os primeiros usos da faixa de areia associáveis ao lazer marítimo ocorreram na antiga Praia de Fora (Ferreira, 1994). Antiga, porque hoje a localidade não é mais um espaço de balneabilidade, principalmente pela modificação da costa em virtude dos processos de aterramento e igualmente pela insalubridade da água marinha adjacente à região central de Florianópolis. Mais tarde, durante a década de 1930, outras praias foram sendo adaptadas para a prática do banho de mar, como é o caso de Canasvieiras e a Ponta do Leal.

A praia da Ponta do Leal foi ocupada a partir da apropriação privada de uma grande área chamada de “Pasto do Gado”. A articulação do empreendimento se deu pela fundação da Sociedade Imobiliária Catarinense Ltda. Entre os sócios fundadores estava um consagrado político de carreira estadual e outro político de carreira municipal. Essa localidade tornou-se, no final da década de 1930, o balneário preferido da alta sociedade florianopolitana buscando lazer e recreação à beira do mar. Vários figurões do cenário político catarinense possuíam casas de veraneio e as frequentavam assiduamente durante a alta temporada (Ferreira, 1994). Aqui vale um destaque: o termo “figurões”, utilizado neste artigo, refere-se a agentes

sociais que ocupam posições destacadas nos campos político, econômico ou simbólico local, exercendo considerável influência na tomada de decisões e no direcionamento das práticas urbanísticas e imobiliárias em Florianópolis. Essas figuras são detentoras de capital econômico significativo, redes sólidas de relações sociais (capital social), além de legitimidade e reconhecimento social (capital simbólico), o que Bourdieu nomeia como agentes eficientes. No que diz respeito à localidade de Jurerê, desde os primeiros agenciamentos no início de 1957, o grupo promotor do empreendimento articulou uma série de ações concretas, como a demarcação e o loteamento dos terrenos, transformando o antigo vilarejo de pescadores em um bairro estruturado especificamente para a prática do veraneio. Pode-se observar atualmente que o local demarca um estilo de vida, caracterizado pela posse de bens materiais e pelas experiências de consumo, que se diferenciam através da fruição de domicílios luxuosos e possibilidades de inserção em clubes, festas e uma série de ambientes demarcadores de *status*. Evidencia-se que naquele espaço há um forte apelo à exclusividade, cuja barreira de participação é determinada pelo alto valor dos imóveis e pelos preços elevados das experiências comercializadas no entorno (Ertel, 2023).

Ao direcionar o olhar para o universo social do empreendimento iniciado há 67 anos, é possível observar que a intenção de construir a cidade balneária de Jurerê vinculava-se a um ideário de progresso, atribuído sobretudo às possibilidades do turismo local. Para tanto, o empreendimento foi lastreado por uma rede de relações entre agentes socialmente situados, os quais, ao mesmo tempo, possuíam influência dentro da política institucional e eram considerados como “homens de negócios”. O fato é que tal grupo usou o maior jornal de Santa Catarina, *O Estado*, como veículo de propagação do “moderno balneário” que traria “inegáveis benefícios sociais, econômicos e financeiros” para Florianópolis.

O primeiro ponto essencial a ser evidenciado antes de expandir a análise dos dados coletados é o fato de que, desde os anos 1940, o jornal *O Estado* era de propriedade de um dos agentes que compunham o empreendimento de Jurerê. Esse mesmo agente igualmente possui em sua trajetória a ocupação de cargos políticos temporários, como três legislaturas federais enquanto deputado, uma legislatura estadual, também enquanto deputado, e o título de ex-governador do estado de Santa Catarina, tudo isso antes da fundação da Imobiliária Jurerê Ltda.

Figura 1. Fragmento de veiculação jornalística

Florianópolis Quer Ser a ILHA DE CAPRI da América do Sul

ENTUSIASMA SANTA CATARINA O PROJETO DA PRAIA DO FORTE CONFIADO A OSCAR NIEMEYER

Afirma o Prefeito de Florianópolis:

"Um dos lugares mais bonitos do mundo, entregue à perícia do grande Niemeyer" — Êxito certo e valorização extraordinária — Aderbal Ramos entre os promotores da iniciativa — a Prefeitura considera sua obrigação colaborar na realização do moderno balneário — O dr. Osmar Cunha, prefeito da capital catarinense, vibrando de entusiasmo concita seu povo a apoiar a iniciativa — Situada a poucos minutos da capital, a Praia do Forte.

Teve grande repercussão, em todo o sul do país, a notícia de que a Praia do Forte, situada a poucos minutos de Florianópolis, capital de Santa Catarina, se transformará num dos mais belos centros turísticos brasileiros, graças ao tratamento urbanístico que lhe

será dispensado por Oscar Niemeyer, especialmente procurado pela Imobiliária Jurerê para ali implantar uma praia moderna dotada de todo o conforto.

Exultante com a iniciativa, que tão significativamente favorecerá sua cidade, o dr. Osmar Cunha, prefeito de Florianópolis, prestou-nos, a propósito, as seguintes declarações:

O Estado

Florianópolis, Domingo, 17 de Março de 1957

Fonte: *O Estado*, 17 de março de 1957.

Esse fato implica que, durante 30 anos, o maior jornal de Santa Catarina, *O Estado*, serviu aos propósitos político-partidários do Partido Social Democrata (PSD) e da Aliança Renovadora Nacional (ARENA) (Buddle, 2013, p. 25). É pertinente ressaltar que, dentro do *corpus* da pesquisa, não está presente qualquer material explicitamente publicitário sobre o balneário de Jurerê, mas isso não significa que o conteúdo veiculado pelo jornal – seja por meio de suas colunas, como é o caso do quadro “Agora Capital”, ou através de notícias e informativos – não carregue em si um tom de promoção. Sendo assim, o material não pode ser desassociado dos interesses promocionais do proprietário do jornal ou daquilo que Bourdieu (2006) nomeia os efeitos poéticos da propaganda, os quais capturam a atenção e o imaginário do público consumidor.

A análise do conteúdo revela que está presente na veiculação jornalística o suposto sucesso do empreendimento atrelado à *expertise* de Oscar Niemeyer, que fora responsável por realizar o projeto urbanístico, a modelagem arquitetônica de um restaurante e um luxuoso hotel. Mesmo que Niemeyer ainda não tivesse iniciado o projeto de Brasília, ele já usufruía de reconhecimento nacional e internacional enquanto expoente das técnicas

modernistas atreladas ao universo urbanístico. O arquiteto naquela época já havia participado da projeção da sede da ONU, em Nova York, e de outras tantas obras no território nacional, como a do Ministério da Educação e Saúde no Rio de Janeiro (Teixeira & Adams, 2007).

O convite feito a Niemeyer para prestar seus serviços à Imobiliária Jurerê Ltda. se deu através da rede de sociabilidade de que os promotores dispunham. Em entrevista dada para uma emissora televisiva, a filha do agente engenheiro civil, que também é sobrinha do sócio que era advogado, afirma que seu tio possuía grande amizade e afinidade com Niemeyer, possibilitando contato para a projeção do empreendimento (Conexão ND, 2021).

A análise do *corpus* da pesquisa permitiu observar que todas as matérias veiculadas sobre o empreendimento mencionam o nome de Niemeyer. No entanto, segundo Martins (2004, p. 222-223), os projetos e documentos anexados ao poder público, referentes tanto ao empreendimento quanto ao restaurante construído no local, foram assinados por um dos sócios envolvidos – o qual detinha o título de engenheiro civil –, e não por Niemeyer, como havia sido anunciado nos jornais. No caso específico do hotel de luxo, a Imobiliária Jurerê possuía apenas uma representação em maquete, que nunca chegou a ser concretizada. Observa-se, portanto, que, apesar de Niemeyer não ter formalmente assinado os projetos, sua presença na localidade foi mobilizada na divulgação do empreendimento e assim influenciou o imaginário social regional, consagrando-o publicamente como o responsável pela projeção urbanística do loteamento, mesmo que isso não tenha acontecido de fato.

Além de Niemeyer, o material coletado revela que outras figuras influentes do cenário social local também manifestaram sua confiança na prosperidade e relevância do empreendimento, como, por exemplo, o prefeito de Florianópolis na época e o presidente da Federação do Comércio do estado. A manifestação pública de confiança dessas figuras evidencia, em grande medida, o capital social atrelado tanto ao empreendimento quanto aos seus agentes promotores. Capital social é entendido aqui como o conjunto de recursos, atuais ou potenciais, associados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas, baseadas no conhecimento e reconhecimento mútuo (Bourdieu, 1989).

Nesse contexto específico da gênese da cidade balneária de Jurerê, o apoio do prefeito e do presidente da Federação do Comércio não apenas reflete uma

confiança na viabilidade do projeto, mas também atua como um endosso que pode facilitar a mobilização de recursos, facilitar acordos e legitimar o empreendimento perante a comunidade e potenciais investidores.

Conforme é possível visualizar no Quadro 2, os recursos mais explicitados pela narrativa jornalística são de ordem técnica, com presença em todas as edições analisadas; e, em segundo lugar, aparece a enunciação de recursos de ordem econômica, presente em 58,82% das edições.

Quadro 2. Presença de unidade de registro no *corpus* da pesquisa

Unidade de registro	Frequência	Percentual
a- Recursos Econômicos	10	58,82
b - Recursos de rede de sociabilidade	3	17,65
c - Recursos políticos	6	35,29
d - Recursos Técnicos	17	100,00
Total de edições	17	100,00

Fonte: elaborado pelos autores.

Quando analisamos a ocorrência do item “recursos técnicos”, observa-se que a mobilização do planejamento urbano serviu como recurso concreto e, ao mesmo tempo, simbólico: concreto pelo fato de Niemeyer orquestrar as modificações feitas em plano físico, modificando a natureza; simbólico pelo fato de o arquiteto dispor de alto índice de reconhecimento em obras modernizantes. Somando isso ao contexto da capital catarinense, num momento de disputa sobre os rumos a serem tomados para o desenvolvimento da pequena Florianópolis, os agentes promotores do empreendimento anunciavam sua associação junto da legitimidade de Niemeyer, para “fazer ver e fazer crer” na possibilidade de sucesso da cidade balneária de Jurerê e, também, como possibilidade de o empreendimento ser o vetor de modernidade que se esperava para a ilha.

A construção de confiança e credibilidade é um elemento fundamental no empreendimento, visto que são elementos construídos socialmente por meio das interações entre os agentes econômicos e as instituições do mercado. Bourdieu (2005) argumenta que a confiança e a credibilidade não são apenas resultantes das transações econômicas, mas sim resultados de relações sociais e práticas culturais pré-estabelecidas, pois os agentes constroem a confiança uns nos outros com base em suas experiências

passadas, nas reputações estabelecidas e nas normas sociais que lastreiam as demais instâncias do mundo social.

É interessante observar não só o que foi explicitado pelo jornal, mas também aquilo que não foi dito. Em nenhuma fração do *corpus* da pesquisa foram encontradas enunciações de quais técnicas seriam empregadas no planejamento urbanístico da localidade. Isso indica que toda a ideia de modernização estava lastreada pela confiança e credibilidade da figura de Niemeyer. Somando a reputação do arquiteto ao contexto de vivência dos grupos dirigentes, ambiente em que suas visões de mundo anunciavam o turismo como único vetor possível para o desenvolvimento local, permitenos observar que a credibilidade no empreendimento possui sólidas raízes na estrutura social da época.

No que diz respeito às demais infraestruturas locais, só há menções ao processo de instalação da rede elétrica e de confecção de estrada de acesso, essa última, muitas vezes anunciada como obrigação a ser executada pelo poder público.

Retomando a explicitação de apoio ao empreendimento por figuras políticas, observa-se que o endosso dessas figuras visa não apenas a possibilidade de prosperidade econômica, como também a possibilidade de fortalecimento de redes de poder e influência, sobretudo para a superação de obstáculos regulatórios: a obtenção de aprovações e licenças e o acesso a recursos de infraestrutura pública, como é o caso da energia elétrica e o acesso por estradas. É pertinente mencionar que, quando concluídas essas obras infraestruturais, a veiculação jornalística atribuiu o mérito exclusivo à iniciativa da empresa promotora do empreendimento, deixando em segundo plano a participação do Estado.

Passando agora para outros recursos, conforme se pode observar no Quadro 3, foi possível mapear três categorias que se referem aos recursos financeiros e formas materiais que foram controladas ou atribuídas ao empreendimento. Observa-se no material a enunciação explícita de benefícios econômicos aos eventuais associados ao negócio. O acesso a esse mercado é dado pelo ato de compra de cota de participação, correspondente ao valor de Cr\$ 20.000,00. A título de comparação, o valor de um salário-mínimo em 1959 era de Cr\$6.000,00 mensais (Este, 2005). Tendo em vista que as condutas de maximização de lucro individual são anunciadas publicamente no modelo de negócio, os promotores anunciavam que a cada

compra de cinco cotas de participação era dada a possibilidade de trocá-las por um terreno apto à construção na localidade. Em valores da época, isso correspondia a aproximadamente 17 salários-mínimos. Hoje, na localidade, os lotes de 600m² são vendidos em média por 2.858 salários-mínimos (piso nacional), o que corresponde a uma hipervalorização do empreendimento.

Quadro 3. Presença das categorias no *corpus* da pesquisa

Unidade de registro	Categorias	Frequência	Percentual
a - Recursos Econômicos	1 - Figurões de negócios	6,00	11,76
	2 - Montante financeiro	4,00	7,84
	3 - Benefício econômico	6,00	11,76
b - Recursos de rede de sociabilidade	4 - Aval de credibilidade	3,00	5,88
c - Recursos políticos	5 - Associação do empreendimento com o poder público	4,00	7,84
	6 - Figurão político	5,00	9,80
d - Recursos Técnicos	7 - Planejamento Urbanístico	17,00	33,33
	8 - Confecção e manutenção de acesso	3,00	5,88
	9 - Instalação de rede elétrica	3,00	5,88
	Total de prensa de categorias	51,00	100,00

Fonte: elaborado pelos autores.

O lastro de confiança e credibilidade do empreendimento foi atribuído igualmente através da figura do “homem de negócios”, correspondente ao proprietário que possuía o título de ex-governador e que, de fato, também era um dos maiores empresários de Santa Catarina. Somado a isso, possuía íntimas relações contínuas com a política institucional. Nota-se que o agente exerceu grande poder e pressão sobre o espaço social da época, quando seus interesses – que não eram só seus, mas de um grupo social – foram postos em marcha. De um lado, seu nome à frente do empreendimento referenda a garantia de rentabilidade individual, de outro, enquanto figura política, seu respaldo é associado aos possíveis benefícios para a economia municipal e estadual.

Conforme se pode observar a partir do título das duas primeiras reportagens, elas correspondem a uma veiculação de interesses de parte dos círculos

sociais e financeiros do estado, visto que a criação do “moderno balneário de Florianópolis” se justificou pela modernização e benefício econômico do estado. Ficou a cargo do “[ex-governador] explicar os objetivos da Praia do Forte: Santa Catarina procura criar condições para o turismo”. Evidencia-se, portanto, que há um encadeamento do agente com o *status* de figurão de negócios associado à figura política, o que reverbera sobre o agenciamento de grande volume de poder simbólico sobre aquele mercado.

Como demonstrado por Lohn (2002), a criação da vocação “natural” de Florianópolis para o turismo se deu através de um processo de construção histórica e política, que impactou diretamente a configuração urbana. O turismo enquanto alternativa para a aceleração das transformações econômicas da capital se mostrou atrelado a esse grupo social, que disputou e ocupou os mais altos escalões da política institucional. Nas palavras do autor,

Os investimentos públicos e as decisões estratégicas foram efetivados segundo os preceitos de uma determinada forma de agir sobre o urbano, de modo a fazê-lo assumir as características de dinamismo e progresso. Os grupos que comandaram o processo não foram modestos em seus planos e é possível encontrar diversos momentos em que todo o futuro da cidade veio a ser projetado na dependência dos interesses de realização de riquezas imobiliárias que encontravam no turismo e na abertura de loteamentos nas praias uma oportunidade para expansão (Lohn, 2022, p. 18).

Assim, os projetos, os planos econômicos e urbanísticos revelavam que a política institucional convergiu com os interesses do empreendimento, privilegiando atender diretamente as demandas e projetos de vida das camadas altas e médias. Além disso, a convergência do grupo empreendedor do balneário com os interesses do estado fica evidente, não é obra do acaso; ao contrário, é fruto das lutas pelo poder assentadas em recursos imanentes de capital simbólico, refletindo e reforçando as hierarquias e desigualdades sociais existentes no contexto local.

Observa-se que o grupo promotor do empreendimento em Jurerê articulou uma série de ações e mobilizou recursos variados, capazes de transformar significativamente tanto o espaço físico quanto a imagem e representação sobre localidade. Este processo se deu lastreado pela visão de progresso e modernização atribuída ao turismo, em que o grupo dirigente atuou diretamente na construção da confiança e credibilidade no

empreendimento. Tais confiança e credibilidade tomaram corpo através de redes de sociabilidade e por respaldo político, dado pelas associações de figuras de reconhecimento local e nacional, como é o caso da intervenção de Oscar Niemeyer. Isso não apenas facilitou a viabilidade para iniciar o empreendimento, mas também reforçou ao longo dos anos a percepção de Jurerê como um espaço de exclusividade e luxo.

Considerações finais

Este artigo pretendeu analisar sociologicamente uma fração do processo de elitização da praia de Jurerê através da análise de sua sociogênese. Assim, conforme observado nas 17 notícias do maior jornal de Santa Catarina no período estudado, pode-se observar que, a partir do início do século XX, foi creditado ao turismo o papel de aceleração das transformações econômicas da capital catarinense. A ocupação privada das Terras do Caldeirão em função da construção do balneário Jurerê se mostra como um vetor desse processo. Para tanto, as inferências trazidas a partir da análise de conteúdo evidenciaram que o grupo promotor do empreendimento articulou uma série de recursos, de ordem material e simbólica, de competência de redes de sociabilidade e financeira, elementos os quais convergem, não por acaso, com interesses e recursos de ordem do campo da política institucional.

O olhar direcionado à veiculação jornalística sobre o empreendimento de Jurerê nos permitiu compreender, em parte, o papel desempenhado pelo jornal *O Estado* na produção e legitimação da realidade social da época. Nesse sentido, o conjunto de notícias analisadas não apenas descreve a realidade, mas revela como ela é construída, classificada e hierarquizada, sobretudo por meio da repetição e da seleção de fatos, enfatizando ou omitindo determinados temas. Além disso, possibilita entender, com maior profundidade, quais grupos sociais detêm poder para pautar certos assuntos.

Podemos identificar, portanto, que a reverberação da ideia de “vocação” turística local se mostra alinhada com o ideal de modernização conservadora desta capital, de forma que representou uma extensão dos interesses e das disputas entre grupos sociais que galgam posições no campo político local. Tais agentes, em certa medida, disputaram e foram bem-sucedidos em direcionar os rumos da urbanização e do mercado imobiliário de frente para o mar. O processo

de construção da confiança e credibilidade no empreendimento da cidade balneária de Jurerê se mostra intrinsecamente ligada ao contexto de disputas e hierarquização inscritas na cena social da época.

Referências

- Bardin, Laurence. (2011). *Análise de conteúdo*. Edições 70.
- Beni, Mario Carlos. (2006). *Política e planejamento de turismo no Brasil*. Aleph.
- Bruno, Isabelle & Salle, Gregory. (2018). Before long there will be nothing but billionaires! The power of elites over space on the Saint-Tropez peninsula. *Socio-Economic Review*, 16(2), 435-458. <https://doi.org/10.1093/ser/mwy016>
- Bourdieu, Pierre. (2014). *Sobre o Estado: Cursos no College de France (1989-1992)*. Cia das Letras.
- Bordieu, Pierre. (2012). Efeitos do Lugar. In P. Bourdieu (org.), *A Miséria do Mundo* (pp. 157-166). Editora Vozes.
- Bourdieu, Pierre. (2006). *As estruturas sociais da economia*. Campo das Letras.
- Bourdieu, Pierre. (2005). O campo econômico. *Política e Sociedade*, 4(6), 15-57. <https://doi.org/10.5007/%25x>
- Bourdieu, Pierre. (1989). *O poder simbólico*. Editora Bertrand Brasil S.A.
- Buddle, Leani. (2013). *Jornadas Impresas: O Estado de Florianópolis - 1985 a 2009*. (Tese de Doutorado em Interdisciplinar em Ciências Humanas). Universidade Federal de Santa Catarina.
- Campos, Nazareno José de. (1991). *Terras comunais na Ilha de Santa Catarina*. Editora da UFSC/Fundação Catarinense de Cultura Edições.
- Comunello, Felipe José. (2014). *Em busca do frio: o turismo na região serrana de Santa Catarina* [Tese de Doutorado em Antropologia Social]. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Conexão ND. (2021, 11 fev.). Entrevista com empresária Leninha Petry conta história de Jurerê Internacional em novo livro. *Record News Santa Catarina*. <https://www.youtube.com/watch?v=ReAYC1pSCfo>
- Corbin, Alain. (1989). *O território do vazio: a praia e o imaginário ocidental*. Companhia das Letras.
- Emmendoerfer, Luana et al. (2020). *Intenção de Viagens a Santa Catarina - Contexto Pandemia Covid-19* [Relatório]. Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina – SANTUR/Diretoria de Estudos e Inovação.
- Ertel, Varlei Rui. (2023). *A gênese de Jurerê: o processo de conformação de um balneário turístico e residencial elitizado*. Dissertação [Mestrado em Sociologia e Ciência Política]. Universidade Federal de Santa Catarina.

- Este, Maria das Graças M. (org.). (2005). *Salário-mínimo: uma história de luta*. Secretaria Especial de Editoração e Publicações – SEEP.
- Ferreira, Luiz Sergio. (1994). *O banho de mar na Ilha de Santa Catarina (1900-1970)* [Dissertação de Mestrado em História]. Universidade Federal de Santa Catarina.
- Garcia Júnior, Afrânio Raul. (1989). *O Sul: caminho do roçado. Estratégias de reprodução camponesa e transformação social*. Editora Marco Zero.
- Lohn, Reinaldo Lindolfo. (2002). *Pontes para o futuro: relações de poder e cultura urbana Florianópolis, 1950 a 1970* [Tese de Doutorado em História]. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Loloum, Tristan. (2017). Derrière la plage, les plantations : Touristification du littoral et recomposition des élites dans le Nordeste brésilien. *Actes de la recherche en sciences sociales*, 218, 46-63. <https://doi.org/10.3917/arss.218.0046>
- Loloum, Tristan & Aledo, Antonio. (2018). La fabrique d'un boom immobilier-touristique : Tourisme et spéculation dans le Nordeste brésilien (2000-2010). *Norois*, 247, 15-30. <https://doi.org/10.4000/norois.6439>
- Martins, Paulo Edi R. (2004). *Patrones arquitectónicos y urbanísticos del turismo en Florianópolis* [Tese de Doutorado em Arquitetura]. Universitat Politècnica de Catalunya.
- Netto, Michel Nicolau & Miraldi, Juliana Closel. (2017). Turismo de luxo: a produção do destino e a denegação do social. *Revista Pós Ciências Sociais*, 14(28), 191-218. <https://doi.org/10.18764/2236-9473.v14n28p191-218>
- ONU. (2020). *Latest Ocean Data. The UN ocean conference*. <https://www.un.org/en/conferences/ocean2022/facts-figures>
- PNAD. (2021) *Tabela 8462 – Viagens por motivo de lazer realizadas pelos moradores dos domicílios no período de referência dos últimos três meses, por tipo de lazer*. Recuperado de <https://sidra.ibge.gov.br/tabela/8462>
- Portuguez, Anderson P & Alves, Vanda Aparecida da S. (2013). O crescimento da classe média interiorana do Brasil e seus impactos sobre o turismo interno. *Observatorio de la Economía Latinoamericana*, 189.
- Salazar, Noel B. & Grabunr, Nelson H. H. (org.). (2014). *Tourism Imaginaries*. Berghahn Books.
- Sartore, Marina. (2019). Bares pé-na-areia e a farofada na praia: uma análise Durkheimiana das distinções público/ gratuito-privado/pago no litoral de Aracaju-SE. *Revista Pós Ciências Sociais*, 16(32), 219-238. <https://doi.org/10.18764/2236-9473.v16n32p219-238>

- Sartore, Marina & Coffey, Brian. (2019). Markets on the edge: Beach kiosk TripAdvisor consumer online reviews as dataset to compare Australian and Brazilian beachfront collective representations. *Política & Sociedade*, 18(43), 77-107. <https://doi.org/10.5007/2175-7984.2019v18n43p77>
- Teixeira, Luiz Eduardo & Adans, Betina. (2007). *Ecos de Brasília: Loteamento da “Praia do Forte” Florianópolis/ilha de Santa Catarina/Brasil* [Artigo apresentado em congresso]. VII Seminário Docomomo Brasil, Porto Alegre. Recuperado de: http://www.pmf.sc.gov.br/arquivos/arquivos/pdf/18_06_2015_18.00.16.79fec1922e62e89e883f9c831dd7af2a.pdf
- Urry, John. (1996). *O olhar do turista: lazer e viagem na sociedade contemporânea*. Studio Nobel.

Recebido: 1º mar. 2024.
Aceito: 23 abr. 2025.



Licenciado sob uma [Licença Creative Commons Attribution 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)