



VI Simpósio Nacional de HISTÓRIA CULTURAL

Escritas da História: Ver - Sentir - Narrar

A CIDADE, O TURISMO E AS MULHERES –REPRESENTAÇÕES CONTEMPORÂNEAS

Marlene de Fáveri*

1

O projeto vem investigando o mercado de sexo em Florianópolis,¹ observando territórios deste mercado, relações de trabalho, estratégias de utilização das mídias, produção de masculinidades, e como as representações naturalizam imagens femininas, cujos resultados já foram publicados em parte numa coletânea² e anais de eventos,³ e vem sendo ampliado à medida que as fontes vão abrindo leques de observação. Nesta fala, enfoco imagens de mulheres que aparecem em diferentes mídias da imprensa escrita e eletrônica, e como estas imagens são utilizadas na promoção turística da cidade, isto na última década ou no século XXI. As análises destas fontes contribuem para reflexões acerca das relações de gênero/construções culturais imbricadas a relações de poder, visto que as mídias são produtoras de sentidos.

* Professora do Departamento e Programa de Pós-Graduação em História da Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC

¹ Projeto *Mercado do sexo em Florianópolis: territórios, clientes e mídias no Tempo Presente*, PIC/UDESC – 2010-2013. Alunas bolsistas: Bruna Silveira Viana, Kamila Silva (PIC); Alessandra Ramos, Milene Chagas de Souza e Larissa Vefago Dalmolin (PIVIC), a quem agradeço a contribuição.

² FÁVERI, Marlene de. *As piriguetes de Floripa: práticas contemporâneas de propagandas de sexo pago*. In: FÁVERI, Marlene de PEDRO, Joana Maria; SILVA, Janine Gomes da (org.). *Prostituição em áreas urbanas: histórias do Tempo Presente*. Florianópolis: Editora UDESC, 2010.

³ <http://www.seminariotempopresente.faed.udesc.br/index.php?id=25>

Florianópolis, hoje com aproximadamente 400 mil habitantes, é a capital de um Estado conhecido por sua população majoritariamente branca, fruto de um processo migratório para o sul do Brasil em meados século XIX, com uma produção discursiva e historiográfica que, por bom tempo, privilegiou grupos de empreendedores e imigrantes, tornando invisíveis outros grupos étnicos. A cidade tem no turismo sua maior fonte de renda, cujo potencial é comumente associado a suas qualidades geográficas de beira-mar com praias de belezas naturais, discursos que tiveram início a partir da década de 1960 e vem sendo cada vez mais enfatizados tanto pela especulação imobiliária quanto pelos empreendimentos comerciais e turísticos, privados ou públicos. Lembro que em 1960 foi criada a Universidade Federal de Santa Catarina; em 1963, criada a Faculdade de Educação que daria início a Universidade do Estado de Santa Catarina; e, na década seguinte, aconteceu a chegada da Eletrosul e construção da BR 101, e com isso se intensificando a procura por moradia, estudo e trabalho na cidade. Nas décadas de 1960 e 1970, com o crescimento da cidade e os investimentos na reurbanização e limpeza do centro com vistas ao turismo, as prostitutas foram retiradas dos cabarés, bares e casas noturnas e “depositadas” na Vila Palmira,⁴ na parte continental e na época pouco habitada.⁵

Esse processo, aliado as transformações e a especulação imobiliária, fez aparecer um discurso de supervalorização das belezas naturais da Ilha que veio afirmando a capital do Estado catarinense como polo turístico, cujos investimentos confluíram para a divulgação de um paraíso intitulado de “ilha da magia”. A imprensa tem reproduzido este discurso, e uma das formas na divulgação turística foi associar as belezas naturais a belas mulheres nativas, sempre brancas e sorridentes. No jornal *Diário Catarinense*, edição de 06 de janeiro de 2001, por exemplo, aparece uma chamada aparentemente singela, onde diz que Florianópolis é um lugar onde “as garotas são bonitas e sorriem pra você”, revelando que o sorriso e a beleza são atrativos que, se evidenciam feminilidade, também enunciam a possibilidade de encontrar estas garotas disponíveis na Ilha. O colunista em foco, Cacau Meneses, é filho de reconhecido jornalista e político local, cuja projeção ajudou a dar visibilidade ao filho, que hoje é conhecido e

⁴ FERRARI, Maryana Cunha. *Vila Palmira: prostituição e memória na grande Florianópolis*, nas décadas de 1960 a 1980. Florianópolis, 2008. Dissertação (Mestrado em História). UFSC

⁵ Hoje é Barreiros, São José, município da Grande Florianópolis, totalmente urbanizado. A Vila foi desativada 10 anos depois, por pressões da Igreja e moradores.

reconhecido na imprensa local e regional, e tem, portanto, voz reconhecida e autorizada – além de assinar esta coluna, ele está no horário nobre do almoço com sua crônica, no radiojornalismo, e produziu um blog que leva seu nome,⁵ evidenciando sua inserção nas mídias local e regional. Na coluna citada, sobressaem os eventos promovidos na cidade, com destaque para os mais elitizados e praias frequentadas por turistas com maior poder aquisitivo, o que o torna porta voz de uma classe e de seus anseios, mesclando com tiradas sobre política, futebol, e, por vezes, chamado a atenção para problemas que afetam o turismo e a cidade, e produzindo imagens sobre comportamentos dos habitantes e as relações com os turistas. Dito isto, são as imagens da coluna que vamos analisar.

Compulsando a coluna nos dez últimos anos – 2002 a 2012 – observa-se certa regularidade na forma e conteúdo do que é dito e representado, sempre com foco na cidade e suas relações de sociabilidades, turismo, futebol, política e imagens de belas mulheres. Na edição recente de 09 de fevereiro de 2012, a moça da imagem abaixo, segundo o próprio colunista, “está como o diabo gosta”, eleita pelos leitores do blog a musa da feijoada - a Feijoada do Cacau, promovida pelo colunista no sábado de carnaval, este ano contabilizou 20 edições.⁶ É evidente que a moça autorizou a publicação de sua imagem da forma como está, como também é evidente a explícita conotação sexual e erótica do evento, dada a forma e conteúdo da imagem. Lembro que jornal *Diário Catarinense* pertence ao grupo RBS Comunicações desde 1982 com circulação estadual, se destacando como produtor de imagens e sentidos, cujas redes de sustentação têm nas colunas sociais larga interferência.⁷

Blog encontrado no portal Clic RBS, endereço: <http://wp.clicrbs.com.br/cacaumenezes/>. Acessado dia 01 de agosto de 2011.

⁶ Sobre este evento, a bolsista Bruna Silveira Viana esta está colhendo fontes para um trabalho mais aprofundado.

⁷ DIAS, Rafael Damaceno. *Que invasão é essa? Leituras sobre conflitos socioculturais em Florianópolis (1970 – 2000)*. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, 2009.



Figura 1 – Coluna do Cacau Menezes, Jornal *Diário Catarinense*, 09/02/2012.

Também é evidente que a escolha da fotografia a ser publicizada passa pelo olhar de quem a produz (fotografa) e que incluiu ali toques de erotismo e sensualidade – a escolha, então, é pensada para chamar a atenção do leitor e assim comunicar-se mais rapidamente com quem recebe a informação, ou da recepção e de como esta é representada e sentida. Não estou ignorando que o uso do corpo feminino para fins de propaganda de diferentes objetos e serviços está naturalizado na sociedade contemporânea, e não mais inibe olhares. No entanto, a forma como estas imagens são utilizadas favorecem certo imaginário quando as associa a um lugar, e as figuras femininas que aparecem na coluna – como também aparecem no blog e outros eventos – são sempre lindas e quase sempre desfilam com biquínis minúsculos, tem corpo escultural e posam, naturalmente, como se fossem manequins. Quando são fotos mais livres, de tomadas na praia, por exemplo, não sabemos se há um acordo entre fotógrafo e fotografada, mas é possível que sim, pois a autorização é necessária, como as que seguem:



Figura 2 – Coluna do Cacau Menezes, *Diário Catarinense*, 12/04/11.



Figura 3 – Coluna do Cacau Menezes, *Diário Catarinense*, 30/08/11.

É importante observar que, se estas imagens aparentemente inocentes que circulam na mídia impressa também são veiculadas nas mídias eletrônicas e se espalham pelo mundo, elas alcançam pessoas interessadas em conhecer esta Ilha, e consequentemente formando impressões de um lugar onde mulheres bonitas e dispostas a sorrir estão por toda parte. Uma cidade pode ser compreendida por diversas formas: uma delas é através das subjetividades com que as imagens sobre ela são produzidas; outra, através dos discursos que molduram comportamentos de seus habitantes; e ainda outra, através das representações que sobressaem sobre suas mulheres. Nossa cultura ocidental cuidou de construir papéis prescritivos diferenciados para homens e para mulheres, sendo que a elas foram atribuídos comportamentos que chamassem a atenção dos homens e assim buscar um provedor; e a eles, a busca delas para a perpetuação da espécie, sim, mas também como ‘objetos’ de posse e passíveis de usos. Não estou aqui condenando as práticas de exposição do corpo, mas os usos que podem ser conotados por conta de imagens que associam todas as mulheres ao mesmo comportamento, e torna todas vulneráveis diante dos olhos, e sentidos, do viajante ou turista em busca de sexo.⁸

6

Noto que especialmente durante a temporada de veraneio, a exposição de corpos femininos nas mídias deste colunista é quase diária – assim como no blog – em geral comparando na imagem corpos de mulheres com o paraíso que é a Ilha e suas praias. Elas estão aí “para alegrar o dia”, anunciar que chegou o verão, que a festa vai começar, que a feijoada as espera, onde “esses bares badalados e cheios de mulheres das praias de Floripa” tem o que mostrar, que as praias estão lotadas delas desfilando, que as fotografais são “de ontem”, ou “desta manha”, enfim, que os turistas podem vir com a certeza de que não faltarão mulheres... como estas:

⁸ Cf. PISCITELLI, Adriana. Sexo tropical: comentários sobre gênero, raça e outras categorias de diferenciação social em alguns textos da mídia brasileira. *Cadernos PAGU*, Campinas, v. 6/7, p. 9-35, 1996.

Desfile

13 de fevereiro de 2009



Jurerê, agora há pouco...

Figura 4 - <http://wp.clicrbs.com.br/cacaumenezes/2009/02/13/desfile/> Acesso 28 de julho de 2011.

As imagens acima mostradas são de 2011, mas desde o início deste século elas aparecem entre as figuras representativas da cidade como as “gatas, centenas de maravilhosas gatas” (em 13/01/2003), que compõem um certo estilo e modelo de corpo x espaço: “O estilo da ilha é pop, feminino, sensual, bonito, brincalhão” (em 06/07/2001). As imagens e as legendas seguem formando imagens cristalizadas de um tipo de mulher, ignorando a diversidade, sim, mas principalmente para agradar um tipo de público. Elas são muitas vezes adjetivadas como as “nativas”, as “manezinhas”, as “ilhoas” (três adjetivos já naturalizados para nascidos na Ilha de Santa Catarina), e além disso são “nossas”, são “gatas”, são “daqui”, evidenciando um produto de natureza própria e acessível, pertencentes a uma etnia e seus predicados: são loiras, sulinas, esculturais, e estão ai para “aumentar o desejo”.

7



A beleza da manezinha Isadora Weydmann, frente e verso, pra aumentar o desejo

Figura 5: “A beleza da manezinha Isadora Weydmann, frente e verso, pra aumentar o desejo” Coluna do Cacau Meneses, *Diário Catarinense*, 11/02/2007.

Segundo um turista cujo texto publicado no blog em julho de 2011, vemos a imagem da cidade e seus prazeres:

[...] Você olha para uma praia e não sabe o que é mais lindo: se o mar, a areia ou a mulher que passa à sua frente. [...] Em Floripa até as feias são bonitas, teria dito numa noite de lua cheia o surfista Kelly Slater. [...] Floripa tem tudo para todos e até pelo telefone. Disc drogas, disc sexo, disc pizza. [...] Aqui não se corre o mínimo risco de um dia esta cidade ter mais homens do que mulheres, e essa é mais uma vantagem de Florianópolis. [...]⁹

Se Florianópolis oferece de tudo para todos ‘até por telefone’, a fala apresenta uma imagem de acessibilidade irrestrita – não há como negar o efeito destas ofertas nas demandas que muitos turistas buscam, é claro. O aval do surfista estadunidense que frequenta a ilha para competições do esporte, Kelly Slater, atesta que a Ilha tem, sim, as mulheres belas que os turistas buscam, e, claro, ‘enfeitando’ esta crônica está uma mulher jovem, loira, de costas com seu minúsculo biquíni... Por conta destas imagens, um leitor/receptor escreve ao Cacau Meneses dizendo-se assíduo veranista, dizendo-se ter um *“tempo livre para aproveitar algumas “delícias” desta maravilhosa ILHA, só que gostaria que você me ajudasse e me desse algum site ou telefone daquelas mulheres exuberantes que vc coloca em sua coluna. Se puder me ajudar, Cacau, agradeço desde já, sempre sendo seu grande fã.”*¹⁰ Não importa se esta crônica é verdadeira, mas seu teor convidativo e didático para o que se propõe: dizer da disponibilidade das mulheres da Ilha como uma das vantagens da escolha deste lugar para veranejar.

Findando-se a estação de veraneio, o Diário Catarinense divulgou na edição de 03 de abril de 2012, na matéria de capa e em destaque, a frase “Satisfação do turista chega a 99%”, enunciando sobre a satisfação dos visitantes a cidades catarinenses neste verão de 2011/12, dados de pesquisa da Fecomércio. Efetivamente agradou os visitantes. A matéria destaca os 50 mil uruguaiois que visitaram o Estado por ocasião do feriado no vizinho país, e o lugar desta satisfação é um marzão em Florianópolis se espraiando defronte da imagem em primeiro plano e central de uma mulher de biquíni, como um convite para o retorno:

⁹ <http://wp.clicrbs.com.br/cacaumenezes/2008/01/25/loripa-por-mim/> Acessado dia 28 de julho de 2011 as 15:48h. Originalmente publicado no jornal *Zero Hora*, Porto Alegre, em 25/01/2008.

¹⁰ <http://wp.clicrbs.com.br/cacaumenezes/2009/02/11/cara-de-pau/> Acessado dia 30 de julho de 2011 as 03:25h



Figura 4 – Capa do *Diário Catarinense*, de 03/04/12.

A legenda abaixo da imagem diz que o “Tradicional feriado de uma semana no país vizinho devolve as praias de Florianópolis parte do movimento de verão”, referindo-se ao feriado da Páscoa. Bom para o comércio e rede hoteleira, sem dúvidas; mas o que a imagem traduz é um corpo feminino que promove o sabor de satisfação. Como negar a formação de imaginários e desejos?? Observo que texto e discurso se interpenetram, articulando linguagem com imagens - cores, tamanho de fontes, efeitos de ótica, planos, e outros elementos – que possuem afinidade e (re)produzem significados de gênero e sexualidade. São imagens discursivas que intensificam noções de masculinidades, e de feminilidades, portanto, são práticas culturais instituintes, e não apenas um suporte midiático.¹¹

A SANTUR – Santa Catarina Turismo, órgão de promoção do turismo e da cultura, fez divulgar, em dezembro de 2011, em *stands* promocionais no Estado e fora dele uma bolsa promocional onde aparece a imagem de parte do corpo de uma mulher com os dizeres "Descubra Santa Catarina":

¹¹ Sobre o assunto, ver FUNCK, Susana Bornéo; WIDHOLZER, Nara (Orgs.). *Gênero em discursos da mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005



Figura 5 - <http://botecodabete.blogspot.com.br/2011/12/santur-e-divulgacao-sexualizada-do.html>

Essa divulgação, no primeiro olhar, denota beleza, mar, cores. Mais atento, o olhar abstrai uma imagem de corpo de mulher, branca, pernas bem feitas. E associa o Estado de Santa Catarina como um lugar de mulheres brancas e prontas a serem descobertas. Não há como não dialogar com esta imagem sem perceber a conotação sexualizada – a mulher não existe inteira, e o que se descobre senão o que a canga esconde são as curvas do corpo relaxado perto do mar, então? Então, retirar a canga da moça é descobrir Santa Catarina? O que fica sublimado nesta imagem/texto é um convite *inocente*, para turistas incautos... O turismo contemporâneo possui um caráter mediado, no qual quem deseja *vender uma cidade* faz recortes nesse local e o divulga de tal forma que seduza o cliente - “Como informação ou representação, fragmentos de lugares turísticos são destacados, recortados do cotidiano a fim de encantar turistas.”¹²

¹² SIQUEIRA, Euler David de e Denise da Costa Oliveira. Corpos autorizados: comunicação, poder e turismo. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, ano V, n. 1, p. 97-116, jun. 2008. p. 98-99.

Nestas poucas páginas, procurei deixar algumas impressões de leituras sobre discursos midiáticos versus turismo e mulheres, que exige olhares mais atentos. Sem a crítica, as mídias se outorgam do poder cada vez maior de exibir corpos (como exibem atos violentos, sangue, tragédias à exaustão) e naturalizar condutas, estereótipos, conceitos que não condizem com a realidade, e vendem as mercadorias como os clientes pedem... ou como as próprias mídias entendem serem produtos vendáveis. Se esta é regra do mercado, é evidente que sim, porque há consumo. Mas, há demanda/consumo por que há oferta e discursos que provocam necessidades? Esta forma de propaganda não é exclusiva de Florianópolis, tampouco do Brasil. Afirmo que há violências e estereótipos que são diariamente reativados e difíceis de serem erradicados porque há uma série de discursos/imagens que vem reafirmando e reatualizando os corpos como produtos de consumo e desejos; as mulheres são tidas/vistas como corpos e não como sujeitos de vontades na medida em que servem aos apelos do mercado, seja qual for a forma. Se muitas delas aceitam estarem neste lugar e participar dessas redes? São as regras do mercado....

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DIAS, Rafael Damaceno. *Que invasão é essa? Leituras sobre conflitos socioculturais em Florianópolis (1970 – 2000)*. Dissertação (Mestrado em História) – Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, 2009.

FÁVERI, Marlene de. As ‘piriguetes de Floripa’: práticas contemporâneas de propagandas de sexo pago. In: FÁVERI, Marlene de PEDRO, Joana Maria; SILVA, Janine Gomes da (org.). *Prostituição em áreas urbanas: histórias do Tempo Presente*. Florianópolis: Editora UDESC, 2010.

FERRARI, Maryana Cunha. *Vila Palmira: prostituição e memória na grande Florianópolis, nas décadas de 1960 a 1980*. Florianópolis, 2008. Dissertação (Mestrado em História). UFSC

FUNCK, Susana Bornéo; WIDHOLZER, Nara (Orgs.). *Gênero em discursos da mídia*. Florianópolis: Ed. Mulheres, 2005.

PISCITELLI, Adriana. Sexo tropical: comentários sobre gênero, raça e outras categorias de diferenciação social em alguns textos da mídia brasileira. *Cadernos PAGU*, Campinas, v. 6/7, p. 9-35, 1996.

VI Simpósio Nacional de História Cultural
Escritas da História: Ver - Sentir - Narrar
Universidade Federal do Piauí - UFPI
Teresina-PI
ISBN: 978-85-98711-10-2

SIQUEIRA, Euler David de e Denise da Costa Oliveira. Corpos autorizados: comunicação, poder e turismo. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, ano V, n. 1, p. 97-116, jun. 2008. p. 98-99.