

Rastreado o turismo não hegemônico: hospitalidade, negócios e ambiguidades nos mercados de hospedagem em Florianópolis¹

Herbert Walter Hermann²

O presente trabalho tem por objetivo descrever as ambiguidades e as misturas entre práticas econômicas e familiares no turismo em Florianópolis, assumindo a hospitalidade como objeto. A partir da etnografia que realizo no Sul do Brasil, desde 2016, sobre um turismo praticado por *gente do povo*, pretendo demonstrar como as casas nos balneários e as famílias locais criaram enfeixes essenciais para realização de práticas turísticas na região. Nesse sentido, busco apresentar como a hospitalidade possui certos *agenciamentos* (Callon, 2013) em dois universos intimamente relacionados ao turismo em Florianópolis: o da hospedagem de amigos e parentes; e o do *aluguel de temporada*, exibindo suas vinculações e diferenças na formação de mercados no turismo. Diversos instrumentos de pesquisa foram combinados para compor essa etnografia, tais como: conversas informais, entrevistas, análise de dados estatísticos, investigação em plataformas virtuais, acompanhamento em viagens, observação participante e a mudança da minha própria residência para Florianópolis. A apresentação desse trabalho visa contribuir no alargamento de entendimentos sobre as formas de fazer turismo no Brasil. A interseção desse campo com os aprendizados e debates propostos pela antropologia da economia mira, também, adensar descrições e informações sobre a formação de mercados no turismo.

Palavras-Chave: *Turismo não hegemônico* – mercados – Florianópolis.

Introdução

A partir da etnografia que realizo no Sul do Brasil, desde 2016, sobre um turismo praticado por *gente do povo*, pretendo demonstrar como as casas nos balneários e as famílias locais criaram enfeixes essenciais para realização de práticas turísticas na região. A relação entre turistas e a população local, intimamente ligada às hospedagens nas casas e redes de parentesco e afinidade, visibiliza, assim, dinâmicas que borram a fronteira entre o econômico e o social, o cálculo e a reciprocidade, o público e o privado.

A antropologia econômica vem problematizando a questão da “*economia dos sonhos numa sociedade real*” (Callon e Latour, 2013, p.38) em que necessitamos estudar o mundo concreto em suas próprias práticas (Çaliskan e Callon, 2009, 2010; Callon, 2013). Para isso, Callon (2013, p.344), por exemplo, recomenda abandonar as definições existentes sobre mercados e avançar na descrição de mercados concretos atuais. Nos termos do autor a ênfase passaria em reconhecer que tipo de relações – também sociais – os mercados concretos contribuem em agenciar.

¹ Trabalho apresentado na 31ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 09 e 12 de dezembro de 2018, Brasília/DF.

² Doutorando em Antropologia Social na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGAS/UFRGS). A presente pesquisa conta com o apoio financeiro da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES).

No caso de Florianópolis as pesquisas etnográficas detalharam como o modo de vida na Ilha foi sendo alterado com a presença dos turistas (Rial, 1988), em parte pela hospedagem desses nas casas locais (Schmeil, 1994). Farias (2006, p.91-94), por exemplo, nos afirma que não é incomum ver *pessoal de fora* – na maioria brasileiros de outras regiões, mas também estrangeiros – atuando em atividades ligadas ao turismo em que os laços com pessoas do local de origem e o trabalho em família são marcantes. As etnografias são claras ao apontar que a produção de práticas e a formação de distintos mercados do turismo em Florianópolis, especialmente o da hospedagem nas zonas balneárias, está umbilicalmente conectados a fluxos de conhecimento, materialidade e troca entre grupos populares desde 1970, algo que configurou não apenas a sociedade, mas a paisagem e as práticas locais.

Salazar (2010, p.xvii) argumenta que nos estudos do turismo – sobretudo os realizados em países em desenvolvimento – é perpetuada uma imagem paradoxal, da população local marcada pela imobilidade e do turista como alguém móvel, viajantes internacionais que derivam de uma espécie de lugar nenhum entre sua casa e seu destino. Apesar de alguns autores sugerirem a mobilidade dos moradores locais e trabalhadores nas configurações turísticas, outros vêm reforçando silenciosamente o falso binário entre os papéis efêmeros dos turistas móveis e o lugar limite dos moradores locais.

O texto que apresentarei na sequência procura diluir essas dicotomias questionadas por Salazar (2010), pois justamente entrelaçam uma mobilidade entre as pessoas a partir de práticas turísticas tramadas por redes de parentesco e amizade, afeto, circulação de dinheiro, dádivas, gramáticas morais, materialidades e imaginários que ligam diferentes lugares, num circuito distinto da indústria do “turismo profissional”.

Para isso, utilizo epistemologicamente o argumento proposto por Ribeiro (2010) sobre uma globalização econômica não hegemônica, aparentemente distante do debate do turismo. Segundo o pesquisador a apropriação desigual dos bens econômicos e culturais por parte de setores subalternos propiciam mercados, fluxos e redes de comércio que podem ser vistos como atividades ilegítimas do ponto de vista do *establishment* – Estado, mercados formais, ciências econômicas, etc. Como argumenta o pesquisador:

[...] assim, muitos fluxos de pessoas, mercadorias e informações são considerados ilícitos porque desafiam as normas das autoridades formais, mas são considerados lícitos pelas pessoas envolvidas nas transações (p.13).

A elaboração inicial que proponho de *turismo não hegemônico*, nesse sentido, foi inspirada no trabalho de Ribeiro (2010) especialmente ao examinar casos de interação que vão além do que é oficialmente prescrito e regulamentado. As atividades na “base da pirâmide” demonstrariam uma verdadeira globalização de baixo para cima, explicitando como ocorre o acesso a fluxos de riquezas globais que de outra forma nunca chegariam aos segmentos mais vulneráveis de qualquer sociedade ou economia. O intuito aqui é apresentar aspectos do turismo em Florianópolis relacionado as casas de famílias locais; e, um fluxo principalmente de camadas populares de famílias brasileiras, argentinas, uruguaias e paraguaias na formação de um turismo singular.

A proposta desse texto é demonstrar os rastros que potencializam enfeixes essenciais para realização de práticas turísticas na região e mesmo orientam o sucesso de um mercado ímpar de hospedagens, em que dinheiro e afeto ou mesmo trocas monetárias e dádivas não estão apartados. A apresentação desse trabalho visa contribuir no aprofundamento de debates que venho realizando para a pesquisa da tese de doutorado, assim como no alargamento de entendimentos sobre as formas de se fazer turismo na América Latina.

Para fins de organização do texto subdivide o mesmo em duas partes. A primeira visa apresentar ao leitor minha aproximação ao turismo em Florianópolis e como experiências de grupos populares incentivam/afastam um fluxo de pessoas, ideias e materialidades na formação de um mercado singular no turismo, em que as casas e as relações sociais agenciam e incubam meios de hospedagem comerciais. Num segundo momento, descrevo os dilemas e esperanças da população local no acesso a renda do turismo e a utilização de idiomas relacionais – como a hospitalidade e a reciprocidade – como instrumentos essenciais para o sucesso de empreendimentos de hospedagem de pequena escala.

De turista a anfitrião: hospedando amigos, parentes e estranhos

Em dezembro de 2010 visitei pela primeira vez Florianópolis, acompanhando um grupo de amigos de Guaíba e Porto Alegre. Aquela viagem, que havia sido postergada inúmeras vezes, foi somente possível em virtude da mudança de uma tia materna de um dos integrantes do grupo para o litoral catarinense. Apesar de ouvirmos

falar de Margarida³ de fato éramos quase todos completos desconhecidos para ela, algo que não a impediu que nos hospedasse em sua casa. Eu mal sabia que anos mais tarde, aquele evento, propiciaria algum reexame sob o olhar antropológico e que, em certo sentido, iluminaria conexões ainda pouco exploradas sobre o turismo e a formação de seus mercados na região. Voltarei a ele, de forma sucinta, para apresentar as diferentes facetas daquilo que caracterizei na etnografia que conduzo como *turismo não hegemônico*, de práticas turísticas que envolvem *gente do povo*.

Em 2010, fazia pouco mais de quatro anos que Margarida se mudará do Rio Grande do Sul para Santa Catarina, como nos explicou quando estávamos hospedados em sua casa a mudança representava muito para ela, representava uma “*mudança de vida*”. O divórcio recente e a expectativa de ser mais bem remunerada como cozinheira eram fatores determinantes. O que fui perceber, quando ela tornou-se uma interlocutora frequente dessa pesquisa, é que havia muitas outras circunstâncias em jogo, como, por exemplo: o crescente e vertiginoso prestígio social que ela alcançava entre familiares e afins ao hospedar pessoas de seu local de origem em Florianópolis.

Ciente da abertura de sua tia materna, Ricardo, um amigo na época, tratou de arranjar algum espaço casa de sua tia Margarida para que nós – ele e sua namorada, eu e minha namorada e outros dois casais de amigos – pudéssemos garantir nossas férias nas celebradas praias de Santa Catarina. Em 2010, viajamos durante a noite de ônibus e acampamos por quase uma semana numa parte menos arenosa do terreno de Margarida. Mesmo residindo há dois quilômetros da praia mais próxima, a pequena casa de dois dormitórios que Margarida alugava para habitar, somente naquela semana, de ano novo, hospedou simultaneamente mais de 25 pessoas. O único cômodo que não havia camas extras era o banheiro. Na época me pareceu exagerado, desproporcional e singular tais fatos, seja no número de hóspedes, seja nos acontecimentos pouco conflituosos para tamanho arranjo. Conhecia Florianópolis ao mesmo tempo em que era instruído em como me hospedar, por convite do sobrinho da anfitriã.

Aprendi, naquela viagem, os criativos códigos que desconhecia sobre o que era público ou privado, sobre o que era autorizado ou desaconselhado e sobre como utilizar o dinheiro como dádiva e não apenas como meio de quitar dívidas. Enfim, sobre como, quando e por que fazer certas coisas como hóspedes, cuja responsabilidade era de outro hóspede. Em determinados momentos ficava claro que havia diferentes escalas (Tsing,

³ Para preservar a identidade dos interlocutores optei por utilizar nomes fictícios.

2000) entre hóspede-anfitrião, pois mesmo Margarida moradora há quatro anos no bairro dos Ingleses, sentia-se em parte uma estrangeira. Ela era mais uma *pessoa de fora*⁴ como alguns vizinhos *nativos* a chamavam, alguém do Rio Grande do Sul que “*se encantou com a ilha da magia e nunca mais voltou*”⁵. De fato, não era uma história singular, mas corriqueira mesmo em 2010.

O fato de visitantes do Rio Grande do Sul venderem seus bens, abdicarem de seus empregos e dedicarem suas vidas num lugar que conheciam inicialmente a partir de suas experiências como turistas e, também, de histórias de amigos e parentes não era incomum. Assim que se estabeleciam, mesmo que precariamente, como era o caso de Margarida, incentivavam o fluxo de outras pessoas, ideias e coisas fomentando principalmente viagens entendidas como turísticas, onde laços de parentesco e reciprocidade eram, e continuam sendo, fundamentais.

Na rua de Margarida havia outras casas semelhantes que estavam, por sua vez, repletas de turistas, alguns conterrâneos de Guaíba que fomos conhecer em Florianópolis, mas também de outros gaúchos, paulistas, paranaenses, argentinos, uruguaios e paraguaios. A maioria dessas pessoas viajava em grupos de até 10 integrantes e alugavam por alguns dias casas dos vizinhos de Margarida, por valores diários que poderiam representar metade do que ela pagava mensalmente de aluguel⁶. Algumas dessas casas continham até dez *quitinetes*⁷, podendo ser conjugadas entre si. Numa rua sem calçamento, perto de uma duna e de sítios onde pastavam algumas cabeças de gado e cavalos, pessoas e coisas originárias de diversos locais da América Latina se encontravam.

⁴ Farias (2006, p.17) afirma que *nativo* e *pessoal de fora* são termos amplamente utilizados desde a década de 1960 em Florianópolis, quando um número significativo de novos moradores se constituiu como parte da população da cidade. A identificação é utilizada amplamente até hoje nas zonas balneárias da Ilha. As camadas do centro da cidade e grupos intelectualizados preferem utilizar o designativo *manezinho da ilha*. Enquanto que *manezinho* inicialmente tinha uma conotação negativa, “*um Outro socialmente depreciado*”, com o processo de inversão simbólica incentivado pela ligação a cultura açoriana o termo passou a ser visto, também, como positivo (Rial, 2001, p.17-19). Para Lacerda, o termo *manezinho* ainda é utilizado de forma ambígua (Lacerda, 2003).

⁵ Essa é uma das frases que escutei com recorrência em entrevistas junto à população de Florianópolis em 2016, quando iniciei o trabalho de campo.

⁶ Em 2016, Margarida me relatou em entrevista que ela chegou a sublocar parte de sua casa para uma família de turistas argentinos durante duas semanas, em a ciência do proprietário que residia noutra cidade de Santa Catarina. O montante lhe permitiu quitar aproximadamente dois meses de seu próprio aluguel, algo em torno de 1200 reais mensais, e a sonhar em abrir no futuro uma pousada. Na mesma região que Margarida habitava, uma diária nos meses de verão poderia variar entre 200 e 250 reais, em média, naquele período.

⁷ Farias (2006) nos esclarece que o termo se refere a residências de até 1 dormitório, cozinha e banheiro privativos em pátios coletivos, geralmente destinados a aluguel durante os meses de verão aos turistas e no restante do ano aos migrantes e as famílias locais que não possuem casa própria.

Como acampávamos no terreno da casa era possível acompanhar a movimentação dos demais visitantes e dos proprietários dos *residenciais*⁸, vizinhos de Margarida. Alguns deles se hospedavam há décadas junto às mesmas famílias locais, o filho de um casal argentino que conhecemos era afilhado de um casal vizinho dela. Algo que não facultava daqueles o pagamento de custosas diárias para esses.

Margarida revelou para nosso grupo de amigos que seu sonho era comprar um terreno nos Ingleses e construir um *residencial* com o intuito de alugar para turistas estrangeiros e brasileiros nos meses de verão. Acabei retornando entre 2010 e 2014 mais três vezes para a casa de Margarida, sempre nos meses de dezembro, a convite de Ricardo e na “modalidade acampamento”. A pesquisa para a tese sobre a formação de mercados no turismo me fez recuperar a memória desses encontros, seja por colocar em evidência a extensa pluralidade de formas de hospitalidade em Florianópolis, que vão além da hospedagem no setor formal, mas também por se tratar de informações que envolviam família, reciprocidade e hospitalidade. Afinal, demonstrava embrionariamente que havia alguma relação entre o fluxo migratório, classe social, imaginários, mercados e as práticas de turismo no Sul do Brasil.

Ao observarmos os dados produzidos pela *Pesquisa de Demanda Turística* da Santa Catarina Turismo (SANTUR)⁹ constatamos um salto de 11 vezes, entre o período de 1986 a 2016, na quantidade de visitantes¹⁰ que frequentaram Florianópolis nos meses de verão. O movimento estimado de turistas em Florianópolis apenas nos meses de alta

⁸ Termo utilizado nos balneários em Florianópolis para identificar as casas que poderiam hospedar turistas mediante contrapartida monetária. Geralmente com placas e identificações ligadas ao sobrenome da família proprietária e um telefone para contato, a placa por si é um indicativo de uma “economia personalizada”. Farias (2006, p.169-175) descreve a situação de tais empreendimentos até metade da década de 2000, marcado principalmente pela gestão de famílias locais - de *nativos* e de *pessoal de fora* - e sua intensa relação junto aos turistas. Algo que ainda vigora segundo os dados que coletei, especialmente, na região Leste, como Barra da Lagoa e Lagoa da Conceição, e nos balneários no Norte da Ilha, como Ingleses, Cachoeira do Bom Jesus, Ponta das Canas e Canasvieiras. Abordarei no capítulo terceiro com mais detalhes da pesquisa que venho conduzindo especificamente sobre essa forma de hospedagem.

⁹ A pesquisa *survey* de amostragem simples chamada de Demanda Turística é conduzida atualmente pela SANTUR e ocorre por adesão dos municípios. Para alguns anos, em que a pesquisa não foi realizada os técnicos da SANTUR realizaram retroposições com base nos dados do Ministério do Turismo. Agradeço a Gerência Técnica da SANTUR pelo acesso aos dados aqui apresentados.

¹⁰ Houve pequenas variações naquilo que a SANTUR considera como um turista, para fins de pesquisa. A definição utilizada foi extraída da *survey* conduzida pela EMBRATUR em 1982, no município de Vitória no Espírito Santo. A pesquisa piloto no município de Florianópolis foi realizada pela SANTUR com colaboração dos técnicos da EMBRATUR e ocorreu em 1984. Turista: “É toda pessoa que se desloca do seu país, estado ou cidade de residência permanente para outro, aí permanecendo pelo menos 24 horas um pernoite e um máximo de 90 dias, sem exercer nenhuma atividade remunerada pelo município receptor, tendo como finalidade da viagem o turismo (férias, saúde, estudo, religião e/ou esporte), negócios, convenções (missões e reuniões) ou outros” (SANTUR, 1984, p.02).

temporada de 2010 foi de aproximadamente 960 mil pessoas, em torno de 85% desses turistas provenientes de outros locais do Brasil.

Em 2016, quando iniciei a pesquisa etnográfica o movimento de turistas, para o mesmo período foi de mais 1,7 milhão de pessoas, 81% deles brasileiros. Assim, o total de turistas em 2016 representava quase o dobro do total de pessoas que visitaram Florianópolis em 2010, quando viajei para região pela primeira vez. Ainda segundo informações dessas pesquisas, podemos observar que, desde 1985 há diferenças importantes na eleição de meios de hospedagem entre os “turistas nacionais” e os “estrangeiros”. Entre os “turistas nacionais” a *casa de amigos e parentes* representa, em média aritmética simples, 36% do total de hospedagens realizadas por esses viajantes, seguido por *hotéis* e por *casas ou apartamentos alugados*. Ao analisarmos os dados sobre os meios de hospedagens utilizados entre os “turistas estrangeiros”, no mesmo período, notamos que *casas ou apartamentos alugados* representam em média aritmética simples, mais da metade do total de hospedagens realizadas por esses turistas. A hospedagem de amigos e parentes e o aluguel de casas ou apartamentos, nesse sentido, representam quantitativamente um valor significativo dos meios de hospedagens utilizados pelos turistas em Florianópolis (SANTUR, 1985-2006; SANTUR, 2008-2016).

Schmeil (1994) em sua etnografia sobre o turismo argentino em Florianópolis, durante o verão de 1992, afirma que, por exemplo, o hábito de aluguel de casas foi uma incorporação local de um costume argentino, tornando Florianópolis “*a cidade na qual mais se pratica este costume em todo Brasil*” (p.49). Farias (2006, p.91-94), por outro lado, nos esclarece que os turistas brasileiros foram pioneiros, anteriores a presença de argentinos. A pesquisadora também destaca que não é incomum ver *peçoal de fora* – na maioria brasileiros de outras regiões, mas também estrangeiros – atuando em atividades ligadas ao turismo em que os laços com pessoas do local de origem e o trabalho em família são marcantes.

Essa interação de convivência entre turistas e a população local, ao longo dos anos, favoreceu, por exemplo, a “*construção de casas e apartamentos próprios para as necessidades de famílias [de turistas]*” (p.96) e, não obstante, a residência de alguns turistas em Florianópolis para além do período do verão.

Inúmeros deles passaram a ser moradores e comerciantes que adquiriram propriedades, abriram lojas, cafeterias, padarias, restaurantes, pousadas e são encontrados em qualquer lugar da ‘Ilha’, mas especialmente nas localidades do Norte (p.95).

A antropóloga argumenta que nesses territórios os *nativos* passaram a apropriar-se do turismo principalmente pelo aluguel – de casas, *quitinetes* e apartamentos – tornando-se o negócio turístico por excelência, conciliando os modos de vida anteriores às práticas de hospedagem, algo que gerou uma reinvenção da própria população e o ingresso de novos hábitos e formas econômicas (Farias, 2006, p.146). A partir de diferentes relatos a pesquisadora destaca também a importância da “*dinâmica colocada pela vinda dos turistas que primeiramente são visitantes, depois passam a ocupar os espaços como moradores ou empreendedores*”¹¹.

Todavia, algo que não ganha visibilidade em sua etnografia é como ou por quais estratégias acontecem essa dinâmica. Algo que procurei rastrear quando transferi minha própria residência de Porto Alegre para Florianópolis, em dezembro de 2016, seguindo as práticas de interlocutores do Rio Grande do Sul¹². Esse movimento me permitiu enxergar que o “sonho de Margarida” tinha um fundamento concreto na vida social local e estava pautado na sua própria experiência anterior como turista e posteriormente como anfitriã de amigos e parentes. Noutras palavras, que sua prática como anfitriã lhe incentivara a, em algum momento, se imaginar como uma proprietária de *residencial* ou pousada local e, um dia, cobrar monetariamente pela hospedagem que oferecia.

Em janeiro de 2017, quando passei de visitante a residente em Florianópolis pude entender com maior profundidade os dramas e anseios de Margarida, anos antes, quando fui um hóspede em sua casa. Afinal, junto a alguns interlocutores em Porto Alegre minha mudança de residência, para um dos destinos turísticos que conversávamos¹³, direcionou a atenção deles para minha nova casa. Houve quem procurou “estretar” nossa relação, principalmente devido à possibilidade de acolhê-los em Florianópolis, ou seja, minha casa passou a agenciar as relações sociais e mesmo a

¹¹ Seu Agostinho, um nativo da Barra da Lagoa que alugava casa aos turistas afirmou para a pesquisadora dois movimentos importantes: o primeiro atinente ao “*turismo [que] foi gostando, foi vindo, foi comprando terreno, foi fazendo casa...*” (Farias, 2006, p.83); e o segundo, sobre a constante relação que formava com turistas de outros estados do Brasil, chegando inclusive com o dinheiro que arrecadava dos aluguéis, visitar outras localidades como turista “*Nós também íamos muito lá no Rio Grande. Eu mais a minha esposa tem passeio de 22 dias no norte, Bahia, Brasília, esses cantos todos. Eles vinham cá, com o dinheiro deles nós aproveitávamos e íamos lá.*” (p.90).

¹² No final de 2016, assim que concluí os créditos de doutorado, decidi junto a meu orientador proceder o acompanhamento dessas trajetórias de perto, ou seja, me mudaria também para o balneário de Ingleses, em Florianópolis, onde estava localizada a rede antigos turistas gaúchos que se tornaram residentes na Ilha. A intenção era viabilizar a etnografia na região junto ao *pessoal de fora* rastreando seus projetos e multiplicando as possibilidades de diálogo para além das minhas redes de amizade e parentesco, mas também acompanhando de perto eventos do cotidiano, dilemas, dúvidas e seus sonhos.

¹³ Até o segundo semestre de 2016 havia entrevistado 38 moradores da região metropolitana de Porto Alegre com o intuito de mapear experiências e práticas turísticas entre habitantes do Sul Brasil.

abrir um horizonte totalmente novo de pesquisa, tornando-me um anfitrião onde era antes um hóspede e a visualizar as relações entre as hospedagens de amigos e parentes a de turistas, sendo que nessa última ocorriam transações monetárias em troca da hospedagem e na primeira, a princípio, não.

Meu deslocamento estimulava assim, outros deslocamentos, mas situava a própria etnografia em fronteiras móveis, pois minha casa passou a ocupar um papel central e não mais de suporte para a pesquisa. Entre meus próprios parentes e amigos frequentemente era abordado em conversas via rede social¹⁴ para “saber como estava” sempre destacando que “estavam com saudade” e pretendiam nos visitar em suas “férias”. Algo excepcional, pois quando residia em Porto Alegre nenhum familiar do interior expressava a “saudade” tão enfaticamente ou declarava seu desejo de me visitar, quanto menos “nas férias” – o que significava, nas entrelinhas, que a visita poderia durar alguns dias e que eu deveria retribuir o afeto com a hospedagem. Alguns interlocutores, que estavam além das relações de parentesco e amizade, também passaram a me abordar nesse mesmo registro.

Se por um lado o deslocamento da minha residência permitiu que eu avançasse para um estoque de questões que me eram alheias no primeiro ano da pesquisa¹⁵, também me gerou restrições e outras dificuldades, pois não era visto mais como um pesquisador alhures. Assim que chegamos ao apartamento que alugamos para residir em Ingleses eu e minha esposa fomos recepcionados pelo pai de uma vizinha, que também era de Porto Alegre, que estava vedado eu sublocar para turistas nosso apartamento, pois se caso o fizesse ele nos denunciaria ao proprietário. Naquela semana descobri que ele mesmo incentivava sua filha a alugar seu apartamento pelo Airbnb¹⁶ e a residir temporariamente com ele e sua esposa noutro apartamento da região.

¹⁴ Principalmente quando compartilhava fotografias autorais da praia via Facebook, Whatsapp e Instagram em grupos fechados e públicos.

¹⁵ Tais como: o que era necessário, indispensável e indesejado nos meios de hospedagem, como se organiza um acolhimento, como se gerencia despesas e custos extras, quais afetos – também no sentido de conflito – e emoções são potencializadas, quais são suprimidas, como se lida com dinheiro dos outros e como se formam/diluem espaços de intimidade em locais habitados por muitos seres e coisas.

¹⁶ O aplicativo virtual Airbnb é apenas um entre vários que são usados em Florianópolis para ofertar hospedagem aos turistas. A comunidade *Aluguel de Temporada e Turismo em Florianópolis*, na rede social Facebook tornou-se um importante caminho para obter interlocutores em Florianópolis, algo que venho fazendo desde janeiro de 2017. Em abril de 2018 somente essa comunidade virtual contava com mais de 25 mil membros, incluindo turistas estrangeiros. Diferentemente do Airbnb e do Booking.com há como iniciar contato sem necessariamente realizar uma reserva e mesmo compartilhar fotografias e manter trocas de mensagens mesmo após o retorno dos hóspedes a seus locais de origem. Ver: <https://www.facebook.com/groups/370706249933978/>.

Naquele primeiro verão, dezembro de 2016 a março de 2017, recebemos os primeiros amigos e parentes e estivemos em situação similar a de Margarida em 2010, quando eu fui um hóspede e turista em sua casa. Com o apartamento ainda cheio de caixas a organizar eu e minha esposa acomodamos alguns parentes seus do interior do Rio Grande do Sul, que nunca haviam visitado Florianópolis. Traziam consigo ventiladores, colchões infláveis, roupa de cama, brinquedos, televisores, computadores, celulares, mantimentos, cosméticos, repelentes, velas, latas de cerveja, espetos e até mesmo carne fresca entre outras tantas coisas que com a presença de seus donos produziam novas fronteiras de intimidade e uma “diluição da nossa casa”.

A unidade se esfacelava frente à multiplicidade, não era uma fragmentação simples em que de uma se formou várias, mas um enredamento bastante complexo. Nossa casa havia se tornado uma espécie de hotel, sem recepção ou serviço de quarto, ou com faturas a quitar no final da hospedagem. Havia uma partilha de intimidade e também uma série de conflitos, como quando num dos banheiros da casa os cosméticos de uma amiga passaram a ocupar toda a extensão da pia, formando um espaço quase privativo em que nós, os proprietários da casa, deixamos de utilizar. Situação vivida entre outros interlocutores da pesquisa, de *pessoal de fora* novo na ilha, que acompanhei assim que nos mudamos.

[01:33, 7/1/2017] Luana:

Desabafo!

Eu não sei mais como fugir de pessoas se convidando pra ficar na minha casa.

Alguma dica? Será que eu falo que tá com perigo de desabar?

Trecho diálogo em grupo via whatsapp - 7 de janeiro de 2017

Os hóspedes nunca vinham sozinhos. Traziam consigo muitas coisas, às vezes até outros seres sencientes, como pequenos cães e pássaros. Enquanto antropólogo me regozijava com a reorientação proporcionada pela presença de novos habitantes na minha nova casa e como a partir disso poderia abordar anfitriões em Florianópolis que eram meus interlocutores. Eu passei a compreender assim algumas aflições dos interlocutores.

Embora, notava certo desespero entre interlocutores como Luana, outros me incentivavam a enxergar a “*oportunidade de renda extra*” em hospedar visitantes. Soraya, uma jovem gaúcha que mora há 12 anos em Florianópolis, transformou a casa onde ela, seu ex-esposo e filho moraram por quase uma década em um *hostel*. Marcos,

outro gaúcho que praticamente viveu em Florianópolis metade de sua vida, incentivou seus pais após se aposentarem a remodelar a ampla casa da família numa aconchegante pousada. Para ambos, há anos recebendo amigos e parentes gratuitamente, a diferença é que agora poderiam ter um retorno financeiro da atividade que realizavam todos os verões.

Mas como eles conseguiram ingressar nesse mercado? Afinal, como qualificaram sua casa numa hospedagem com valor mercadológico? Como atraíram seus hóspedes? A chave para isso passava pela própria transformação da casa a partir das relações de hospedagem. Segundo Callon (2013, p.325-440) os bens e os agentes não podem ser considerados exteriores uns aos outros, não deveríamos assumi-los como dados ou prontos, mas que eles se afetam mutuamente nas transações. Ao problematizarmos os papéis, dos vendedores e dos compradores – aqui dos hóspedes e dos anfitriões –, e dos bens, como um fluxo de relações que se atualizam constataríamos que os mercados são dispositivos agonísticos estendidos, que se elabora, se experimenta e se atualiza nas definições conflitantes de propriedade – para produzir e para engajar transações comerciais – em suas qualificações.

Callon, Méadel e Rabeharisoa (2000, p.216), por exemplo, esclarecem que o processo de qualificação-requalificação é o coração da dinâmica dos mercados econômicos. Para os autores, nesse registro, é importante a distinção entre os termos produtos e bens, sendo que, por simetria, os bens são produtos (temporariamente) estabilizados, ou seja, que nos primeiros as qualidades estão abertas e no segundo elas foram enclausuradas. Essa estabilização decorre do processo de (re)qualificação dos produtos em bens.

Para Soraya e Marcos havia alguns movimentos necessários para transformação de suas casas em meios de hospedagem, em produtos com valor no mercado. A primeira delas envolvia numa “fixação” de objetos e da sua própria família como atributos desejados pelos futuros hóspedes. Aquilo que era visto com aflição no passado: ter sua sala repleta de camas, propor refeições coletivas, regras de convivência, incentivar o afeto, a saudade e as confraternizações coletivas etcetera, ou seja, um verdadeiro “aparelhamento” da residência e da subjetividade de família se tornava essencial.

A experiência pretérita como anfitriões de amigos e parentes e sua própria experiência como hóspedes em variadas situações como turistas ajudou-lhes, como demonstraram, a dimensionar os investimentos materiais, estéticos e emocionais necessários. Expansão do sinal de internet, diversificação dos canais de televisão,

inclusão de refrigeradores, máquinas de lavar, adição de chuveiros, camas, utensílios de cozinha não eram menos importantes do que a simpatia, a cordialidade, o afeto e até mesmo a generosidade juntos aos hóspedes, fatores que percorriam uma longa lista de condicionantes.

Além disso, houve condições externas a eles, diretamente relacionadas às novas formas de contato virtual e plataformas de comunicação de empresas multinacionais, que os ajudaram de forma crítica a gerenciar seus negócios e a se comunicar de forma ubíqua e instantânea com possíveis clientes, o que expandia sua influência e visibilidade para além de suas redes de parentesco e amizade. O *agenciamento* (Callon, 2013) de tecnologias de comunicação garantiram, também, a divulgação da casa para outras fronteiras temporais e espaciais. Nesse registro, plataformas como o Airbnb, Booking.com, Instagram e Facebook ajudaram-nos a visibilizar a casa externamente e, em algum sentido, a controlar o fluxo de pessoas e dinheiro que ingressavam.

Outro requisito fundamental era transformar sua casa sem descaracterizá-la completamente como uma casa. Essa preocupação evitaria um confronto direto e uma comparação com os meios de hospedagens formais estabelecidos na região, por exemplo como os hotéis. Algo que exigiria da família um investimento e conhecimento além de suas possibilidades. Afora que tanto Soraya quanto Marcos perceberam a partir dos contatos com seus primeiros hóspedes que eles valorizavam a “atmosfera familiar” e o “contato com os donos”, atributos que singularizavam a acolhida.

A cordialidade, os pequenos presentes – por exemplo, o oferecimento gratuito de cafés e sucos naturais ou o convite para trilhas e caminhadas na praia – geravam apegos que atribuíam valor, naquilo que os hóspedes citaram como “experiência”, ou como elencaram: “*se sentir bem como na própria casa*”. Os apegos, de atos de hospitalidade e reciprocidade, permitiam aquilo que Callon (2013) chamou de *attachements*, o que traduzi aqui como apego, da anexação de sentidos e de sentimentos a transações comerciais.

Enquanto eu e alguns interlocutores estávamos preocupados com o esfacelamento da intimidade da casa e sua porosidade, outros diametralmente viam naquelas experiências junto a parentes e amigos uma oportunidade de participar do mercado de aluguel de suas casas aos turistas. Afinal, em 2017 pude reencontrar parentes de Margarida que conheci em 2010. Dois deles haviam se mudado definitivamente para região e estimulavam, assim como ela anos antes, a visita de amigos e familiares provenientes do Rio Grande do Sul, mas também estavam num

circuito de aluguel de casas aos turistas que chegavam à Ilha. Um deles, por exemplo, havia se notabilizado localmente ao gerenciar reservas e a tratar de recepcionar turistas nas casas locais a partir de plataformas virtuais, sendo que ele nunca havia antes se envolvido com o mercado imobiliário ou tivera qualquer curso de formação para empreender tal iniciativa. Rodrigo, também, atuava na rua *pescando turistas* para encaminhar para as casas, apartamentos, albergues e pousadas nos balneários.

Da rua para casa: faces do mercado de *aluguel de temporada*

Em pontos de acesso a Ilha, tais como: o Portal Turístico, a rodoviária, o aeroporto e estradas que levam aos balneários há mediadores culturais que se interessam em apresentar a cidade (Farias, 2006). O protagonismo desses atores não se trata de uma verdadeira novidade etnográfica, mas nos auxilia a compreender com maior profundidade como ocorrem as hospedagens em Florianópolis.

A imprensa local nomeia-os como “piratas”¹⁷, numa clara alusão a gramáticas morais que expressam sua atividade como ilícita. Na prática, essas pessoas direcionam os turistas às casas nas praias, o que por si só, gera também a transferência de recursos de forma direta para a população local. Diferentemente da mídia, nas proximidades dos balneários essas pessoas são chamadas de *chavinhas* e/ou *plaquinhas*, e não “guias de rua” ou “piratas”, em referência as materialidades que agenciam sua atividade¹⁸.

Entre os meses de dezembro e março é possível encontrá-los nas principais ruas de acesso às praias, principalmente na porção Norte e Leste de Florianópolis. Em sua maioria são homens, entre 40 e 70 anos, trabalhadores ou aposentados da construção civil e/ou da pesca artesanal, com amplo conhecimento local, que passam até 12 horas consecutivas nas ruas aguardando turistas que circulam em veículos automotores¹⁹. Sua prática, apesar de simples, exige grande habilidade. A qualquer demonstração de “*contato visual*” procuram estabelecer “*conversas táticas*” (Crick, 1994, p.164) solicitando que o motorista estacione seu veículo sobre a calçada. Para isso, geralmente tilintam o molho de chaves que carregam projetando o braço direito em direção ao tráfego automotivo. A prática lembra por sua execução e plasticidade a pesca com vara

¹⁷ A mídia local produz com alguma regularidade notícias que associam o trabalho de mediadores culturais não licenciados como um “problema social”. Ver: <http://g1.globo.com/sc/santa-catarina/noticia/2017/02/falsos-guias-de-turismo-enganam-turistas-em-florianopolis-video.html>. Acessado em: 15 de março de 2017.

¹⁸ Utilizarei o termo êmico *chavinha* ao me referir a esses mediadores.

¹⁹ Somente em Ingleses, em janeiro de 2017, contabilizei 40 pessoas na SC-403, a via principal de acesso a praia para quem chega do centro da cidade.

e isca nos costões e faixas de areia de Florianópolis, em que o pescador lança a isca ao mar com a finalidade de capturar algum peixe. Com o passar do tempo, à medida que esse processo foi se intensificando nos balneários de Florianópolis os proprietários das casas passaram a ir também para as ruas, alugando sua própria casa e a de vizinhos (Farias, 2006) e com isso ampliando as formas de hospitalidade.

Em Portugal, por exemplo, as pesquisas dos anos 1970, 80 e 90 detalharam que as hospedagens de pequena escala tornaram-se um meio eficaz de realização de práticas turísticas por famílias de classe média e trabalhadores, além de ser um instrumento de acesso à renda para a população local, algo que não eliminou necessariamente a “hospitalidade tradicional”, mas se valeu dela para efetivar um empreendimento verdadeiramente capilar (Escallier, 1999; Mendonsa, 1982).

Mendonsa (1982) ao estudar o turismo em Nazaré, Portugal, descreve que a hospedagem de turistas elevou o número de famílias que realizam a mudança temporária de suas casas, habitando a casa de parentes ou outro imóvel afastado da zona turística com a finalidade de obter renda. Escallier (1999, p.302) pesquisando também em Nazaré observa a importância e o papel das mulheres no mercado de hospedagem na região, que concorre diretamente com a hospedagem turística oficial. Na década de 1970, algumas mulheres de Nazaré iniciaram a oferta de quartos (*chambres*) aos turistas, chegando a aglomerar a família num espaço da casa para liberar os demais para o aluguel e nesses casos a nutrir uma partilha de intimidade com os turistas.

Em Florianópolis essa partilha de intimidade com os turistas é um instrumento manejado durante as hospedagens com o intuito de fortalecer as transações comerciais vindouras. As casas em que os proprietários residem próximos ou no mesmo pátio são muito requisitadas entre os turistas segundo os *chavinhas*, pois os turistas buscam “*mais do que uma cama, eles querem cozinha, segurança e fazer amigos para voltar outros anos*” como me comentou Seu Pedro, que atua em Ingleses. Ao acompanhar o trabalho de Seu Pedro em 2017 e 2018 foi possível observar que as práticas de hospitalidade e atos de reciprocidade eram essenciais para engajar a população local em encontros com os turistas, mas também eram idiomas fundamentais no seio dos relacionamentos intracomunitários e nas transações comerciais junto aos visitantes.

Segundo meus interlocutores, a hospitalidade, a oferta de presentes e o próprio dinheiro alavancavam obrigações durante as hospedagens dos visitantes, o que gerava um prolongamento/corte das relações, tanto no retorno quanto na saída dos turistas. Avançarei em alguns exemplos que me foram fornecidos durante o trabalho de campo

para tentar esclarecer como as relações que entrelaçavam o econômico e o social despertam ambiguidade em Florianópolis.

- Herbert: Seu Josué, a Dona Madalena me disse que têm turistas que alugam com vocês há mais de 14 anos.

- Josué: Ah, têm, eles pegô amizade. Pegô confiança também, mas depende do argentino também, têm uns muito arrogante, que veio um ano e depois nunca mais veio. O cara era arrogante, chegava aqui e queria dá ordem, ele fazia caça submarina comigo e tudo. Aí o Randolpho [filho de Josué] brigou com ele um dia e ele nunca mais veio. Ele era militar, um argentino militar. Essa família que pegô amizade eles ficaram 18 anos, ele e os amigos. Eles têm um guri: o Andreis, o menino a primeira vez que veio para nossa casa ele tinha 9 meses. E ela tinha uma cachorra preta assim [se referindo ao tamanho] que depois morreu e está enterrada aqui atrás da nossa casa. Essa argentina vem todo ano, todo ano, todo ano. É difícil não vir. Ficaram aqui na minha irmã da última vez, uns amigos deles que vinham junto com eles ficam sempre lá na Lagoinha. Oh Madalena, quanto tempo faz que a Agustina vem? Quantos anos têm o Andreis?

- Madalena: Eles ficaram 16 anos aqui.

- Josué: Acho que foi 18 anos Madalena. A família vem sempre, todo ano, eles vêm ou ficavam aqui ou na Lagoinha. Agora eles [família de turistas argentinos] alugaram outra casa, porque a gente não podia alugar para eles. Na verdade, eles deixaram pra Madalena alugar né. Falou com a mulher e deixou pra tu fazer o negócio né. Mas a mulher [proprietária da casa] queria uma entrada, queria dinheiro, a Madalena deu a entrada para mulher. Deu 5 mil de entrada, a Madalena foi lá e deu, né Madalena? Parece que foi 13 mil e pouco, é 550 reais por dia, daí a Madalena deu e depois eles pagam pra gente. Nós fomos já pra Argentina duas vezes, quando vamos a gente tem que ir ver eles²⁰.

Dona Madalena alugou incontáveis vezes sua própria casa aos turistas estrangeiros, majoritariamente argentinos nos anos 1980 até final dos anos 2000, enquanto que Josué, durante a temporada, oferecia passeios de barco aos turistas em Canasvieiras. A convivência com os turistas era diuturna, o que incentivava muitas conversas e o compartilhamento de experiências.

Ao perceber que os hóspedes respeitavam a autoridade dos anfitriões, eram cautelosos em usar os utensílios da casa ou mesmo agradavam os filhos, Madalena oferecia peixe frito e os convidava para fazer refeições conjuntamente, como me disse: “*não cobrava nada mais por isso*”. Em alguns casos realizava atividades extras como: cuidar dos filhos e animais de estimação dos turistas e/ou lavar suas roupas, para que eles pudessem passear e aproveitar suas férias.

²⁰ Trecho do diálogo da entrevista que realizei com Madalena e Josué em 11 de novembro de 2017.

Parte desse repertório, para meus interlocutores, estava diretamente associado ao dinheiro que recebiam do aluguel de sua casa. Entendendo que a hospitalidade não estava incluída no preço da hospedagem, Madalena e Josué compreendiam que tais atos eram formas de retribuir pelos recursos que ingressavam para família através dos turistas. A multiplicação de atos recíprocos estimulava por sua vez a formação de laços que tornava difícil para os turistas não contraírem dívidas durante as hospedagens, mesmo entendendo que se tratava de uma transação comercial e que haviam pagado monetariamente pela mesma. Em diálogos posteriores com os turistas citados na entrevista que realizei com Dona Madalena e Seu Josué recebi indicações que confirmavam a hipótese do casal, de que os turistas sentiam-se obrigados a retornar em função da hospitalidade oferecida.

- Agustina: *Mira, conocemos a Madalena y Josué desde hace muchos años. Ellos nos acogieron aquí por primera vez. Nosotros tenemos mucha historia, yo creo que ellos son como mi familia brasileña. Yo y mi marido quedamos tranquilos en dejar a nuestros niños con ellos, hasta mi perra fue enterrada aquí. ¿Crees que en un hotel voy a tener eso?*²¹

Ainda segundo os turistas o retorno deles nos primeiros anos se alicerçava num forte sentimento moral devido à hospitalidade dos anfitriões, em que eles se sentiam obrigados a retornar numa tentativa de quitar parcialmente as dívidas que se formaram durante a hospedagem. Madalena e Josué me relataram que ainda eram frequentes os turistas se sentirem envergonhados, o que explicava, em alguns casos, concessão de presentes, distribuição de afetos e convites por parte dos seus hóspedes durante a permanência deles.

O formato mais usual era manter contato após sua hospedagem e receber convites para visitas na casa dos hóspedes. Outra era presentear o casal anfitrião e seus filhos ofertando banquetes, brinquedos e utensílios domésticos e, até mesmo, lhes “presentear com dinheiro”. A hospitalidade expressa na concessão da própria casa, na troca de presentes, amabilidades e afetos formava vínculos junto aos turistas, algo que estimulava o investimento da família anfitriã em permanecer na atividade.

Em capítulo dedicado exclusivamente a análise da dádiva perpassando as relações entre “mediadores culturais” e os turistas em Florianópolis, Farias (2006, p.241-2) argumenta como as práticas turísticas ao longo dos anos na região levaram

²¹ Trecho de diálogo junto a Adélia em 30 de janeiro de 2018. Adélia é moradora de Bueno Aires e visita Florianópolis com sua família desde os anos 2000.

relações de convivência lado a lado entre duas lógicas: a comercial e a da reciprocidade, pois como destaca: “*os mediadores circulam entre os valores da dádiva ao mesmo tempo em que compartilham de valores capitalistas que prevalecem nas relações características das práticas turísticas*”, ou ainda noutros termos:

[...] a lógica da dádiva, presente nas interações nas práticas turísticas perpassa o domínio do mercado e atua muitas vezes silenciosamente, nos pequenos gestos cotidianos de fornecer uma informação com simpatia, emprestar um objeto, fazer um agrado, oferecer um presente [...] além disso, na atuação dos mediadores culturais vários interesses estão envolvidos, como os interesses econômicos, mas de forma alguma são conflitantes (p.242).

Em parte essa situação decorria do protagonismo da população local nas formas de mediação, especialmente durante a hospedagem, pois muitas vezes os turistas eram levados para dentro das casas o que acabava integrando eles com as famílias. Os turistas, por sua vez, “*retribuía a hospitalidade integrando-se e convidando os donos das casas a participarem de suas refeições, festas [...]*” (p.249). O “tratar bem” era visto, nesse registro, como sinônimo da expressão afetiva que diferenciava a relação da população local junto aos turistas daquelas exclusivamente “profissionais”. Esse “envolvimento afetivo” inclusive era atribuído como motivo de sucesso comercial, como nos afirma Farias (2006, p.254): “*alguns entrevistados acreditam que esse é motivo que move, que faz o seu negócio fluir [...] um grande envolvimento com os ‘turistas’ nos espaços de atendimento*”.

No discurso da população local observei também que esse “envolvimento afetivo” com os turistas poderia ocorrer a partir de um “tratamento especial”, em que fossem considerados como amigos ou até mesmo como alguém da família, como um irmão ou filho, participando de confraternizações e sendo presenteado pelos anfitriões. Farias (2006, p.256) havia identificado que parte desse entendimento está atrelado a compreensão de que os turistas são vistos como pessoas e não apenas clientes ou hóspedes. O turista é “*um ser humano igual a você, igual a mim. Sai da sua casa muitas vezes sem conhecer os nossos lugares e precisa ser tratado como gente*”, como destacou um de seus interlocutores, um proprietário de pousada e imobiliária da Barra da Lagoa, no início dos anos 2000.

Ao atribuir essa relação do turista enquanto pessoa era factível exercitar as formas de reciprocidade costumeiras para potencializar as hospedagens. O retorno ano a ano ou a indicação de casas entre os turistas em Florianópolis para amigos e familiares é um indicativo que a hospitalidade e a reciprocidade são idiomas eficazes, que produz

resultados comerciais. Algo que procurei destacar a partir da etnografia junto aos meus próprios interlocutores e a valorização dos trabalhos anteriores de colegas antropólogas.

Conclusão

No presente texto busquei apresentar os rastros que potencializam enfeixes essenciais para realização de práticas turísticas em Florianópolis. Parte desse empreendimento deriva de hospedagens de pequena escala (Tsing, 2000) acionadas a partir de redes de parentesco e afinidade, que, em certo escopo, chegam a produzir verdadeiros empreendimentos familiares voltados a hospedagens de turistas na região.

As etnografias no turismo, em diferentes partes do globo, vêm demonstrando que o próprio idioma da hospitalidade é habilmente mobilizado em serviços no turismo e pode envolver regimes lucrativos de reciprocidade (Tucker, 2003), podendo reconstituir as “relações produtivas tradicionais” a partir do envolvimento da população local em negócios do turismo (Adams, 1992). Em Florianópolis, o processo ganhou corpo primeiramente com a chegada de turistas e a mediação de parte da população local em hospedar esses visitantes, e posteriormente, com a própria iniciativa de turistas que se tornaram habitantes das regiões balneárias e realizaram investimentos para atrair parentes, amigos e estranhos.

O texto que apresentarei pretendeu, entre outros objetivos, também, informar sobre a intensa mobilidade entre as pessoas e os locais a partir de práticas turísticas tramadas por redes de parentesco e amizade. Afeto, circulação de dinheiro, dádivas, materialidades, virtualidades, tecnologias e diferentes imaginações permitiram um circuito que disputa de forma capilar com a indústria do “turismo profissional”.

Para isso, utilizei o *insight* de Ribeiro (2010) sobre uma globalização econômica não hegemônica, aparentemente distante do debate do turismo, mas de grande valor epistemológico. Segundo o pesquisador a apropriação desigual dos bens econômicos e culturais por parte de setores subalternos propiciam mercados, fluxos e redes de comércio que podem ser vistos como atividades ilegítimas do ponto de vista do *establishment* – Estado, mercados formais, ciências econômicas – mas, que definem a multiplicidade de projetos daquilo que Callon e Latour (2013) de mercados concretos atuais, onde dádiva e transações monetárias, o econômico e social ou mesmo o cálculo e afeto seriam ainda mais evidentes.

Nesse sentido detalhei, com argumentos etnográficos de colegas e do meu próprio trabalho de campo, como as famílias, os turistas, as ideias e as materialidades

vêm agenciando e sendo agenciadas pelas hospedagens nas casas em Florianópolis. Afinal, segundo Callon (2013, p.325-440) os bens e os agentes não podem ser considerados exteriores uns aos outros e não deveríamos assumi-los como dados ou prontos, mas que eles se afetam mutuamente nas transações. Um processo contínuo de qualificação-requalificação (Callon, Méadel e Rabeharisoa, 2000, p.216) que torna possível transformar uma casa num meio de hospedagem singular.

Os objetos que circulam nas casas, a intencionalidade dos anfitriões e dos hóspedes e a dinâmica própria das relações, com farta utilização de idiomas como a reciprocidade e a hospitalidade, permitiram uma configuração ímpar em que o *turismo não hegemônico* ocupa um papel protagonista. Assim, Florianópolis expressaria uma constelação de mercados turísticos em que *gente do povo* empreende um papel protagonista na definição do que seja o mundo econômico e social.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADAMS, Vincanne. Tourism and Sherpas, Nepal. Reconstruction of Reciprocity. **Annals of tourism Research**. Vol.19. 1992. p.534-554.

ÇALISKAN, Koray; CALLON, Michel. Economization, part 1: shifting attention from the economy towards processes of economization. **Economy and Society**. Vol.38, n.3. 2009. p.369-398.

ÇALISKAN, Koray; CALLON, Michel. Economization, part 2: a research programme for the study of markets. **Economy and Society**. Vol.39, n.1. 2010. p.1-32.

CALLON, Michel. « Qu'est-ce qu'un agencement marchand? ». In: CALLON, M. et al. **Sociologie des agencements marchands**: Textes choisis Paris: Presses des Mines, 2013. p. 325-440.

CALLON, Michel; LATOUR, Bruno. « Tu ne calculeras pas ! » - ou comment symétriser le don et le capital. In: CALLON, M. et al. **Sociologie des agencements marchands**: Textes choisis Paris: Presses des Mines, 2013. p.9-41.

CALLON, Michel; MÉADEL, Cécile; RABEHARISOA, Vololona. L'économie des qualités. **Politix**, vol. 13, n°52, Quatrième trimestre. 2000. p. 211-239.

CRICK, Malcolm. "Roles, relationships and representations in the informal sector: street guides and unlicensed guesthouses in Kandy". In: **Resplendent Sites, Discordant Voices**: Sri Lankans and International Tourism. Studies in Anthropology and History. Chur/Switzerland: Harwood Academic Publishers, 1994. p.159-192.

ESCALLIER, Christine. **O Papel das mulheres da Nazaré na economia Haliêutica**. Etnográfica. Lisboa, v. 3, n. 2, p. 293-308, 1999.

FARIAS, Márcia R. C. F. **Mediação Cultural e Reciprocidade no Contexto das práticas turísticas em Florianópolis-SC**. Tese de Doutorado em Antropologia Social. Florianópolis: UFSC, 2006. f.316.

LACERDA, Eugênio. P. **O atlântico açoriano: uma antropologia dos contextos globais e locais da açorianidade**. Tese de Doutorado em Antropologia Social. Florianópolis: UFSC, 2003.

MENDONSA, Eugene. Turismo e estratificação em Nazaré. **Análise Social**. n. 71, 1982.

RIAL, Carmen S. de M. Manezinho: de ofensa a troféu. **Antropologia em primeira mão**. n. 48. Florianópolis, 2001.

RIAL, Carmen S. de M. **Mar de dentro: a transformação do espaço na Lagoa da Conceição**. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social. Porto Alegre: UFRGS, 1988.

RIBEIRO, Gustavo Lins. A globalização popular e o sistema mundial não hegemônico. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 25, n. 74, p. 21-38, out. 2010.

SALAZAR, Noel B. **Envisioning Eden: Mobilizing Imaginaries in Tourism and Beyond**. New directions in Anthropology, v.31. Berghahn Books. 2010.

SANTUR - Santa Catarina Turismo. **Pesquisa de Demanda Turística - Alta Temporada/Anual - 2008-2016**. Florianópolis: SANTUR. Consultado em 17 de novembro de 2017. Disponível em: <http://turismo.sc.gov.br/institucional/index.php/pt-br/informacoes/estatisticas-e-indicadores-turisticos/category/39-pesquisa-de-demanda-turistica-alta-temporada-anual-2008-2016>.

SANTUR - Santa Catarina Turismo. **Pesquisa de Demanda Turística - Alta Temporada/Anual - 1985-2006**. Florianópolis: SANTUR.

SCHMEIL, Lilian. **“Alquila-se una isla”**: turistas argentinos em Florianópolis. Dissertação de Mestrado em Antropologia Social. Florianópolis: UFSC, 1994.

TSING, Anna L. The Global Situation. **Cultural Anthropology**. 15(3). 2000. p.327–60.

TUCKER, Hazel. **Living with Tourism: Negotiating Identities in a Turkish Village**. London & New York: Routledge. 2003.