

1. OS JORNAIS, AS PRIMEIRAS REDES E O LUGAR FLORIANÓPOLIS

MOSIMANN, Rogério de Souza. **Implicações da Internet nos Jornais e a Presença da RBS na Web**. 2007. 257 f. Dissertação (Mestrado) - Departamento de Pós-graduação em Geografia, UFSC, Florianópolis, 2007. Disponível em www.floripaadventure.com/internet/

O poder público teve papel fundamental na introdução de novos serviços e tecnologias em Florianópolis, geralmente na frente de outras cidades catarinenses. Foi assim com os jornais, criados por interesses políticos e com o telégrafo, implementado para comunicação do governo local.

O primeiro periódico a circular em Florianópolis surgiu em 28 de julho de 1831, 23 anos depois de a imprensa chegar ao Brasil junto com a família real portuguesa¹¹. “O Catharinense”, criado por Jerônimo Coelho, estava a serviço dos ideais políticos do seu fundador e aliados, assim como outros exemplos do jornalismo catarinense até os anos 80 do século XX. Os jornais deste período foram definidos pela historiadora Joana Maria Pedro (1995 apud Fernandes, 2000) como de “vinculação partidária ou indiretamente com o poder público; vida curta; instrumento de política partidária”.

O público dos primeiros jornais eram os funcionários civis e militares da administração, a elite local, que além de fazer parte dos poucos alfabetizados¹² tinha interesse nos assuntos relacionados ao poder público. Este perfil mudaria a partir de 1850, com a ascensão dos comerciantes em Florianópolis.

Enquanto a imprensa catarinense e brasileira iniciava sua trajetória, nos anos 30 do século XIX, Estados Unidos, França e Inglaterra entravam na era do jornalismo industrial. Formaram-se “conglomerados de comunicação estruturados na vertente capitalista”, conforme Fernandes (2000, p. 25). A formação de grandes aglomerações urbanas, o crescimento econômico e os avanços tecnológicos na

11 “A Coroa Portuguesa proibia a instalação de tipografia em território brasileiro, temendo a impressão de material que pudesse insuflar os brasileiros contra a Corte”. Deste modo, o início da imprensa no Brasil se dá com 199 anos de atraso em relação ao seu desenvolvimento na Europa. O primeiro jornal impresso no país foi a Gazeta do Rio de Janeiro, de 10/09/1808. Mas, desde junho do mesmo ano já circulava por aqui o Correio Braziliense, editado em Londres por Hipólito José da Costa a fim de instigar a independência do Brasil”. (FERNANDES, 2000)

12 Dados de 1836 citados por Fernandes (2000) apontam a existência de 981 alunos matriculados

impressão gráfica deflagraram esta nova fase da imprensa¹³.

Embora tenha se expandido a partir da década de 1960 — na esteira do desenvolvimento econômico iniciado com JK (1955-1960) —, se modernizado tecnicamente nos anos 70, a imprensa catarinense só se profissionalizaria nos anos 80, (PEREIRA, 1992 apud FERNANDES, 2000), com grande influência da entrada do grupo gaúcho RBS – Rede Brasil Sul, com o lançamento da TV Catarinense¹⁴, em 1979, e com destaque para a publicação do Diário Catarinense, em 1986.

Pouco mais de um século antes, quando os jornais ainda eram ligados direta ou indiretamente ao poder público, operando com finalidades políticas e tendo como público os funcionários do governo e militares — a elite local —, o mesmo poder público motivava a conexão da província e depois do estado de Santa Catarina às primeiras redes de comunicação¹⁵. A cidade foi a primeira em Santa Catarina na adoção de novas tecnologias da comunicação que influenciaram significativamente a indústria de mídia — como o telégrafo e a internet — e em tempo próximo às principais cidades do país.

A conexão com a rede telegráfica começou em janeiro de 1867, através da ligação de Desterro com Laguna. Quinze anos antes havia sido feita a primeira ligação telegráfica no país, entre a Quinta Imperial e o Quartel do Campo, no Rio de Janeiro. No ano seguinte, foi criada uma pequena rede, ainda nos limites do Rio de Janeiro e interligando quartéis militares. Os serviços telegráficos foram franqueados ao público em 1858, na linha Rio – Petrópolis. A primeira linha a sair do estado do Rio de Janeiro foi motivada pela Guerra do Paraguai (1865/1870), a fim de conectar

em toda a província, que em 1831 tinha 51.458 habitantes.

13 Habermas situa a evolução da imprensa em três fases: 1. do surgimento dos jornais em 1609 até o fim do século XVIII – caracterizada pela produção artesanal e valor mercantil da informação; 2. das últimas décadas do século XVIII até 1830 – a fase do jornalismo político e literário; 3. a partir de 1830 – a imprensa passa de politizante à comercializada, com a informação reassumindo seu caráter mercantil. A imprensa brasileira surge no início do século XIX, mas por muito tempo mantém as características da segunda fase descrita por Habermas. (FERNANDES, 2000, p. 25)

14 Em Santa Catarina, a emissora pioneira foi “a TV Coligadas de Blumenau, inaugurada em 1º/09/1969 pelas mãos de 229 acionistas. (...) Em Florianópolis, a televisão chegou em maio de 1970. Era a TV Cultura, formada por uma sociedade de 178 cidadãos e retransmitia a Tupi. A Coligadas e a Cultura foram as únicas em Santa Catarina até 1979”. Em 1º/05/1979, depois de competir pela concessão do canal com “as duas oligarquias estaduais, as famílias Ramos e Bornhausen” a RBS inaugurou a TV Catarinense, e, “no prazo enxuto de três anos, a RBS estendeu uma rede de geradoras de TV em cada um dos quatro pólos político-econômicos do estado”, além da capital, Blumenau, Joinville e Chapecó. (CRUZ, 2001).

15 O correio teve sua primeira agência em Desterro em 1829, um ano antes das primeiras agências de Laguna e de São Francisco do Sul. No entanto, apenas em 1852 foi estabelecido o correio interestadual terrestre entre a capital de Santa Catarina, Porto Alegre e Paranaguá. (FERNANDES, 2000, p. 24)

a capital do império com Rio Grande, Pelotas e Porto Alegre.

“Por uma questão de segurança e estratégia militar” (Fernandes, 2000), a Guerra do Paraguai acelerou a inserção da capital catarinense no sistema de comunicação telegráfica. Depois da ligação com Laguna, ainda em janeiro de 1867 a cidade interligou-se com o Rio Grande do Sul (dia 6/01). A ligação com Itajaí aconteceu no dia 31 do mesmo mês.

A interligação da Ilha de Santa Catarina com outros países começou a ser construída em 1872 pela empresa inglesa Western Telegraph (WT). Dois anos depois, em 1874, cabos submarinos manufaturados pela Siemens colocaram Florianópolis em contato com o Rio Grande (RS) e Santos (SP). Os sinais elétricos do código morse partiam da agência da WT localizada na Praça XV — em 1923 a empresa transferiu-se para a rua João Pinto —, passavam pela Costeira do Pirajubaé, iam até a praia do Campeche, e, a partir daí, se bifurcavam para as duas cidades que eram nós de redes internacionais. De Santos e Rio Grande as mensagens podiam fluir para a América do Norte, Europa e África. Também em 1874 o Brasil inaugurava seu primeiro cabo submarino (produzido e colocado pela Telcon) através do Atlântico, ligando a América do Sul à Europa, saindo do Recife até São Vicente (Cabo Verde), que se ligava a ilha da Madeira e então a Carcavelos, em Portugal.

Até meados da década de 50 o telégrafo era o meio de comunicação mais usado pela população (MENEZES, 2001). Não raro as pessoas ficavam esperando na frente do “Cabo Submarino” — como era chamada na Ilha a agência de telégrafos — por respostas para os telegramas que haviam acabado de mandar. Até 1960, os quatro principais cargos da Western Telegraph em Florianópolis pertenciam à funcionários ingleses. “A partir de um determinado momento, a legislação determinou a implantação de um curso para formar brasileiros para as funções de engenharia”, explicou¹⁶ Ernani Carioni, o primeiro ilhéu a atuar como gerente técnico de comunicações depois de fazer um curso em São Paulo com apenas oito pessoas de todo o Brasil.

Em 1961, a WT chegou a solicitar ao presidente Jânio Quadros a permanência após o fim do seu contrato de concessão, mas o pedido foi negado em função da criação da Embratel, que passou a controlar as comunicações no país em

¹⁶ De acordo com Ana Cláudia Menezes, em “Cabo submarino ligava Ilha ao mundo”, publicada em 14 de janeiro de 2001 no AN Capital.

1963. A empresa inglesa operou em Florianópolis até 1973, completando cerca de um século de atuação local.

Quatro anos depois dos cabos telegráficos terem conectado Desterro com redes internacionais através de Santos e Rio Grande acontecia a primeira experiência com comunicação telefônica na capital, em 1878, um ano depois da instalação da primeira linha no Brasil e dois anos depois do experimento de Graham Bell, nos Estados Unidos. Este ensaio usou cabos da rede telegráfica que ligava a estação da Ilha (largo do Palácio do governo) com a estação do Estreito (SANTOS, A. 1999). As funções de centro administrativo da província foram fundamentais para a cidade ter condições de realizar tal iniciativa isolada e, em 1884, ver instalada pelos funcionários do Telégrafo do Estado a primeira rede telefônica de Santa Catarina, de uso exclusivo do serviço público. “A configuração inicial da rede também foi forjada pelas ações de planejamento e gestão de governo”, analisa André Santos (1999).

Na época, a imprensa travava debate sobre “as necessidades e possibilidades” da telefonia para o serviço público. (SANTOS, A. 1999: p. 23). Havia os que julgavam melhor para a administração investir o dinheiro dos aparelhos em outras prioridades enquanto o outro lado defendia que o uso do telefone “tornaria mais acelerado” o trabalho nas repartições “pela facilidade de obter informações imediatas”.

De acordo com André Santos¹⁷ (1999, p. 32) “em 1909 a rede de Florianópolis já estava instalada, com poucos assinantes, todos da classe dominante”. No entanto, os assinantes residenciais eram minoria no início da telefonia, usada - além do serviço público - principalmente por empresas comerciais. A entrada das indústrias na rede telefônica ficava prejudicada por sua localização geralmente fora dos núcleos urbanos.

Em 1910, o telefone era usado por menos de 1% da população. Dos 251 usuários da rede telefônica em Florianópolis, 121 eram linhas residenciais, 43 do serviço público, 26 empresas comerciais, 14 fábricas, 14 empresas de serviço, 17 empresas não identificadas e outros (SANTOS, 1999, p. 39). Nesta década, a telefonia possuía pequena abrangência territorial e era pouco difundida em Santa Catarina. Dos 26 municípios catarinenses da época, apenas outros três além da

¹⁷ Santos debruçou-se sobre documentos históricos e jornais antigos e revela informações de fontes primárias que o auxiliaram a compreender o desenvolvimento da telefonia em Santa Catarina.

capital tinham telefone: Joinville, Itajaí e Blumenau, sendo que apenas em Florianópolis e Joinville havia serviço telefônico para assinantes, formando uma rede municipal (em 1913, estas duas cidades tinham 220 e 165 assinantes cada uma, respectivamente). Nas demais localidades existiam linhas isoladas ou pequenas redes privadas para uso de empresas.

A rede intermunicipal catarinense começou a ser delineada a partir de 1927. Neste ano, a Companhia Telefônica Catarinense (CTC), de propriedade de Juan Ganzo Fernandes foi a única participante da concorrência que definiu a empresa que instalaria e exploraria a rede telefônica na capital e a rede intermunicipal. Florianópolis foi o principal nó na fase inicial da rede telefônica catarinense, que se desenvolveu a partir da capital para as outras cidades mais importantes do litoral e numa segunda fase expandiu-se para o interior.

A lógica que definiu a configuração espacial da telefonia interurbana em Santa Catarina privilegiava a integração territorial em função da importância econômica dos lugares e da rentabilidade dos investimentos. A expansão da rede entre 1927 e 1940 era exclusiva para os grupos que tinham o poder político e o econômico (SANTOS, 2005, p. 181).

Os comerciantes foram os primeiros a adotar o uso do telefone. Em 1928, dada a importância do capital comercial de Florianópolis no contexto regional, a companhia Hoepcke era e a maior cliente particular da CTC em Florianópolis. Em 1944 a empresa tornou-se o maior cliente estadual em número de linhas. A estratégia de desenvolver a rede primeiro no litoral como “fomento a integração das cidades” (o projeto do governo) também se deve a localização das filiais da Hoepcke (objetivo do capital, da CTC), que dependia do transporte marítimo. “Equipamento usado principalmente para negócios, sua distribuição espacial refletia a organização espacial do comércio e das instituições públicas”, afirma Santos sobre o telefone.

Pelo menos até 1960, Florianópolis ainda concentrava a maior parcela dos usuários de telefonia do estado. Com população urbana de 3,7% da população de Santa Catarina, a capital possuía 28,9% das linhas telefônicas. Blumenau era o segundo município com maior concentração de linhas, 13,5% do total, enquanto a população do município era de 3,1% da população catarinense. A distribuição da rede não refletia a distribuição populacional ou das cidades pelo território.

1.1. O DESAFIO DE UM JORNAL ESTADUAL NA CAPITAL CATARINENSE

Embora concentrasse a maior parte das linhas telefônicas no estado, devido ao comércio forte e as funções de administração pública, a capital catarinense não se consolidou como uma referência econômica, política e cultural para todo o interior do estado, como acontece em outros estados do Brasil. Essa formação espacial implica em capitais regionais fortes que rivalizam com Florianópolis e tornam Santa Catarina um estado com peculiaridades no mercado de mídia, especialmente para a indústria de jornais.

Até meados do século XIX, Desterro¹⁸ tinha na exportação de gêneros alimentícios como farinha e peixe o forte de sua economia¹⁹. Com o surgimento das colônias de imigrantes alemães e italianos nos vales atlânticos catarinenses, ao mesmo tempo em que a exportação de alimentos entrava em crise, a cidade começou a se destacar como praça comercial importadora para abastecer estes colonos, que necessitavam de utensílios agrícolas e domésticos importados através da capital. Deste modo, o comércio atacadista local teve momentos de dinamismo na virada do século XIX e início do século XX (BASTOS, 2000). A influência da capital abrangia as principais cidades do estado.

Em 1930, no entanto, a “Revolução” que levou Getúlio Vargas ao poder foi o marco de mudanças com significativos impactos na economia catarinense e florianopolitana. O pacto de poder entre a classe política dos latifundiários do Rio Grande do Sul (com apoio de mineiros e do sertão nordestino) respaldados pela classe econômica do capitalismo industrial paulista nascente promove a transição da acumulação mercantil para o capitalismo industrial na escala nacional (RANGEL, 1990). Esta configuração do Estado nacional passa a acelerar a industrialização e a integração do território nacional via estradas de rodagem, com São Paulo na liderança destes processos.

O enfraquecimento do comércio de cabotagem em relação ao rodoviário²⁰

¹⁸ Em 1893, a cidade foi tomada por revolucionários que se opunham ao governo do presidente Floriano Peixoto. Derrotados, seus líderes foram executados na Fortaleza da Ilha de Anhatomirim e Desterro rebatizada em 1894 para homenagear o presidente.

¹⁹ Os açorianos trouxeram o modo de produção fundamentado na pequena propriedade familiar, diferentemente do restante do território brasileiro na época, onde se explorava a monocultura com mão-de-obra escrava. Deste modo, conseguiam exportar seus produtos diversos pontos do Brasil e até mesmo Montevideú e Buenos Aires. A iniciativa do Estado de colonizar a Ilha de Santa Catarina com portugueses foi a responsável pelo primeiro expressivo aumento da urbanização na cidade. Os colonizadores chegaram entre 1748 e 1756. Eram cerca de cinco mil na primeira leva, a maioria açorianos. (BASTOS, 2000, PELUSO, 1991).

²⁰ Em 1940, o Porto registrou a entrada de 643 navios, caindo para 555 depois de 10 anos, 184 em 1960 e apenas 15 em 1970, década que marcou o fim do Porto de Florianópolis (PELUSO, 1991, p.

implicou em desvantagens competitivas para o comércio atacadista de Florianópolis. (BASTOS, 1997, p. 14). Paralelamente, o interior catarinense aumenta sua industrialização, principalmente nas áreas de colonização alemã, e começa a buscar caminhos próprios para importar os bens que necessita e escoar sua produção. As cidades do interior — vinculadas à estrutura capitalista em implantação — foram tomando o espaço econômico que ia sendo deixado pela capital, que viu sua área de influência encolher para os limites de “Tijucas ao Norte até Garopaba ao Sul” (MAMIGONIAN, 1966).

Diante desta nova situação, Florianópolis entra em período de estagnação econômica até meados dos anos 60. Entretanto, em virtude de suas funções administrativas de capital do estado, foi uma das únicas cidades do litoral catarinense que não parou o processo de expansão urbana.

Mas este crescimento se dava em ritmo muito menor do que nas outras capitais do Sul do Brasil. Conforme destaca Messias Bastos e visto na TABELA 1, “entre 1872 e 1960, enquanto a capital catarinense multiplicava sua população em apenas quatro vezes, Porto Alegre e Curitiba multiplicavam sua população por 25 e 36 vezes”. (BASTOS, 1997).

TABELA 1 População das capitais do Sul – 1872, 1960, 1980

	1872	1960	1980
Florianópolis	20.000	80.000	187.871
Porto Alegre	30.000	750.000	1.125.477
Curitiba	10.000	350.000	1.024.975

Fonte: MAMIGONIAN, 1966. BASTOS, 1997.

Estas taxas tão diferentes de crescimento são conseqüências do fato de Santa Catarina se diferenciar de Rio Grande do Sul e Paraná pela ausência de uma metrópole própria com influência em todo o estado. Enquanto Porto Alegre e Curitiba unificam e integram as diferentes áreas que compõem seus estados, Florianópolis é uma das capitais regionais catarinenses, como explica Armen Mamigonian:

“Já Santa Catarina não existe como unidade espacial: são oito regiões urbanas pequenas, independentes umas das outras, ligadas em primeira instância às metrópoles referidas quanto ao consumo de bens e

337). Segundo Armen Mamigonian (durante aula na UFSC, em 2004), o transporte rodoviário foi priorizado a partir de 30 pelo pacto de poder dominante, pois as rodovias valorizavam as terras.

serviços e às metrópoles maiores (São Paulo, principalmente) quanto ao escoamento da produção” (MAMIGONIAN, 1966, p. 35).

As regiões e suas respectivas capitais regionais, segundo MAMIGONIAN (1966), são:

“Na fachada atlântica existem as regiões de Joinville, do Vale do Itajaí (Blumenau), de Florianópolis e o Sul (Tubarão e Criciúma) e no Planalto norte-catarinense (Porto-união da Vitória, Canoinhas, Mafra-Rio Negro), do Vale do Peixe (Joaçaba-Herval d’Oeste) e o Oeste catarinense (Chapecó)”. (MAMIGONIAN, 1966, p. 35).

O relevo e a hidrografia catarinense — com destaque para os vales atlânticos colonizados por europeus e dois importantes portos (de São Francisco e de Itajaí) — estimularam a formação destes centros regionais. A implantação das atividades primárias e secundárias completou um quadro singular de relações urbanas²¹.

O que interessa para o este trabalho é caracterizar a divisão de Santa Catarina em pelo menos seis regiões fortes, cada qual com população aproximada de um milhão de habitantes e capital regional com menos de 500 mil habitantes, como mostra abaixo a TABELA 2.

TABELA 2 Regiões Catarinenses, população, área e densidade demográfica

Regiões - Municípios com mais de 100 mil hab.	Estimativa da população regional	População da capital regional	Área (Km²)	Densidade Demográfica (hab/Km²)
Oeste Catarinense – Chapecó	1.156.552	Chapecó: 169.256	27.178	43
Norte Catarinense- Joinville, Canoinhas, São Bento do Sul e Jaraguá do Sul	1.144.633	Joinville: 487.045	15.874	72
Serrana - Lages	418.576	Lages: 166.732	22.235	19
Vale do Itajaí - Blumenau, Itajaí	1.338.125	Blumenau: 292.998	13.241	101
Grande Florianópolis - Florianópolis, São José	918.362	Florianópolis: 396.778	6.954	132
Sul Catarinense - Criciúma	890.320	Criciúma: 185.519	9.961	89

Fonte: SC em Dados 2006 - FIESC, com informações do IBGE Cidades@ www.ibge.gov.br/cidadesat População estimada em 01.07.2005.

Devido a esta peculiaridade, fazer um jornal estadual, segundo Marcos Barboza, diretor geral do Diário Catarinense, é um desafio maior em Santa Catarina

²¹ De acordo com a produção, Santa Catarina hoje pode ser dividida em seis regiões ou pólos econômicos: Agroindustrial (Meio-oeste e Oeste); Pólo madeireiro (Planaltos catarinenses); Pólo Eletro-metal-mecânico (Norte do estado); Pólo Têxtil / Vestuário (Vale do Itajaí); Pólo Mineral/Cerâmico (Sul); Tecnologia/Turismo (Litoral). Esta divisão não implica na ausência de outros segmentos nas regiões, mas indica a tendência regional.

do que em qualquer outro estado. “As pessoas quando abrem o jornal, querem saber o que esta acontecendo na sua comunidade, querem saber um pouco o que acontece no país, no mundo, mas o jornal é um meio essencialmente local”, afirma²². Em países europeus e nos Estados Unidos, acrescenta Barbosa, “tu vê muito poucos exemplos de jornais estaduais, os jornais são realmente metropolitanos ou comunitários”.

Para enfrentar o desafio de fazer um jornal estadual em Santa Catarina, o DC tem estratégias diferentes de conteúdo e marketing para a capital e as demais regiões do estado, além de uma estrutura de logística que envolve 10 sucursais e nove Centros de Distribuição (CD), como mostra a FIGURA 1. Estes Centros são terceirizados, “alguns exclusivos, outros não, mas em termos de jornal exclusivo, distribuem só outros produtos”, detalha Barbosa.

O jornal é impresso na gráfica do DC em Florianópolis, e cerca de 6 a 7 horas após o término da impressão já foi distribuído em todo o Estado. O produto sai da capital e vai até os CD's, onde os distribuidores locais ficam responsáveis por levar o jornal aos assinantes e pontos de venda da região até as 7 horas da manhã. Barbosa informa que “lá no extremo O Oeste a gente não consegue chegar nesse horário, o desafio de logística é enorme, tem vezes que a gente gasta mais com logística do que com matéria prima, por ter esta capilaridade, esta simultaneidade”.²² Para evitar que o jornal chegue tarde nas regiões distantes da capital, o DC pode ter horários de impressão e edições diferentes por região, ou seja, o Oeste, por exemplo, pode ficar sem o resultado de um jogo que terminou tarde da noite.

²² Entrevista concedida ao autor no dia 24/01/2007.



FIGURA 1 Sucursais e Centros de Distribuição do Diário Catarinense em SC

Fonte: RBS. Arte do autor sobre mapa interativo do CIASC (www.mapainterativo.ciasc.gov.br)

Do ponto de vista do conteúdo, explica Barboza, “a gente não tem a pretensão de se propor a esgotar o assunto de Criciúma no Diário Catarinense, ou Chapecó, ou de Lages, ou de Joinville, de Jaraguá”. As sucursais produzem matérias, mas não com o ponto de vista local, mas sim uma abordagem sobre o “que está acontecendo em Criciúma que tem interesse estadual, que tem relevância para os leitores de outras regiões. São notícias que a gente acredita ser de interesse geral do estado”, fala o diretor do DC. Segundo ele, fora da capital, as pessoas lêem o Diário “como uma segunda leitura, como um complemento”:

Agente não vai nunca atender integralmente a pessoa que tem interesse por notícia local através do Diário Catarinense. A pessoa que lê o DC em Chapecó, possivelmente uma grande maioria, lê um jornal local também, e lê o DC por que o jornal local não atende integralmente o seu interesse em se informar. Não é um jornal completo, não é um jornal que traz uma credibilidade numa forma de tratar mais contemporânea os assuntos.²³

Para se adaptar a esta realidade, o DC costuma editar em Florianópolis capas diferentes por região. “Nós temos uma capa pro Sul, uma pro Norte, uma pro Oeste e outra pra Grande Florianópolis, normalmente são estas quatro grandes regiões.

Mas tem edições em que a capa é a mesma, por que o assunto é o mesmo”, conta Barboza. Se houve rodada do campeonato brasileiro, por exemplo, em Criciúma o DC mostra na capa a foto do time local, enquanto em Florianópolis destaca os clubes da capital. No conjunto, “normalmente 60% do espaço de conteúdo do DC é dedicado ao noticiário de Santa Catarina, 30% ao noticiário nacional e 10% internacional”, segundo informou a empresa²⁴.

Em relação ao marketing para vender jornais, o Diário Catarinense usa uma estratégia para Florianópolis e outra para as demais regiões catarinenses. Nas palavras de Barboza:

Em Florianópolis nós posicionamos o Diário Catarinense como um jornal completo. Realmente, o cara que está em Florianópolis e quer ler um jornal, atende integralmente, através do Diário Catarinense, sua necessidade de informação. Porque tem notícia nacional, estadual e mundo. Tem muita notícia local, fala do Avaí, do Figueirense. Classificados é um público essencialmente local também. Pode ser melhor? Sempre pode ser melhor e obviamente que a gente tem esta visão e procuramos melhorar de forma contínua. Mas é um jornal completo, como A Notícia é um jornal completo para a comunidade de Joinville.

Para o resto do estado, nós posicionamos o DC como um complemento de leitura. A gente até brinca um pouco com estes dois termos, completo e complemento. Temos um slogan para o resto do estado que diz assim: “DC, o jornal que completa você”. Ou complementa a pessoa que vê a notícia local através da rádio local ou de outra forma, TV é pouca notícia local. A pessoa que realmente é ávida por informação e por leitura, não vai se sentir satisfeita possivelmente pelo seu jornal local, que é um jornal pequeno, de acordo com o potencial publicitário do mercado, que é mais restrito e menor. Então os jornais regionais, jornais locais, dificilmente atendem integralmente o interesse dos leitores mais ávidos por leitura, não a todos, pois tem gente que nem jornal lê. E a gente coloca o DC com um ótimo complemento ao seu jornal local.

Então esta é a maneira da gente vencer o desafio de um jornal estadual. E quer queira quer não a gente consegue: circulação em 95% do estado, uma circulação bastante boa, em especial no Sul, Meio Oeste. Já no Vale do Itajaí, Blumenau, é menor a circulação por que temos outro jornal nosso que é forte, o Santa, assim como em Joinville — onde o DC tem uma penetração já menor — tem um jornal local que é muito bom, A Notícia, que incorporamos inclusive em 2006.²²

Assim como o Jornal de Santa Catarina, adquirido pela RBS em 1992, o joinvillense A Notícia foi adquirido em 2006 dentro do entendimento da RBS de “que

²³ Entrevista ao autor.

²⁴ Por e-mail, através de Adriane Santos, do departamento de Planejamento e Marketing - RBS

realmente para a gente ser líder absoluto é o jornal local". Barboza afirma que

Não é a toa que o Santa é líder em Blumenau, que A Notícia é líder em Joinville, que o DC é líder em Florianópolis. Nós acreditamos num modelo de jornal estadual e por isso que a gente tem o DC há 20 anos como estadual e por isso que a gente comprou A Notícia, um jornal estadual, até por ele ter uma participação da circulação fora de Joinville em relação ao total, maior que o DC, até diria que é mais estadualizado ainda que o DC, enfim, nós pretendemos manter isso. É a partir desta nossa crença com jornal estadual, mesmo tendo estes desafios.²²

A crença no modelo de jornal estadual também se deve às maiores possibilidades de comercialização. Na análise de Barboza,

um jornal local fica muito restrito ao mercado publicitário local e isso limita a possibilidade de investimento em produto. Em Blumenau, temos até uma circulação pequena do DC, o que mostra que tem algumas pessoas que ainda não se dão por satisfeitas lendo o Santa, que é um bom jornal local, mas o DC tem informações que o Santa não publica, um jornal de menor paginação. Então como complemento de leitura o jornal estadual, que tem uma condição econômica bem mais favorável, e tem jornal mais completo, produto de melhor qualidade, as pessoas têm interesse e isso faz com que tenhamos leitores no estado inteiro.

1.2. ASPECTOS DA FORMAÇÃO DO LUGAR: ESTATAIS, MIGRAÇÃO E TURISMO

A cidade escolhida pela RBS para sediar seu primeiro jornal em Santa Catarina, em 1986, começou duas décadas antes uma fase fundamental na sua formação sócio-espacial. Pode-se considerar como marco inicial deste novo período de Florianópolis a instalação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), a implantação da BR 101 e posteriormente a instalação de estatais como a Eletrosul. Este processo gerou novos postos de trabalho, acelerou o processo de urbanização, iniciou um ritmo crescente de especulação imobiliária e desenvolvimento da construção civil, reforçando o turismo e lançando as bases (mão-de-obra especializada) das indústrias de base tecnológica. As transformações com gênese nesse período afetaram significativamente a divisão territorial do trabalho na região e as formas de ocupação e uso do solo.

A busca pela modernidade na Ilha começou nos anos 50, com a destruição de diversas casas coloniais para a construção de prédios de até oito andares²⁵. Um

Unidade Jornal SC.

²⁵ Foi o começo da verticalização da paisagem urbana, que encontrou seu expoente máximo e ícone

texto do colunista ilhéu Beto Stodieck — atuante de 1971 a 1990, duas décadas-chave na transformação da cidade — contribui para ilustrar este fato e a relação da mídia com este processo:

Desde que a coluna se dá por gente, em priscas noutro jornal, que vem batalhando insistente pela preservação do casario histórico da Ilha (inclusive muito puxão de orelha levou por “discordar” das imobiliárias que anunciavam de montão)'. (JSC, 3/08/1984). (PORTO, LAGO, 1999)

Conforme Stodieck, havia convivência da mídia com o processo de urbanização em Florianópolis, gerador de implicações negativas sobre o patrimônio histórico e mais recentemente natural. Ainda hoje as imobiliárias e construtoras estão entre os maiores anunciantes locais, o que sugere uma explicação para o destaque dado aos empreendimentos imobiliários nas páginas dos jornais²⁶. A análise de Machado (2000) inclui os meios de comunicação entre os “agentes fomentadores dos novos tempos” — destacando também as autoridades públicas, empresários e universidade —, atores “que se credenciam para reforçar a ação de outros agentes sociais que conduzem o processo de urbanização” em Florianópolis e seu entorno regional.

Entre estes atores, o poder público foi o grande impulsionador para Florianópolis sair da estagnação que se encontrava até a década de 60. As ações do Estado conduziram uma nova fase de expansão de sua importância econômica e de pólo regional. A instalação de estatais como Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul (BRDE), Centrais Elétricas de Santa Catarina S.A. (Celesc) e Telecomunicações de Santa Catarina S.A. (Telesc) começou a expressar a alteração de praça comercial para centro de serviços públicos do chamado “terciário superior”. O crescimento urbano aconteceu em função das atividades deste setor, ao

na Beira-mar Norte. A área que havia sido o primeiro balneário da capital (Praia de Fora) tornou-se área nobre e foi sendo completamente edificada nos anos seguintes. Processo semelhante aconteceu progressivamente em diversos balneários da região como Coqueiros (anos 50/60), Praia do Balneário (Estreito, 50/60), Canasvieiras (60/80), Ingleses (60/80) e mais recentemente Praia Brava (82-2000), cada qual com suas peculiaridades, nem tão verticais quanto a Beira-mar, mas sempre com urbanização acelerada no período “da moda”, seguida de degradação ambiental e poluição do mar.

²⁶ Em 1/05/2005, o Diário Catarinense publicou matéria intitulada “Florianópolis coleciona grandes obras”. O texto começa assim: “Florianópolis se transformou num celeiro de grandes investimentos nos últimos anos. Nunca se viu obras de tão grande porte sendo construídas ao mesmo tempo na cidade. Juntos, os 15 maiores empreendimentos somam R\$ 600 milhões e vão gerar cerca de 4,5 mil empregos. As obras são de importância fundamental para o município, tanto que algumas prometem revolucionar a economia da região. É o caso da construção dos dois novos shoppings, do primeiro campo de golfe e do maior hotel da Ilha. Em muitos casos, os investidores são de fora e vêm atraídos

contrário da cidade mais populosa de Santa Catarina, Joinville, e de outras como Blumenau, Chapecó e Jaraguá do Sul, que tiveram crescimento urbano-metropolitano em virtude das indústrias.

“Nota-se que o papel desses aparelhos estatais instalados no núcleo intraurbano principal da cidade corroborou o crescimento desordenado que se espalhou, além de novas práticas de consumo na vida da cidade”, destaca Machado (2000, p. 82). O colunista Stodieck, que marcou época na imprensa catarinense, não deixou de perceber e descrever as transformações no comércio a fim de atender ao numeroso público vindo de outras cidades para trabalhar nas estatais. Estas pessoas tinham um novo perfil de consumo, que gradativamente foi produzindo a chegada de inovações, conforme nota no jornal O Estado de 21/09/1971:

Novidades por toda a cidade, o comércio se descentralizando e, o que é importante, se modernizando. São boutiques, bares, brinquedinhos eletrônicos, coisas de comer um tanto americanizadas. E outros baratos próprios da civilização. (PORTO, LAGO, 1999, p 81)

A instalação da UFSC em 1960 e das Centrais Elétricas do Sul do Brasil – Eletrosul entre 1975 e 1978 contribuíram significativamente para a modernização da cidade e o aumento do mercado imobiliário. Para se ter uma idéia do volume de pessoal “de fora” que chegou e continuou chegando à cidade para trabalhar nas estatais, em 2001 a UFSC tinha 1.828 professores, dos quais 1.590 não-ilhéus²⁷.

Em grande parte o processo de crescimento demográfico e de expansão urbana pôde acontecer por encontrar suporte nas obras de infra-estrutura criadas pelo poder público a partir da década de 70²⁸. Enquanto a Ilha foi sendo ocupada em boa parte por loteamentos e empreendimentos imobiliários para público de alta renda, especialmente a partir da década de 1990, as classes mais pobres — onde se incluem boa parte dos ilhéus-pescadores que moravam nas praias — foram sendo afastadas da cidade. Inicialmente passaram a ocupar o Estreito e os morros

pelo potencial econômico da região.”

²⁷ Revista VEJA, 07 de março de 2001: “Floripa, a campeã”. A matéria enaltece a “capital da qualidade de vida” divulgada pela gestão da prefeita Ângela Amim e foi capturada na internet no site de uma imobiliária paulistana com filial em Florianópolis – <http://www.angloamericana.com.br/news3.asp>.

²⁸ Estas intervenções no espaço urbano foram ações planejadas, baseadas na expansão da malha viária urbana e regional. Neste contexto foi construído o aterro da Baía Sul (início da década de 70), a ponte Colombo Salles (1975) e uma série de rodovias foram pavimentadas e outras planejadas, como a Via Expressa Sul — implantada a partir de 1995 e concluída em 2000 — e a Beira-mar continental, iniciada em 2004 (Machado, 2000).

do centro, e paulatinamente cada vez mais foram empurrados para a periferia conforme avançava o processo de conurbação, que teve sua gênese na década de 40, mas ficou mais expressivo a partir dos anos 70.

Enquanto a população de Florianópolis cresceu 35,8% entre 1970 e 1980, o número de habitantes de São José aumentou 106%, de Palhoça 84% e de Biguaçu 39%. Entre 1970 e 2000, a população de Florianópolis aumentou quase no mesmo ritmo (entre 34 e 35% em cada década), enquanto em São José a população cresceu 106% (1970-1980), depois 58,6% (1980-1991). Dados do IBGE mostram aumento de 50,4% da população de Palhoça entre 1991 e 2000, enquanto em Biguaçu a taxa foi de 41,2%, em Florianópolis de 34,2% e em São José de 23,8%. As “periferias interioranas”²⁹ (dos pobres) surgiram na maioria em municípios vizinhos, enquanto as “periferias de amenidades” (das elites) encontram-se geralmente na Ilha.

Com a chegada dos contingentes demográficos após a instalação das estatais e a “modernização” forjada pelas obras de infra-estrutura, Florianópolis passou a encontrar no turismo o discurso para sair do atraso econômico e se inserir na globalização. A aceleração da urbanização na faixa litorânea — não só da capital, mas de outras cidades da costa catarinense — acontece a fim de atender principalmente os interesses do setor turístico em desenvolvimento.

Segundo Machado (2000), este tipo de desenvolvimento econômico-urbano através do turismo “determina padrões de atividades que estão em nível regional conduzindo, em suas escalas, processos contemporâneos de ordem mundial”, revelando semelhanças com muitas cidades brasileiras — especialmente litorâneas — no modo como se dá essa integração com a rede nacional e internacional. Ainda conforme o autor, entre as “possibilidades de diferentes fatores na produção do espaço de cada lugar, o turismo corresponde, nas ações humanas, àquela parcela que abrange dimensões do global e do local”.

Talvez por isso, a internet — que também abrange dimensões do global e do local — seja o meio mais citado no ítem “veículo de propaganda que influenciou na

29 Segundo Corrêa (1986), apud Machado (2000, p. 112,113), os efeitos do crescimento intra e inter-urbano têm, grosso modo, possibilitado o surgimento de agrupamentos em “periferias interioranas” – ditas do pobre, do povão, suburbana, predominando aquelas populações que se caracterizam por rendas baixas, altamente dependentes dos poderes públicos e/ou ações das classes dominantes; e “periferias de amenidades” – aqueles locais ditos do viver e/ou atuar que são privilégios predominantemente de elites (da economia, do saber, etc.) e das burguesias, onde condições urbanísticas e ambientais refletem certas “qualidades agradáveis”.

viagem” da pesquisa de demanda turística 2005 e 2006 da Santur para Florianópolis, atrás apenas de “amigos e parentes”. Enquanto a internet cresceu de 0,55% da preferência dos turistas em 2004 para 17,05% em 2006, “amigos e parentes” teve queda na influência de 59,23% para 49,10%. Não é a toa que o Guia Floripa, site que é referência em informações sobre Florianópolis na internet tem como seu principal mercado o segmento turístico. Em pesquisa da Embratur (2003) sobre o que influenciou a decisão da visita do turista estrangeiro, a internet também aparece atrás apenas do item “informação de amigos”. A mesma pesquisa indica que Florianópolis é a nona cidade brasileira mais visitada por turistas de outros países.

Nas últimas três pesquisas de demanda turística da Santur (2004 – 2006), o Rio Grande do Sul é o principal mercado nacional emissor de turistas para Santa Catarina, com alternância de São Paulo e Santa Catarina na segunda posição e Paraná em terceiro. Entre os estrangeiros, os argentinos são os mais numerosos, com mais de 60% do total de não-brasileiros. Na temporada de verão 2006, 588.759 turistas visitaram a cidade, dos quais 100.799 não-brasileiros, gerando uma receita total estimada em US\$ 167,8 milhões, sendo US\$ 28,6 milhões gastos de estrangeiros.

Depois de uma década (de 80) marcada pelo início do desenvolvimento turístico, os anos 90 registraram crescimento demográfico acima da média brasileira, boa parte devido à migração de classes sociais altas em fuga do inchaço das grandes metrópoles e em busca da propagandeada “qualidade de vida”³⁰. Enquanto as cidades brasileiras apresentaram em média um crescimento demográfico de 1,6% ao ano entre 1991 e 2000, Florianópolis foi a única capital do Sul/Sudeste incluída no grupo de 11,9% do total de municípios com crescimento superior a 3% ao ano, taxa considerada “significativa e expressiva” pelo IBGE³¹. Do número total de habitantes no ano 2000, 13,6% (46.561) não nasceram em Santa Catarina e

30 Conforme inúmeras matérias em revistas e jornais no início dos anos 2000 alardearam, na esteira da divulgação do IDH 2000 que colocou Florianópolis como a “melhor capital brasileira em qualidade de vida” e quarta cidade do Brasil, esse movimento migratório seria de empresários e profissionais liberais em busca de uma vida mais ligada à natureza, com menos problemas de trânsito e menores riscos de assaltos e violência. Paradoxalmente, o crescimento demográfico está degradando o meio ambiente, congestionando o tráfego e aumentando consideravelmente a criminalidade.

31 As outras capitais foram Manaus, Macapá, Rio Branco, Boa Vista e Palmas. Fonte: “Tendências Demográficas: uma análise da amostra do Censo Demográfico 2000”, IBGE – publicação lançada em 28/12/2004

moravam em Florianópolis há menos de 10 anos³².

Os estados vizinhos do Rio Grande do Sul e Paraná são os que mais fornecem migrantes para a capital catarinense, seguidos por São Paulo e Rio de Janeiro, mas não são raros estrangeiros oriundos do Cone Sul e em menor número da Europa. Esta pesquisa não inclui os moradores “de fora” que chegaram há mais de 10 anos, portanto, o número de migrantes deve ser bem maior, caracterizando uma cidade cosmopolita, com bom número de pessoas em constante relacionamento e recebendo influências culturais de gente localizada em outras cidades e países.

Este fluxo de gente e capital, bem como o crescimento das atividades econômicas de base tecnológica, com rendimentos por pessoa acima da média nacional, reflete-se na renda familiar dos moradores da cidade. Pesquisa realizada pela Gismarket Estudos de Mercado, a pedido do Florianópolis Shopping Center, mostra que a Ilha de Santa Catarina possui 51,3% da população nas classes A e B, com renda média mensal familiar entre R\$ 1,3 mil e acima de R\$ 3,9 mil. Por outro lado, 2,3% da população encontra-se na classe E; 8,3% na classe D e 38,2% na classe C. A renda média mensal das famílias do município é de R\$ 1,9 mil, acima da média nacional, de R\$ 1,78 mil. Em Palhoça, município na “periferia interiorana” da Grande Florianópolis, a renda média por família é de R\$ 949 mensais³³.

Um indicador do alto poder aquisitivo de boa parte da população de Florianópolis é o grande número de veículos: um carro para cada 1,8 moradores, enquanto a média nacional é de sete por um³⁴. Na Grande Florianópolis, a frota per capita é de um veículo para cada 2,4 habitantes. O número de veículos na capital catarinense pulou de 8,6 mil em 1979 para 199,4 mil em 2006 (DC, 01/02/2007)

A elevação na renda da população provocou o aumento do poder de consumo em Florianópolis. O ano de 2001 marcou a superação de Joinville no ranking dos municípios com maior potencial de consumo na Região Sul³⁵, atingindo 0,47% do consumo nacional, ou seja, para cada US\$ 100 gastos no Brasil, 47 centavos foram dispendidos em Florianópolis. Em 2005, as cidades do Sul com maior poder de

32 Dados do IBGE contidos na matéria “Florianópolis atrai e desafia migrantes”, publicada pelo Diário Catarinense no Dia do Migrante – 19/06 - de 2005.

33 Dados publicados em matéria no Diário Catarinense de 05/07/2004 sob o título “A Ilha da Prosperidade”.

34 Segundo declarou ao Diário Catarinense o diretor-presidente do Baía Sul Hospital Dia, Irineu May Brodbeck, na matéria “Florianópolis coleciona grandes obras”, de 1/05/2005.

35 Ranking publicado pela Revista Amanhã, Edição 172 - Novembro de 2001 (com dados da Target

compra foram Curitiba, Porto Alegre, Florianópolis, Londrina, Caxias do Sul e Joinville. Segundo a pesquisa da Target Marketing³⁶, 61 municípios representam 50,1% do consumo nacional. Outra pesquisa, da Simonsen Associados³⁷, dá conta que o consumo anual per capita em Florianópolis é de US\$ 5 mil, ante US\$ 4,3 mil de São Paulo e US\$ 2,4 mil da média brasileira.

Apesar de menos presente na mídia, especialmente em veículos de outros estados onde se encontra o público-alvo do mercado imobiliário³⁸, Florianópolis também recebe migrantes pobres em busca de oportunidades. O Núcleo de Apoio à Família (NAF), órgão da Prefeitura instalado na rodoviária da cidade e responsável pelo acolhimento, orientação e encaminhamento de migrantes aos seus estados de origem, atende cerca de 1.500 pessoas por mês³⁹.

O rápido crescimento demográfico e territorial vivido nos últimos 15 anos causou uma série de problemas ambientais na Ilha e adjacências. As formas desordenadas de uso do solo e o modelo de exploração dos recursos naturais — desde as inúmeras alterações do plano diretor a fim de viabilizar empreendimentos “classe A” até invasões de APPs por famílias pobres financeiramente — induziram à poluição de recursos hídricos ou ao uso clandestino de águas subterrâneas, trouxeram poluição visual, desmataram vegetação nativa, aterraram mangues, ignoraram dunas, acabaram com a possibilidade de banhos de mar saudáveis em belas praias⁴⁰.

1.3. A INDÚSTRIA DE BASE TECNOLÓGICA EM FLORIANÓPOLIS

Marketing). Disponível em <http://amanha.terra.com.br/edicoes/172/capa06.asp>

³⁶ Este estudo tem o nome de “Brasil em Foco – Índice Target de Potencial de Consumo”. Está disponível em www.targetmark.com.br/downloads/imprensa_2005.pdf

³⁷ Segundo publicou a Revista Amanhã na matéria “Migração com vista para o mar” - Edição 171 - Outubro de 2001. Disponível em <http://amanha.terra.com.br/edicoes/171/wired01.asp>.

³⁸ O crescimento da população e a elevação do potencial de consumo geraram aumento da demanda por imóveis e estimularam o mercado imobiliário, especialmente a partir de 1997. Estatísticas do Sindicato das Indústrias da Construção Civil (Sinduscon) de Florianópolis indicam que naquele ano consolidaram-se 736 construções na Ilha. Cinco anos depois, o número foi de 1,15 mil, um aumento de 56%.

³⁹ DC 19/06/2005

⁴⁰ As áreas ambientalmente críticas na Ilha têm duas causas principais, segundo a procuradora do Ministério Público Federal (MPF-SC) em Florianópolis, Analúcia Hartmann. A primeira seriam os empreendimentos turísticos, imobiliários e comerciais voltados para as elites, como no caso dos bairros João Paulo, Cacupé e parte da Lagoa da Conceição. A outra causa seria mais grave, pois envolve problemas sociais: a ocupação irregular de áreas de preservação por famílias pobres, como acontece na Foz do Rio Tavares, na Tapera, no Saco Grande e no caso mais emblemático: a Favela do Siri, na Praia dos Ingleses. No local, segundo cálculos da prefeitura, vivem cerca de 7 mil pessoas sobre dunas.

A presença de estatais regionais e nacionais com necessidades de interligação com pontos distantes do território facilitou o desenvolvimento da infraestrutura de telecomunicações em Florianópolis, bem como criou público para a mídia local. E boa parte da indústria de base tecnológica local teve em seu início participação de ex-funcionários das empresas estatais e/ou professores e recém formados da UFSC.

Os empreendimentos de base tecnológica (EBTs) hoje são os maiores geradores de riquezas da cidade. Cerca de 300 empresas faturam R\$ 400 milhões⁴¹ por ano e têm mercado em diversas cidades do Brasil.

As duas empresas locais pioneiras em atividades ligadas à tecnologia — Intelbrás e Dígito — foram criadas em 1975 e 1977, respectivamente. As duas continuam em atividade, ambas com foco em produtos e soluções para telecomunicações e atualmente explorando bastante a convergência de redes e a tecnologia IP (Internet Protocol). A Intelbrás⁴², a maior fabricante de telefones e centrais telefônicas da América Latina, obtém 40% do seu faturamento (de R\$ 208 milhões em 2004) com produtos desenvolvidos nos últimos dois anos (BENETI, 2007). Possui um parque industrial de 36 mil metros quadrados em São José, na Grande Florianópolis, e 31 escritórios comerciais espalhados pelo Brasil.

A Dígito está entre as 200 maiores empresas de Tecnologia do Brasil, sendo a 10ª Empresa do setor de software no critério Excelência Empresarial, segundo a Revista INFO Exame (Agosto/2003). A Dígito tem 385 funcionários e movimentou R\$ 74 milhões em negócios fechados no ano de 2004, ano em que foi a vencedora do Prêmio Finep de Inovação Tecnológica 2004 – categoria grande empresa. Além da matriz em Florianópolis, a Dígito tem filiais em Porto Alegre, Curitiba, Rio de Janeiro, São Paulo, Ribeirão Preto, Belo Horizonte, Brasília e Fortaleza.

Apesar da importância histórica e atual das duas maiores empresas de tecnologia da região, o grande marco que transformou Florianópolis em pólo tecnológico foi a implantação do CERTI - Centro Regional de Tecnologia em Informática, em 1984, rebatizado posteriormente para Fundação CERTI - Centros de

41 Fonte: CD Rom 20 anos (1985 – 2005) de Pólo Tecnológico da Grande Florianópolis. Dados do faturamento levantados por pesquisa da ACATE – Ass. Catarinense de Empresas de Base Tecnológica para o ano de 2004.

42 A Intelbrás foi vencedora em 2006 do Prêmio FINEP de Inovação Tecnológica, Etapa Sul, na categoria grande/média empresa. O Anuário de Inovação Tecnológica — publicado pela Editora Expressão (de Florianópolis) com os resultados do Prêmio e reportagens sobre inovação na Região Sul — destacou as centrais telefônicas híbridas da Intelbrás, que operam também no sistema de

Referência em Tecnologias Inovadoras. A CERTI “é uma instituição independente e sem fins lucrativos, de pesquisa e desenvolvimento tecnológico, com foco na inovação em negócios, produtos e serviços no segmento de tecnologia da informação”, resume o site da Fundação – www.certi.org.br.

Segundo S. Vieira (1996), a Eletrosul, estatal já citada e de grande importância no desenvolvimento de Florianópolis, também teve influência na criação da CERTI, “cuja atribuição seria, entre outras, a nacionalização de equipamentos de automação de usinas termoelétricas” (VIEIRA, 1996, p. 15). Como o plano de eletrificação baseado em termoelétricas não teve prosseguimento, foi fundamental o relacionamento existente entre o departamento de engenharia da UFSC e a SEI – Secretaria Especial de Informática para direcionar o projeto do Centro para os interesses das indústrias de Santa Catarina, ampliando relação da instituição acadêmica com o setor produtivo, que já acontecia desde o surgimento da Fundação do Ensino da Engenharia em Santa Catarina – FEESC, criada em 1966 por CELESC - Centrais Elétricas de Santa Catarina S/A, em conjunto com a UFSC, ELETROBRÁS - Centrais Elétricas Brasileiras S/A e ELETROSUL.

A integração universidade-empresa implantada pela CERTI, baseada nos moldes das universidades alemãs, foi essencial para o sucesso do pólo tecnológico. Weg, Volkswagen, Volvo, Metal Leve, Embraco, Bosch, Embraer, Embratel, Petrobrás, entre outras grandes empresas “passaram a investir e/ou a se utilizar da capacidade universitária e a contribuir na afirmação local como pólo universitário e/ou tecnológico”. (MACHADO, 2000, p. 203-204)

As pioneiras Intelbras e Dígitro⁴³ continuam fazendo parcerias com a UFSC e CERTI para desenvolvimento de novas tecnologias aplicadas aos seus negócios. A UFSC ainda desempenha função de fornecedora de mão-de-obra qualificada para os empreendimentos de base tecnológica.

A reserva de mercado de informática instituída pela SEI na década de 80⁴⁴ e mantida até 1992 também teve papel fundamental para a formação do “Tecnopólis”.

telefonia pela internet (VoIP).

⁴³ Deste modo a Dígitro alcançou tecnologia de ponta em reconhecimento de fala, colocando o produto da empresa florianopolitana no nível dos similares internacionais, com reconhecimento independente do locutor, sem a necessidade de gravação prévia dos comandos de voz.

⁴⁴ “A Política Nacional de Informática (PNI), [Lei 7.232](#), foi aprovada em 29/10/1984 pelo Congresso Nacional, com prazo de vigência previamente estabelecido em 8 anos e visando estimular o desenvolvimento da indústria de informática no Brasil através do estabelecimento de uma reserva de mercado para as empresas de capital nacional”. Fonte: Wikipedia. Acesso em 30/01/2007 - http://pt.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_Nacional_de_Infom%C3%A1tica.

As indústrias do eixo Rio-SP necessitavam substituir importações de equipamentos de automação industrial, o que impulsionou o crescimento da CERTI. “As empresas de alta tecnologia e as atividades de pesquisa substituidora de importações dos laboratórios locais jamais teriam existido se não houvesse a reserva de mercado”, considera S. VIEIRA (1996, p. 171).

Os incentivos fiscais — federal (CAPES, CNPq, FINEP, etc.), estadual (FUNCITEC/FAPESC⁴⁵) e municipal (PMF) — completam o quadro que transformou a Fundação CERTI em “referência no âmbito nacional e internacional pelo desenvolvimento de projetos inovadores que envolvem soluções de convergência digital” (definição do site da Fundação, acesso em 20/01/2007). Os produtos mais conhecidos da CERTI são a urna eletrônica brasileira, usada desde 1998 em eleições no Brasil, terminais de automação bancária e terminais públicos de acesso à Internet.

Dois anos depois de sua implantação, a CERTI lançou a incubadora de empresas de base tecnológica CELTA – Centro Empresarial para Laboração de Tecnologias Avançadas, outra instituição fundamental para a criação do Pólo Tecnológico de Florianópolis. O CELTA possui 40 empresas incubadas, que geram 700 empregos diretos e faturaram R\$ 40 milhões em 2005⁴⁶. Uma das incubadas do CELTA é a Multinet Sistemas Ltda, empresa responsável pelo Guia Floripa, um dos sites locais mais acessados. O Guia Floripa tem boa parte da sua audiência — de 30 mil visitantes únicos por dia em novembro de 2006 — entre os moradores locais, mas quase a totalidade de sua receita (90%, segundo Maurélio César Pereira, diretor comercial do site⁴⁷) vem de clientes que divulgam seus serviços turísticos para o público de fora de Florianópolis. São 75 hotéis, 148 pousadas, 38 imobiliárias entre outros clientes que pagam entre R\$ 60 e R\$ 400 por ano para aparecer com destaque na lista de serviços do site. Além dos destacados, o modelo de negócios do Guia Floripa inclui publicidade. Entre todas as fontes, o maior cliente é o Google, que através de seus links patrocinados paga por volta de R\$ 2 mil por mês. Desde 2005 a Multinet também atua com a Tropix, agência de turismo on-line que atende a demanda gerada pelo Guia Floripa.

45 A Lei complementar 284 de 28 de fevereiro de 2005 altera a denominação de FUNCITEC para FAPESC. A lei está disponível em <http://www.fapesc.rct-sc.br/arquivos/18012006leic284.pdf>

46 “A incubadora já colocou no mercado 43 novas empresas que hoje faturam R\$ 780 milhões, considerado o maior volume de faturamento de empreendimentos nascidos em incubadoras do país”, publica o site www.celta.org.br (acesso em 30/01/2007).

Florianópolis ainda tem a incubadora MIDI Tecnológico, mantida pelo SEBRAE/SC e administrada pela Associação Catarinense de Empresas de Tecnologia (ACATE), com 14 empresas incubadas, além duas pré-incubadoras (GeNESS e CTAI/SNAI), dois condomínios industriais de informática da ACATE.

Como visto, a influência das estatais nas transformações de Florianópolis foi muito além do crescimento urbano e da criação de infra-estrutura. Teve papel importante na criação do pólo tecnológico, hoje um elemento essencial da configuração sócio-espacial do lugar e peça chave para entendermos a conexão de Florianópolis com outras escalas. Machado ressalta que

“De fato, o setor tem atraído para Florianópolis as atenções daqueles que estão engajados em processos de modernidades tecnológicas e, conseqüentemente, em caminhos de difusão e de absorção das mercadorias (como na forma de software) ou de profissionais de serviços qualificados”. (MACHADO, 2000, p. 204)

Este processo que vem desde a implantação das estatais, foi ganhando em complexidade com o crescimento do turismo, a migração de classes altas em busca da qualidade de vida e a atração de pessoal com formação especializada e engajado em processos inovadores forjou o quadro atual Florianópolis, uma cidade conectada com o resto do mundo em diferentes escalas. Em julho de 2006, a Newsweek apontou Florianópolis como uma das dez cidades mais dinâmicas do mundo, ao lado de Las Vegas (EUA), Fukuoka (Japão), Munique (Alemanha), Londres (Inglaterra), Toulouse (França), Nanchang (China), Moscou (Rússia), Ghaziaba (Índia) e Gyang (Coréia do Sul).

A reportagem da revista norte-americana justificou a inclusão de Florianópolis na lista devido aos seguintes fatores: enquanto o crescimento populacional triplicou no período 1970 – 2004, o crescimento econômico quintuplicou sem a implantação de indústrias pesadas, em razão da proibição imposta pelo plano diretor para estas atividades e o estímulo às atividades “limpas”, que trouxe empresas privadas para a cidade ou propiciou que estas emergissem da incubadora tecnológica da UFSC. Ao mesmo tempo, a cidade tem um turismo próspero e uma rede de universidades públicas e privadas que a fazem uma das mais “*scholarly*” (literata, culta) do Brasil. A matéria termina dizendo “*Local officials now say their aim is to be the Silicon Valley of Brazil, with beaches. Don't count them out*” (MARGOLIS, 2006) ⁴⁸.

⁴⁷ Entrevista ao autor em 22/11/2006.

⁴⁸ Edição da Newsweek International, Julho 3-10, 2006. Por Mac Margolis.

A inclusão de Florianópolis neste ranking (por mais vagos que possam parecer os critérios) corrobora a visão sobre o papel de Florianópolis “na rede de relações sócio-econômicas que qualificam a posição que este lugar representa hoje na hierarquia urbano-industrial brasileira”, como escreveu MACHADO (2000, p. 205), que foi buscar em BASTOS elementos para afirmar que, resguardadas as devidas proporções e características, “não se considera o desenvolvimento urbano-regional florianopolitano — e de Santa Catarina como um todo - como uma parte da estrutura periférica nacional, composta a partir do centro metropolitano que é São Paulo”, mas, como formulou BASTOS (1997: 37), Santa Catarina tem especificidades que parecem ser de uma “formação social não complementar, não periférica e sim concorrencial”.