**TURISMO EM SANTA CATARINA: APONTAMENTOS SOBRE O SÉCULO XXI**

Hoyêdo Nunes Lins. UFSC. [hnlins55@gmail.com](mailto:hnlins55@gmail.com)

Área Temática 7: Desenvolvimento Regional e Urbano

**RESUMO**

Setor velozmente expansivo em escala mundial desde meados do século XX, o turismo não deixou de implicar o Brasil e Santa Catarina (SC), que galgaram degraus inclusive na atratividade de visitantes estrangeiros. A diversidade física, ambiental e sociocultural do país e do estado subjaz à trajetória turística cumprida, que tem na formação de uma grande estrutura receptiva e em medidas de divulgação e promoção pilares igualmente importantes. Tendo como recorte temporal o presente século, grosso modo, o estudo descreve e analisa aspectos do comportamento desse setor em SC. Escorado em pesquisa documental e bibliográfica, o trabalho mostra, entre outros, que SC teve ampliada a sua participação nas entradas de turistas estrangeiros no país, que estes provêm sobretudo do Cone Sul e que o estado ocupa as primeiras posições no *ranking* dos entes federativos em turismo doméstico. Diferentes circuitos turísticos, efetivos ou potenciais, caracterizam a cena turística catarinense, denotando múltiplas possibilidades para as práticas do setor. Contudo, é principalmente o litoral e seus atrativos (diversos tipos de praias e estruturas receptivas) que sobressaem nesse turismo, uma concentração espacial que se desdobra em temporal, pois é o verão que abriga o grosso da movimentação turística. Ocorre também turismo de negócios ou socioprofissional, assim como de cunho histórico e cultural, que prescindem do verão, mas sua incidência costuma envolver cidades litorâneas ou das proximidades, refletindo a geoeconomia catarinense e a presença de aparato que permite ou enseja a realização de eventos. A dupla concentração geográfica e temporal significa subutilização da variedade de atributos para turismo distribuídos em território catarinense, o que clamaria por iniciativas para promover uma maior interiorização do setor.

**Palavras-chave**: 1. Turismo catarinense, 2. Sazonalidade, 3. Litoralidade

**1 INTRODUÇÃO**

O setor de turismo expandiu-se rapidamente em nível mundial desde a Segunda Grande Guerra, firmando-se como importante segmento da economia em diversos países e regiões. As possibilidades de maior entrada de recursos, pelos gastos turísticos e investimentos, e de criação de postos de trabalho, nas atividades direta e indiretamente associadas ao turismo, têm nutrido os interesses pelo setor junto a governos e promotores do desenvolvimento. Também os avanços nas condições tecnológicas e institucionais (sobressaindo nestas a disseminação de férias remuneradas) subjazem ao percurso do turismo, pois facilitam, por exemplo, a organização e o arranjo de viagens e hospedagem pelos próprios turistas.

Mas a trajetória desse setor não se mostra linear, já que suas práticas são especialmente sensíveis às condições financeiras para viagens e lazer – as quais refletem os movimentos da economia – e às conjunturas geopolíticas e sanitárias de maior ou menor escala. Sobre a influência destas, são sugestivos, pela ordem, os efeitos dos ataques terroristas nos Estados Unidos em setembro de 2001 (New York, Washington) e a pandemia da Covid-19, no período 2020-2022, entre muitas outras ocorrências da história mais ou menos recente.

O Brasil e Santa Catarina (SC) não ficaram à margem do turbilhão turístico. Com dimensões continentais, o país abriga notável diversidade de atrativos, pelos atributos físicos e naturais – destacando-se o imenso litoral, de variada utilização – e pelos recursos de índole sociocultural e histórico, que incluem festas como o Carnaval, com reconhecimento internacional. Além disso, *et pour cause*, erigiu-se no país uma grande e diversificada estrutura receptiva, simultaneamente reflexo e propulsora da demanda turística. SC reproduz esses aspectos em escala estadual: exibe variada base físico-natural e rico patrimônio sociocultural, ambos atrativos primários que sustentam crescimento turístico também impelido pelas condições receptivas criadas e pelas medidas de divulgação e promoção protagonizadas.

Este artigo ocupa-se do turismo catarinense no período recente. Seu objetivo básico é caracterizar a presença desse setor no território estadual realçando os seus aspectos principais, entre eles os desafios e problemas que o cercam. A ideia é, estribado em pesquisa documental e bibliográfica, sistematizar informações – e analisar o que emerge destas – sobre feixe de práticas que acabaram por se enraizar no cenário socioeconômico estadual. Talvez esse procedimento inspire sugestões que contribuam para o desenvolvimento do setor, ou seja, para aprimorar seus desdobramentos onde já incide ou inocular a sua presença nos ambientes onde pode incidir.

A estrutura do texto é a seguinte. A próxima parte fala do turismo no mundo e no Brasil. Depois, considera-se SC perante o país quanto ao turismo. Em seguida, na maior seção, a última antes das conclusões, olha-se para dentro de SC caracterizando o turismo e apontando aspectos e desafios ligados à sua dupla concentração, geográfica e temporal.

**2 BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO: TURISMO NO MUNDO E NO BRASIL**

Os últimos anos registraram forte expansão do turismo internacional, em movimento interrompido e brevemente revertido durante a pandemia da Covid-19. A escalada aparece na Tabela 1, feita com dados da agência das Nações Unidas para o turismo (UN Tourism), que informam sobre chegadas internacionais entre 2010 e 2022. Em 2020, o número do ano anterior caiu mais de três vezes, refletindo a pandemia. Em 2021 ocorreu recuperação, mais intensa em 2022 mas que pouco ultrapassou a metade das chegadas no ano anterior à eclosão da Covid-19.

Tabela 1 – Mundo e Brasil: chegadas totais de viajantes internacionais (2010-2022)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ano | Mundo (A) | Brasil (B) | B/A\*100 |
| 2010 | 585.449.988 | 4.517.197 | 0,77 |
| 2011 | 619.761.431 | 5.552.229 | 0,90 |
| 2012 | 642.044.490 | 5.959.137 | 0,93 |
| 2013 | 676.686.200 | 6.410.275 | 0,95 |
| 2014 | 707.147.714 | 6.943.191 | 0,98 |
| 2015 | 738.265.525 | 6.884.099 | 0,93 |
| 2016 | 760.948.360 | 6.152.309 | 0,81 |
| 2017 | 800.309.458 | 7.030.093 | 0,88 |
| 2018 | 840.019.149 | 7.589.085 | 0,90 |
| 2019 | 863.569.689 | 7.673.043 | 0,89 |
| 2020 | 251.099.553 | 1.748.187 | 0,70 |
| 2021 | 302.811.910 | 1.353.561 | 0,45 |
| 2022 | 469.087.976 | 4.176.366 | 0,89 |

Fonte: elaboração própria com dados de UN Tourism (2024)

O flagelo atingiu fortemente o setor de viagens e turismo. De 2011 a 2019, segundo o World Travel & Tourism Council (WTTC), esse setor teria se expandido mais rapidamente do que a economia como um todo, em escala global, e representado naquele último ano 10,4% do PIB mundial e ¼ de todos os novos empregos criados (WTTC, 2021a). Com a pandemia, já ao final de 2021 falava-se em perdas financeiras de quase US$ 4,5 trilhões nesse setor, e no desaparecimento de mais de 62 milhões dos respectivos empregos no mundo todo. Duramente afetado pelos *lockdowns* e fechamentos de fronteiras, o setor foi também atingido – especificamente no segmento de viagens de negócios e trabalho – pelas mudanças e ajustes efetuados pelas empresas e entidades para promover e praticar o trabalho em domicílio e para utilizar mais intensamente instrumentos como videoconferências (WTTC, 2021b, c).

Cabe referir que teria adquirido mais velocidade, nesse contexto, o processo de modificação nos gostos e preferências dos viajantes, já detectado há mais tempo e às vezes apontado como movimentação crescente rumo a um turismo dito pós-moderno, de todo modo representando desafios para os promotores do setor e os negócios implicados (NICOLAS, 2020; LINS, 2013). O quadro atual exibiria, senão algum distanciamento do turismo de massa, ao estilo sol-e-mar, ao menos uma maior opção por formas alternativas de lazer e entretenimento, em menores grupos, em redutos menos frequentados e, devido aos traumas da pandemia, utilizando aparatos receptivos sensíveis a maiores necessidades em controle da higiene e das condições de saúde. Modalidades turísticas como ecoturismo, agroturismo, turismo de aventuras e outras que envolvem espaços abertos, estariam no rol das preferências (WYMAN, 2020).

De todo modo, apesar dos fatores que escapam ao controle socioinstitucional nos planos nacional ou regional, promover o turismo tornou-se destacada orientação de política de desenvolvimento, em territórios que possuem atrativos e almejam valorizá-los para ampliar o ingresso de recursos e a geração de emprego e renda (inclusive pelos associados efeitos multiplicadores). A literatura interessada na importância socioeconômica do turismo, com ênfase na sua influência nos entornos econômicos (setores como o agrícola, o industrial e o imobiliário, e outros serviços) e socioespaciais (cidades, regiões), fornece uma ideia sobre as razões que subjazem à sedução turística.

Não obstante, há divergências sobre o significado do turismo nesses termos, considerando-se as geografias e os desdobramentos incrustados, por exemplo, na chamada cadeia global de valor do turismo (CHRISTIAN et al., 2011). Influenciam o ceticismo dos observadores sobretudo os tipos de postos de trabalho criados (e suas remunerações), assim como os registrados vínculos locais principalmente em países ou regiões menos afluentes. Seja como for, as diversas experiências hão de possuir especificidades, querendo isso dizer que é preciso cautela nas considerações a respeito e que generalizações devem ser evitadas.

O Brasil não se encontra à margem do dinamismo turístico internacional. Com dimensões continentais e marcada diversidade sociocultural, ambiental e paisagística, e geografia que lhe faz sobressair no usufruto do sol e do mar, o país tem figurado como destino de fluxos de visitantes de múltiplas origens. Condições internas problemáticas, como em segurança e infraestrutura (saneamento, transporte/mobilidade), certamente afetam o interesse dos estrangeiros, mas aparentemente não a ponto de desestimular de fato a procura por destinações turísticas brasileiras.

A apresentada Tabela 1 exibe dados também sobre a chegada de estrangeiros no Brasil entre 2010 e 2022. Os números cresceram até as vésperas da pandemia da Covid-19, embora com oscilações para baixo entre 2014 e 2016. Em 2020, com a crise sanitária, o número caiu mais de quatro vezes e, diferentemente dos dados para o mundo, encolheu de novo em 2021. As notícias sobre os problemas de enfrentamento da pandemia no Brasil (envolvendo posturas governamentais e atraso na vacinação) podem ter prolongado a projetada imagem como país de grandes riscos. Note-se que o Brasil nunca ultrapassou, naquele período, o patamar de 1% das chegadas mundiais; o máximo ocorreu em 2014, com 0,98%. Em contrapartida, em 2021 a participação brasileira foi de apenas 0,45%, sugerindo o tipo de divulgação externa amargada pelo país durante a pandemia, com as escolhas institucionais em termos de abordagem.

De toda maneira, sobre a persistência da situação brasileira como foco de interesse turístico internacional, a reputação dos atrativos primários e a sedução de eventos culturais como o Carnaval – de grande espetáculo, cujo paradigma é o Rio de Janeiro, ou com perfil mais aderente a atmosferas locais ou regionais, como no Nordeste e mesmo em SC – parecem contrabalançar a figura negativa dos problemas existentes. Contribuiria para tanto a visibilidade do país nutrida pela organização de grandes eventos esportivos, como a Copa do Mundo de Futebol em 2014 e os Jogos Panamericanos em 2007 (MEURER; LINS, 2016).

Claro que igualmente amparam a condição do Brasil como destino de visitantes estrangeiros a grande e diversificada estrutura receptiva distribuída no território nacional, com meios de hospedagem e alimentação de diferentes tipos e para variadas disponibilidades financeiras, tanto quanto as possibilidades para entretenimento e lazer aptas a satisfazer múltiplos interesses. Naturalmente, essa estrutura permite e certamente encoraja a movimentação turística também doméstica – interestadual e inter-regional –, objeto de iniciativas institucionais de estímulo no âmbito federal ou em estados e regiões.

**3 SANTA CATARINA EM FACE DO BRASIL**

Santa Catarina aparece na configuração turística nacional como importante destino de fluxos internacionais. Como se detalhará, seu território oferece numerosas condições para a prática do turismo, um resultado da combinação entre atributos naturais e paisagísticos e elementos culturais e históricos, aspecto reconhecido em diferentes estudos (LINS, 2000).

A atratividade internacional do estado é sugerida em informações divulgadas pelo Instituto Brasileiro do Turismo (EMBRATUR) em dezembro de 2022, pelas quais um levantamento então realizado pelo Airbnb (plataforma de hospedagem de curta duração) havia detectado que Florianópolis perfilava-se entre os dez destinos mais demandados por estrangeiros no mundo (EMBRATUR, 2022). Florianópolis aparecia, no Brasil, junto de Porto Seguro e Salvador, e, internacionalmente, ao lado de Málaga (Espanha), Sydney (Austrália), Bangkok (Tailândia) e Queenstown (Nova Zelândia). A pedra angular dessa grande preferência por Florianópolis era o seu caráter de destino para turismo de verão, com vários recursos para lazer, de um modo geral. Note-se que desde o começo do século a representatividade de SC como portal de entrada de estrangeiros no país mais que triplicou. Pelas estimativas do Ministério do Turismo, tanto no Brasil como em SC ocorreu ampliação progressiva dessas entradas, o retrocesso em 2020-2021 refletindo as adversidades da Covid-19 (Tabela 2).

Tabela 2 – Brasil e Santa Catarina: estimativa da entrada de turistas estrangeiros (2003-2023)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ano | Brasil  (A) | Santa Catarina (B) | B/A\*100 |
| 2003 | 4.132.847 | 74.404 | 1,80 |
| 2004 | 4.793.703 | 82.860 | 1,73 |
| 2005 | 5.358.170 | 109.025 | 2,03 |
| 2006 | 5.017.251 | 107.923 | 2,15 |
| 2007 | 5.025.834 | 104.027 | 2,07 |
| 2008 | 5.050.099 | 104.974 | 2,08 |
| 2009 | 4.802.217 | 127.826 | 2,66 |
| 2010 | 5.161.379 | 128.421 | 2,49 |
| 2011 | 5.433.354 | 179.303 | 3,30 |
| 2012 | 5.676.843 | 195.708 | 3,45 |
| 2013 | 5.813.342 | 175.023 | 3,01 |
| 2014 | 6.546.696 | 156.976 | 2,40 |
| 2015 | 6.306.838 | 149.133 | 2,36 |
| 2016 | 6.546.696 | 203.662 | 3,11 |
| 2017 | 6.588.770 | 205.470 | 3,12 |
| 2018 | 6.621.376 | 226.362 | 3,42 |
| 2019 | 6.353.141 | 200.746 | 3,16 |
| 2020 | 2.146.435 | 142.008 | 6,62 |
| 2021 | 745.871 | 9.228 | 1,24 |
| 2022 | 3.630.031 | 140.533 | 3,87 |
| 2023 | 5.908.341 | 288.429 | 4,88 |

Fonte: elaboração própria com dados de Ministério do Turismo (2024a)

Esses turistas provêm mormente de países da América do Sul e do Estados Unidos. Dados disponíveis para o período mais recente, relativo ao biênio 2022-2023, são eloquentes: entre os 10 principais países emissores, para o Brasil ou para SC, aquele subcontinente e aquele país sobressaem fortemente. Em SC a participação de argentinos é especialmente elevada, o que não surpreende devido ao longo histórico dessa presença e à proximidade geográfica: em 2022, o número de argentinos, primeiro no *ranking*, superou em cinco vezes o número de chilenos, o segundo; em 2023, a ultrapassagem foi de quase quatro vezes (Tabela 3).

SC destaca-se também como destino de viagens domésticas. O assunto é importante, pois o turismo interno tem figurado em ações de governo com argumentos acerca do relevo do setor para as áreas de destino e do enriquecimento sociocultural propiciado aos turistas. Assinale-se a esse respeito que no primeiro trimestre de 2024 a Região Nordeste exibiu os maiores números desse turismo, seguida da Região Sul. A busca por destinos cujo turismo liga-se ao sol e ao mar explicaria parte desses resultados (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2024b).

Tabela 3– Brasil e Santa Catarina: ranking das 10 principais origens dos turistas (2022 e 2023)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 2022 | | 2023 | |
| País emissor | Nº de turistas | País emissor | Nº de turistas |
| Brasil | Argentina | 1.032.762 | Argentina | 1.882.240 |
| Estados Unidos | 441.007 | Estados Unidos | 668.478 |
| Paraguai | 308.234 | Chile | 458.576 |
| Chile | 202.470 | Paraguai | 424.460 |
| Uruguai | 180.064 | Uruguai | 334.703 |
| Portugal | 149.747 | França | 187.559 |
| França | 130.910 | Portugal | 182.463 |
| Alemanha | 120.670 | Alemanha | 158.582 |
| Bolívia | 90.694 | Reino Unido | 130.239 |
| Reino Unido | 87.909 | Itália | 129.447 |
| Santa  Catarina | Argentina | 111.838 | Argentina | 216.323 |
| Chile | 22.233 | Chile | 55.575 |
| Paraguai | 2.929 | Paraguai | 6.274 |
| Uruguai | 638 | Uruguai | 3.616 |
| Estados Unidos | 417 | Estados Unidos | 1.103 |
| Colômbia | 280 | Itália | 641 |
| Peru | 263 | Peru | 634 |
| Itália | 246 | Colômbia | 507 |
| Alemanha | 235 | Alemanha | 442 |
| Espanha | 174 | Espanha | 414 |

Fonte: elaboração própria com dados de Ministério do Turismo (2024a)

A posição catarinense nesse turismo aparece na Tabela 4, referente a 2021 e informando sobre a procura por viajantes nacionais e a participação nos gastos turísticos totais, gastos que, segundo a fonte, têm o sentido de receitas turísticas (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2021). SC ocupava o 7º lugar como destino das viagens de brasileiros e o 4º em participação nos respectivos gastos. O estado catarinense era superado como destino somente por São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Paraná, nessa ordem.

Quanto à participação na receita turística total, SC estava ainda melhor colocada: 4º lugar, só perdendo para São Paulo, Bahia e Rio de Janeiro. Isso pode ensejar reflexões diversas, como as que consideram o nível dos gastos característicos da prática turística. Talvez os visitantes brasileiros que buscam destinos catarinenses pertençam a faixas de renda comparativamente elevadas, em sintonia com os traços dos principais mercados emissores existentes no país.

Tabela 4 – *Ranking* dos estados: destinos de viagens internas e % nos gastos turísticos em 2021

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Destinos de viagens domésticas | | Participação nos gastos turísticos | |
| Estados | % | Estados | % |
| 1º SP | 20,6 | 1º SP | 18,2 |
| 2º MG | 11,4 | 2º BA | 11,2 |
| 3º BA | 9,5 | 3º RJ | 10,4 |
| 4º RJ | 6,6 | **4º SC** | **8,8** |
| 5º RS | 6,5 | 5º MG | 8,0 |
| 6º PR | 5,6 | 6º PE | 6,6 |
| **7º SC** | **5,2** | 7º RS | 4,6 |
| 8º CE | 4,2 | 8º PR | 4,2 |
| 9º PA | 3,9 | 9º AL | 3,7 |
| 10º GO | 3,7 | 10º CE | 3,5 |
| 11º PE | 3,0 | 11º RN | 3,1 |
| 12º PI | 2,5 | 12º GO | 2,9 |
| 13º ES | 2,3 | 13º ES | 2,3 |
| 14º MA | 2,3 | 14º PA | 2,1 |
| 15º RN | 2,0 | 15º PB | 1,5 |
| 16º AL | 1,9 | 16º AM | 1,3 |
| 17º PB | 1,7 | 17º MA | 1,3 |
| 18º MT | 1,3 | 18º PI | 1,3 |
| 19º MS | 1,1 | 19º MS | 0,9 |
| 20º SE | 1,1 | 20º MT | 0,8 |
| 21º TO | 1,0 | 21º SE | 0,8 |
| 22º DF | 0,8 | 22º DF | 0,8 |
| 23º AM | 0,7 | 23º TO | 0,7 |
| 24º RO | 0,5 | 24º RO | 0,5 |
| 25º AC | 0,2 | 25º AP | 0,2 |
| 26º AP | 0,1 | 26º RR | 0,2 |
| 27º RR | 0,1 | 27º AC | 0,1 |
| Brasil | 100 | Brasil | 100 |

Fonte: elaboração própria com dados de Ministério do Turismo (2021)

O sugerido desempenho catarinense seria compatível com indicadores como o derivado da Pesquisa Mensal de Serviços, do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). O índice de variação acumulada do volume das atividades turísticas em estados selecionados, para os 12 meses anteriores ao mês da versão mais recente dessa pesquisa – outubro de 2024 –, mostra que SC ocupava o 1º lugar no conjunto contemplado, que engloba destinos tradicionais em atratividade litorânea (Tabela 5).

Tabela 5– Brasil e unidades federativas selecionadas: Índice de variação acumulada em 12 meses do volume de atividades turísticas (outubro de 2024)

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| # | Unidades federativas | Índice de variação acumulada nos 12 meses anteriores a outubro de 2024 | # | Unidades federativas | Índice de variação acumulada nos 12 meses anteriores a outubro de 2024 |
|  | Brasil | 2,4 | 8º | Ceará | -1,1 |
| **1º** | **Santa Catarina** | **8,5** | 9º | Goiás | -1,4 |
| 2º | Rio de Janeiro | 6,3 | 10º | Rio G. do Norte | -2,2 |
| 3º | Pará  Bahia | 6,3  6,2 | 11º  12º | Alagoas  Distrito Federal | -3,5  -4,4 |
| 4º | Paraná | 5,3 | 13º | Espírito Santo | -5,4 |
| 5º | Minas Gerais | 4,8 | 14º | Amazonas | -8,6 |
| 6º | Pernambuco | 3,7 | 15º | Rio G. do Sul | -13.2 |
| 7º | São Paulo | 3,0 | 16º | Mato Grosso | -14,9 |

Fonte: elaboração própria com dados de IBGE (2024)

**4 TURISMO EM SANTA CATARINA: INCIDÊNCIA E ESPECIFICIDADES**

Como assinalado, SC exibe – e abriga potencialidades para – diferentes modalidades turísticas. Seu território registra turismo, para além do relacionado ao verão e às praias (de longe o de maior presença), com perfis histórico-cultural, religioso, de águas termais, ecológico, rural e de eventos, pelo menos. A existente e aparentemente expansiva estrutura de recepção (meios de hospedagem e de alimentação, serviços de organização de viagens), embora desigualmente distribuída, tem dado sustentação ao funcionamento do setor.

**4.1 Diversidade nas condições e práticas turísticas**

A diversidade turística transparece, de alguma maneira, no Mapa do Turismo 2024, do Ministério do Turismo (2024d). SC registrava nesse mapa, em meados de 2024, 15 regiões turísticas reconhecidas: Alto Uruguai Catarinense; Caminho dos Canyons; Caminho dos Príncipes; Caminhos da Fronteira; Caminhos do Alto Vale; Caminhos do Contestado; Costa Verde & Mar; Encantos do Sul; Grande Florianópolis; Grande Oeste; Serra Catarinense; Vale das Águas; Vale dos Encantos; Vale dos Imigrantes; Vale Europeu.

Elaborado no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo, do governo federal, esse mapa é a versão atual de instrumento que permite perceber a realidade ou potencialidade turística em escala nacional. Suas regiões turísticas são criadas por demandas territoriais, após constatação pelo Ministério do Turismo do atendimento aos critérios definidos. A quantidade e a composição das regiões não são fixas, e suas denominações tendem a exprimir atributos históricos e socioculturais ou paisagísticos e naturais dos territórios.

Em SC os municípios desse conjunto de regiões eram 155 em agosto de 2024, representando 52,5% da totalidade catarinense (igual a 295). O mosaico que emerge dessa regionalização evoca, de algum modo, o que outrora se designava como “circuitos” turísticos desdobrados no território estadual (LINS, 2002). Falava-se, por exemplo, em “circuitos”:

\* Litorâneos, formando um mesmo circuito na orla; Florianópolis é o centro, e os prolongamentos ocorrem para o norte e o sul, com intensidades variáveis (hoje a costa norte vive um verdadeiro frenesi imobiliário-turístico) e parques temáticos como o Beto Carrero World, em Penha;

\* Histórico-culturais, expressando a multiplicidade e diversidade dos grupos sociais, com suas diferentes manifestações, que moldaram o território catarinense;

\* De festas típicas, ligados à referida multiplicidade e diversidade, e que se entremeiam com circuitos histórico-culturais;

\* Da neve, referente à região serrana de SC; a precipitação de neve, embora episódica, confere-lhe uma quase exclusividade no Brasil;

\* De águas termais, pela presença de fontes em diferentes latitudes estaduais.

Distribuídos em diferentes direções do território catarinense, esses “circuitos” nunca exibiram homogeneidade no aproveitamento dos seus atributos. Alguns, como os de festas típicas, lograram grande visibilidade, porém sobretudo os do Vale do Itajaí, mesmo que municípios de diferentes regiões lhes registrem[[1]](#footnote-1). No litoral, observa-se diversidade de práticas turísticas e variedade na sua incidência, desde o turismo de grande impacto e presença massiva de visitantes no verão, como em Balneário Camboriú e Florianópolis, até aquele mais associado a pousadas e outros pequenos empreendimentos, caracterizando o que se poderia chamar de “turismo brando”. Cabe falar em heterogeneidade na utilização turística dos atributos também com respeito a outros “circuitos”.

Também outras experiências, algumas ainda com perfil de potencialidades, podem ser indicadas. Uma ilustração é a criação no sul do estado do Geoparque Caminhos dos Cânions do Sul, um dos geoparques mundiais da UNESCO, em consórcio envolvendo municípios catarinenses e gaúchos: Cambará do Sul, Jacinto Machado, Mampituba, Morro Grande, Praia Grande, Timbé do Sul e Torres (CONSÓRCIO..., 2024). Outra ilustração é a movimentação de cruzeiros, cujas temporadas incidem em meados de cada ano, com envolvimento direto de alguns municípios da costa norte do estado (Itajaí é o centro de gravidade, mas também Balneário Camboriú e Porto Belo participam).

Merece igualmente realce o turismo ligado à fé religiosa. Em vários países, locais com santuários registram grandes e contínuos fluxos de visitantes movidos por necessidades espirituais, e isso aciona importantes engrenagens turísticas – negócios turísticos – envolvendo notadamente hospedagem, alimentação, transporte e oferta de *souvenirs*. Lourdes, na França, Fátima, em Portugal, e Santiago de Compostela, na Espanha, são ilustrações estrangeiras, e a cearense Juazeiro do Norte, local de romaria devido ao Padre Cícero, é uma das mais conhecidas no Brasil.

Em Santa Catarina, ocorre turismo religioso principalmente no Santuário de Santa Paulina e no Santuário de Nossa Senhora do Bom Socorro (Nova Trento), no Santuário Sagrado Coração Misericordioso de Jesus (Içara) e no Complexo Nossa Senhora de Lourdes e do Louvor (Ituporanga), certamente entre outros locais. Trata-se de segmento turístico de importância não negligenciável, como parece ser o entendimento na atual administração do estado, que em 2024 promoveu a estreia catarinense na maior feira católica da América Latina, a ExpoCatólica, cuja 17ª edição ocorreu no mês de julho em São Paulo (JUSTI, 2024).

Por outro lado, há experiências que, embora pouco consideradas historicamente no rol dos “circuitos”, mostram-se hoje mais ou menos estabelecidas. Constitui exemplo a simbiose entre agroecologia e agroturismo nas Encostas da Serra Geral, como em Santa Rosa de Lima, uma iniciativa pioneira no estado (LINS, 2019). Vale dizer o mesmo sobre o enoturismo que se enraíza na região serrana, praticado por vinícolas com apoio institucional e como desdobramento da produção de uva e vinho de altitude (PANDOLFO; VIANNA, 2020). Essas são somente algumas das experiências a mencionar, entre outras que SC ostenta e podem servir de ilustração sobre potencialidades à espera de estímulos e utilização judiciosa dos recursos.

Entre os atributos (e atrativos) naturais e paisagísticos de SC sobressaem principalmente os recursos de um litoral extenso e com variadas possibilidades de uso: praias numerosas, de águas em geral convidativas e para uso recreativo ou esportivo, de mar calmo ou bravio, com enseadas e penínsulas. Também ambientes de altitude registram atrativos, com locais perfilados entre os mais frios do Brasil e onde ocorre precipitação (episódica) de neve. Águas termais, observadas em diferentes municípios e regiões, somam-se ao conjunto desses atrativos.

De sua parte, as condições para turismo cultural e histórico remetem à trajetória multissecular dessa porção do Brasil meridional. Para não recuar além do século XVIII, cabe assinalar que esse território assistiu a sucessivos influxos populacionais de origens diversas, principalmente a luso-brasileira – destacando-se a vicentista e depois a açoriana e madeirense –, a africana e a europeia associada ao que hoje são Alemanha e Itália. Isso não dá conta, obviamente, de todo o processo de formação de SC, mas basta para se destacar que ao longo do tempo foi plasmado um rico e diversificado tecido sociocultural, com expressões em festejos, gastronomia, música, religiosidade e outras formas, inclusive de espírito comunitário, recordando raízes distantes no tempo e no espaço.

Tudo isso representa matéria-prima para turismo, como não permitem dúvidas, por exemplo, as Festas de Outubro (especialmente no Vale do Itajaí), com seus cortejos em gastronomia e outros elementos. Mas ao longo do tempo, outras manifestações culturais de apelo turístico foram igualmente agregadas ao panorama cultural de SC. São ilustrativos o Festival de Dança de Joinville e a Festa Nacional da Ostra, em Florianópolis, assim como a Festa Nacional do Pinhão (Lages) e a Festa Nacional da Maçã (São Joaquim).

Também a realização de eventos esportivos, alguns de abrangência nacional e internacional (Ironman World Championship, em Florianópolis, etapas da Copa Davis e do Circuito Mundial de Vôlei de Praia, também na capital do estado, e outros como a regata The Ocean Race, implicando diretamente Itajaí), concorrem para um turismo não restrito ao verão. Aspecto a destacar é que iniciativas desse tipo convergem para o fortalecimento no estado de um segmento turístico com importância crescente no Brasil e no mundo: o turismo de eventos (de naturezas diversas, desde culturais até esportivos e de negócios, como feiras).

SC não está ausente de estatísticas internacionais sobre esse tipo de turismo. Cidades brasileiras exibem participação em congressos e convenções registrados por instituições que repertoriam o desempenho do segmento no mundo. Dados divulgados pela *International Congress and Convention Association* (ICCA), com o *ranking* para países e cidades em 2022, mostram o Brasil em 25º lugar na realização desses eventos (com 110 eventos) e duas cidades brasileiras entre os 100 primeiros lugares: Rio de Janeiro na 66ª posição (compartilhada), com 29 eventos, e São Paulo na 74ª (compartilhada), com 27 eventos. A terceira cidade do país nesse *ranking* era catarinense: Florianópolis, em 326º lugar (compartilhado), com 5 eventos. No continente americano, incluindo América do Norte e América Latina, a capital de SC aparece em 63º lugar (ICCA, 2022). Em 2019, antes da pandemia da Covid-19, o mesmo levantamento mostrou o Brasil em 20º lugar no mundo (209 eventos), e Florianópolis no 332º (de forma compartilhada), com 7 eventos; no recorte para América do Norte e América Latina, a cidade figurou na 72ª posição (ICCA, 2019).

**4.2 Sazonalidade, traço maior do turismo catarinense**

O turismo de eventos sinaliza com possibilidades de atenuação da sazonalidade turística, um objetivo prezado em destinos alicerçados em atributos como praia, de uso dependente do verão. Com efeito, feiras, convenções, espetáculos ou competições esportivas, distribuídos no ano, significam extensão do fluxo de visitantes para além da alta estação turística, assimilada ao verão, e utilização de meios de hospedagem e serviços diversos (alimentação, entretenimento) menos concentrada no tempo, multiplicando os reflexos socioeconômicos da chegada de visitantes.

Em SC, não obstante o aparente crescimento desse turismo e do turismo de negócios, a sazonalidade permanece muito forte, constituindo-se em traço proeminente do setor. A esmagadora maior parte das entradas de estrangeiros no estado diz respeito ao verão. A Tabela 6 permite observar essa característica, que diz respeito também ao Brasil como um todo, embora a intensidade no plano nacional seja menor. Enquanto no Brasil os estrangeiros que entraram em janeiro e fevereiro de 2023, por exemplo, representaram 29,2% dos que entraram naquele ano, em SC essa participação foi de 56,2%, sugerindo o quanto o turismo estrangeiro permanece vinculado aos atrativos do verão nesse estado.

Tabela 6 – Brasil e Santa Catarina: entrada mensal de turistas estrangeiros (2022 e 2023)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Mês | 2022 | | 2023 | |
| Brasil | Santa Catarina | Brasil | Santa Catarina |
| Janeiro | 326.670 | 37.038 | 971.275 | 94.096 |
| Fevereiro | 311.342 | 33.672 | 755.842 | 68.043 |
| Março | 276.708 | 11.796 | 577.215 | 23.937 |
| Abril | 306.795 | 7.022 | 408.798 | 11.198 |
| Maio | 202.256 | 1.882 | 292.375 | 4.707 |
| Junho | 192.909 | 1.547 | 274.302 | 3.668 |
| Julho | 289.581 | 4.418 | 375.648 | 6.928 |
| Agosto | 263.626 | 2.239 | 365.041 | 4.465 |
| Setembro | 273.004 | 3.453 | 352.355 | 7.106 |
| Outubro | 305.644 | 5.173 | 409.924 | 9.037 |
| Novembro | 352.458 | 7.371 | 504.395 | 16.052 |
| Dezembro | 529.038 | 24.922 | 621.171 | 39.192 |
| Total | 3.630.031 | 140.533 | 5.908.341 | 288.429 |
| Participação de Janei. + Fever. | 17,6% | 50,3% | 29,2% | 56,2% |

Fonte: elaboração própria com dados de Ministério do Turismo (2024a)

A representatividade do turismo de verão transparece também em dados apresentados na Plataforma Almanach: Dados sobre o Turismo Catarinense (vinculada à Secretaria de Estado do Turismo), na sua aba sobre Economia, quantificando o Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS) referente ao turismo (PLATAFORMA ALMANACH, 2024a). Dos R$ 253,5 milhões arrecadados entre janeiro e julho de 2024, 27% aparecem vinculados à região turística intitulada – conforme identificação no Mapa Turístico 2024, do Ministério do Turismo – Grande Florianópolis (especificamente aos municípios de Florianópolis e São José), e 20,7% à região turística Costa Verde & Mar (municípios de Balneário Camboriú, Itajaí, Penha e Itapema). Somados, os valores atingem quase metade do ICMS Turístico catarinense daquele período. A distribuição do valor arrecadado em itens da prática turística é: Alimentação: 79,6%; Transporte: 10%; Atividades culturais, desportivas e recreativas: 5,5%; Hospedagem: 4,7%; Agências e organizadores de viagem: 0,2% (PLATAFORMA ALMANACH, 2024a).

Reforçam a percepção de aguda sazonalidade as informações obtidas em pesquisa com passageiros no Aeroporto Internacional de Florianópolis, mediante 2.726 entrevistas realizadas entre outubro de 2020 e janeiro de 2022 (PLATAFORMA ALMANACH, 2024b), um período considerável e com várias estações. Relacionando-se a viajantes em transporte aéreo, a pesquisa informa sobre aspectos que só levantamentos diretos tendem a disponibilizar (Tabela 7). É mostrada a grande proeminência como destino da Região Turística Grande Florianópolis (referente ao Mapa de Turismo, do Ministério do Turismo): 77% das respostas; em segundo lugar aparece a região Encantos do Sul (11%), e em terceiro, Costa Verde & Mar (7%).

O principal motivo da viagem era Lazer/Turismo (42%), seguido de Negócios/Trabalho (29%). As respostas que especificavam os motivos em Lazer/Turismo foram eloquentes, sem deixar dúvidas sobre o que mais se busca em SC: o binômio Sol e Praia foi indicado em 76% das respostas. Reforçando ainda mais a visão autorizada por essas informações, a Plataforma Almanach informa estimativa segundo a qual, para o ano de 2023 como um todo, quase 60% das entradas totais de visitantes no estado, de todas as origens e por todos os meios de transporte, ocorreram em janeiro, fevereiro, março e dezembro (PLATAFORMA ALMANACH, 2024c).

Também por informações disponíveis nessa plataforma é possível formar uma ideia sobre as entradas de viajantes conforme as modalidades aérea (seis aeroportos), terrestre (133 rodoviárias) e marítima (3 píeres turísticos). A Tabela 8 informa a respeito, para o período de 2019 a 2023, podendo-se observar números sempre superiores dos passageiros aéreos. Ao mesmo tempo, especificam-se naquela plataforma as entradas de estrangeiros pelo posto de fronteira instalado em Dionísio Cerqueira, no extremo oeste de Santa Catarina, que praticamente forma um único *continuum* urbano com Bernardo de Irigoyen, localizada na província argentina de Misiones: entre janeiro e abril de 2024, registrou-se nesse posto a entrada de 75.148 pessoas, 78% das quais nos meses de janeiro e fevereiro, somados.

Tabela 7 – Características dos passageiros que utilizaram o Aeroporto Internacional de Florianópolis entre outubro de 2020 e janeiro de 2022 (2.726 entrevistas)

|  |  |
| --- | --- |
| Itens de Observação | % das respostas |
| *Localizações receptoras por região turística de Santa Catarina*  Grande Florianópolis  Encantos do Sul  Costa Verde & Mar  Caminho dos Príncipes  Grande Oeste | 77%  11%  7%  2%  2% |
| *Motivos principais da viagem para Santa Catarina*  Lazer/turismo  Negócios/trabalho  Visita a amigos ou parentes  Estudos | 42%  29%  18%  11% |
| *Motivação na busca de lazer/turismo*  Sol e praia  Natureza/ecoturismo/aventura  Esporte | 76%  19%  5% |
| *Principal meio de hospedagem*  Hotel/flat  Casa de amigo ou parente  Imóvel alugado  Imóvel próprio  Albergue/hostel | 58%  21%  15%  4%  2% |
| *Permanência em Santa Catarina*  3 dias  4 dias  5 dias  6 dias  7 dias | 14%  16%  21%  11%  9% |
| *Média de gastos diários (R$)*  Até 100  De 101 a 300  De 301 a 600  De 601 a 1.000  De 1.001 a 1.500  Acima de 1.500 | 25%  23%  32%  5%  7%  7% |

Fonte: elaborado pelo autor com dados disponíveis na Plataforma Almanach (2024b)

Tabela 8 – Chegada de passageiros em Santa Catarina por tipo de entrada (2019-2023)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Ano | Passageiros aéreos  (seis aeroportos) | Passageiros terrestres  (133 rodoviárias) | Passageiros marítimos  (três píeres) |
| 2019 | 3.411.355 | 1.820.107 | nd |
| 2020 | 1.572.192 | 1.211.863 | 67.769 |
| 2021 | 2.198.846 | 2.006.994 | nd |
| 2022 | 3.060.375 | 2.440.882 | nd |
| 2023 | 3.535.220 | 2.234.839 | 228.345 |

Fonte: elaboração própria com dados de Plataforma Almanach (2024c)

**4.3 Indícios sobre a geografia do turismo catarinense**

Se o turismo em SC apresenta considerável concentração temporal, o que dizer da sua espacialidade? O assunto foi tangenciado, de algum modo, quando se falou nas Regiões Turísticas do Ministério do Turismo e nas diferentes modalidades praticadas no estado, sintonizadas com os atrativos (primários ou não) distribuídos no território. Entretanto, evidências mais significativas podem ser oferecidas com dados de emprego. As Associações de Municípios, congregadas na Federação Catarinense de Municípios (FECAM), representam regiões, de alguma forma (seriam “regiões institucionais”), surgidas – e de conformação determinada – por conta de escolhas políticas em nível de municípios. Atualmente o estado registra 21 dessas associações, que abrigam – de forma bastante assimétrica nos seus números de integrantes – os 295 municípios catarinenses atualmente constituídos (FECAM, 2024).

A Tabela 9 apresenta dados de empregos formais em atividades básicas de turismo (hospedagem, alimentação, agências e organizadoras de viagens e locadoras de veículos) para as quatro associações de municípios que concentram a esmagadora maioria desses números: pela ordem, Associação dos Municípios da Região da Grande Florianópolis (GRANFPOLIS), com 22 municípios; Associação de Municípios da Região da Foz do Rio Itajaí (AMFRI), com 11 municípios; Associação de Municípios do Nordeste de Santa Catarina (AMUNESC), com 9 municípios; Associação de Municípios do Vale Europeu (AMVE), com 14 municípios. O período coberto é 2010-2022, a intervalos trianuais, com números absolutos e a participação nos totais estaduais. A tendência é de multiplicação desses empregos, afetando as quantidades agregadas para SC, que em 2022 superavam em 42% as de 2010. Essas quatro regiões abrigam 1/5 dos municípios catarinenses, mas participam com 72% dos empregos ligados ao turismo.

Tabela 9 – Associações de municípios selecionadas: emprego formal em turismoa e participação nos respectivos totais de Santa Catarina – 2010-2022

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Associações  de  municípios | Nº de empregos formais em turismo (mil empregos) | | | | | % no emprego em turismo na escala estadual | | | | |
| 2010 | 2013 | 2016 | 2019 | 2022 | 2010 | 2013 | 2016 | 2019 | 2022 |
| AMFRI | 12,8 | 15,8 | 17,1 | 18,8 | 20,4 | 17,2 | 18,4 | 18,6 | 18,7 | 19,3 |
| AMUNESC | 9,0 | 9,4 | 10,1 | 13,1 | 15,5 | 12,1 | 10,9 | 11,0 | 13,0 | 14,7 |
| AMVE | 8,4 | 9,1 | 9,8 | 9,7 | 9,5 | 11,3 | 10,6 | 10,6 | 9,7 | 9,0 |
| GRANFPOLIS | 23,3 | 26,8 | 27,7 | 29,6 | 31,0 | 31,3 | 31,1 | 30,1 | 29,5 | 29,3 |
| Total | 53,5 | 61,1 | 64,7 | 71,2 | 76,4 | 71,9 | 71,0 | 70,3 | 70,9 | 72,3 |
| Santa Catarina | 74,4 | 86,0 | 92,0 | 100,4 | 105,7 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

Fonte: RAIS (2024)

a Corresponde à soma dos seguintes códigos da Classificação Grupo CNAE 95: 551-Estabelecimentos hoteleiros e outros tipos de alojamento temporário; 552-Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação; 633-Atividades de agências de viagens e organizadores de viagens; 711-Aluguel de automóveis

A AMFRI inclui Balneário Camboriú, Itapema e Bombinhas, entre outros municípios litorâneos onde o turismo e o setor imobiliário apresentaram vertiginoso crescimento nas últimas décadas. Alguns redutos do litoral norte de SC, com efeito, exibem verdadeiro frenesi de ocupação e expansão do espaço construído, em sintonia com a progressiva movimentação turística, sendo perceptível a tendência de espalhamento desse processo. A AMUNESC igualmente registra alguns balneários, além de Joinville (a mais populosa cidade do estado) e como outras de expressão industrial (Jaraguá do Sul, São Bento do Sul) aptas a gerar viagens inclusive por motivos profissionais e de negócios. A GRANFPOLIS reúne atrativos litorâneos, determinantes maiores das práticas turísticas testemunhadas, e outros como em cultura e história, e uma importante presença de águas termais nos municípios de Santo Amaro da Imperatriz e Águas Mornas. A AMVE, de sua parte, diz respeito ao Médio Vale do Itajaí, onde a combinação de atributos históricos e culturais e de elementos paisagísticos e ambientais subjaz ao turismo. Festas típicas (entre as quais a Oktoberfest, de Blumenau, é a mais conhecida) e a presença de importantes atividades industriais (motivadoras de viagens de negócios e eventos) sobressaem na base dos números relacionados ao turismo.

Também sugestiva da incidência espacial do turismo é a participação do respectivo emprego no total do emprego de cada região. A Tabela 10 apresenta essa participação entre 2010 e 2022, a intervalos trianuais. Duas associações de municípios exibem os números mais elevados: pela ordem, a AMFRI e a GRANFPOLIS. Na primeira, aqueles empregos oscilaram entre pouco mais de 7% e bem mais de 8% dos totais regionais, refletindo, sem dúvida, a influência de Balneário Camboriú. Na segunda, a representatividade variou em torno de 5%, devendo-se considerar que Florianópolis é capital de estado e, assim, constitui espaço de numerosos empregos no setor público, além de vários outros serviços, para não falar no comércio, o que há de afetar a representatividade do turismo ou de qualquer outro setor.

Essa imagem sobre a espacialidade do turismo catarinense pode ser enriquecida com dados disponíveis no já mencionado Mapa do Turismo 2024, do Ministério do Turismo. Nesse mapa, a repartição geográfica não é a das associações de municípios da FECAM, mas a das Regiões Turísticas aprovadas em nível ministerial. Como já assinalado, nas atuais 15 Regiões Turísticas de SC estão registrados 155 dos 295 municípios catarinenses (52,5%), e sua composição apresenta, em alguns casos, municípios pertencentes a diferentes associações. O que se extraiu do Mapa do Turismo 2024 consta da Tabela 11, que ilustra aspectos da prática turística, como quantidades (estimadas) de visitantes, hospedagem (empregos, estabelecimentos e leitos), serviços de apoio na forma de locadoras de veículos e existência de águas termais.

Tabela 10 – Associações de municípios selecionadas: participação do emprego formal em turismoa no total do emprego regional – 2010-2022

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Associações  de  municípios | % do emprego formal em turismo no total do emprego regional | | | | |
| 2010 | 2013 | 2016 | 2019 | 2022 |
| AMFRI | 7,7 | 8,1 | 8,6 | 8,4 | 7,1 |
| AMUNESC | 3,6 | 3,4 | 3,8 | 4,5 | 4,8 |
| AMVE | 3,1 | 3,2 | 3,6 | 3,4 | 3,0 |
| GRANFPOLIS | 5,5 | 5,5 | 5,7 | 5,8 | 5,3 |
| Santa Catarina | 3,8 | 3,8 | 4,2 | 4,3 | 4,0 |

Fonte: RAIS (2024)

a Corresponde à soma dos seguintes códigos da Classificação Grupo CNAE 95: 551-Estabelecimentos hoteleiros e outros tipos de alojamento temporário; 552-Restaurantes e outros estabelecimentos de serviços de alimentação; 633-Atividades de agências de viagens e organizadores de viagens; 711-Aluguel de automóveis

A desigual geografia do turismo transparece acentuadamente. Três regiões turísticas (Caminho dos Canyons, Costa Verde & Mar e Grande Florianópolis) concentram 77% da estimativa das visitas nacionais de todas aquelas regiões, e as duas últimas registram 92% das estimativa de visitas internacionais. As regiões Costa Verde & Mar e Grande Florianópolis, juntas, possuem 59% tanto dos empregos quanto dos estabelecimentos para hospedagem, e 68% do número estimado de leitos. As duas últimas colunas referem-se à percentagem de municípios em cada região turística que possuem locadoras (imóveis, veículos) e águas termais, pela ordem. A dispersão regional do primeiro indicador é elevada, e a do segundo é um reflexo, naturalmente, da maior ou menor presença do recurso em questão. A Região Turística Alto Uruguai Catarinense, onde mais de 85% dos municípios têm fontes de água termal, exibe locais como Piratuba, onde a sua existência é marcante, e esse município ostenta, com efeito, um importante complexo de atividades receptivas relacionadas a essa condição.

Também é diferenciada a presença de conselhos e planos municipais de turismo, assim como de atividades de qualificação profissional para o setor e de ambientes ou instalações para a realização de eventos e negócios (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2024d). Os conselhos municipais de turismo são numerosos, pois em 11 das 15 regiões turísticas do Mapa do Turismo 2024 a totalidade dos municípios ostenta esse tipo de instituição. Mostram muito mais irregularidade, com tendência a uma baixa incidência, os planos municipais de turismo, já que apenas uma região turística registra todos os seus municípios como detentores desse tipo de instrumento, em princípio capaz de nortear as ações de promoção do setor. Trata-se da Região Turística Vale dos Encantos.

Tabela 11 – Dados sobre o setor de turismo nas Regiões Turísticas de Santa Catarina conforme o Mapa do Turismo 2024, do Ministério do Turismo – extração em agosto de 2024

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Região  turística | Nº estimado de  visitas  nacionais  (mil) | Nº estimado  de  visitas  internac.  (mil) | Empre-gos em hospe-dagem | Estabe-lecim. de  hospe-dagem | Nº estimado de leitos  (mil) | % de  munic. c/ locadoras  imóveis,  veículos | % de  munic.  com  águas  termais |
| Alto Uruguai Catarinense | 239,0 | 1,2 | 731 | 28 | 2,2 | 28,6 | 85,7 |
| Caminho dos Canyons | 56,4 | 3,9 | 95 | 27 | 3,2 | 54,5 | 9,1 |
| Caminhos dos Príncipes | 1.187,2 | 38,3 | 927 | 105 | 18,1 | 77,8 | 0 |
| Caminhos da Fronteira | 42,1 | 2,5 | 36 | 7 | 0,6 | 60,0 | 0 |
| Caminhos do Alto Vale | 206,1 | 1,9 | 114 | 20 | 2,1 | 18,7 | 0 |
| Caminhos do Contestado | 183,1 | 2,0 | 136 | 23 | 2,5 | 50,0 | 0 |
| Costa Verde & Mar | 4.994,0 | 801,2 | 6.834 | 480 | 69,6 | 88,9 | 0 |
| Encantos do Sul | 581,6 | 27,3 | 1.437 | 134 | 12,9 | 78,6 | 28,6 |
| Grande Florianópolis | 3.639,2 | 955,6 | 4.619 | 353 | 81,0 | 56,2 | 18,7 |
| Grande  Oeste | 280,7 | 8,8 | 521 | 36 | 5,2 | 25,0 | 12,5 |
| Serra Catarinense | 242,5 | 15,3 | 452 | 68 | 8,5 | 33,3 | 0 |
| Vale das Águas | 36,8 | 0,4 | 51 | 14 | 0,6 | 28,6 | 28,6 |
| Vale dos Encantos | 211,7 | 13,0 | 331 | 29 | 2,9 | 42,9 | 0 |
| Vale dos Imigrantes | 120,8 | 3,1 | 286 | 23 | 2,6 | 60,0 | 0 |
| Vale Europeu | 692,7 | 21,5 | 1.161 | 75 | 9,1 | 58,3 | 0 |
| Total | 12.713,9 | 1.904,8 | 17.731 | 1.422 | 221,1 | 51,4 | 11,6 |

Fonte: elaboração própria com dados de Ministério do Turismo (2024d)

A mesma circunstância se verifica, com presença ainda mais reduzida, nas atividades de qualificação profissional para o turismo. Não mais do que uma única região turística registra tais práticas na totalidade dos correspondentes municípios – a Região Turística Costa Verde & Mar –, devendo-se observar que a baixa qualificação nesses termos constitui um problema considerável em diversos destinos turísticos. Diferente é a situação dos espaços para a realização de eventos e negócios, condição de modalidade turística com potencial para atenuar a sazonalidade da demanda em quaisquer destinos turísticos. Sua disponibilidade tende a ser elevada e regular entre as regiões: no conjunto destas, 81% dos municípios possuem esse tipo de estrutura.

**5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O estudo corrobora uma imagem que se fortaleceu ao longo de décadas: o turismo tem marcada presença em SC, atraindo visitantes de origens diversas tanto no exterior como internamente. Essa condição espelha um variado leque de atrativos, com possibilidades para diferentes práticas turísticas, além de um aparato receptivo robusto e diversificado e de iniciativas institucionais de divulgação e promoção.

Entretanto, esse turismo é fortemente concentrado no tempo, pois vincula-se sobremaneira ao verão, mesmo que eventos diversos – como festas típicas, consistindo em reflexos socioculturais de índole histórica, disputas esportivas de reputação inclusive internacional e interesses em negócios – contribuam para gerar fluxos de visitantes em outros meses. A concentração temporal desdobra-se em espacial, já que é sobretudo a franja litorânea ou suas proximidades que se mostra implicada, e aparentemente cada vez mais. Os dados e informações apresentados no texto são sugestivos sobre esse duplo traço do setor de turismo em território catarinense.

A realidade turística estadual é de considerável descompasso entre possibilidades para turismo, ligadas à diversidade e à distribuição dos atrativos, e o que de fato ocorre como prática turística. O segundo é determinado pela geografia das condições e estruturas que lhe permitem acontecer, e esta simultaneamente reflete e reforça a desigual incidência das visitas. Assim, deveria ser almejada uma interação dinâmica positiva entre a oferta e a demanda turísticas, pela qual os empreendedores interessados reagissem aos estímulos de uma procura ativa: respostas na forma de investimentos tenderiam a se materializar, estimulando visitantes em espiral ascendente com *feedback* contínuo. Essa ideia, de cunho teórico porém inspirada na observação, poderia encorajar iniciativas institucionais de promoção de visitas às áreas dotadas de atrativos.

Assim, municípios em regiões do Mapa Turístico do Ministério do Turismo deveriam ser estimulados a aproveitar essa condição formulando e executando políticas e ações específicas, pois integrar tais regiões turísticas possivelmente lhes outorgaria visibilidade em escala nacional (aquele mapa cobre todo o país). A criação de roteiros com escopo local ou regional, com atrativos que representem marcas turísticas conforme estampado nos nomes das regiões, poderia frutificar na irradiação do turismo. Um objetivo maior seria lograr resultados em empreendedorismo, de diferentes tamanhos de negócios e talvez sobretudo no plano familiar, resultando em oportunidades em termos de trabalho e renda. Indução seria o nome do jogo, um processo que, que ao mesmo tempo, ajudaria a atenuar o caráter sazonal do turismo catarinense, de grande dependência do verão. Isso contribuiria para mitigar a dupla concentração espacial e temporal das atividades turísticas.

Contudo, avançar nesses termos exigiria equacionar diferentes problemas dizendo respeito a infraestruturas diversas. As mais prioritárias se relacionariam com os problemas de mobilidade e saneamento. Autorizam pensar assim as informações sobre os longos e demorados engarrafamentos e as filas no trânsito – agravados sobremaneira durante o verão, mormente na Ilha de Santa Catarina e em trechos da BR-101 próximos a Balneário Camboriú. O mesmo vale para as notícias sobre problemas em abastecimento de água e poluição de praias durante o verão, a segunda, especialmente, quando há fortes e prolongadas chuvas. O abastecimento de água, sobretudo, remete a adversidades socioambientais importantes em relação às quais o turismo aparece como pivô de questões com determinação de mão dupla: o turismo tanto é afetado pelos problemas quanto lhes causa ou agrava, pela concentrada e profundamente ampliada pressão sobre os recursos e sobre o uso das infraestruturas.

Assim, promover o turismo envolveria pensar e agir com respeito a providências relacionadas também a outros setores, os quais não se restringem, assinale-se, às questões de mobilidade e saneamento. Por exemplo, embora no cotejo com outros estados SC não exiba indicadores de criminalidade muito elevados, é necessário também considerar as relações entre turismo e segurança. Com efeito, turistas tendem a demandar locais em que a segurança seja garantida ou apresentada como tal. A interação setorial é clara: promover turismo implicaria promover segurança.

O mesmo cabe assinalar com respeito às relações com o setor educacional, no que concerne à formação de quadros para o turismo. Como indicado, não são muitos os municípios das regiões turísticas do Mapa do Turismo 2024 que adotaram medidas de capacitação ou aperfeiçoamento profissional voltadas ao setor. Ora, carências nesse terreno costumeiramente afetam as atividades turísticas, como é o caso atualmente no enoturismo praticado na área de São Joaquim, razão pela qual se pode afirmar que há espaço para iniciativas institucionais condizentes, inclusive em meio a parcerias. A mesma dimensão de formação socioprofissional pode englobar a capacitação ao empreendedorismo, objetivando-se promover o aproveitamento das oportunidades de negócios que venham a surgir em comunidades instaladas em áreas de SC com potencial turístico.

**Referências bibliográficas**

CHRISTIAN, M.; FERNANDEZ-STARK, K.; AHMED, G.; GEREFFI, G. **The tourism global value chain**: economic upgrading and workforce development. Durham: Center on Globalization, Governance &Competitiveness, Duke University, 2011. Disponível em: <https://www.globalvaluechains.org/wp-content/uploads/2011-11-11_CGGC_Ex.Summary_Tourism-Global-Value-Chain.pdf> Acesso em: 07 maio 2024.

CONSÓRCIO Intermunicipal Caminhos dos Cânions do Sul. Praia Grande: CICCS, 2024. Disponível em: <https://canionsdosul.org/> Acesso em: 20 ago. 2024

EMBRATUR – Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo. **Florianópolis, Porto Seguro e Salvador estão entre os dez destinos mais procurados por estrangeiros**. Brasília, DF.: EMBRATUR, 29 dez. 2022. Disponível em: <https://embratur.com.br/2022/12/29/florianopolis-porto-seguro-e-salvador-estao-entre-os-dez-destinos-mais-procurados-por-estrangeiros/> Acesso em: 04 ago. 2024. A EMBRATUR consiste em instituição que coopera com a administração pública federal.

FECAM – Federação Catarinense de Municípios. **Associações de Municípios**. Florianópolis: FECAM, 2024. Disponível em: <https://www.fecam.org.br/associacoes/> Acesso em: 24 ago. 2024.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **PMS – Pesquisa Mensal de Serviços** **– outubro 2024**. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/economicas/servicos/9229-pesquisa-mensal-de-servicos.html> Acesso em: 07 jan 2025

ICCA – International Congress and Convention Association. **ICCA Statistics Report**: country and city rankings. Amsterdam: ICCA, 2019. Disponível em: <https://www.stnet.ch/app/uploads/2021/07/ICCA-Statistics-2019.pdf> Acesso em: 15 jul 2024

ICCA – International Congress and Convention Association. **ICCA Business Analytics**: country & city rankings. Amsterdam: ICCA, 2022. Disponível em: <https://iccadata.iccaworld.org/statstoolReports/ICCA_Rankings-22_ICCA-Rankings_170523b.pdf> Acesso em: 15 jul 2024

JUSTI, B. **Em sua estreia na ExpoCatólica, Santa Catarina evidencia destinos religiosos em destaque**. Florianópolis: Secretaria de Estado do Turismo, 03 jul. 2024. Disponível em: <https://www.setur.sc.gov.br/em-sua-estreia-na-expocatolica-santa-catarina-evidencia-destinos-religiosos-em-destaque/> Acesso em: 02/08/2024.

LINS, H. N. Turismo y desarrollo en el Brasil meridional. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 9, n.3-4, p. 197-228, 2000.

LINS, H. N. et al. Turismo em Santa Catarina: caracterização e problemática. In: VIEIRA, P. F. (Org.). **A pequena produção e o modelo catarinense de desenvolvimento.** Florianópolis: APED Editora, 2002**,** p. 209-261.

LINS, H. N. A pós-modernidade e sua narrativa: o setor de turismo em debate. **Acta Scientiarum**. Human and Social Sciences, v. 35, n. 1, p. 37-47, 2013.

LINS, H. N. Inovações sociais e desenvolvimento sustentável: sinergismo entre agroecologia e agroturismo no Brasil meridional. **Revista Iberoamericana de Economia Ecológica**, v. 30, n. 1, p. 58-80, 2019. Disponível em: <https://redibec.org/ojs/index.php/revibec/article/view/37> Acesso em: 20 ago. 2024.

MEURER, R.; LINS, H. N. Grandes eventos esportivos e turismo: destaque para a Copa do Mundo de 2014. **Planejamento e Políticas Públicas**, n. 47, p. 332-356, jul./dez. 2016.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Observatório Nacional de Turismo. **Boletim do Turismo Doméstico Brasileiro 2021**. Brasília DF.: MTur, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/acesso-a-informacao/acoes-e-programas/observatorio/demanda-turistica/demanda-turistica-domestica/BoletimdoTurismoDomsticoBrasileiro2021__DIVULGAO.pdf>

MINISTÉRIO DO TURISMO. Observatório Nacional de Turismo. **Estimativas de chegadas de turistas internacionais ao Brasil**. Brasília, DF: MTur, 2024a. Disponível em: <https://paineis.turismo.gov.br/extensions/observatorio/turistas.html> Acesso em: 12 ago 2024.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Nordeste e Sul lideram alta de viagens domésticas no primeiro trimestre**. Brasília, DF.: MTur, 13 mar. 2024b. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/nordeste-e-sul-lideram-alta-de-viagens-domesticas-no-primeiro-trimestre> Acesso em: 12 ago. 2024.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Mapa do Turismo 2024**. Brasília, DF: MTur, 2024d. Disponível em: <https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home> Acesso em: 20 ago. 2024.

NICOLAS, D. H. Nuevas encrucijadas para el turismo. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 29, p. 996-1011, 2020.

PANDOLFO, C.; VIANNA, L. F. N. (Orgs.). **Vinhos de altitude de Santa Catarina**: caracterização da região produtora, indicadores e instrumentos para proposição de uma indicação geográfica. Florianópolis: Epagri, 2020.

PLATAFORMA Almanach: Dados sobre o Turismo Catarinense, da Secretaria de Estado do Turismo: Economia. 2024a. Disponível em: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZDY3OGQxNzgtNGJiZi00ZTUxLWFmMTEtYWEyMjFjNjNhODJiIiwidCI6IjlmYjM1NDhiLTk3ZDEtNDBiZi1iODY3LTU3MGQ0ODJlZjFmZCJ9> Acesso em: 05 ago. 2024.

PLATAFORMA Almanach: Dados sobre o Turismo Catarinense, da Secretaria de Estado do Turismo: Pesquisa com passageiros no Floripa Airport. 2024b. Disponível em: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiMDNhZjQ4OWYtYmFmOC00YTZmLThkZmUtYTI1YjllNWMyOTAzIiwidCI6ImFmYmVlOTMwLThkMzktNDE1Yy04NDE1LTAwM2I2ZGZlNDI0YSJ9&pageName=ReportSection0f1bebb9ae3000000101> Acesso em: 05 ago. 2024.

PLATAFORMA Almanach: Dados sobre o Turismo Catarinense, da Secretaria de Estado do Turismo: Fluxo. 2024c Disponível em: <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiZDY3OGQxNzgtNGJiZi00ZTUxLWFmMTEtYWEyMjFjNjNhODJiIiwidCI6IjlmYjM1NDhiLTk3ZDEtNDBiZi1iODY3LTU3MGQ0ODJlZjFmZCJ9> Acesso em: 05 ago. 2024

RAIS – Relação Anual de Informações Sociais. Brasília, D.F.: Ministério do Trabalho e Emprego, 2024. Obtido em: <http://bi.mte.gov.br/bgcaged/rais.php> Acesso em: 15 jun. 2024.

UN Tourism. **Global and regional tourism performance**. Madrid: UNTourism, 2024. Disponível em: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> Acesso em: 04 ago. 2024

WTTC – World Travel & Tourism Council. **Uniting to restore international mobility and reshape travel & tourism**. Oct. 2021a. Disponível em: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Uniting_to_Restore_International_Mobility.pdf> Acesso em: 28 jul. 2024.

WTTC – World Travel & Tourism Council. **Adapting to endemic Covid-19**: the outlook for business travel. Nov. 2021b. Disponível em: <https://www.uvetgbt.com/wp-content/uploads/2022/02/WTTC-Adapting-to-Endemic-Covid-Business-Travel-Outlook-011121.pdf> Acesso em: 04 ago. 2024.

WTTC – World Travel & Tourism Council. **Government policies enabling travel & tourism recovery during Covid-19**. Aug. 2021c. Disponível em: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2021/Government-Travel-Policies-COVID-19.pdf> Acesso em: 04 ago. 2024.

WYMAN, O. **To recovery and beyond: the future of travel & tourism in the wake of Covid-19**. Sept. 2020. Disponível em: <https://wttc.org/initiatives/to-recovery-beyond> Acesso em: 04 ago. 2024.

1. Uma ideia abrangente sobre as festas “típicas” em Santa Catarina, com raízes históricas e permeadas de carga cultural, pode ser obtida em disponibilização pela Secretaria de Estado do Turismo (SETur) em redes sociais. Ver p. ex.: <https://www.instagram.com/setur.sc/> Acesso em: 02 ago. 2024. [↑](#footnote-ref-1)