



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA FRONTEIRA SUL
CAMPUS CHAPECÓ
LICENCIATURA EM GEOGRAFIA**

**DINÂMICAS SOCIOESPACIAIS E AS ATIVIDADES TURÍSTICAS EM CHAPECÓ -
SC**

FABIANO RICARDO WITEZAK

**Chapecó
2021**

FABIANO RICARDO WITEZAK

**DINÂMICAS SOCIOESPACIAIS E AS ATIVIDADES TURÍSTICAS EM CHAPECÓ -
SC**

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação
apresentado ao Curso de Geografia - Licenciatura
da Universidade Federal da Fronteira Sul (UFFS),
campus Chapecó, como requisito para obtenção
do título de licenciado em Geografia.
Orientadora: Profa. Dra. Lídia Lucia Antongiovanni

Chapecó
2021

Bibliotecas da Universidade Federal da Fronteira Sul - UFFS

Witezak, Fabiano Ricardo
Dinâmicas socioespaciais e as atividades turísticas
em Chapecó-SC / Fabiano Ricardo Witezak. -- 2021.
122 f.

Orientadora: DR^a Lídia Lucia Antongiovanni

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) -
Universidade Federal da Fronteira Sul, Curso de
Licenciatura em Geografia, Chapecó, SC, 2021.

1. Geografia do Turismo. I. , Lídia Lucia
Antongiovanni, orient. II. Universidade Federal da
Fronteira Sul. III. Título.

FABIANO RICARDO WITEZAK

**DINÂMICAS SOCIOESPACIAIS E AS ATIVIDADES TURÍSTICAS EM
CHAPECÓ -SC**

Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)
apresentado ao Curso de Geografia como
requisito parcial para a obtenção do título de
Licenciatura em Geografia pela Universidade
Federal da Fronteira Sul (UFFS), campus de
Chapecó.

Aprovado em 01 de setembro de 2021

BANCA EXAMINADORA



Prof.ª Dr. Lídia Lucia Antongiovanni
UFFS - Orientadora



Prof.º Dr. Marlon Brandt
UFFS



Prof.º Dr. Ricardo Alberto Scherma
UFFS

AGRADECIMENTOS

À Deus, primeiramente, pela oportunidade de estar presente aqui e poder ajudar a transformar este planeta.

A meus pais, irmãos, amigos, esposa Letícia e filho Gustavo que, por diversas vezes, me inspiraram, apoiaram e auxiliaram nessa caminhada, inclusive nos momentos mais difíceis.

À UFFS – Universidade Federal da Fronteira Sul – que por meio de políticas públicas conscientes pôde proporcionar ensino gratuito e de qualidade para mim e demais colegas que lá estudaram.

À orientação da professora Lídia Lucia Antongiovanni pelas dicas e “puxões de orelha” que me possibilitaram desenvolver este trabalho de uma forma coesa e com poucos erros (alguns existem ainda, mas estão escondidos nas entre linhas).

Aos demais professores da universidade que puderam disponibilizar seu tempo e conhecimento em prol da nossa educação superior.

Aos colegas de universidade que compartilharam suas vivências e conhecimentos durante a aula ou nas horas vagas nas nossas conversas geográficas.

Aos colegas de trabalho pelas diversas permutas e inversões de horário para possibilitar que eu comparecesse as aulas presenciais, online e estágios.

E por fim, aos que não destaquei aqui, mas que contribuíram de uma forma ou outra para minha formação, sintam-se todos lembrados e abraçados.

“Feliz aquele que transfere o que sabe e aprende o que ensina.” (Cora Coralina)

WITEZAK, F.R. **DINÂMICAS SOCIOESPACIAIS E AS ATIVIDADES TURÍSTICAS EM CHAPECÓ –SC**. Trabalho de Conclusão de Curso. Curso de Geografia – Licenciatura. Universidade Federal da Fronteira Sul. Chapecó, 2021.

RESUMO

O turismo é um processo de deslocamento espaço-temporal de pessoas para um destino fora de sua residência e trabalho por um determinado período. O seu entendimento se faz necessário pelos processos envolvidos, tanto de ordem econômica, da atual globalização, seus fluxos e fixos, como de ordem antropológica e social. No município catarinense de Chapecó também se observa esse processo de modernização territorial, cuja modalidade turística de negócios se destaca na região relacionada a dinâmica econômica regional com ênfase agroindustrial e comercial. Outras modalidades turísticas estão presentes com intensidades distintas como o turismo rural, ecoturismo e turismo religioso. Ao gradativo processo de inserção de Chapecó e região no processo de globalização, correspondem etapas de modernizações do território viabilizando conexões da cidade a este processo, constituindo elementos da indissociabilidades dos sistemas de objetos e sistemas de ações que constituem o espaço geográfico. Sendo assim, o objetivo da pesquisa é responder “de que forma o turismo se espacializou em Chapecó, a partir dos anos 90 até 2021, em decorrência da modernização do território? ”. Para responder a esta questão, a pesquisa fará uma abordagem inicial da atividade turística em âmbito global, nacional e regional, as políticas brasileiras voltadas ao turismo regional e, por fim, um enfoque mais direcionado ao produto turístico de Chapecó, dando ênfase aos fixos e fluxos presentes, que podem ser percebidos e estudados por diversos autores da Geografia. Após analisar todos os dados obtidos, concluímos que todos os fatores discutidos e expostos neste trabalho demonstram que as políticas públicas nas três esferas públicas, a infraestrutura adaptada e construída, os investimentos em empresas públicas especializadas na área e os investimentos em divulgação dos potenciais turísticos regionais contribuíram diretamente para que cria-se uma modernização territorial capaz de modificar as relações existentes dos fixos e fluxos presentes, estabelecendo um ambiente propício ao crescimento do setor turístico regional, apesar da contribuição imperceptível no desenvolvimento socioeconômico da população envolvida.

Palavras-chave: Turismo. Chapecó. Meio técnico-científico-informacional.

RESUMEN

El turismo es un proceso de desplazamiento espacio-temporal de las personas a un destino fuera de su residencia y trabajo durante un periodo determinado. Su comprensión es necesaria por los procesos implicados, tanto de orden económico, la actual globalización, sus flujos y fijos, como de orden antropológico y social. En Chapecó, municipio catarinense, también se observa este proceso de modernización territorial, cuya modalidad de turismo de negocios se destaca en la región relacionada con la dinámica económica regional con énfasis agroindustrial y comercial. Otras modalidades turísticas están presentes con distintas intensidades como el turismo rural, el ecoturismo y el turismo religioso. Al proceso gradual de inserción de Chapecó y región en el proceso de globalización, corresponden etapas de modernización del territorio posibilitando conexiones de la ciudad a este proceso, constituyendo elementos de la inseparabilidad de los sistemas de objetos y sistemas de acciones que constituyen el espacio geográfico. Así, el objetivo de la investigación es responder "¿de qué manera se espacializó el turismo en Chapecó, desde los años 90 hasta hoy, como resultado de la modernización del territorio?". Para responder a esta pregunta, la investigación hará una primera aproximación a la actividad turística a nivel mundial, nacional y regional, a las políticas brasileñas dirigidas al turismo regional y, finalmente, un enfoque más dirigido al producto turístico de Chapecó, haciendo hincapié en los actuales fijos y flujos, que pueden ser percibidos y estudiados por diversos autores de la Geografía. Después de analizar todos los datos obtenidos, concluimos que todos los factores discutidos y expuestos en este trabajo demuestran que las políticas públicas en las tres esferas, las infraestructuras adaptadas y construidas, las inversiones en empresas públicas especializadas en el área y las inversiones en la divulgación de los potenciales turísticos regionales contribuyeron directamente a la creación de una modernización territorial capaz de modificar las relaciones existentes de flujos fijos y presentes, estableciendo un ambiente propicio para el crecimiento del sector turístico regional, a pesar de la imperceptible contribución en el desarrollo socioeconómico de la población involucrada.

Palabras clave: Turismo. Chapecó. Entorno técnico-científico-informativo.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Pirâmide de Maslow	21
Figura 2: Fatores que influenciam a escolha do turista	22
Figura 3: Aspectos mais importantes para escolha de um destino	22
Figura 4: Como buscam informações para viagens	23
Figura 5: Principais fluxos turísticos - 2015	36
Figura 6: Deslocamento de turistas no mundo -2018.....	37
Figura 7: Importância do turismo no Brasil	40
Figura 8: Sistema rodoviário de Chapecó	55
Figura 9: Hotel Bordin na década de 40.....	58
Figura 10: Terminal rodoviário da Família Palma na década de 50	58
Figura 11: Aeroporto Paulo Marquês - Chapecó 1957	59
Figura 12: Hotel do Palma na década de 40	60
Figura 13: Hotel Ideal - década de 40	61
Figura 14: Empresa Sadia - Chapecó 1980	66
Figura 15: Segundo terminal rodoviário	68
Figura 16: Aeroporto Serafin Bertaso – 2018.....	69
Figura 17: Parque de exposições Tancredo Neves – 1967.....	70
Figura 18: Parque de exposições Tancredo Neves - 2013	70
Figura 19: Estádio municipal Índio Condá - 1977	72
Figura 20: Estádio regional Índio Condá - 1980	73
Figura 21: Terminal Rodoviário de Chapecó.....	75
Figura 22: Centro de Eventos.....	76
Figura 23: Shopping Pátio Chapecó.....	77
Figura 24: Unochapecó	78
Figura 25: Universidade Federal da Fronteira Sul.....	79
Figura 26: Futuro Complexo Turístico de Chapecó.....	80
Figura 27: Indicador de segurança pública	91
Figura 28: PIB Chapecó	92
Figura 29: PIB em setores.....	93
Figura 30: PIB por atividade econômica.....	93
Figura 31: PIB por atividade econômica.....	94
Figura 32: Indicadores de infraestrutura – Chapecó - 01	95
Figura 33: Indicadores de infraestrutura – Chapecó - 02	96
Figura 34: Índice de Desenvolvimento Humano.....	97
Figura 35: Evolução do IDHM	97
Figura 36: Índice de Gini	97

LISTA DE MAPAS

Mapa 1: Localização do município de Chapecó	54
Mapa 2: Ocupação urbana - 1957	57
Mapa 3: Ocupação urbana - 1965	64
Mapa 4: Ocupação urbana - 1979	67

LISTA DE GRÁFICOS, TABELAS e QUADROS

Quadro 1: Deslocamento de turistas no mundo -2012	37
Quadro 2: Vias de acesso dos turistas – 2018	40
Quadro 3: Lista de políticas públicas para o turismo	43
Gráfico 4: Deslocamento de turistas estrangeiros em SC de acordo com o modal viário- 2018.....	46
Quadro 5: Distribuição geográfica dos turistas estrangeiros em SC – 2018	47
Quadro 6: Concentração de turistas em SC -2018.....	48
Tabela 7: População de Chapecó por décadas.....	65
Quadro 8: Políticas Públicas Municipais para o turismo.....	89

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	13
CAPÍTULO 01:	18
DO SURGIMENTO DO TURISMO, NOÇÕES GERAIS DE TURISMO E O ESPAÇO GEOGRÁFICO DO TURISMO	18
1.1 ORIGENS HISTÓRICAS DO TURISMO E DEFINIÇÕES GERAIS	18
1.2 COMO OCORRE A DECISÃO DO DESTINO.....	21
1.3 AS ORGANIZAÇÕES DO TURISMO	23
1.4 O ESPAÇO GEOGRÁFICO DO TURISMO	25
1.4.1 O Espaço Turístico - Delimitações.....	27
1.4.2 O Espaço Turístico - Conflitos	30
1.4.3 O Espaço Turístico - Impactos	31
1.4.4 O Espaço Turístico: Produção do não lugar.....	32
CAPÍTULO 02:	35
CONTEXTUALIZANDO E CARACTERIZANDO GEOGRAFICAMENTE O TURISMO NO BRASIL	35
2.1 O TURISMO SE TERRITORIALIZA SELETIVAMENTE (LOCAL, REGIONAL E GLOBALMENTE).....	35
2.2 RELAÇÃO GLOBALIZAÇÃO E TURISMO.....	38
2.3 ELEMENTOS DA GEOGRAFIA DO TURISMO NO BRASIL	38
2.3.1 Elementos da modernização do turismo no país	39
2.3.2 Políticas públicas do turismo – Um recorte geográfico.....	41
2.3.3 Mapa Do Turismo Brasileiro e categorização dos municípios	44
2.3.4 A regionalidade do turismo em Santa Catarina	46
2.3.5 Rotas Turísticas De Santa Catarina, Grande Oeste e Chapecó ...	48
2.3.5.1 Grande Oeste.....	49
2.3.5.2 Turismo em Chapecó.....	49
2.3.5.3 Atrações Turísticas de Chapecó	49
CAPÍTULO 03:	51
FUNCIONALIZAÇÃO DE FIXOS E FLUXOS PARA FINS TURÍSTICOS	51
3.1 FORMAÇÃO SOCIOESPACIAL DE SANTA CATARINA E CHAPECÓ.....	51
3.2 O MUNICÍPIO DE CHAPECÓ E SUA IMPORTÂNCIA REGIONAL	53
3.2.1 Infraestrutura de transporte do município	54
3.3 DINÂMICAS SOCIOESPACIAIS E ELEMENTOS DO TURISMO EM CHAPECÓ NO PERÍODO 1917 -1950	56
3.3.1 Elementos do turismo no período	58
3.4 DINÂMICAS SOCIOESPACIAIS E ELEMENTOS DO TURISMO EM CHAPECÓ NO PERÍODO 1950 – 1990.....	61
3.4.1 Elementos do turismo no período	68
3.4.2 Elementos de um “novo” turismo em Chapecó	71
3.5 DINÂMICAS SOCIOESPACIAIS E ELEMENTOS DO TURISMO EM CHAPECÓ NO PERÍODO 1990 - 2021	73

3.5.1	Elementos modernos do turismo neste período	75
3.5.1.1	Terceiro e atual terminal rodoviário de Chapecó.....	75
3.5.1.2	Centro de Eventos Plínio Arlindo de Nês	76
3.5.1.3	Shopping Pátio Chapecó	77
3.5.1.4	Universidades Regionais.....	78
3.5.2	Novos espaços de uso e privatizações	79
3.6	A GEOGRAFICIDADE DO TURISMO EM CHAPECÓ: MODALIDADES	80
3.6.1	Turismo de Eventos e negócios	81
3.6.2	Turismo de experiência	83
3.6.3	Turismo Rural	84
3.6.4	Ecoturismo	84
3.6.5	Lazer	85
3.6.6	Gastronomia	86
3.6.7	Turismo Cultural / religioso	86
3.6.8	A seletividade presente no espaço geográfico	86
3.7	OS PROMOTORES DO TURISMO EM CHAPECÓ	87
3.7.1	Os agentes promotores (governos e iniciativa privada)	87
3.7.1.1	Governos estadual e municipal	87
3.7.1.2	Iniciativa privada	89
CAPÍTULO 04:	91
DESENVOLVIMENTO SOCIOECONOMICO POR MEIO DO TURISMO: SERÁ MESMO?	91
4.1	INDICADOR DE SEGURANÇA PÚBLICA	91
4.2	INDICADOR DO PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)	91
4.3	INDICADOR DAS CONDIÇÕES DE INFRAESTRUTURA.....	94
4.4	INDICADORES DE DESENVOLVIMENTO HUMANO	96
CONSIDERAÇÕES FINAIS	98
REFERÊNCIAS	105
ANEXO I: Mapa das Rotas Turísticas de Santa Catarina – período 2019-2021		115
APÊNDICE I – Atrações Turísticas de Chapecó	116

INTRODUÇÃO

O município de Chapecó se destaca no estado de Santa Catarina devido a sua importância econômica para a região oeste catarinense, principalmente como polo agroindustrial. O município é reconhecido pela Assembleia Legislativa do estado como a capital do Turismo de negócios, pela Lei Nº 14.071, de 31 de julho de 2007. Segundo o jornal Diário do Iguçu, o que diferencia Chapecó dos outros municípios da região é a constituição como polo econômico devido a diversidade de empresas encontradas, sendo a cidade central para 200 municípios da região e 2 milhões de pessoas. Cerca de 180 mil pessoas visitam a cidade por ano, o que consolidou o município na realização de eventos voltados ao negócio. Ao longo dos anos, a cidade foi sendo “moldada” e ficou em destaque dentre as demais cidades da região, e em 2020, apresenta uma quantidade considerável de estabelecimentos que permitem receber um grande fluxo de turistas, fruto do forte investimento em divulgação realizado principalmente pelo poder público, rede comercial e de serviço diversificada.

Se olharmos ao redor de Chapecó existem diversos municípios com aspiração ao turismo, a pouca distância da cidade e com atrações semelhantes e espaços bem estruturados, como os parques aquáticos em Itá, Piratuba e São Carlos. Então, porque Chapecó não se destaca dessas cidades? O município tem muita influência econômica advinda do agronegócio, o que faz com que assuma a centralidade dos negócios do setor, além de uma boa infraestrutura de sustentação. Talvez, a preferência pelo turismo de eventos e negócios advenha dessa centralidade do agronegócio, precarizando as demais formas de turismo, o que deixou a cidade em desvantagem se comparada aos municípios da redondeza.

Neste estudo, queremos explicar a dinâmica do turismo em Chapecó procurando compreender como se deu este processo, com base na modernização territorial e na ampliação dos fixos e fluxos. A partir destas constatações gerais realizamos um estudo mais detalhado por meio de bibliografias específicas da geografia bem como de bibliografias especializadas no tema do turismo, como artigos e textos acadêmicos, empresariais e governamentais buscando dados para nossa pesquisa. Para direcionar melhor o estudo, tomamos como base uma perspectiva espaço-temporal do turismo no município de Chapecó e sua interligação com a base econômica regional das agroindústrias (desde década de 1940) e as

áreas comercial, serviços e setor esportivo (este último mais recentemente), fazem-se notar a importância desses setores econômicos para o desenvolvimento, principalmente, do turismo de negócios e eventos. Partindo dessa ideia da expansão do turismo em Chapecó, ocorre a necessidade de entender como ocorre a materialização disso, baseado no que Santos (2013) definiu como fixos e fluxos e nos processos existentes que modernizam o espaço regional.

Do início da emancipação política de Chapecó até por volta dos anos 70, o turismo estava baseado, principalmente, em eventos das agroindústrias e divulgação de produtos e maquinários em feiras específicas, como a EFAPI (Exposição e Feira Agropecuária e Industrial). A partir dos anos 1970 até início dos anos 90, ocorre a expansão das agroindústrias em nível nacional e internacional, várias modernizações começam a acontecer no espaço regional, promovendo uma expansão do turismo na cidade, partindo do já estabelecido modal econômico das agroindústrias e se ampliando para o setor comercial, de serviços e eventos esportivos, neste caso, relacionado especificamente ao time de futebol da Chapecoense.

A partir da década de 90, ocorrem mudanças no âmbito global nas relações comerciais e econômicas (globalização) e, com a agenda neoliberal, novas políticas públicas sobre o território são aprovadas, inclusive exploração do turismo nas regiões brasileiras. Como Santos (2013) explicou temos a existência dos fluxos e fixos atuando sobre o espaço, formando redes, (re) definindo dinâmicas socioespaciais e que são compostas pelos promotores públicos e privados promovendo modernizações sobre o espaço local. No caso de Chapecó nos interessa compreender como se deu este processo que conecta a cidade a partes do Brasil e ao exterior e sua influência na organização de atividades turísticas.

Analisando a situação da época para entender como ocorreu essa modernização territorial, no fluxo colonizador oriundo principalmente do Rio Grande do Sul, na década de 30 os primeiros hotéis de madeira já existiam na área urbana de Chapecó. Foi com a criação das primeiras agroindústrias que, na década de 40 e 50, mais migrantes foram atraídos para cidade, exigindo uma evolução da infraestrutura, impulsionando também o turismo (Reche, 2017).

Com a construção do Parque de Exposições Tancredo Neves na década de 60 e a criação da Exposição e Feira Agropecuária e industrial de Chapecó – EFAPI –

ocorre a mutação turística do município, atraindo muitas pessoas de todas as regiões para o evento. A partir das décadas de 60 e 70, com a expansão das agroindústrias no Brasil e no exterior, com marcas regionais (Sadia e Perdigão) começando a exportar para Ásia e Europa, novas redes foram criadas. Entre os anos 1970 e 1980, acompanhando o desenvolvimento das agroindústrias, os setores comerciais, prestação de serviços e entidades de ensino (universidades) começam a crescer no município, o que pôde contribuir para o aumento do turismo de negócios na região (Reche, 2017).

A partir de meados da década de 90, com a expansão da globalização econômica, todos os setores econômicos se expandiram, servindo de suporte a evolução das empresas do agronegócio. Já no século XXI, com a evolução meteórica do time de futebol da Chapecoense até a série A do Campeonato Brasileiro de futebol (considerada a elite do futebol nacional), ocorreu outro movimento de subida do setor turístico, com a vinda de pessoas de todo Brasil e América Latina para assistir aos jogos, aquecendo os setores econômicos do município.

Dessa forma, todo esse processo histórico e geográfico transformador do espaço chapecoense refletiu na infraestrutura da cidade e foi acompanhado de perto pelo crescimento do turismo de eventos e negócios (principalmente) e de outras modalidades turísticas, mais recentemente. Essa nova configuração, a partir da década de 90, do espaço mundial determinado pela globalização econômica, refletida em nossa região com a também reconfiguração dos setores econômicos culminando na mudança estrutural do turismo regional. Baseado nessa premissa surge a pergunta base dessa pesquisa: **“De que forma o turismo se especializou em Chapecó, a partir dos anos 90 até 2021, em decorrência da modernização do território?”**.

Para justificar o estudo deste tema percebemos nos dados de turismo, principalmente daquele voltado aos negócios e eventos que ocorrem no município, sua relevância econômica para a região oeste catarinense. O setor hoteleiro é o que mais sente o reflexo dos eventos, sendo composto por 32 hotéis e cerca de 3,5 mil leitos com uma lotação média de 34%. Porém, durante os eventos, as unidades chegam em 100% de lotação e ainda ocupam leitos em municípios vizinhos (Diário do Iguazu, 2018). Exemplo da importância econômica do município, na cidade

encontram-se diversas redes internacionais instaladas, como exemplo da rede de hotéis Ibis, da empresa francesa Accor.

Segundo a notícia do site ND mais, em 2018, 75% da produção leiteira catarinense estava no oeste catarinense, com 2,4 bilhões de litros por ano, daí ocorrem diversos eventos voltados ao setor. Como exemplo, no primeiro semestre de 2018 foram 75, como o Simpósio Brasil Sul de Suinocultura e o Interleite. Segundo mesmo site, a rede hoteleira tem público alvo na agroindústria, em eventos como Mercoagro (maior Expo-feira do setor de carnes e derivados da América do Sul, com 198 stands, 15 mil visitantes e 160 milhões de dólares em negócios, somente na edição de 2018), e os direcionados a suinocultura e avicultura.

Também cabe ressaltar a subida meteórica do time de futebol da Chapecoense (time do município) até série A do Campeonato Brasileiro de futebol e campeonatos internacionais (como Copa Sul-americana e Libertadores da América), o que contribuiu para a vinda de grande número de turistas brasileiros e estrangeiros para Chapecó, movimentando a economia da cidade por meio desse tipo de turismo de evento.

Assim, nota-se com os dados acima que Chapecó se tornou uma cidade com uma dinâmica turística de grande importância para promoção e divulgação dos produtos agropecuários da região, especialmente no turismo de negócios e eventos. Outras formas de turismo vêm surgindo no município, como o turismo rural, ecoturismo, turismo de aventura entre outros. Estima-se que o PIB do turismo municipal esteja acima do PIB nacional de 8,1% (segundo a presidente do Conselho Regional de Turismo do Grande Oeste – Elisiane Menegolla). Desta forma, o fato da atividade turística ter certa relevância para o município é que justifica seu estudo e, portanto, este projeto de pesquisa.

Como objetivo geral do presente trabalho analisaremos o processo de espacialização do turismo no município de Chapecó dos anos 1990 até 2021, baseado nas modernizações ocorridas no território chapecoense e pautado nas noções de fluxos e fixos presentes. Para chegarmos no objetivo estabelecido, durante o desenvolvimento desta pesquisa, buscamos encontrar dados estatísticos referentes aos fluxos e fixos presentes no espaço municipal, inclusive dados de infraestrutura e desenvolvimento humano que demonstrem se ocorreu uma evolução tanto no perfil turístico quanto reflexos nas condições socioeconômicas da

população chapecoense. Também verificamos se a modernização ocorrida no espaço local pôde contribuir para o estabelecimento do turismo (considerando todas as atividades turísticas existentes no município) e, se estas, estão relacionadas (ou não) diretamente ao turismo de negócio e eventos (de maior destaque regional).

Para compreender esta dinâmica, lançamos mão de alguns processos teórico- metodológicos. Inicialmente tratamos de apresentar o processo de transformação de Chapecó em uma cidade polo e as transformações na infraestrutura que ocorreram em função de processos de modernização. Foram essas modificações espaciais que permitiram a criação de uma estrutura turística para a região e, a partir daí, foi se modificando ao decorrer do tempo até chegarmos na era da globalização econômica. Com o aumento do fluxo turístico na cidade, houve a necessidade de reconfigurar a infraestrutura, caracterizando nova etapa de modernizações surgindo novas funções como a presença de agentes turísticos, dos promotores e indutores do turismo na cidade (público e privados), novas redes e fluxos.

Por fim, ao analisar os fatores apresentados neste trabalho concluímos que as 3 esferas das políticas públicas, a infraestrutura adaptada e construída; os investimentos nas empresas públicas especializadas para o turismo e os investimentos em divulgação; foram o que contribuíram diretamente para criar esse processo de modernizações territorial. Todos esses fatores estabeleceram um ambiente propício para o crescimento do setor turístico regional e modificando as relações existentes dos fixos e fluxos.

CAPÍTULO 01:

DO SURGIMENTO DO TURISMO, NOÇÕES GERAIS DE TURISMO E O ESPAÇO GEOGRÁFICO DO TURISMO

Neste capítulo procuramos apresentar uma noção geral sobre o surgimento da atividade turística no mundo e suas definições gerais, bem como apresentar e discutir os elementos teórico metodológicos do espaço geográfico do turismo.

1.1 ORIGENS HISTÓRICAS DO TURISMO E DEFINIÇÕES GERAIS

As origens históricas do turismo são bem antigas e se modificam com o passar dos séculos até adquirir o status de atividade econômica e cultural nos dias atuais. Segundo Sartor (1977), foi na Antiguidade que surgiu o que hoje chamamos de turismo, que ocorre em função de deslocamentos decorrentes de várias atividades sociais. As causas eram diversas como religião (como os chineses, adeptos de Buda, que viajavam à Índia), política, comércio (como os povos romanos, árabes, gregos e fenícios) e a própria curiosidade humana. Já na Idade Média, as peregrinações religiosas para Jerusalém e Roma (mais visitadas), que a pedido da Igreja os habitantes dos locais ofereciam comida e pouso aos peregrinos. No século XVIII, com a modernização da infraestrutura, principalmente dos transportes, surgem os roteiros turísticos, que em meados do século XIX, com o surgimento do trem, ocorre uma grande dinamização dos fluxos de pessoas e de ordens redefinindo a noção de deslocamentos e viagens constituindo este ramo da economia chamado turismo.

Ramos (2014) destaca que as viagens com interesse cultural vão surgir na Europa, durante a época do renascimento italiano, quando a aristocracia passou a ter interesse pelos sítios históricos e arqueológicos. Dessas viagens surge o termo conhecido como *Grand tour* (longa temporada em diferentes cidades europeias consideradas berço da civilização ocidental). Estas viagens duravam até mesmo anos e eram exclusivas dos aristocratas, nobres e burgueses da Europa, com disponibilidade de tempo e recursos.

O *Grand Tour*, sob o imponente e respeitável rótulo de “viagem de estudo”, assumia o valor de um diploma que lhes conferia significativo status social, embora – na realidade – a programação se fundamentasse em grandes passeios de excelente qualidade e repletos de atrativos prazerosos [...]. Os ingleses, importantes e ricos, consideravam detentos de cultura apenas quem tivesse sua educação ou formação profissional coroada por um *Grand Tour* através da Europa [...]”. (ANDRADE, 2003).

Segundo Andrade (2003, p.12), as origens do que veio a ser o turismo pode ser dividida em quatro estágios:

1. Primeiro estágio: Tempo medieval ao início do século XVII, cujos deslocamentos estavam ligados a guerras e lutas, peregrinações a locais sagrados e expansão do comércio mundial;
2. Segundo estágio: Chega com os meios de transportes, desenvolvimento industrial do final do século XIX, mudança da dinâmica urbana das cidades, poder aquisitivo dos assalariados maior; neste período que o pai do turismo de massa e primeiro agenciador de viagem, o inglês Thomas Cook, percebeu o interesse de inúmeras pessoas em participar de um evento numa cidade próxima da que ele morava, e por meio do aluguel de trem tornou-se um empreendedor.
3. Terceiro estágio: Período entre guerras (1918-1939) com investimentos na aviação e rodoviárias em detrimento as ferrovias;
4. Quarto estágio: Pós-guerra de 1945 até 2021. Determinado pela segunda revolução tecnológica e industrial, aumento do poder aquisitivo e do tempo livre, mudança do hábito das pessoas, ampliando as viagens para novos lugares.

Ruschmann (1999, p.14-15) destaca que existiram alguns fatores que promoveram o crescimento dos fluxos turísticos como o aumento do tempo livre devido a redução das jornadas de trabalho; o aumento da produção, redução dos custos, a evolução tecnológica e a produção em massa (como de veículos); aumento da renda da população; tecnificação da prestação de serviço de viagens de férias (agências); aumento da urbanização, diminuição da paisagem “verde” e os impactos psicológicos da vida urbana. Para Yazigi (2002, p.289):

[...] queiramos ou não, organização e prática do turismo entram em nova era, com novos paradigmas, considerando que o turismo de quarenta anos atrás nada mais tem a ver com o praticado na atualidade. [...] se a vinda de um novo morador, um único, muda à organização de uma casa, imagine-se a população do mundo, de seis bilhões de habitantes, devendo duplicar em curto espaço de tempo.

Nesse sentido, o autor destaca que as mudanças ocorridas no tempo e no espaço, ou seja, na história da humanidade provocaram mudanças no turismo, e que possivelmente, ao decorrer da história ocorrerão novas mudanças e adaptações as novas demandas da sociedade.

Para BARBOSA (2009) o turismo é um conjunto de relações e fenômenos surgidos das viagens e permanências temporais das pessoas que se deslocam por prazer ou recreação, não podendo existir turismo sem deslocamento espacial. A atividade turística é um fenômeno com movimento temporal, com destino, fora da residência e trabalho, incluindo atividades empreendidas nessas localidades e as facilidades criadas para atender os viajantes.

Beni (2001) definiu turismo como sendo um processo de decisão do próprio turista, constituindo um processo de ordem econômica, em uma relação sobre o local a ser visitado e o valor disposto a investir na viagem. Porém, esse processo não é simples, envolve outros fatores pessoais e sociais, desde a permanência no local escolhido, meios de transportes, escolha do destino até projeção profissional, conhecimento histórico da região etc.

Segundo Claval (1997), podemos dizer que a paisagem e o turismo estão associados às experiências que os homens têm da Terra, da natureza e do ambiente, à maneira pela qual eles os modelam para responder às suas necessidades, seus gostos e suas aspirações, para construir sua identidade e se realizar. Porém, essas experiências estão recheadas de elementos socioculturais, ambientais e econômicos, às vezes integrados, às vezes antagônicos, cuja combinação se reflete nas paisagens.

Quando Andrade (2003) define o turismo como um complexo de atividades e serviços que visam ao planejamento, a promoção e a execução de viagens e serviços de recepção, hospedagem e atendimento a visitantes fora de suas residências, estabelece que o turismo é um conjunto de questões de ordem técnica, financeira ou cultural. Elas estão relacionadas com a importância do fluxo de pessoas que viajam por lazer, estudos ou negócios em um determinado lugar ou região; na prática, visa a estabelecer um conjunto de mecanismos para atrair aqueles que fazem turismo, oferecendo pontos de atrações e providenciando serviços tais como transporte, acomodações e itinerários.

1.2 COMO OCORRE A DECISÃO DO DESTINO

É importante entender como ocorre a decisão do destino por parte das pessoas para uma melhor compreensão da importância do turismo para o desenvolvimento das cidades. Se as cidades que buscam no turismo uma forma de aumentar seu poder econômico souberem trabalhar os destinos, criando a ilusão do ambiente perfeito para uma viagem, e ao mesmo tempo, dando suporte de infraestrutura, certamente conseguiram um fluxo maior de turistas movimentado a economia delas. As pessoas precisam vivenciar situações fora de seu padrão rotineiro (como veremos a seguir) para se sentirem pertencentes a um determinado lugar, mesmo em um cenário de negócios como que ocorre em Chapecó.

Santos (2018) destaca que o serviço de turismo envolve decisões com múltiplas variáveis. Observando a Pirâmide de Maslow¹ podemos ver que o turismo se caracteriza por ser uma necessidade de autorrealização, estando no último nível na hierarquia de necessidades humanas. Neste nível, o turista já completou suas necessidades básicas e psicológicas, buscando sua realização pessoal.

Figura 1: Pirâmide de Maslow



Fonte: Santos (2018)

Na figura 02 observamos os fatores, que segundo Swarbrooke e Horner (2002 *apud* Santos,2018) são levados em comparação pelo turista para a escolha do destino. Nota-se que existem fatores internos e externos ao turista. Os internos ao turista são avaliados conforme sua necessidade de realização pessoal,

¹ A Hierarquia de Necessidades Humanas de Maslow é uma teoria da Psicologia Humanista proposta por Abraham Maslow em 1943, onde o indivíduo só tem desejo de satisfazer o próximo nível da pirâmide se o nível anterior estiver completo ou satisfeito.

conhecimento, renda e percepções diversas. Já os externos ao turista baseiam-se na infraestrutura do local onde será realizada (ou não) a visitação. Dessa complexa análise, unindo suas motivações pessoais e analisando a infraestrutura do local de destino é que o turista toma a decisão. Portanto, de acordo com a figura 02, o turista somente reconhece um local como provável destino se suas motivações internas e externas estarem conjugadas.

Figura 2: Fatores que influenciam a escolha do turista



Fonte: Santos (2018)

Em uma pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa de Mercado (IPM) da Unisinos com viajantes foi possível identificar alguns aspectos comportamentais dos viajantes como vistos nas figuras 3 e 4:

Figura 3: Aspectos mais importantes para escolha de um destino

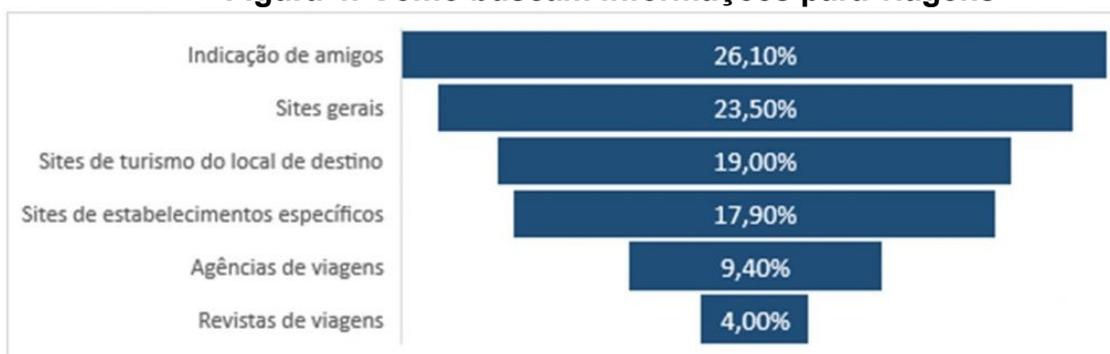


Fonte: Santos (2018)

Na figura 03 observamos que as características culturais, paisagísticas e a infraestrutura do destino influenciam na escolha do mesmo. Já na figura 04 se nota a influência decisória que as pessoas sofrem em decorrência da experiência de outras

pessoas. As primeiras pessoas que visitam determinado local já fizeram suas análises (internas e externas) e, por isso, os “novos turistas” baseiam suas decisões nas análises advindas dos primeiros. Exemplo disso é a consideração da indicação de amigos, ou de sites específicos de turismo, onde pode-se encontrar facilmente opiniões de outras pessoas sobre a infraestrutura e demais características do local de destino pretendido.

Figura 4: Como buscam informações para viagens



Fonte: Santos (2018)

Santos (2018) complementa que com o surgimento de novas tecnologias (Inteligência artificial – IA e Realidade aumentada - RA) os viajantes estão mais propensos a utilizá-las da melhor forma pois elas vão ajudar na escolha dos destinos. Segundo uma pesquisa realizada pelo Booking.com, 29 % dos viajantes entrevistados disse confiar num computador para planejar uma viagem no próximo ano; 50 % disse não se importar em falar com uma pessoa ou máquina, contanto que seu problema seja solucionado e 64% gostaria de fazer um *tour* virtual antes de escolher o destino.

1.3 AS ORGANIZAÇÕES DO TURISMO

Com o decorrer da complexificação da atividade turística mundial criou-se a Organização Mundial do Turismo (OMT) para estabelecer parâmetros gerais e para produzir discussões e estudos que possam amparar decisões relativas aos enormes deslocamentos que ocorrem no mundo atual no âmbito do turismo. O termo “viajante” é referido a clientes de serviços turísticos, não importando quais fatores os motivem, que visite um lugar diferente do qual tem residência fixa. Contudo, de acordo com a Organização Mundial do Turismo (OMT), esses consumidores podem ser classificados em turistas, excursionistas e visitantes. Beni (2001) destaca o

entendimento da Organização Mundial do Turismo (OMT) sobre os turistas: visitantes temporários que permanecem pelo menos 24 horas no destino visitado e cuja finalidade da viagem pode ser classificada sob um dos seguintes tópicos: lazer (recreação, férias, saúde, estudo, religião e esporte), negócios, família, missões e conferências; e excursionistas - visitantes temporários que permaneçam menos de 24 horas no país visitado - incluindo viajantes de cruzeiros marítimos.

Além disso, ressalta-se a importância das comunidades receptoras e sua adequação à demanda turística. O Ministério do Turismo do Brasil (Mtur), assim como a Organização Mundial do Turismo (OMT), pontuam os principais aspectos que devem ser levados em consideração para que determinadas comunidades possam se adequar à demanda turística, sendo: perfil do turista que o mercado local espera atender; adequação e estruturação de novos roteiros; capacidade empresarial local; capacidade de suporte dos empreendimentos turísticos existentes para embasar as ações, com a finalidade de garantir a sustentabilidade do turismo; satisfação do turista em relação aos serviços e produtos oferecidos.

Uma notícia publicada na revista Exame digital faz referência a um acordo comercial que pode ser fechado entre o Mercosul e a união europeia, o qual está sendo negociado por 20 anos, dando destaque que isso possa favorecer o aumento do turismo no Brasil, ajudando o PIB brasileiro, porém existe impasses entre os envolvidos, como a questão de preservação da Amazônia, exigida pela União Europeia. Contudo, a concepção de produtos turísticos, aliado à definição dos atrativos deve considerar a minimização dos impactos negativos. De acordo com as recomendações da Organização Mundial do Turismo (OMT, 1997) deve haver o monitoramento dos impactos negativos nas esferas ambientais, socioculturais e econômicos.

Percebemos que o turismo é uma atividade que vai tornando-se cada vez mais complexa e com inúmeras ramificações e também com muitas possíveis interpretações. Procuramos elencar aqui algumas das principais para nosso estudo para situarmos o escopo de nossa pesquisa. De um modo geral, podemos dizer que turismo envolve deslocamentos, permanências, convivências e experiências com outras culturas, usos do espaço público, especificidades atrativas, leis, investimentos, entre outros elementos, envolvendo desde questões econômicas a sociais e emocionais. Para entendermos tal complexidade do ponto a partir da

geografia trazemos na sequência de nosso estudo alguns elementos teóricos do espaço geográfico do turismo.

1.4 O ESPAÇO GEOGRÁFICO DO TURISMO

Para entender a dinâmica do turismo, consideramos importante identificar os locais onde ele se desenvolve que são: o espaço (mudanças no local físico) e o tempo (contexto e mudança na história do local). Santos (2004) afirma que:

O espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá. No começo era a natureza selvagem, formada por objetos naturais, que ao longo da história vão sendo substituídos por objetos fabricados, objetos técnicos, mecanizados e, depois, cibernéticos, fazendo com que a natureza artificial tenda a funcionar como uma máquina. Através da presença desses objetos: hidroelétricas, fábricas, fazendas modernas, portos, estradas de rodagem, estradas de ferro, cidades, o espaço é marcado por esses acréscimos, que lhe dão algum conteúdo extremamente técnico (SANTOS, 2004, p. 63).

Santos (2004) define o espaço como um conjunto indissociável de sistemas de objetos e ações e, que dependendo da técnica intencionalmente empregada, determina a finalidade do objeto. Santos também define tecnoesfera e psicoesfera:

[...] A tecnoesfera se adapta aos mandamentos da produção e do intercâmbio e, desse modo, frequentemente traduz interesses distantes; desde, porém, que se instala, substituindo o meio natural ou o meio técnico que a precedeu, constitui um dado local, aderindo ao lugar como uma prótese. A psicoesfera, reino das idéias, crenças, paixões e lugar da produção de um sentido, também faz parte desse meio ambiente, desse entorno da vida, fornecendo regras à racionalidade ou estimulando o imaginário. Ambas – tecnoesfera e psicoesfera – são locais, mas constituem o produto de uma sociedade bem mais ampla que o lugar. Sua inspiração e suas leis têm dimensões mais amplas e mais complexas. (SANTOS, 2004, p.204)

Interpretando Santos (2004) compreendemos que a tecnoesfera seria toda a infraestrutura técnica-científica que dá suporte a atividade, como os meios de transporte, vias de tráfego, rede hoteleira, bares e restaurantes. Já, a psicoesfera, transparece a ideologia implantada por meio da mídia, agências de viagens e o próprio poder público, por meio da publicidade, promoção e *marketing*. Toda essa ação sobre o espaço provoca sua alteração e direcionamento, neste caso, no turismo promovendo o consumo da paisagem.

Santos (2013) trabalha as noções de fixos e fluxos. Ele explica:

[...] espaço como conjunto contraditório, formado por uma configuração territorial e por relações de produção, relações sociais; e, finalmente, [...] o espaço formado por um sistema de objetos e um sistema de ações. Foi assim em todos os tempos, só que hoje os fixos são cada vez mais artificiais e mais fixos, fixados ao solo; os fluxos são cada vez mais diversos, mais amplos, mais numerosos, mais rápidos. (SANTOS, 2013, p. 110)

Os fixos são os objetos geográficos materiais, físicos, que por meio da mão humana foram criados ou transformados visando uma determinada função no espaço, como exemplo a areia, que na natureza é somente um recurso, mas com a ação humana pode ser transformado e utilizado na elaboração de diversos artefatos. Ele classifica em fixos públicos e privados como podemos ver a seguir:

Os *fixos* são econômicos, sociais, culturais, religiosos, etc. Eles são, entre outros, pontos de serviço, pontos produtivos, casas de negócios, hospitais, casas de saúde, ambulatórios, escolas, estádios, piscinas, e outros lugares de lazer. Mas se queremos entender a cidade não apenas como um grande objeto, mas como um modo de vida, há que distinguir entre os fixos públicos e os fixos privados. Estes são localizados segundo a lei da oferta e da procura, que regula também os preços a cobrar. Já os fixos públicos se instalam segundo os princípios sociais, e funcionam independentemente das exigências do lucro". Santos (2007, p.142)

Os fluxos estão relacionados a ação ou força que produz um trabalho nos fixos, ou que promove a funcionalidade dos fixos. Santos (2008, p.62) destaca que "Os fluxos são um resultado direto ou indireto das ações e atravessam ou se instalam nos fixos, modificando a sua significação e o seu valor, ao mesmo tempo em que, também, se modifica".

O turismo também se apropria dessa situação no momento que determina a finalidade do território de uma localidade para sua exploração comercial, como Cruz (2001) destaca ao falar do consumo do espaço (objeto) para práticas do lazer, através do turismo (meio técnico), promovendo a transformação dos lugares (ação). Ao dominar a natureza, o homem artificializa os objetos e, decorrente das ações e técnica utilizadas e do decorrer do tempo, a dinâmica espacial forma novos objetos no espaço geográfico.

Serra (2007) destaca que a partir da prática da atividade turística o espaço sofre mudanças de acordo com a ordem do capital. Os objetos espaciais do turismo são grandes transformadores espaciais, sendo o turismo um importante veículo de produção de espaços, não somente concretos, mas no próprio imaginário do turista, criando expectativas sobre o local de viagem. Para Rodrigues (1997) é a mídia a responsável pela criação da fantasia do espaço turístico, se apropriando da

paisagem para criação dos mais belos cenários, buscando estimular o lado visual e emocional dos futuros turistas.

1.4.1 O Espaço Turístico - Delimitações

Santos (2014) considera a paisagem como uma combinação de objetos naturais e sociais criado pelo homem, cujo resultado atual é decorrente da acumulação dos tempos passando por fases de renovação, alteração, supressão, em permanente transformação.

Para Tuan (*apud* Xavier,2007) a paisagem consiste em uma junção de pontos de vista subjetivos e objetivos, que têm lugar no que a nossa mente enxerga. Para Cruz (2003) diversos autores consideram a paisagem como a porção visível do espaço geográfico sendo um elemento atrativo dos lugares para o turismo.

Cruz (2003) ao relacionar turismo e produção de espaços, afirma que o turismo é a única atividade social que consome elementarmente o espaço e faz a gestão dos territórios turísticos. Ela destaca que os deslocamentos espaciais envolvidos nas atividades turísticas refletem em diversas porções do espaço como nos emissores, espaços de deslocamentos e nos receptores, neste último com maior intensidade. Para a autora, o turista participa da produção do espaço pela sua prática social.

CRUZ (2014) destaca que produção e o consumo do espaço e o turismo na escala mundial e regional a vários fatores como:

- Ampliação da produção e constituição de um mercado mundial;
- Transformação do espaço em mercadoria: movimento que vai do espaço de consumo ao consumo do espaço;
- A mercantilização dos espaços (valor de uso e valor de troca);

E na escala local:

- Aprofundamento da separação entre espaço público e espaço privado;
- Fragmentação do espaço;

Para Cruz (2001) o espaço turístico deve ser tratado como “território usado”, mas por outro lado, confronta-se o território negligenciado, que segundo Cruz não é exatamente sem uso, mas tido como uma reserva de valor ou como uma porção de espaço onde não estão presentes os interesses de sujeitos hegemônicos.

[...] Em parte, esses espaços coincidem com os espaços rarefeitos, viscosos, lentos e opacos, objetivamente discutidos por Santos e Silveira (2001). Sendo, todavia, o espaço socialmente produzido, e sendo sua produção resultado de um processo, tais características não se encontram, em todos os casos e ao mesmo tempo, reunidas. O uso do território, apontam Santos e Silveira “pode ser definido pela implantação de infraestrutura”, as quais os autores denominam “sistemas de engenharia”, “mas também pelo dinamismo da economia e da sociedade”. Daí afirmarem os autores: *são os movimentos da população, a distribuição da agricultura, da indústria e dos serviços, o arcabouço normativo, incluídas a legislação civil, fiscal e financeira que, juntamente com o alcance e a extensão da cidadania, configuram as funções do novo espaço geográfico* (2001: 21) [...]. (Cruz, 2001, p.28 -29)

Cruz (2001) se refere a ocupação humana sobre o espaço ao longo do tempo e a sua constituição como território por meio da criação das fronteiras e de leis que regem esse território. Esse mesmo território, que depois é modificado pelo homem o qual implanta seus meios tecnológicos, criando as infraestruturas necessárias para total dominação do meio ambiente, permitindo que se desenvolvam inúmeras atividades econômicas, inclusive turismo.

Para Knafou (2001) os sujeitos da produção do espaço e do consumo dele:

1. O estado, o mais importante produtor dos espaços do turismo e criador, em grande parte, da materialidade requerida pela atividade do turismo (aeroportos, estradas, infraestruturas básicas, acessibilidade, Infraestruturas urbanas, Infraestrutura informacional e comunicacional); importante fomentador do desenvolvimento (incentivos fiscais e financeiros);
2. O mercado, promovendo alterações no espaço e criando artifícios turísticos que, muitas vezes, não existem naturalmente. Produz a construção de megaprojetos turísticos, adequação de objetos geográficos preexistentes, empreendimentos imobiliários, regiões “inventadas” como sendo turísticas (ex. Jericoacoara - CE) etc.
3. O próprio turista, que observa uma paisagem e passa a visitá-la por admiração, impondo a aquele espaço alterações e preferência turística devido as características próprias.

Rodrigues (1997) define dois tipos de consumo de espaço advindos da atividade turística, sendo o consumo consumptivo, que esgota em si mesmo, e o consumo produtivo, que não se esgota em si. Desta forma, Rodrigues (1997) aponta que o espaço turístico é formado por cinco elementos básicos:

1. Turistas: são as pessoas que possuem tempo e dinheiro para realizar uma viagem. São estes que entrarão em contato com os residentes (população

do local de destino) que, segundo a autora, nem sempre se dá de forma harmônica, o que pode promover uma transformação cultural.

2. As empresas de serviço turístico, como os hotéis e agências de turismo. Essas empresas empregam o *marketing* para promover os pontos turísticos, e normalmente atuam em redes internacionais especializadas, devido a era da globalização econômica, no que Santos (2004) chamou de psicosfera.
3. As *instituições* da superestrutura que promovem o turismo, como a OMT, Organização Mundial do Comércio (OMC) e no Brasil, Embratur e Ministério do Turismo.
4. As *infraestruturas* de redes de transporte, comunicações entre outros. São elas que facilitam o deslocamento e recebimento do turista e que devem ser bem administradas para que supram as demandas existentes. Para a autora (p. 69) o que determina a permanência do turista é a infraestrutura que deve suprir os serviços turísticos.
5. O *meio ecológico*, seria o meio natural, primeiramente constituído pela natureza intocada e, contemporaneamente transformada no que Santos (2004) chamou de tecnosfera, ou a natureza transformada em outra devido a ação humana.

Serra (2007) destaca que é esse meio ecológico o mais valorizado nos dias atuais, chamado de turismo ecológico. Segundo ele, o retorno a esse meio com pouca interferência humana é o objeto de consumo dos viajantes e o que promove a sensação de tranquilidade em um meio tomado de impactos ambientais.

Knafou (2001) destaca três situações gerais para estabelecer uma relação entre o turismo e o território.

1. Existência de territórios sem turismo, ou seja, locais onde não existe turismo, mas que no futuro pode existir devido aos avanços do meio técnico-científico e informacional (MTCI);
2. Existência de turismo sem território, cujo consumo do lugar se deve ao mercado juntamente ao Estado;
3. Existência dos territórios turísticos propriamente ditos, marcando a produção do território pelo turista e as relações sócio espaciais são possíveis.

Serra (2007) destaca que:

A espacialidade turística também se faz a partir de impactos no meio ambiente, com a construção de grandes objetos espaciais voltados para o lazer. A tentativa de promover a todo custo a expansão da atividade, resulta em contrastes no espaço original, que, de certa forma, não correspondem à história ou cultura do lugar. Alguns pesquisadores julgam o turismo como um produtor de não-lugares, o que resultaria na confirmação de que a prática do turismo está a serviço do capital. (Serra, 2007, p. 42)

Nesse destaque o autor traz a questão da falta de identidade do turista com os locais visitados, devido ao espaço ter se tornado mercadoria do capital, que segundo Carlos (2002, p.26) cria uma ilusão de mundo perfeito voltado ao lazer, para uma população que não está preocupada com a situação real, cujas atividades são instrumentos de passividade perante o real, que é metamorfoseado em um oásis, desfrutando de sua própria alienação e dos outros.

Tulik (1990) afirma que a prática do turismo ocorre num espaço concreto e dinâmico, podendo provocar alterações no mesmo, principalmente relacionadas ao meio ambiente. Estes impactos ocorrem porque os atrativos são insuficientes para o turista, sendo necessária complementação de serviços como infraestrutura de apoio. A autora também destaca as alterações no espaço geográfico em decorrência de conflitos de interesse, devido à contrariedade entre os interesses do turismo e as atividades econômicas do local receptor. Mas ao mesmo tempo em que a atividade turística é ruim, ela pode ser boa, no sentido da preservação e conservação de monumentos históricos, sítios arqueológicos e áreas naturais.

Já para Mascarenhas; Machado (2010) a natureza geográfica do turismo exige que alguém queira se deslocar, que exista o destino turístico, os meios de transporte entre os locais, existência de redes e fluxos, o tempo para o deslocamento, o “preparo” do local (turistificação) e recursos turísticos existentes.

1.4.2 O Espaço Turístico - Conflitos

Para Ricco (2012) o turismo constitui um processo de interações contínuas entre comunidades diferentes, em espaços socialmente diferentes e que, por apresentar essa diversidade, tornam-se atraentes. O turismo é um dos principais mecanismos de aproximação cultural mundial, decorrentes da globalização, e esses movimentos inerentes ao turismo, promovem rápidas e grandes transformações dos espaços, obrigando-o a ser readaptado para esse novo processo produtivo. Dentre

esses movimentos estão os conflitos culturais envolvidos, decorrentes da diferença social, econômica, cultural e étnica, nível educacional ou a motivação da viagem.

Para Smith (*apud* Ricco, 2012) existem os *turistas de massa* (visitantes de classe média, que exigem padrão de conforto e estrutura de serviços ocidentais) e os *turistas exploradores* (participam ativamente do cotidiano da população local e estilo de vida). Já para Cohen (*Apud* Ricco, 2012) temos os *buscadores de prazer* (fogem do cotidiano) e os *peregrinos modernos* (procuram modos de vida diferentes e contato com outras culturas). Na maioria são turistas de massa ou buscadores de prazer que se deslocam pelo globo, desta forma buscando pouco contato com a população local e, portanto, com seus usos e costumes.

Ruschmann (1999) destaca a falta de “cultura turística” em quase todas as destinações turísticas, fazendo com que se comportem como alienados, achando que não possuem responsabilidade com a preservação da natureza. Para Ricco (2012) no turismo, o fluxo de turistas e frequência são variáveis importantes para analisar a intensidade das mudanças. Esse sentimento de não pertencimento ao território pode caracterizar um não-lugar, ou seja, o território se desterritorializa por ser considerado um bem de consumo para os visitantes.

Para Serra (2007) a expansão da atividade turística fez com que o espaço geográfico ampliasse suas características e também adquirisse uma nova funcionalidade, a dos espaços voltados para o lazer. Essa característica, talvez, seja a primeira que interessa aos sujeitos dispostos em conhecer novos lugares. Numa tentativa de mudar a rotina, os turistas procuram ampliar os conhecimentos de novos lugares e estabelecem um contato de diferentes culturas entre o seu lugar de origem, ou residência fixa (o lugar de seu trabalho semanal, rotineiro) e o desconhecido (o lugar novo a ser visitado).

1.4.3 O Espaço Turístico - Impactos

Duarte (2018) explica que a atividade turística exerce impactos significativos na vida das pessoas que viajam e na comunidade local, pois o turismo assume papel de agente modificador da realidade, transformando o espaço e alterando as relações sociais. Coroliano (2006 *apud* Duarte, 2018) destaca que “o discurso sobre o turismo é situado como opção para o desenvolvimento de países, estados e municípios, mas

na prática, é uma superestimação de seu desempenho, criando falsas expectativas, sem possibilidades de solução aos problemas sociais e ambientais existentes”.

Pieri; Panosso (2015) analisam os impactos do turismo em escala local, como os impactos ambientais gerados pelo fluxo de turistas sazonais acima da capacidade do local; os problemas socioeconômicos, causando inflação, desemprego sazonal local, segregação sócio espacial; e problemas culturais, devido ao menosprezo ao modo de vida das populações locais. Outro problema é o planejamento local, que pela baixa qualificação da mão de obra compromete o desenvolvimento da atividade. O autor destaca que o turismo, em escala internacional, está inserido no balanço econômico-comercial, com as políticas de incentivo ao turismo doméstico podendo contribuir no aumento dos índices de investimento e aumento do consumo, colaborando direta ou indiretamente com diversas atividades econômicas em que o turismo está envolvido.

1.4.4 O Espaço Turístico: Produção do não lugar

Segundo Carlos (2002) a atividade turística está ligada com a produção do não lugar, com a falta de identidade com os locais onde se pratica o turismo. Segundo a autora o processo globalizatório, uma sociedade de consumo que transforma o espaço em mercadoria, que segundo ela torna o homem em um elemento passivo.

[...] Nesse sentido cidades inteiras se transformam com objetivo precípuo de atrair turistas, e esse processo provoca de um lado o sentimento de estranhamento – para os que vivem nas áreas que num determinado momento se voltam para a atividade turística – e de outro transforma tudo em espetáculo e o turista um espectador passivo. (CARLOS, 2002, p.63)

Carlos (2002) destaca os cenários imaginários criado pelo turismo e a artificialidade da paisagem, os falsos *tour* pela cidade, cuja natureza real não se encontra, os signos presentes que representam o todo, reprodução de rotas vendidas pela publicidade, dando ideias destoantes do cotidiano daquela sociedade. Esse espaço artificial, sem história e identidade, sem significado, sem relação entre lugar e sociedade constitui-se em um Não-lugar (teoria criada pelo antropólogo Marc Augé). Ao contrário, o lugar constitui uma relação com o espaço, cujo sujeito cria e transforma o lugar, existe um processo histórico envolvido.

[...] O sujeito pertence ao lugar como este a ele, pois a produção do lugar se liga indissociavelmente à produção da vida [...] A natureza social da identidade, do sentimento de pertencer ou de formas de apropriação do espaço que ela suscita, liga-se aos lugares habitados, marcados pela presença, criados pela história fragmentaria feitas de resíduos e detritos, pela acumulação dos tempos [...] (CARLOS, 2002, p.22)

O não-lugar surge principalmente da negação da relação do espaço com o homem. Carlos (2002, p.67) destaca que o não-lugar não é a simples negação do lugar, mas produto de outras relações diferenciando-se do lugar pelo seu processo de constituição, e nesse caso produto da atividade turística formando imitações de lugares (simulacro), através da não-identidade, produzindo também comportamentos e modos de apropriação dos lugares.

Coelho (2004) traz o turismo como visita a espaços descaracterizados da cultura local, associado a um comportamento social para garantir o entretenimento. Exemplo disso é a cidade de Gramado/RS que inventou uma tradição germânica em um espaço colonizado, principalmente, por italianos e caboclos que já residiam no local. Marc Augé (1976 *apud* Coelho, 2004) destaca que o estrangeiro que está de passagem em um país que não conhece, só consegue se encontrar no anonimato dos não-lugares, onde o anúncio de uma marca conhecida pode ser um fator tranquilizador, este é o paradoxo do não-lugar.

Krippendorf (2000) destaca que a atividade turística utiliza publicidade e marketing para oferecer sonhos e liberdade, com propagandas repletas de colorido e convidativas em um mundo perfeito com lugares paradisíacos. O autor destaca que pouco importa o local onde se vai, desde que saia do mesmo ambiente, sendo assim o próprio lugar visitado não importa desde que tenha as distrações apropriadas.

Neste capítulo abordamos, de forma geral, como surgiu a atividade turística no mundo e como alguns pensadores explicam e definem essa atividade. Existem diversas formas de se definir turismo, diferentes olhares e o tema em si é bem complexo, então buscamos demonstrar neste capítulo os olhares específicos de cada área para mostrar como descrever turismo constitui um desafio. Como base deste trabalho, iremos dar foco para a área geográfica dos fluxos e fixos presentes no município de Chapecó.

Para entender os fluxos e fixos no contexto do turismo geográfico, fizemos uma pequena discussão dos elementos teóricos metodológicos que inter-relacionam os dois. No próximo capítulo, iremos contextualizar e caracterizar geograficamente o

turismo no Brasil, descrevendo como ocorre o turismo no mundo, no Brasil, as políticas públicas voltadas a área, até chegarmos no nosso estado e, especificamente em Chapecó.

CAPÍTULO 02:

CONTEXTUALIZANDO E CARACTERIZANDO GEOGRAFICAMENTE O TURISMO NO BRASIL

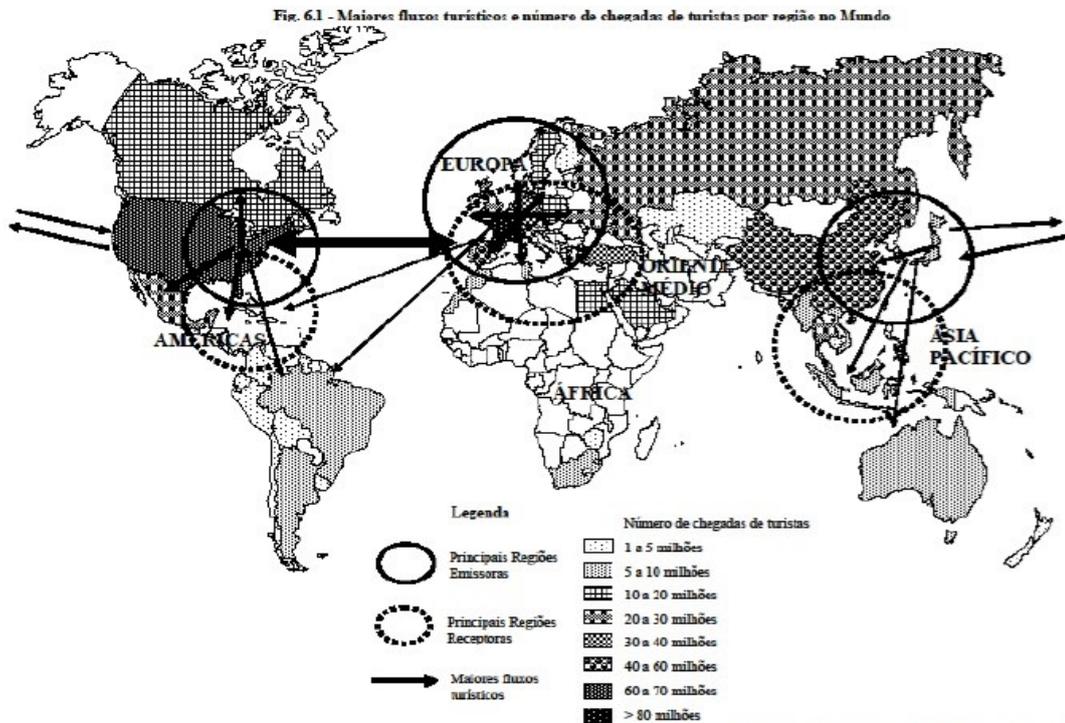
2.1 O TURISMO SE TERRITORIALIZA SELETIVAMENTE (LOCAL, REGIONAL E GLOBALMENTE)

Segundo FREITAS (2019) as viagens internacionais serviam apenas a uma restrita parcela da população mundial, normalmente de alto poder aquisitivo. A indústria do turismo tem aproveitado subsídios econômicos e movimentado volumes extraordinários de dinheiro, devido a adoção de políticas, por parte dos países, direcionadas ao turismo. Ainda segundo o autor, o turismo se expandiu por vários motivos, mas principalmente impulsionada pelas redes de transportes e pela telecomunicação. O ramo turístico modifica o espaço geográfico, entre outros elementos, devido a criação de infraestrutura e direcionamento de mão de obra especializada, porém traz a possibilidade de preservar características locais e regionais.

Nos turismos cultural e religioso existem uma manutenção das características do lugar, preservando a identidade local regional. Mas nos demais pode ser criada uma identidade adaptativa, advinda da demanda e característica do turismo que se quer estabelecer, como no caso do turismo de eventos e negócios, trazendo elementos modernos e não tradicionais. Dessa forma, estabelece investimentos em modernização em toda infraestrutura de suporte ao turismo de referência aqui na região (modernização dos hotéis, rodovias, aeroporto, criam-se prédios tecnológicos, redes de comunicação etc.).

Segundo Pieri; Panosso (2015), o fato dos destinos consolidados receberem mais turistas internacionais perdura de longa data (figura 5). Ele pode ser explicado por muitos fatores, tais como o grande público consumidor de turistas de tais destinos que são tanto emissores quando receptivos, a elevada qualidade dos bens e produtos turísticos dos destinos, a boa imagem e o longo histórico de desenvolvimento do turismo, entre outros. Ao contrário, América do Sul e Oceania, por estarem distantes dos grandes países emissores de turismo e serem destinos jovens, entre outros fatores, são as duas macrorregiões que recebem menos turistas.

Figura 5: Principais fluxos turísticos - 2015



Fonte: <https://territorioturistico.blog.files.wordpress.com/2018/09/tipologias-dos-lugares-urc3adsticos.pdf>

Rodrigues (1997) nos dá uma ideia da complexidade que o turismo traz ao reformular o espaço anteriormente ocupado em um “novo” espaço.

O turismo, na sua enorme complexidade, reveste-se de tríplice aspecto com incidências territoriais específicas em cada um deles. Trata-se de fenômeno que apresenta áreas de dispersão (emissoras), áreas de deslocamento e áreas de atração (receptoras). É nessas áreas que produz o espaço turístico ou se reformula o espaço anteriormente ocupado. (RODRIGUES, 1997 p. 83).

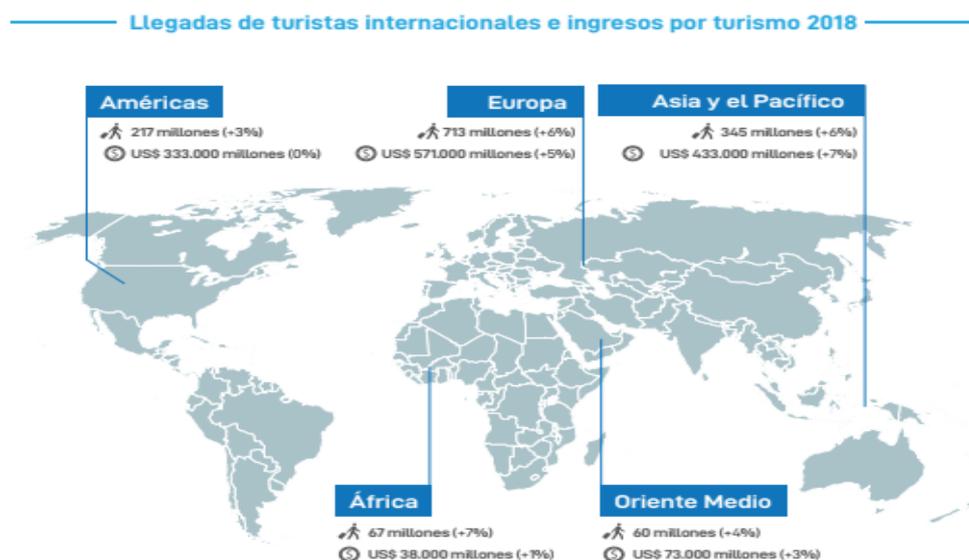
Observando os dados que Pieri; Panosso (2015) utilizaram, o número de deslocamento de turistas no mundo em 2012 (quadro 01) e os dados disponibilizados pela OMT (2019) quanto aos turistas recebidos nos países de destino em 2018 no mundo (figura 06), os destinos turísticos permanecem os mesmos, ou seja, seguem a mesma sequência da figura 05, onde os “países desenvolvidos” promovem turismo entre eles, enquanto os “países em desenvolvimento” não crescem na questão turística e contribuem economicamente para a expansão turística dos “desenvolvidos”.

Quadro 1: Deslocamento de turistas no mundo -2012

Deslocamento de turistas no mundo - 2012	
Regiões	Número de turistas recebidos em 2012
Europa	534.4 milhões
Ásia	221.5 milhões
América do Norte	105.9 milhões
Oriente Médio	52.6 milhões
África	52.6 milhões
América Central e Caribe	29.9 milhões
América do Sul	27.2 milhões
Oceania	12.1 milhões
Total	1.035 bilhão

Fonte: Pieri; Panosso (2015)

Segundo dados do barômetro da OMT de 2018, no turismo receptivo, cerca de 1,4 bilhões de chegadas de turistas internacionais em 2018, sendo 57% das chegadas por via aérea, 55% das chegadas foi para lazer e somente 13% por negócios, com movimentação de 1,7 bilhões de euros. A OMT também considera o turismo como produto de exportação, desse modo o turismo internacional e transporte de passageiros ficou, em 2017, em terceiro lugar nas exportações globais, perdendo somente para produtos químicos e combustíveis, na sequência. No turismo emissor, segundo a OMT, 4 em cada 5 turistas viaja dentro de sua própria região.

Figura 6: Deslocamento de turistas no mundo -2018

Fonte: Barômetro – OMT maio 2019

2.2 RELAÇÃO GLOBALIZAÇÃO E TURISMO

Duarte; Fontes; Franco; Almeida (2009) destacam que a globalização econômica consiste em um processo promovido pelo comércio internacional, pelas movimentações do capital e acelerado pelas tecnologias de informação. E como qualquer ação dinâmica ela tem impactos nos sistemas ambientais, culturais, políticos, no nível de desenvolvimento e prosperidade econômica-social e bem-estar humano no planeta. Com as políticas neoliberais do final do século XX e acordos comerciais entre países, reduzindo taxações e eliminando fronteiras, a globalização veio com força.

Segundo os autores são dois os fatores: a alteração ou eliminação das barreiras aos fluxos internacionais de pessoas, mercadorias, serviços e capitais associados a redução dos custos de transporte; e a eficácia dos modelos de comunicação. Na dimensão turística, a globalização contribuiu significativamente, juntamente aos transportes, aumento da renda e do tempo livre para a afirmação desse setor como indústria do século XXI. A globalização funciona como estímulo a atividade turística. As políticas neoliberais a partir dos anos 90 e o estímulo ao turismo com a criação do Ministério do Turismo e Leis específicas para o setor, juntamente ao que os autores acima elencaram (redução dos custos de transporte, aumento de renda e tempo livre) e os direcionamentos providos pelos agentes promotores em questão de divulgação e investimentos em infraestrutura, criaram o ambiente propício para exploração turística.

2.3 ELEMENTOS DA GEOGRAFIA DO TURISMO NO BRASIL

Segundo Andrade (2003) o turismo no Brasil começou logo após o “descobrimento”. Ainda no Brasil-colônia (1500 - 1815), os viajantes que chegavam ao país ficavam hospedados nas casas grandes dos engenhos, nos casarões das cidades, conventos e ranchos de beira de estrada. Os atuais hotéis eram, no século XVIII, estalagens ou casas de pasto, que ofereciam alojamento aos visitantes, inicialmente no Rio de Janeiro. Essas casas ofereciam somente refeições a preço fixo, evoluindo para o oferecimento de quartos para dormir. Com a vinda da corte portuguesa em 1808, e abertura dos portos, houve um grande fluxo estrangeiro para o Brasil com conseqüente aumento na demanda de hospedagens.

Foi a partir de meados do século XIX e permanecendo até o século XX, que a falta de hospedagem forçou o governo a isentar, por sete anos, todos os impostos de todas as hospedagens, visando aumento de investimentos da categoria em novas acomodações (decreto Nº 1160 de 23 de dezembro de 1907).

[...] A partir da década de 30 passam a ser implantados grandes hotéis nas capitais, nas estâncias minerais e nas áreas de apelo paisagístico, cuja ocupação era provida pelos cassinos que funcionavam junto aos hotéis. Em 1946, com a proibição dos jogos de azar, os cassinos foram fechados e, como consequência, os hotéis a que estavam vinculados acabaram fechando as portas. Exemplos muito conhecidos dessa fase são os hotéis Araxá e Quitandinha [...] (ANDRADE,2003, p.22).

2.3.1 Elementos da modernização do turismo no país

O Ministério do Turismo promove o desenvolvimento da atividade turística no Brasil considerando-a uma atividade econômica sustentável, relevante na questão de geração de empregos e inclusão social. Em sua estrutura organizacional está a Secretaria Nacional de Estruturação do Turismo, responsável pelo planejamento, estruturação e gestão do Mapa do Turismo Brasileiro. O ministério do Turismo também realiza o controle estatístico do setor turístico por meio de publicação anual chamado “Anuário Estatístico de Turismo”.

Já a Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo), criada em 1966, atua na promoção, marketing e apoio à comercialização de produtos, serviços e destinos turísticos brasileiro no exterior (função está desde janeiro/2003). Em 22 de maio de 2020, com a sanção da Lei nº 14.002, a Embratur mudou de nome e função, passando a se chamar Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo com o objetivo de planejar, formular e implementar ações de promoção comercial de produtos, serviços e destinos turísticos brasileiros no exterior, em cooperação com a administração pública federal (conforme descritivo do art. 3º da referida lei).

Analisando o quadro 2, que traz dados do anuário estatístico de turismo de 2019 (ano base 2018), verificamos que 6,62 milhões de turistas estrangeiros visitaram o país, sendo que 4,32 milhões realizaram acesso ao território nacional por via aérea; 2,09 milhões por via terrestre; 107 mil por via marítima e 98 mil por via fluvial. A Associação Brasileira de Agentes de Viagem (ABAV) destaca que esse número é importante para demonstrar os esforços realizados pelos setores visando melhorar e aumentar o turismo receptivo no país. Uma pesquisa realizada em aeroportos e fronteiras ao longo do ano com mais de 39 mil viajantes estrangeiros

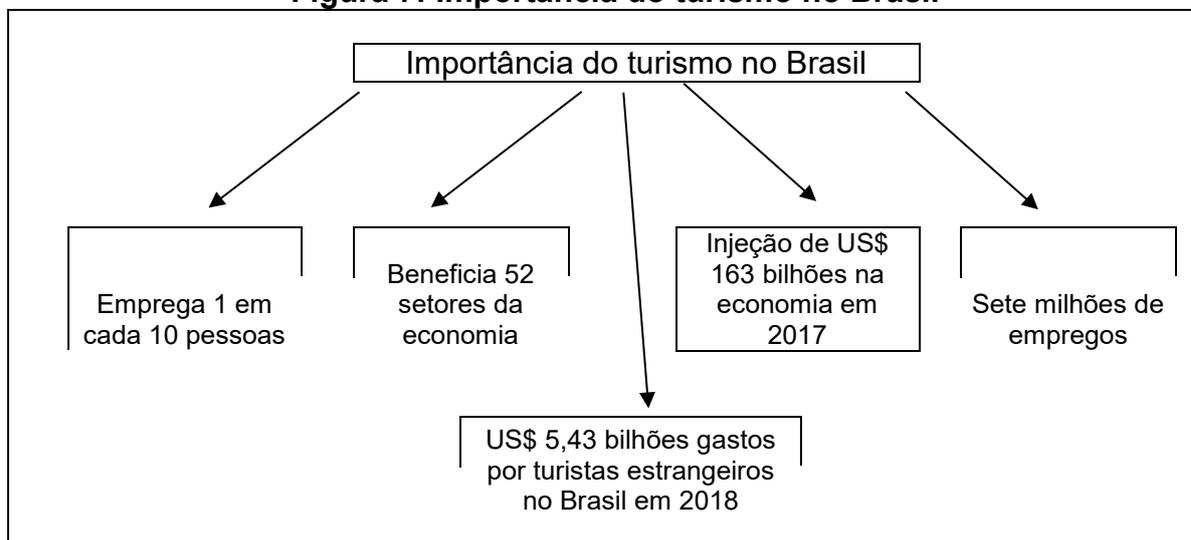
destaca o valor de satisfação dos indivíduos, cuja experiência turística nacional atende a expectativa de 87,7% dos entrevistados e 95,4% pretendem retornar ao país. Segundo ainda a ABAV (ver figura 7), o turismo emprega um a cada dez pessoas, beneficiando uma malha de 52 setores que formam a sua rede, contribuindo para o PIB brasileiro com uma injeção de US\$ 163 bilhões na economia do País em 2017 e pela geração de mais de sete milhões de empregos. Ao todo, o gasto de turistas estrangeiros no Brasil em 2018 chegou a US\$ 5,43 bilhões.

Quadro 2: Vias de acesso dos turistas – 2018

Tipos de acessos dos turistas estrangeiros - 2018	
Tipo via de acesso	Número de turistas estrangeiros
Aérea	4,32 milhões
Terrestre	2,09 milhões
Marítima	107 mil
Fluvial	98 mil
Total	6,62 milhões

Fonte: Anuário estatístico de turismo - 2019

Figura 7: Importância do turismo no Brasil



Fonte: Associação Brasileira de Agentes de Viagem (ABAV) – adaptado pelo autor

Segundo RAMOS (2014) o turismo tem se consolidado no país como uma importante atividade econômica e precisou se adaptar aos novos paradigmas ao decorrer do tempo, como o comportamento do consumidor de turismo, surgindo novas motivações e expectativas quanto as viagens, principalmente as motivações culturais, na forma de turismo cultural.

Segundo Pieri; Panosso (2015):

Muitos dos médios destinos, países que recebem entre 5 e 10 milhões de turistas anualmente (Dinamarca, Irlanda, Suécia, Bélgica, Suíça, Bulgária, República Tcheca, Croácia, Portugal, Coreia do Sul, Japão, Taiwan, Indonésia, Vietnã, Austrália, Índia, Argentina, Brasil, Marrocos, África do Sul, Egito, Emirados Árabes, Síria), tratam-se de destinos mais emergentes ou instáveis do ponto de vista da relevância na atração de visitantes estrangeiros. Esse fato se deve a uma série de questões de âmbito político, econômico, físico-natural e até mesmo, de configuração territorial. Nesse sentido, observa-se que a presença de novos destinos vem ganhando espaço no âmbito do turismo a partir da reconfiguração político-econômica do mundo, na qual a história contemporânea é marcada por períodos bastante marcantes, tais como: A decadência do modelo socialista e o conseqüente fim da ordem bipolar; A globalização e o surgimento de novos atores geoeconômicos e geoculturais no sistema internacional; O 11 de setembro e a política unilateral de guerra ao terror e A nova configuração econômica do mundo, com o surgimento de novos atores geopolíticos e econômicos. (Pieri; Panosso, 2015, p. 128)

Pieri; Panosso (2015) destacam os pontos fortes do turismo no Brasil: País de dimensão continental; possui grande diversidade de atrativos; sede dos mais importantes megaeventos internacionais em 2014 (Copa do Mundo de Futebol) e 2016 (Olimpíadas); vem se destacando na política e economia internacional, muito em função também do aumento do poder de consumo de grande parcela da população.

O autor também destaca os pontos fracos de acordo como fatores internos e externos. Alguns fatores endógenos: alta desigualdade social; apresenta como principal desafio ao turismo internacional, números alarmantes de violência urbana; com grande assimetria socioeconômica regional, esbarra nos mais diversos tipos de infraestrutura territorial e qualificação profissional de sua população; apresenta destinos com pouca competitividade turística; imagem no turismo internacional equivocada, baseada em estereótipos. Alguns fatores exógenos: Distante dos principais emissores do turismo internacional, com uma pauta de exportação caracterizada principalmente por commodities, o país sofre com o grande déficit no turismo internacional, expondo diversos desafios e estigmas, especialmente vinculados ao alto preço do destino, à carência de infraestrutura e à imagem das constantes crises de segurança pública doméstica no exterior.

2.3.2 Políticas públicas do turismo – Um recorte geográfico

No Brasil, a primeira política pública nacional ampla para o turismo foi em 1966 quando foram criados o Conselho nacional de Turismo e a Empresa Brasileira

de Turismo. Daí em diante, uma série de políticas foram implementadas conforme o quadro 03 (mais relevantes). Cruz (2005) fez um recorte temporal desde o governo Collor de Mello (início dos anos 90) até o governo Lula período que, segundo a autora, a ação do Estado brasileiro sobre o território nacional quanto ao uso e apropriação pelo turismo foi mais intensa e planejada. Os anos 90 foram marcados pela “redescoberta” do turismo como atividade econômica, com destaque no planejamento governamental, quando em 2003 é criado o Ministério do Turismo.

Para Ferraz (1992 *apud* Cruz, 2005) a intervenção estatal se dá por diversas modalidades como “participação”, “indução” e “controle”. A partir do governo Collor de Mello atribuiu-se a prática do turismo como promotora de desenvolvimento regional e redutora das desigualdades regionais, como se em um “passe de mágica” toda carga histórica e social fosse arrumada ao “jeitinho brasileiro”. O governo focou na área de infraestrutura, com ampliação e modernização da rede de transporte e da intervenção pública a favor de interesses privados, na premissa do desenvolvimento. A regulação do estado se aprofunda como indutor do desenvolvimento e para isso todo um processo de legalidade é criado, como o decreto-Lei Nº 2294/86 (governo José Sarney) liberando a atividade turística no país, consolidando a onda neoliberal da época.

Cruz (2005) destaca que com esse processo neoliberal do turismo no território algumas perversidades estariam presentes, como o poder aquisitivo de uns em contraposição a outros e da adaptação do espaço e da identidade local em favor do mercado turístico:

Nem mesmo a um leigo seria difícil perceber que a atividade econômica do turismo tem algo de inerentemente perverso na sua natureza:

1. Somente faz turismo quem tem condições para isto; assim sendo, o turismo expressa didaticamente as diferenças sociais entre indivíduos e grupos de indivíduos;
2. Se o capital é essencialmente seletivo do ponto de vista espacial, o capital atrelado ao setor turismo o é de forma ainda mais evidente, já que é espaço o seu principal objeto de consumo;
3. O turismo elege para o seu acontecer, porções de espaço cujas vantagens comparativas são maiores frente a outras possibilidades espaciais. Não por acaso, o turismo se apropria de praias e muitas vezes as privatiza; se apropria dos espaços nobres das cidades, impondo-lhes sua lógica de organização espacial; se apropria de áreas protegidas e não protegidas de natureza preservada e instala a exploração de mercado desses recursos naturais e assim por diante. (CRUZ, 2005, p.38)

Quadro 3: Lista de políticas públicas para o turismo

Políticas Públicas para o turismo no Brasil	
Amparo legal	Descritivo
Decreto-lei nº 406, de 4 de maio de 1938	Dispõe sobre a entrada de estrangeiros no Brasil. Também descreve sobre autorização estatal para venda de passagens.
Decreto-lei nº 2.440, de 23 de julho de 1940	Regula as atividades das empresas e agências de viagens e turismo.
Decreto nº 44.863, de 21 de novembro de 1958	Institui a Comissão Brasileira de Turismo (COMBRATUR), visando planejamento turístico nacional.
Decreto-lei nº 55, de 18 de novembro de 1966	Define a política nacional de turismo, cria o Conselho Nacional de Turismo e a Empresa Brasileira de Turismo
Decreto-lei nº 1.191, de 27 de outubro de 1971	Dispõe sobre os incentivos fiscais à atividade turística nacional – criação da FUNGETUR
Decreto-lei nº 1.439, de 30 de dezembro de 1975	Dispõe sobre a concessão de incentivos fiscais à atividade turística nacional
Lei nº 6.505, de 13 de dezembro de 1977	Dispõe sobre as atividades e serviços turísticos – estabelece condições para funcionamento e fiscalização
Lei nº 6.513, de 20 de dezembro de 1977	Política de conservação do patrimônio natural e cultural com valor turístico.
Decreto-Lei nº 2.294, de 21 de novembro de 1986	Dispõe sobre o exercício e a exploração da atividade e serviços turísticos
Lei nº 8.181, de 28 de março de 1991	Nova denominação da Embratur e providências
Lei nº 10.683, de 28 de maio de 2003	Criação do cargo de Ministro do Turismo (art. 35) e atribuição de poderes (art. 27, XXIII)
Lei nº 11.771/08 de 17 de setembro de 2008 - a Lei Geral do Turismo (LGT)	Dispõe sobre a política nacional do turismo e define as atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico. Reuniu várias normas dispersas na legislação brasileira
Decreto nº 7.381, de 2 de dezembro de 2010	Regulamenta a Lei nº 11.771/08 de 17 de setembro de 2008. Com a regulamentação foi instituído o Sistema Nacional de Turismo, a obrigatoriedade do Cadastur e a modernização da Política Nacional de Turismo
Lei nº 12.625, de 9 de maio de 2012	Institui o dia 8 de maio como o Dia Nacional do Turismo
Decreto nº 9.791, de 14 de maio de 2019	Aprova o Plano Nacional de Turismo 2018-2022
Lei nº 14.002, de 22 de maio de 2020	Extingue o Instituto Brasileiro de Turismo e institui a Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo (Embratur)

Fonte: Presidência da República – Casa Civil

Cruz (2001) destaca a importância de haver uma política pública de turismo que leve em consideração o desenvolvimento sócio espacial do lugar. Para isso, o Estado torna-se o principal agente responsável pela elaboração ou idealização das políticas públicas de turismo, colocando metas e diretrizes para que haja uma melhor efetivação. Segundo a autora, quando a esfera pública não toma a iniciativa de um planejamento que considere os aspectos sócio espaciais, as políticas ficam a critério das intenções da iniciativa privada e interesses particulares de outros agentes do setor.

YAZIGI (2002) destaca alguns problemas presentes no mercado turístico brasileiro como falta de políticas públicas direcionadas ao turismo, dados estatísticos fantasiados direcionando os deslocamentos dos turistas para determinados eventos, como os religiosos, com propósito especulativo. O autor destaca também a existência de construções como função de obrigatoriedade e barreira social. A poluição da paisagem desviando o foco para um “falso progresso” que como destacado pelo autor “processo deliberado de ocultação do vandalismo e da miséria. O próprio turismo, como tem sido conduzido, é fator de vandalismo ” (p.73).

Para Silva; Miranda (2015) os últimos planos setoriais brasileiros conduzem no seu discurso a interiorização do desenvolvimento turístico, com isso houve o aumento de estratégias para o desenvolvimento do turismo em locais que, até então, não possuíam qualquer orientação para propagar essa atividade. Em municípios pequenos, que possuem uma economia baseada no setor de serviços o desenvolvimento do turismo por meio do crescimento do fluxo de visitantes regionais representa um potencial que deve ser avaliado pela administração pública de turismo e lazer local.

2.3.3 Mapa Do Turismo Brasileiro e categorização dos municípios

Segundo o Ministério do Turismo:

O Mapa é o instrumento instituído no âmbito do Programa de Regionalização do Turismo que orienta a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento das políticas públicas. É o Mapa do Turismo Brasileiro que define a área - o recorte territorial - que deve ser trabalhada prioritariamente pelo Ministério. Ele é atualizado bianualmente, e sua última versão, de 2017, conta com 3.285 municípios, divididos em 328 regiões turísticas. Os municípios que o compõem foram indicados pelos órgãos estaduais de turismo em conjunto com as instâncias de governança regional, a partir de critérios construídos em conjunto com Ministério do Turismo. (Mapa do Turismo Brasileiro, 2019)

Por meio do Mapa do Turismo Brasileiro foi possível realizar “novos” recortes territoriais e desenvolver políticas públicas e turísticas específicas para cada recorte, diferente do passado em que muitas regiões estavam agrupadas em uma só, mas que determinadas atividades turísticas não estavam presentes em toda a região de destaque. Assim, utilizando-se desse novo modelo, os municípios pertencentes a cada região turística recebem incentivos e promoção podendo desenvolver ou ampliar sua atividade turística e favorecer o investimento privado em complexos turísticos e infraestrutura para melhoria da receptividade dos turistas.

O Ministério do turismo define Complexo Turístico como “uma superfície variável do território, que reúne as seguintes condições: a) contém atrativos turísticos cuja visita exija pelo menos três dias; b) contém no mínimo um centro turístico urbano; c) contém atrativos e centros turísticos secundários localizados dentro do raio de influência do centro principal (distância máxima de 3 horas, utilizando-se meios de transportes coletivos) ”.

Segundo o Ministério do Turismo, a Portaria nº 105 de 2013 define como uma das estratégias do Programa de Regionalização a categorização dos municípios das regiões turísticas. A Categorização (Portaria nº 144, de 27 de agosto de 2015) dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro é um instrumento para identificar o desempenho da economia do turismo dos municípios inseridos do Mapa do Turismo Brasileiro. A finalidade é auxiliar a atualização do mapa, elaborar políticas específicas para cada categoria, melhorar a otimização de recursos públicos priorizando os municípios de acordo com seu desempenho do turismo.

Para a categorização, o Ministério do Turismo utilizou as seguintes variáveis:

- Número de ocupações formais no setor de hospedagem (fonte: Relação Anual de Informações Sociais – RAIS/Ministério do Trabalho e Emprego);
- Número de estabelecimentos formais no setor de hospedagem (fonte: RAIS/Ministério do Trabalho e Emprego);
- Estimativa do fluxo turístico doméstico (Estudo da Demanda Doméstica (fonte: Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas – FINE/MTur);
- Estimativa do fluxo turístico internacional (Estudo da Demanda Internacional – fonte: FINE/MTur).

Com as variáveis e a análise da técnica de cluster (agrupamentos dos dados que tiveram resultados aproximado) foram criadas cinco categorias: A,B,C,D,E.

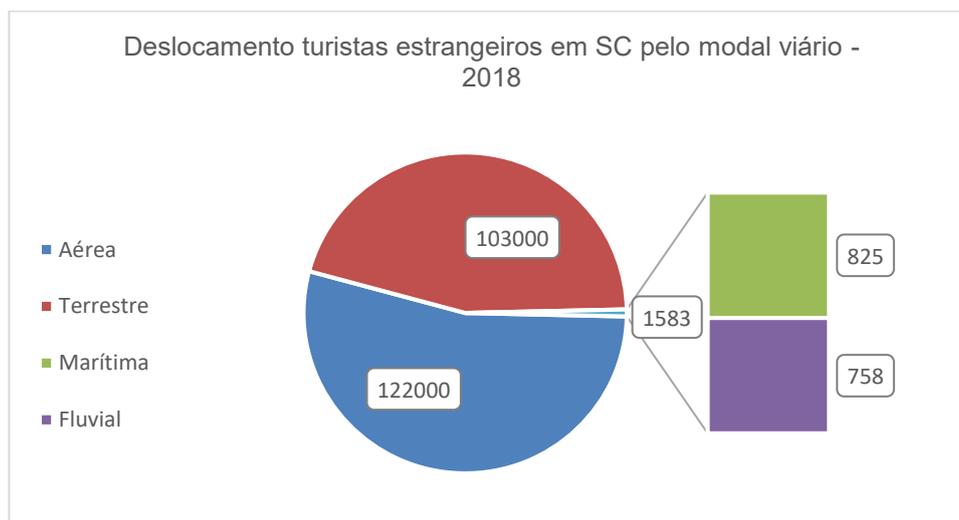
Os resultados obtidos na análise do Mapa do Turismo Brasileiro 2016 indicam:

- 51 Municípios na categoria A, que representa os municípios com maior fluxo turístico e maior número de empregos e estabelecimentos no setor de hospedagem;
- 155 Municípios na categoria B;
- 424 Municípios na categoria C;
- 1219 Municípios na categoria D;
- 326 Municípios na categoria E, que representa os municípios que não possuem fluxo turístico expressivo e nem empregos e estabelecimentos formais no setor de hospedagem. (Categorização dos municípios, 2017)

2.3.4 A regionalidade do turismo em Santa Catarina

Segundo o anuário estatístico de turismo de 2019, publicado pelo Ministério do Turismo, o estado de Santa Catarina recebeu, em 2018, 226.362 turistas estrangeiros em todo território estadual, sendo que 122 mil acessaram o território por via aérea, 103 mil por via terrestre, 825 por via marítima e 758 por via fluvial (Gráfico 4).

Gráfico 4: Deslocamento de turistas estrangeiros em SC de acordo com o modal viário- 2018



Fonte: Anuário estatístico de turismo de 2019, adaptado pelo autor

No quadro 05 encontra-se a distribuição geográfica dos turistas estrangeiros em Santa Catarina conforme informações do Anuário estatístico de turismo de 2019. Nota-se que devido à proximidade (exatamente os posicionados geograficamente mais próximo ao estado), a maior parte dos turistas estrangeiros que veem para

Santa Catarina derivam da América do Sul, em ordem decrescente argentinos (192.708 turistas), chilenos (22.954 turistas), paraguaios (3.494 turistas) e uruguaios (1.644 turistas). E como verificado no quadro 06, a maior parte destes turistas chegam no estado para aproveitar o verão nas praias catarinenses. O segundo continente com mais turistas estrangeiros que veem para o estado é o Europeu, com 2.576 turistas totais. Outro dado interessante do Anuário, podemos observar maior concentração de turista durante o verão brasileiro e período de férias de início de ano, o que é esperado devido ao maior fluxo para o litoral catarinense.

Quadro 5: Distribuição geográfica dos turistas estrangeiros em SC – 2018

Distribuição geográfica dos turistas estrangeiros em SC - 2018			
		País de origem da maioria dos turistas em cada continente	
Continentes	Nº Turistas totais	País	Nº Turistas
África	40	África do Sul	25
América central e Caribe	170	Haiti	97
América do Norte	1185	Estados Unidos	969
América do Sul	221888	Argentina	192708
		Chile	22954
		Paraguai	3494
		Uruguai	1644
Ásia	304	Israel	114
Europa	2576	Itália	512
		Espanha	393
		Alemanha	362
		Reino Unido	319
		França	259
		Suíça	122
Oceania	197	Austrália	133
		Nova Zelândia	63

Fonte: Anuário estatístico de turismo de 2019, adaptado pelo autor

Os dois quadros e o gráfico de turistas estrangeiros demonstram, em dados, as influências da globalização econômica presente nos anos atuais, conforme Santos (2004) devido ao meio técnico-científico- informacional (MTCI). Observa-se os fluxos de pessoas entre continentes promovidos pelos modais de transporte decorrente dos investimentos público-privados em infraestrutura, que seria o meio técnico. A presença do meio informacional fica implícito, por ele estar presente quando ocorre a compra online de uma passagem, em uma informação turística na

rede de computadores ou até mesmo naquela publicidade de um lugar paisagístico para visitação.

Quadro 6: Concentra o de turistas em SC -2018

Concentra�o de turistas em SC de acordo com os meses do ano -2018	
Meses	Quantidade (% do total)
Janeiro	85.297 (37,68%)
Fevereiro	60.575 (26,76%)
Março	25.889 (11,43%)
Abril	6.890 (3,04%)
Mai	2.089 (0,92%)
Junho	1.313 (0,58%)
Julho	3.905 (1,72%)
Agosto	2.233 (0,98%)
Setembro	3.428 (1,51%)
Outubro	3.840 (1,69%)
Novembro	7.127 (3,15%)
Dezembro	23.776 (10,50%)
Total	226.362 (100,00 %)

Fonte: Anuário Estatístico de Turismo – 2019. Adaptado pelo autor.

Dessa forma, o MTCl se expande e se instala conforme as demandas são geradas. Os promotores do turismo, responsáveis por divulgar e financiar os lugares turísticos, ao estimular a atividade turística acabam determinando investimentos em infraestrutura (tecnoesfera). Quando se cria uma nova demanda, estimula-se o MTCl a se expandir e a se instalar, modificando aquele espaço, estabelecendo novas rela oes. Após a implanta o desse novo sistema espacial, o MTCl passa a ser uma condi o do lugar.

2.3.5 Rotas Turísticas De Santa Catarina, Grande Oeste e Chapecó

Segundo a Secretaria de Turismo, Cultura e Esporte de Santa Catarina (SOL) e a Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina (SANTUR), responsável pela promo o e divulga o dos produtos turísticos catarinenses, destacam que o Programa de Regionaliza o do Turismo   um modelo de gestão descentralizada, que proporciona aos entes federativos buscarem suas próprias alternativas de desenvolvimento, de acordo com sua realidade e especificidade. O

objetivo do programa é estruturar e qualificar essas regiões fortalecendo a identidade local, consolidando novos roteiros como produto turísticos rentável e competitivo, de acordo com o Mapa do Turismo Brasileiro.

O Mapa de turismo de Santa Catarina homologado para o período 2019-2021, pela Portaria Mtur Nº 271, de 23 de agosto de 2019, conta com 177 municípios distribuídos em 13 regiões turísticas, conforme ANEXO I. As regiões turísticas são: 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 Europeu, Vale das Águas e Vale dos Imigrantes.

2.3.5.1 Grande Oeste

Segundo a Santur (2019) a região oeste catarinense é uma região turística constituída pela presença de uma paisagem campeira, com cascatas e cachoeiras, presentes em praticamente todos os municípios da região. Destaca como centro urbano, o município de Chapecó, pela importância como polo econômico regional. O turismo nessa região é diversificado, com estâncias de águas termais, turismo rural, gastronomia e festas típicas.

2.3.5.2 Turismo em Chapecó

O turismo em Chapecó será melhor explorado no capítulo 03 deste trabalho, onde será abordado todo o processo de ocupação do espaço do oeste catarinense e seus processos sócio-históricos, inclusive o turismo. Segundo a Santur (2019), Chapecó reúne o ritmo agitado de centro urbano e a tranquilidade do campo. Destaca que a grande atração na cidade é o “turismo de eventos e negócios” com mais de 40 centros de eventos, salas de conferências e auditórios. Dentre os eventos está a EFAPI – Exposição e Feira Agropecuária, Industrial e comercial de Chapecó, realizada no Parque de Exposições Tancredo Neves. Também destaca o crescimento do turismo rural devido a paisagens exuberantes.

2.3.5.3 Atrações Turísticas de Chapecó

No Apêndice I podemos verificar os atrativos turísticos de Chapecó, constituído por parques, monumentos, exposições, eventos diversos, rotas do Rio Uruguai, rotas do interior do município entre outros, destacando –se o turismo de

eventos e negócios e o turismo rural. Fizemos uma coletânea de boa parte das atrações turísticas do município baseado em informações disponibilizadas pela Santur, prefeitura de Chapecó e agências e sites especializados em turismo regional.

CAPÍTULO 03:

FUNCIONALIZAÇÃO DE FIXOS E FLUXOS PARA FINS TURÍSTICOS

Neste capítulo será abordada a funcionalização de fixos e fluxos para fins turísticos em Chapecó. Os objetos geográficos que aqui são considerados turísticos são frutos de processos de modernizações que o território de Chapecó passou. Como marco histórico dessa modernização foi o surgimento das agroindústrias na região, principalmente Sadia e Aurora, que redefiniram a configuração espacial de Chapecó juntamente a sua influência regional, nacional e internacional.

3.1 FORMAÇÃO SOCIOESPACIAL DE SANTA CATARINA E CHAPECÓ

Santos (1977) definiu a categoria de análise “formação econômica e social” na Geografia como sendo a mais adequada para formular uma teoria do espaço e do social.

[...] esta categoria diz respeito à evolução diferencial das sociedades, no seu quadro próprio e em relação com as forças externas de onde mais frequentemente lhes provém o impulso. A base mesma da explicação é a produção, isto é, o trabalho do homem para transformar, segundo leis historicamente determinadas, o espaço com o qual o grupo se confronta. Deveríamos até perguntar se é possível falar de Formação Econômica e Social sem incluir a categoria do espaço. (SANTOS, 1977, p. 82)

O estudo da formação socioespacial refere-se a análise de uma sociedade e sua formação propriamente dita, buscando entender a evolução, as mudanças históricas e relações, a situação social, por meio de uma abordagem geográfica.

Souza; Bastos (2011) destacam que a economia catarinense cresceu além da média nacional nas últimas décadas, explicado pelo dinamismo das empresas de capital local instaladas no território e da estrutura econômica equilibrada regionalmente. Também o fato da presença de minifúndios favorece uma melhor distribuição de renda (como no Oeste, Vale e Sul do estado), diferente das áreas de latifúndio (Planalto Serrano e Planalto Norte) onde a estrutura fundiária provocou uma má distribuição de renda. Devido as belezas naturais, a atividade turística contribui para a economia catarinense, nas diversas modalidades presentes nas regiões do estado, sendo direcionadas e expostas justamente para os fins turísticos.

Souza; Bastos (2011) também destacam a indústria e setor rural do Estado, como podemos ver no trecho a seguir:

Entre as atividades econômico-industriais, o Estado é destaque internacional, ocupando as primeiras posições na América Latina, na produção de refrigeradores domésticos, peças móveis de tratores, portas de madeira, produtos têxteis para cama, mesa e banho, motores elétricos, peças de ferro fundido, pisos e azulejos cerâmicos, equipamentos odontológicos, pedais de bicicletas, etiquetas tecidas, compressores para refrigeração, entre outros. No setor rural, a nível nacional, Santa Catarina ocupa a primeira posição na produção de cebola, maçã, pescados e suínos; é o segundo na produção de tabaco, mel, arroz e aves e é o terceiro na produção de alho, trigo e banana. (SOUZA; BASTOS, 2011, p.2)

Os autores relatam que o Oeste catarinense tem destaque na área agroindustrial, com grandes grupos de capital local (Sadia, Perdigão, Aurora, Seara) em sistema de integrados, atacadistas (como a família Tozzo), assim como é destaque no comércio, serviços (destaque para Lojas Berlanda, supermercados Celeiro, Ludovico Tozzo), transportes (destaque para Zanotelli – São Miguel do Oeste, Conexão Brasil e Chapecó Cargas - Chapecó) e extração de erva-mate (destaque para o município de Catanduvas, com a ervateira Regina e Catanduvas).

Facco; Lemes; Piovezana (2009) destacam que antes da constituição do espaço urbano de Chapecó, os indígenas Kaingang habitavam esse local (por isso da constituição da origem da primeira denominação da cidade: Passo dos Índios) e com a expansão e a nova forma de organização da sociedade foram expulsos para as periferias e destas para o “nada”. No final da década de sessenta, com o início da transnacionalização da economia na região oeste, a soja passou a ser cultivada com maior intensidade e a mecanização da lavoura foi intensificada, fazendo com que as relações entre índios e brancos se agravassem.

Facco; Lemes; Piovezana (2009, p. 193 -200) em paralelo, ocorre a expulsão da mão de obra que vivia nas fazendas de criação e exploração de erva-mate como agregados e assalariados, o que fez com que as terras ocupadas pelos indígenas fossem mais cobiçadas por colonizadores, vítimas de uma organização fundiária perversa. Ajudados por Vitorino Condá, líder Kaingang, que foi grande “domesticador” de índios para o trabalho forçado e serviço dos brancos, servindo a elite interessada com o “desenvolvimento desbravador”. Com o aumento dos empreendimentos imobiliários, o governo exigia áreas de terras para pobres, sem fiscalização, ocorrendo despejos das terras, empurrando índios e caboclos para as

encostas íngremes e periferias das propriedades rurais, vivendo nos chamados toldos, que não eram fixos nem demarcados.

A Arena Condá carrega esse nome como forma de homenagem, enquanto existe uma população indígena flutuante, difícil de ser estimada, andando e vivendo pelos bairros da cidade em condições sub-humanas. Essa foi parte da formação socioespacial de Chapecó, que tirou as terras dos índios e as passou aos “desbravadores”. Estes são alguns dos elementos do processo conflituoso da formação territorial de Chapecó e que foram sendo incorporados ao processo de agroindustrialização e de diversificação.

3.2 O MUNICÍPIO DE CHAPECÓ E SUA IMPORTÂNCIA REGIONAL

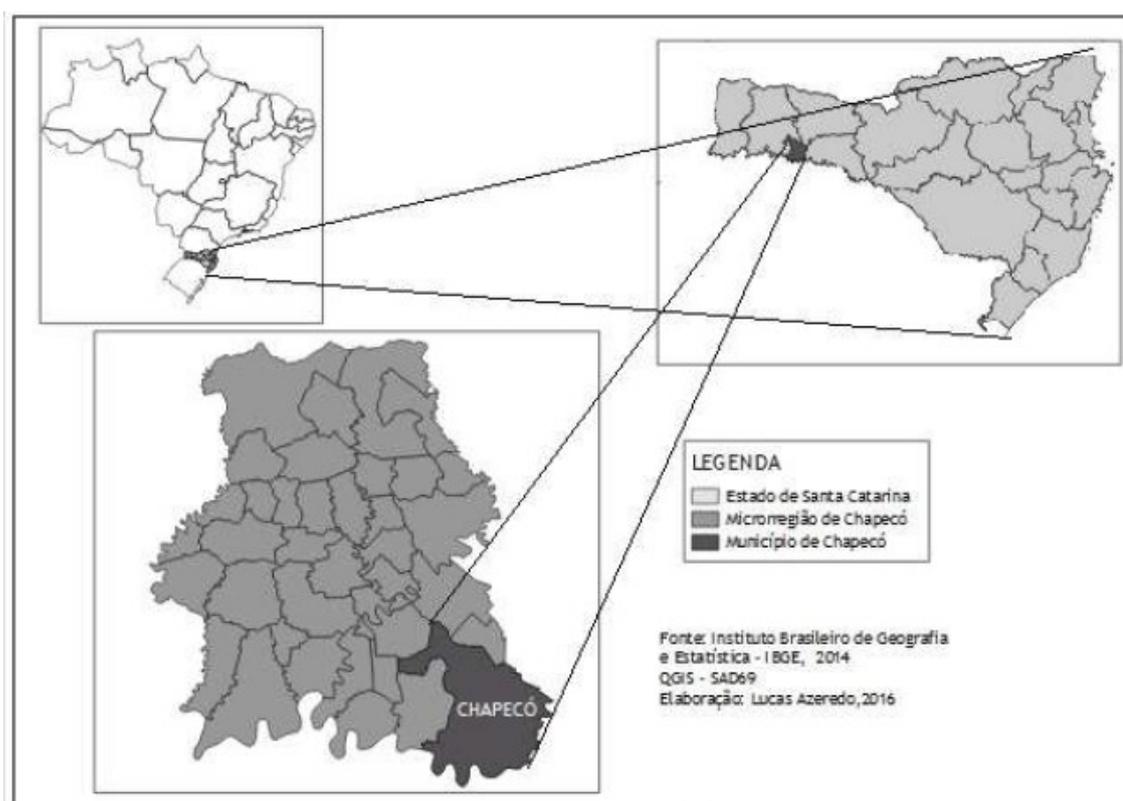
Segundo IBGE (2019) Chapecó é um município brasileiro (Mapa 1), localizado na região sul do país, no estado de Santa Catarina, região oeste do estado cuja coordenadas geográficas são 27° 06' 17" S 52° 36' 51" O com área territorial de aproximadamente 626 km². Chapecó é palavra de origem Kaingang com várias interpretações: 'chapadão alto', 'chapéu feito de cipó' e 'põe no chapéu' para nativos da língua. Segundo pesquisas feitas pelo Dr. Selistre de Campos, a palavra origina-se dos termos 'echa' + 'apê' + 'gô', que na língua dos nativos significa 'donde se avista o caminho da roça'. O primeiro nome dado a cidade foi Passo dos Índios, devido a quantidade de índios Kaingang que viviam nessa região.

Importante polo exportador de produtos alimentícios industrializados e centro universitário regional, o município é classificado como “cidade média” devido sua importância regional. Em 2020, com cerca de 220 mil habitantes (aproximadamente 92% vivendo na área urbana) a cidade detém alguns títulos como “Capital nacional da Agroindústria”, “Capital do Oeste”, “Capital Catarinense do Turismo de Negócios”, “Capital Latino-Americana de Produção de Aves” e “Centro Brasileiro de Pesquisas Agropecuárias”. Vale lembrar que esses títulos são meros instrumentos políticos utilizados como artifício e objetivando incentivar economicamente determinadas regiões, em seus diversos setores econômicos, inclusive no próprio turismo regional.

Bavaresco (2006, p. 1) lembra que “os ciclos econômicos pelo qual o Oeste passou: pecuária, erva-mate, madeira e agroindustrial”, foram os mesmos ciclos que ocorreram na extensa área que Chapecó ocupava no início do século XX. Pertile (2007, p. 160) lembra que cada momento de construção do território oeste

catarinense foi marcado pelas diversas técnicas que foram ao decorrer da história implantadas, visando a modificar o espaço e atender as novas e crescentes demandas do capital, sendo assim o meio-técnico-científico-informacional (MTCI) foi se definindo conforme demandas e respectivos investimentos realizados com intuito de atender essas demandas, como Santos (2001) destaca.

Mapa 1: Localização do município de Chapecó



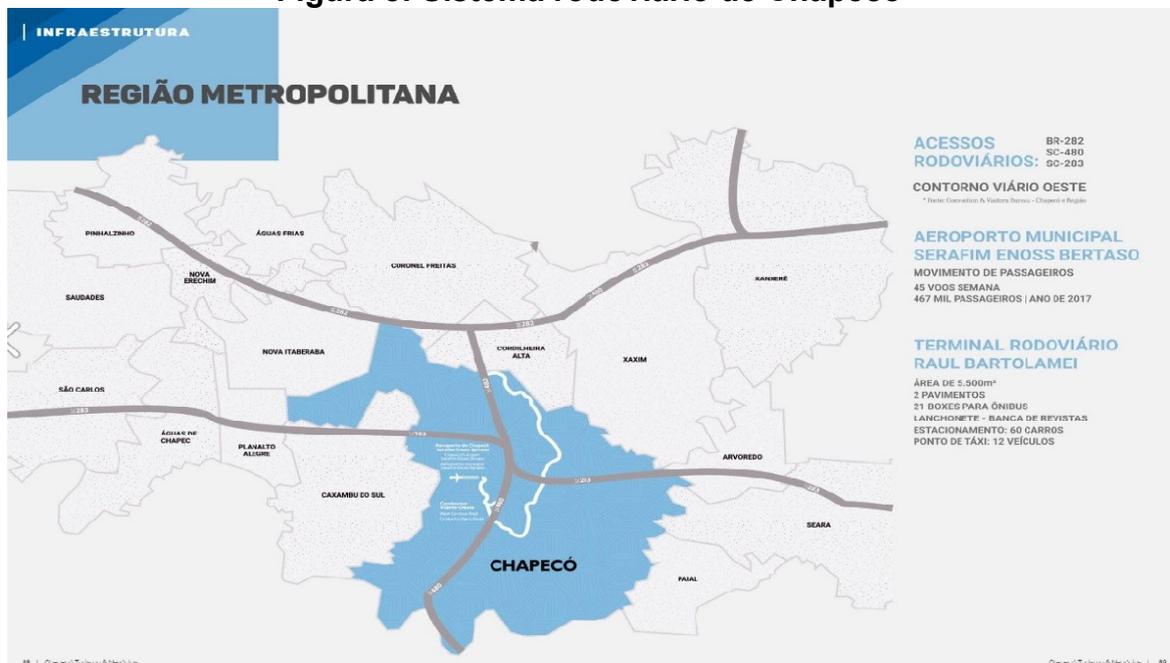
Elaboração: Lucas Azeredo
Fonte: RODRIGUES, 2017

3.2.1 Infraestrutura de transporte do município

Segundo notícia do ND mais, Chapecó já possui dois elevados visando melhorar o trânsito de veículos e cargas: O primeiro, foi inaugurado em 2014 fazendo a interseção da BR-282 com a BR-480, dando acesso ao município, sendo também realizada a revitalização do acesso Plínio de Nês, custando R\$ 93,5 milhões (sendo 80% dos recursos federais e 20% estaduais). O segundo, é o elevado que foi nomeado como vereador Alcindo Moura (conhecido popularmente como o “elevado da BRF”), inaugurado em 2020, nas interseções das avenidas Atílio Fontana/ São Pedro com a Leopoldo Sander, investimento de R\$ 15 milhões.

Existe um projeto de um terceiro elevado, chamado popularmente de “elevado da Bandeira”, ao custo de R\$ 50 milhões, na interseção das avenidas Leopoldo Sander e Fernando Machado com a BR-480, sem previsão de início dos trabalhos devido falta de verbas. Esta obra visa melhorar o trânsito neste local onde circulam em torno de 20 mil veículos/ dia. Na figura 8 observamos a infraestrutura rodoviária, mostrando as ligações da cidade com a BR 282, SC 480 e SC 283, favorecendo o fluxo rodoviário entre as várias cidades da região, o que favorece também o fluxo de turistas.

Figura 8: Sistema rodoviário de Chapecó



Fonte: Revista Chapecó – Turismo e Negócios 2019

Vamos explorar nos próximos itens deste capítulo o processo histórico-geográfico para compreender como o município chegou ao nível atual. Na sequência, visando dinamizar o estudo temporal/espacial de Chapecó, foi realizada a separação em períodos estratégicos, onde serão abordadas informações de infraestrutura presentes no período em questão, e elementos do processo de constituição dos fixos e fluxos turísticos existentes e a modernização implantada no espaço. Dividimos a linha do tempo de Chapecó em três períodos, sendo eles: 1917 – 1950 (processo de emancipação política até surgimento das agroindústrias regionais); 1950 – 1990 (expansão das agroindústrias, aumento populacional da

região e crescimento dos setores de apoio como serviços e comércio); 1990 – 2021 (globalização econômica, agenda neoliberal e políticas públicas sobre o território).

3.3 DINÂMICAS SOCIOESPACIAIS E ELEMENTOS DO TURISMO EM CHAPECÓ NO PERÍODO 1917 -1950

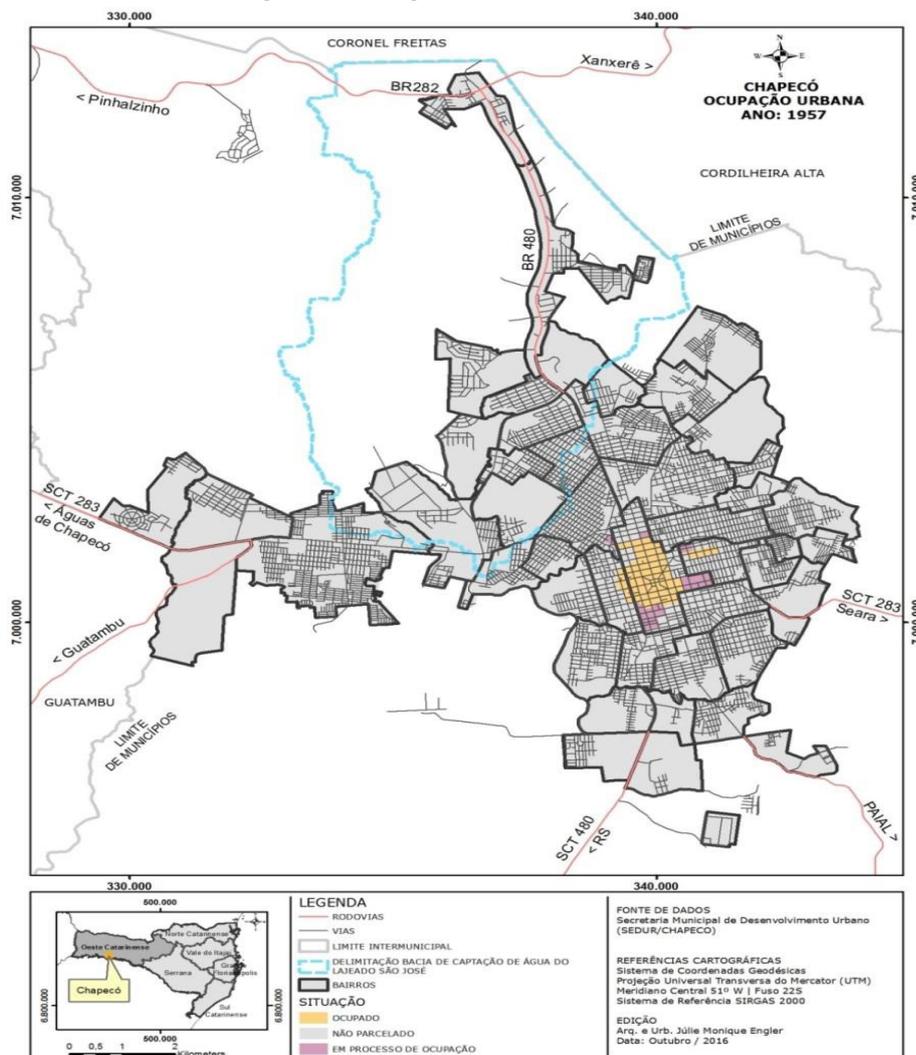
Este período compreende desde o processo de emancipação política do município até a década de 50, quando surgem as primeiras agroindústrias na região, fato de extrema importância no contexto regional. Segundo IBGE (2019) na antiga divisão política da região oeste catarinense, o município de Chapecó ocupava praticamente toda a atual região Oeste Catarinense (14.053 km²), com uma população de 11.315 habitantes (censo de 1920). Esta região foi objeto de questões de domínio territorial como “Questão de Palmas” e “Contestado” entre SC e PR, o que impediu o processo de colonização. Após a resolução das questões envolvidas e a criação efetiva do município pela Lei Estadual n.º 1.147 de 25 de agosto de 1917, iniciou-se o processo de colonização por meio de Companhias de Colonização, como a Empresa Colonizadora fundada por Ernesto Francisco Bertaso e os irmãos Agilberto Atílio e Manoel dos Passos Maia, em 1918, com patrimônio total de 2.249.259.441m².

A sede do município de Chapecó foi alterada várias vezes de local entre 1917 e 1931, por razões de ordem política e econômica. Inicialmente, estava situada no Passo Bormann (que na época era conhecida como Passo Carneiro), alternando-se com Xanxerê, até que em 1931 passou definitivamente para a localidade de Passo dos Índios (BELLANI, 1990), na atual cidade de Chapecó. Até a década de 1940, primeiro momento de colonização, a cidade formada não passava de uma pequena vila, cuja função urbana estava restrita apenas às necessidades imediatas da população, que se encontrava muito dispersa (ALBA, 2008). As pequenas comunidades existentes estavam localizadas nos distritos. No período de 1944-1948, o município era constituído de 14 distritos: Chapecó, Abelardo Luz, Campo Êre, Caxambu, Dionísio Cerqueira, Faxinal dos Guedes, Guatambu, Itapiranga, Mondaí, Passarinhos, São Carlos, São Domingos, Xanxerê e Xaxim (IBGE,2019).

Os primeiros povoamentos regionais se relacionam com os paulistas em sua marcha ao sul do país. Pertile (2008) destaca que com as estradas abertas e pontos de parada, por volta de 1870, os tropeiros, cuja palavra deriva de tropa, compravam erva-mate e o excedente das lavouras e criações dos pequenos agricultores da

região, originando uma rota importante de comércio na época. Esse tipo de comércio se estendeu até por volta dos anos 1940. Com a chegada dos imigrantes do Rio Grande do Sul, visando colonizar a região oeste catarinense, aumentou muito o excedente de banha e animais, o que possibilitou o desenvolvimento regional, surgimento de casas comerciais e a instalação dos primeiros frigoríficos. Sendo assim, em 1944, Atílio Fontana, que já tinha comércios instalados em Concórdia, e negociava os excedentes com os pequenos agricultores, vende seu capital e investe em um frigorífico, a Sadia (Pertile, 2008, p. 87). No mapa 2 podemos observar o perímetro urbano de Chapecó atualmente (circundadas em cor cinza), prestando atenção nas áreas em amarelo e rosa, locais onde existia ocupação urbana em 1957. Basicamente, a maior concentração de pessoas era onde se localiza o centro da cidade atualmente.

Mapa 2: Ocupação urbana - 1957



Fonte: Secretaria de Desenvolvimento Urbano da Prefeitura Municipal de Chapecó.
Elaboração: Júlie M. Engler (2016).

3.3.1 Elementos do turismo no período

Na questão turística, os primeiros ônibus começaram a circular na região de Chapecó em meados da década de 30. Por volta de 1937, surgiu em Chapecó, a linha de ônibus Bordignon e Trentin (Segundo depoimento de Rivadavia Scheffer – Arquivos do CEOM). Alguns apresentavam as portas de lona (como visto na figura 9) e outros já eram mais modernos, com portas metálicas e janelas com vidro. Já o primeiro terminal rodoviário de Chapecó (Figura 10) se localizava na avenida Getúlio Vargas e pertencia a família Palma, dona também do Hotel Avenida, um dos mais antigos de Chapecó (Retratos, 2012).

Figura 9: Hotel Bordin na década de 40



Fonte: http://ceom.unochapeco.edu.br/ceom/index/index.php?codseq_imagem=814&ficha=501

As dificuldades na construção de estradas não eram somente devido ao relevo ou falta de equipamentos, a espessa floresta e as bacias hidrográficas eram os maiores obstáculos. Com isso, a ligação rodoviária com a capital era complicada, sendo necessário usar estradas do Paraná ou Rio Grande do Sul, como os primeiros prefeitos de Chapecó fizeram (Retratos, 2012). Segundo Zolet (2006), os acessos precários e de terra da época eram empecilho para que o turismo se desenvolvesse, desta forma a única forma de se locomover era por meio de um modal aéreo.

Sendo assim, uma área de 242 mil m² foi doada pela colonizadora Bertaso para construção da pista do aeroporto e hangar do Aeroclub de Chapecó (fundado em 1948). Após a finalização das obras, o primeiro aeroporto da cidade (Aeroporto Paulo Marques – Figura 11) foi inaugurado no início da década de 1950, no bairro São Cristóvão (atual Rua Osvaldo Cruz), com voos diários para Porto Alegre,

Florianópolis, Curitiba, São Paulo e outras cidades do interior da região sul (Rodrigues, 2017, p.50).

Figura 10: Terminal rodoviário da Família Palma na década de 50



Foto: Victorino Biázio Zolet

Fonte: <http://retratosdechapeco.blogspot.com/2012/10/sem-estradas-chapeco-exigiu-pensar-no.html>

Figura 11: Aeroporto Paulo Marquês - Chapecó 1957

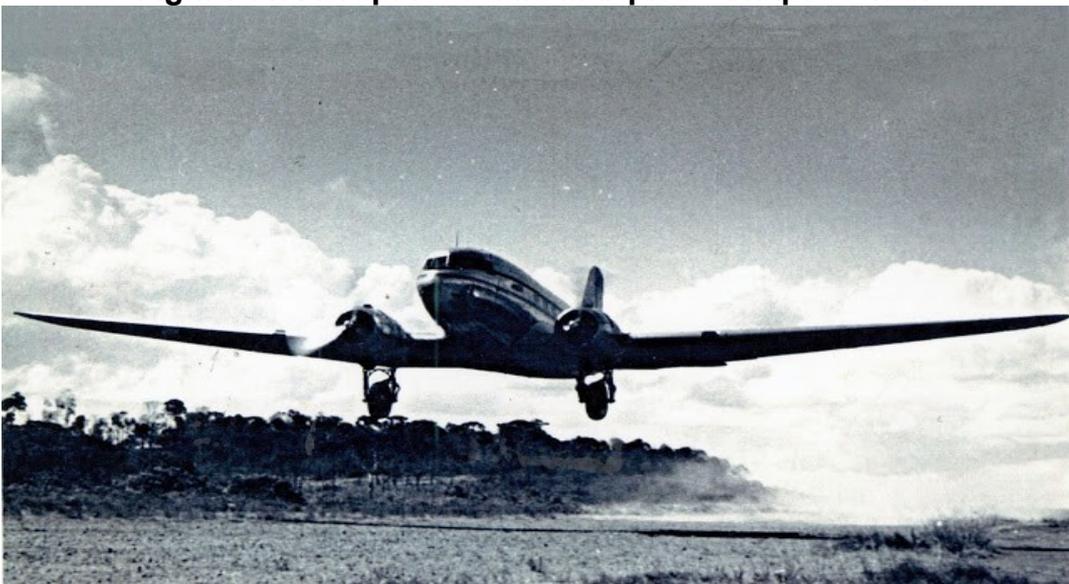


Foto: Victorino Biázio Zolet

Fonte: <http://retratosdechapeco.blogspot.com/2012/10/sem-estradas-chapeco-exigiu-pensar-no.html>

Entre os primeiros hotéis de Chapecó se destacam o Hotel Bordin (Figura 9), o Hotel Favaretto e Hotel do Palma (Figura 12), das décadas de 30 e 40. Eram construídos em madeira e serviam de hospedagem aos passageiros que visitavam a região. Em 1946, foi inaugurado o primeiro hotel em alvenaria da cidade, o Hotel Ideal (Figura 13), e o primeiro cinema, o Cine Ideal, construído em madeira com espaço para 200 pessoas. Os dois empreendimentos pertenciam a família de Achylles Tomazelli (memória Chapecó, 2019). Com o aumento de habitantes e crescimento do comércio e serviços, em 1947 foi criada a Associação Comercial e Industrial de Chapecó – ACIC – tendo como objetivo ser uma entidade empresarial representativa do comércio, indústria, prestação de serviços e agropecuária (ACIC, 2019).

Figura 12: Hotel do Palma na década de 40



Fonte: http://ceom.unochapeco.edu.br/ceom/index/index.php?codseq_imagem=2504&ficha=501

Figura 13: Hotel Ideal - década de 40

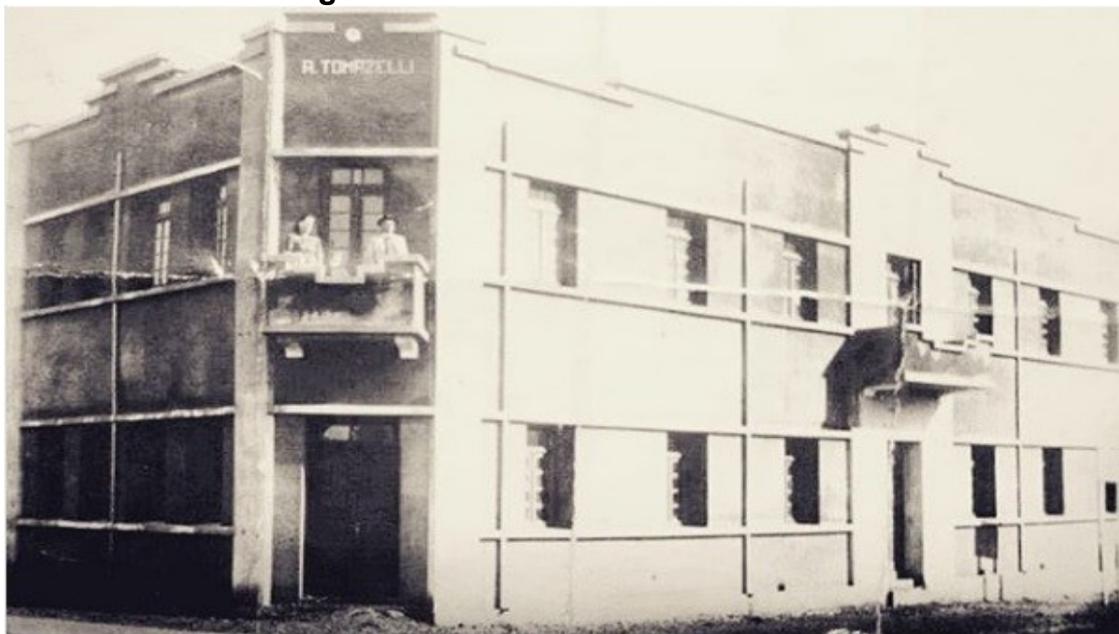


Foto: Luiz Palma

Fonte: Instagram Memória Chapecó

Nota-se que neste período os recursos de infraestrutura eram limitados e escassos, porém os imigrantes que chegaram na região de Chapecó tiveram que “adaptar” o espaço. Cabe ressaltar o que Cruz (2001) destacou sobre a ocupação humana no espaço ao longo do tempo, constituindo-o como território, e que depois de modificado pelo homem, este implanta meios tecnológicos, cria as infraestruturas necessárias para dominar o meio ambiente assim favorecendo a aplicação de diversas atividades econômicas, inclusive o turismo. Yazigi (2002) complementa ao destacar que as mudanças ocorridas no tempo e espaço também modificam o turismo, assim como já ocorreram mudanças no decorrer da história e surgiram modernizações para atender a essas novas demandas da sociedade.

3.4 DINÂMICAS SOCIOESPACIAIS E ELEMENTOS DO TURISMO EM CHAPECÓ NO PERÍODO 1950 – 1990

Este foi o período da história de Chapecó em que houve maior industrialização com a criação e vinda das agroindústrias e aumento populacional para suprir a demanda existente. Ocorreu expansão da malha urbana para todas as direções, principalmente região da atual Efapi e aumento dos problemas de infraestrutura urbana, com surgimento de moradias irregulares. Também, expansão

do setor comercial e serviços. O período se encerra na década de 90, com a abertura econômica e era da globalização no país.

Segundo Espíndola (1996, p.14), a estrutura industrial brasileira é constituída por uma presença significativa do ramo alimentar, principalmente pelas grandes agroindústrias voltadas aos mercados interno e externo. Nesse sentido, essas empresas estruturam 5 grandes fases, sendo elas:

- 1- Fase manufatureira de instalação dos engenhos de açúcar;
- 2- Instalação dos moinhos de trigo, indústrias de óleos vegetais, frigoríficos e usinas de açúcar (entre séc. XIX até década de 30);
- 3- Frigoríficos no Brasil Central pecuário, agroindústrias de suínos e aves no Sul e entrada de multinacionais (Anderson Clayton, Pepsi Co. etc) entre meados da década de 40 até anos 70;
- 4- Expansão agroindustrial no Sul, via modernização tecnológica e diversificação produtiva – inserção nos setores bovinos e soja – e centralização do capital (período entre 1970 e 1990);
- 5- Fase sobreposta à anterior em termos de período (inicia no final da década de 70 e vem até 2021), marcada pela reestruturação agroindustrial devido a mudanças dos hábitos alimentares e novas tecnologias – microeletrônica, biotecnologia etc.

Ainda segundo Espíndola (1996), esse domínio agroindustrial na região oeste catarinense pode ter relação com as potencialidades existentes no oeste catarinense, que devido a momentos históricos específicos foram capazes de formar grandes grupos econômicos; formação do capitalismo agroindustrial no Oeste com a economia local, nacional e mundial; relação entre dinâmica econômica com dinâmica territorial, entre outros.

Pertile (2008) destaca que os Governos Federais e Estaduais criaram diversas empresas entre os anos 1956 – 1991 visando atender um projeto de integração nacional, e desse modo o Estado participou diretamente sobre o domínio das agroindústrias na região, expedindo benefícios de crédito e extensão rural a elas. Entre estas empresas podemos citar: Associação Brasileira de Crédito e Assistência Rural – Abcar (1956); Banco Regional de Desenvolvimento do Extremo Sul – BRDE (1961); Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária – Embrapa (1973); Agência de Fomento do Estado de Santa Catarina – BADESC (1975);

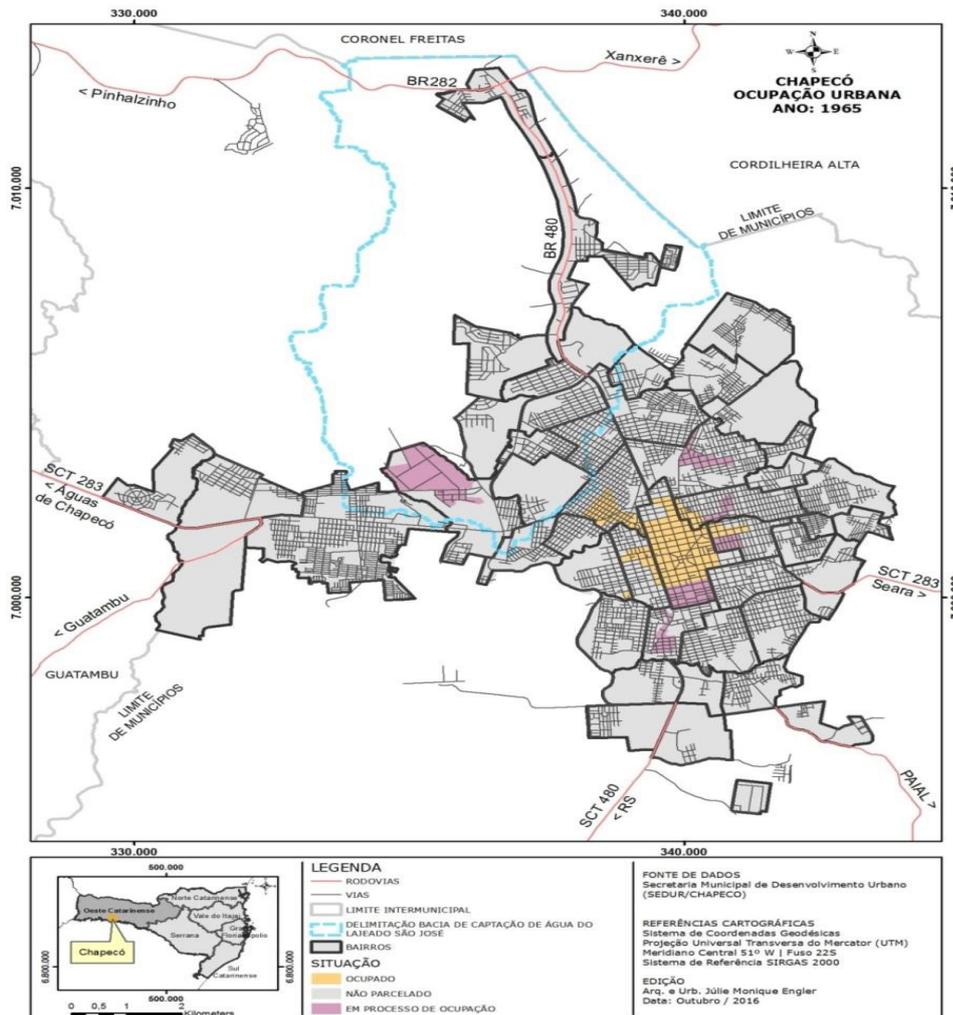
Empresa de Pesquisa Agropecuária e Extensão Rural – Epagri (1991). Nota-se que foram usados artifícios políticos visando transformar o espaço do oeste catarinense, especializando-o. Dessa forma, esses recursos contribuíram para a modernização territorial da região.

Reche (2017) destaca como forma de viabilizar a implantação das agroindústrias, o município recebeu intensivos investimentos estatais como estrutura viária e infraestrutura urbana básica, possibilitando melhor acesso e escoamento da produção, além dos programas de financiamento dos diversos órgãos estaduais sendo, portanto, decisivo na expansão do setor agroindustrial no município. No mapa 3 podemos observar a expansão da ocupação urbana de Chapecó em 1965, com aparecimento de povoamento na região próxima ao frigorífico da BRF (mancha rosa na figura).

Segundo Facco; Engler (2017) em meados da década de 1970, importantes obras de infraestrutura foram concretizadas. No ano de 1974, a BR-282 foi inaugurada, sendo a mais extensa rodovia do Oeste Catarinense, conectando essa região com o litoral e outras importantes rodovias como a BR 116. Motter; Filho (2017) destacam o crescimento populacional em Chapecó, ligada principalmente as atividades das agroindústrias. A população urbana, que era de 4.128 habitantes em 1940, passou a ser de 9.736 habitantes em 1950.

[...] Diante das novas demandas populacionais, outras atividades comerciais e de serviços se desenvolveram na cidade [...] em 1950 a cidade já contava com hotéis, casas comerciais, advogados, dentistas, escolas primárias e secundárias, agência postal-telegráfica, estação de rádio emissora, hospital, maternidade, serviços estaduais de saúde e agências bancárias. Paulatinamente, as atividades terciárias foram se ampliando, tanto para atender as demandas do setor agroindustrial quanto para atender a população local e regional. Os principais comércios, as atividades administrativas públicas e privadas, os serviços bancários e telegráficos, o cinema e a igreja matriz estavam localizados na principal avenida da cidade: a Avenida Getúlio Vargas. O terminal rodoviário municipal, antes de ser realocado para o bairro Passo dos Fortes, também estava localizado nessa avenida e, por propiciar um fluxo relevante de pessoas, permitiu o desenvolvimento das atividades ali instaladas. (MOTTER; FILHO, 2017 p. 70)

Mapa 3: Ocupação urbana - 1965



Fonte: Secretaria de Desenvolvimento Urbano da Prefeitura Municipal de Chapecó. Elaboração: Júlie M. Engler (2016).

Como podemos notar, investimentos em infraestrutura ocorreram em nossa região que, como descrito por Yazigi (2002, p.289), mudanças no tempo e no espaço se refletem em mudanças no turismo, e ao decorrer da história novas mudanças e adaptações ocorreram visando atender novas demandas da sociedade. É o que Rodrigues (1997) também destaca sobre o consumo do espaço que deve ser construído para atender os cinco elementos básicos: o turista, as empresas de serviço turísticos, as instituições da superestrutura, as infraestruturas de transporte e comunicação e o meio ecológico, transformado pela ação humana.

Continuando analisando o período, observa-se na tabela 7 abaixo uma “explosão” demográfica em Chapecó entre 1970 e 1980. Isso impulsionou a inversão de crescimento da população rural para a urbana, apesar dos vários desmembramentos de terras devido a novos municípios criados. Reche (2017, p.43)

destaca que as grandes agroindústrias começaram a instalar-se em Chapecó a partir da década de 50, com a Chapecó Alimentos (1952, fundada por Plínio Arlindo de Nês).

Para Nascimento (2017), a consolidação deste segmento da economia regional veio com a criação da Cooperativa Regional Alfa Ltda (1967) voltada a comercialização e industrialização de cereais, Cooperativa Central Oeste Catarinense Ltda - Aurora (1969 fundada por Aury Luiz Bodanese) do ramo de carne suína, Sadia avícola S.A (1973 quando instala em Chapecó unidade de frangos visto na Figura 14) fundada em Concórdia em 1944 por Atílio Fontana e a Ceval Agroindustrial (1975) do segmento de óleos vegetais. Para Alba (2002), a atividade agroindustrial em Chapecó constitui o ‘carro-chefe’ do desenvolvimento do espaço agrário da região e responsável pelo acelerado processo de urbanização.

Tabela 7: População de Chapecó por décadas

Tabela 1 - População urbana, rural e total de Chapecó por décadas

Ano	Total	População urbana	(%)	População rural	(%)
1940	44.327	4.128	9,31	40.199	90,69
1950	96.604	9.736	10,08	86.868	89,92
1960	52.089	10.939	21,00	41.150	79,00
1970*	50.117	20.591	41,08	29.562	58,92
1980	83.864	55.286	65,92	28.578	34,08
1991	123.050	96.751	78,62	26.299	21,38
1998	135.884	119.578	88,00	16.306	12,00
2010	193.561	168.159	91,60	15.402	8,40
2015	205.795	191.390	93,00	14.405	7,00

* Na década de 1970 já haviam se desmembrados vários municípios a partir de Chapecó, o que explica a queda acentuada da população absoluta.

Fontes: IBGE e Prefeitura Municipal de Chapecó.
Organização das autoras.

Fonte: Facco; Engler (2017, p. 299)

A partir da década de 70 que a concentração das empresas agroindustriais em Chapecó a consolidou como polo regional (propiciada pela “Revolução Verde” e pela dependência tecnológica dos produtores rurais), e juntamente ao agronegócio, houve o crescimento das atividades comerciais, de serviços e entidades educacionais. De 1970 a 1980 com o contínuo desenvolvimento das agroindústrias, ocorreu a ampliação do comércio (em 1969 é composta a Câmara de Dirigentes Lojistas de Chapecó – CDL – visando reunir e conectar o comércio de Chapecó

(CDL, 2019), a instalação e desenvolvimento de prestadores de serviços e instituições de pesquisa e formação de mão de obra (Reche, 2008).

Reche (2017) destaca a atratividade de mão de obra migrante para a cidade nas décadas de 70 e 80 para trabalhar nas agroindústrias. Nesse período, a população urbana de Chapecó passou de 23 mil habitantes para 53.181 habitantes, entre 1974 e 1980, provocando significativas transformações no espaço urbano. No mapa 4 podemos ver essa ocupação urbana da década de 70, nas áreas amarelas e rosas. Esse crescimento populacional não foi absorvido pelas indústrias, originando problemas sociais no município (como falta de habitações e ocupações irregulares, loteamentos na periferia descoladas da malha urbana acompanhando as agroindústrias por trabalhadores de baixa renda). A autora ainda destaca que o município recebeu, durante a década de 80, massivos investimentos das esferas públicas para obras urbanas de embelezamento e modernização do centro, criando a imagem de cidade atrativa aos investidores externos.

Figura 14: Empresa Sadia - Chapecó 1980



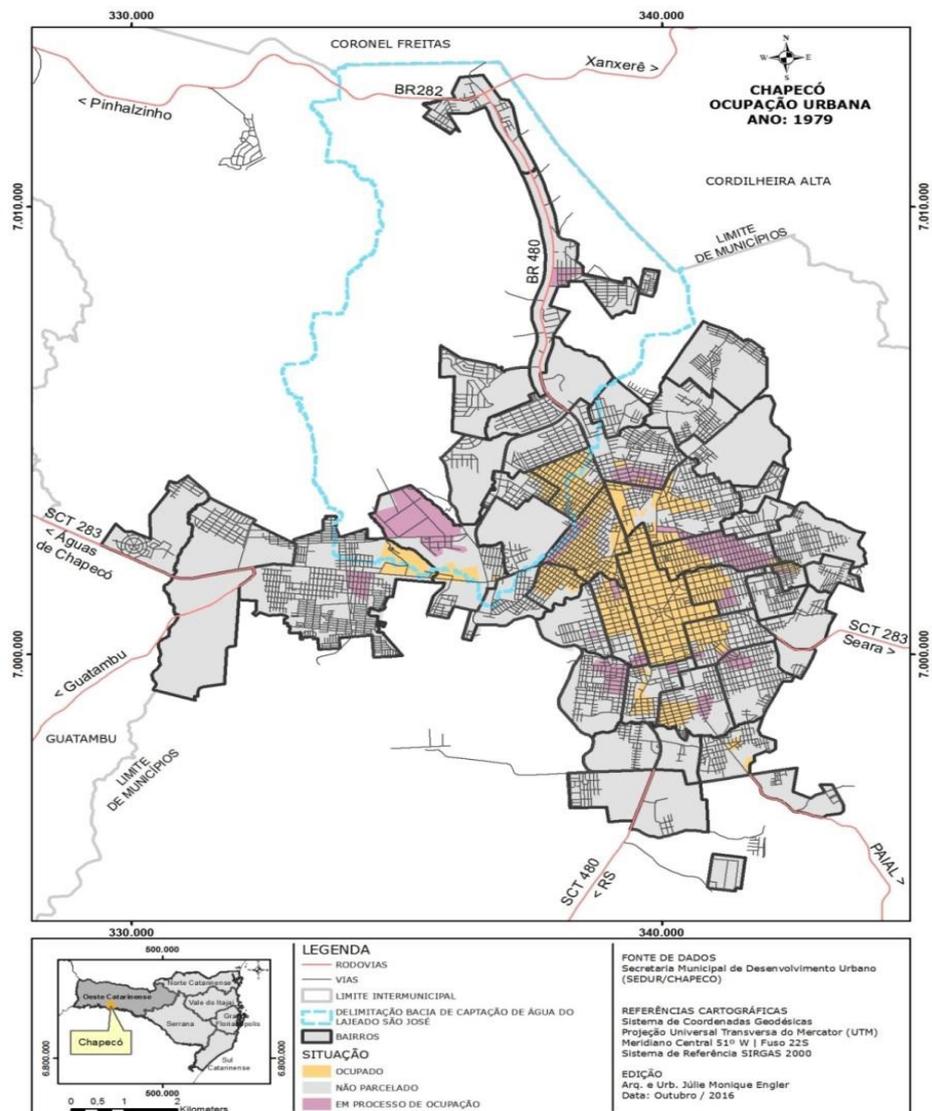
Foto: Rudi Batistello

Fonte: Instagram memória Chapecó

Santos (2004) já havia destacado a aplicação dos sistemas de objetos e ações sobre o território estabelecendo o papel da técnica sobre o espaço atual. Esse mecanismo atual de funcionamento do mundo, que Santos aplicava as categorias

como técnica, tempo e sistemas de objetos e ações para entender a intencionalidade e racionalidade nas práticas e eventos de modernização da sociedade e território. Essa modernização que podemos perceber em nossa volta, em nossa cidade, região e país, esse movimento impulsionado pela máquina capitalista, pelo movimento da produção dominante, alterando a sociedade, espaço e, como já descrito por Yazigi (2002) mudanças refletidas também no turismo, mudanças que sempre ocorreram e sempre ocorrerão.

Mapa 4: Ocupação urbana - 1979



Fonte: Secretaria de Desenvolvimento Urbano da Prefeitura Municipal de Chapecó. Elaboração: Júlie M. Engler (2016).

3.4.1 Elementos do turismo no período

No âmbito turístico do município, devido ao processo de aumento populacional e do desenvolvimento das atividades comerciais e de serviços em decorrência das agroindústrias, aumentaram a concentração de locais para hospedagem, como destaque o Hotel Bertaso (da família colonizadora da cidade) e o Hotel Chapecó, entre outros. Com aumento da população foi necessário um novo terminal rodoviário para suprir a demanda. O segundo terminal rodoviário de Chapecó foi inaugurado em 1969 (Figura 15), se localizando na esquina da avenida Nereu Ramos com a Rua Clevelândia, onde atualmente é o terminal rodoviário urbano. Esse terminal funcionou até 1992, quando inaugurou o atual terminal rodoviário, no Passo dos Fortes (Memória Chapecó, 2019).

Figura 15: Segundo terminal rodoviário

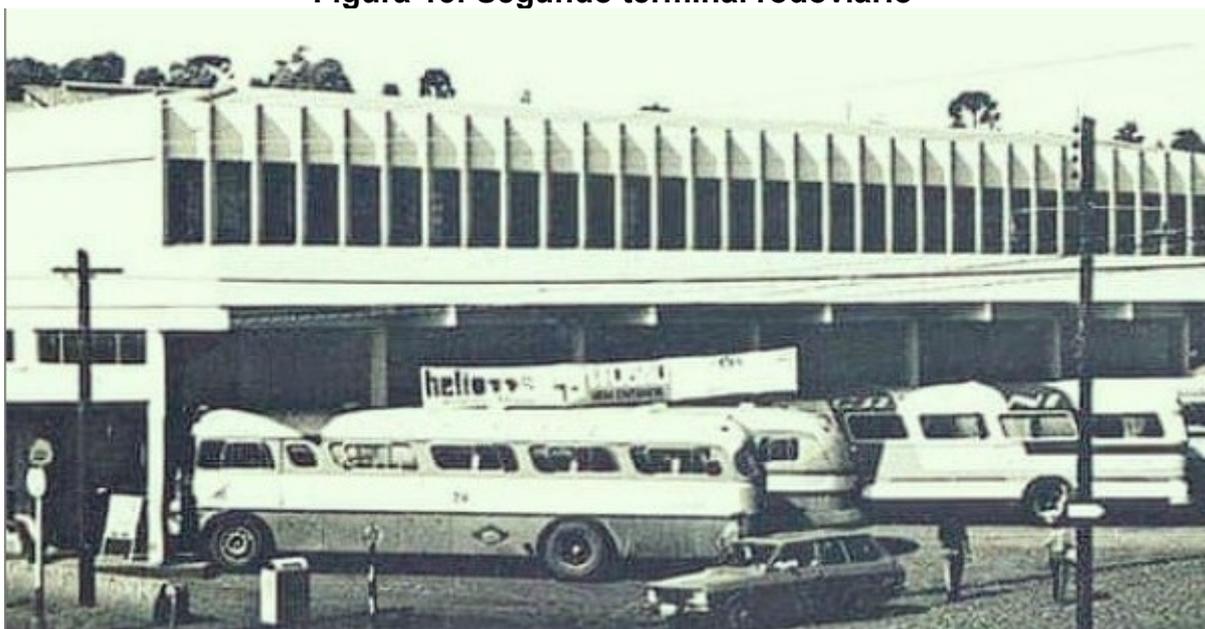


Foto: Victorino B. Zolet

Fonte: Instagram Memória Chapecó

Em 1978 foi inaugurado o segundo aeroporto de Chapecó, o Aeroporto Serafin Enoss Bertaso (Figura 16), localizado no bairro Quedas do Palmital, atual local de trânsito de aeronaves na cidade. Contrário do primeiro, o atual foi construído em um lugar pouco urbanizado na época, possibilitando receber aviões de maior porte e detém a possibilidade de expansão no longo prazo acompanhando o crescimento da cidade (Rodrigues, 2017, p.58). Segundo a revista Chapecó –

Turismo e Negócios 2019 (pg. 23) o fluxo de chegadas e partidas no terminal aeroportuário é em torno de 40 mil pessoas/ mês e 500 mil pessoas/ano.

Como forma de comemorar os 50 anos de emancipação política de Chapecó e visando divulgar os produtos do agronegócio da região, foi inaugurado em 1967 o Parque de Exposições Tancredo Neves (Figura 17 e 18). Foi realizada neste parque a primeira feira regional, chamada de EFAPI (Exposição Feira Agropecuária e industrial de Chapecó), evento que consolidou Chapecó como a “Capital catarinense do turismo de negócios”, fazendo com que ocorra esse fluxo de pessoas para a cidade favorecendo negócios e investimentos.

Em 2020, o Parque tem uma área total de 210.000 m² das quais 15 mil m² de área coberta, 14 mil m² de área externa, 16 pavilhões e 40 edificações (Chapecó, 2017). Conforme Gretzler (2011), ocorrem por ano aproximadamente 70 eventos, entre feiras, exposições e shows nesse local. As feiras realizadas na cidade, principalmente no parque Efapi, atraem um grande fluxo de pessoas para a cidade, demandando serviços como, por exemplo, os ofertados pela rede hoteleira.

Figura 16: Aeroporto Serafin Bertaso – 2018



Fonte: <https://www.skyscrapercity.com/showthread.php?p=156882474>

Figura 17: Parque de exposições Tancredo Neves – 1967



Fonte: <https://www.skyscrapercity.com/showthread.php?p=156882474>

Figura 18: Parque de exposições Tancredo Neves - 2013



Fonte: <https://www.skyscrapercity.com/showthread.php?p=156882474>

Segundo destaque na notícia do site “Rural Centro”, a Prefeitura está realizando a contratação de empresas privadas para promover alguns eventos, como algumas edições da EFAPI, que ficam responsáveis pela contratação dos shows e venda de ingressos na internet, ficando com uma boa parte da receita do evento. Aqui podemos notar mais uma vez a aplicação da técnica e da informática

na sociedade atual, a interação do MTCI, fazendo a ligação do evento com as pessoas, de dois modos: primeiro pela presença de empresa privada organizando um evento que anteriormente era a Prefeitura que fazia, ou seja, a terceirização dos serviços, característica do liberalismo econômico. E segunda, aplicação das vendas online, utilizando da técnica existente. Sem dúvidas, estas modernizações empregadas possibilitam atingir mais público e em áreas bem maiores.

3.4.2 Elementos de um “novo” turismo em Chapecó

Outro setor que possibilitou um aumento significativo de turistas em Chapecó foi dos eventos esportivos, a partir da criação do time de futebol da Chapecoense, ainda na década de 70. A região oeste catarinense não contava com nenhum time profissional no campeonato estadual, apenas alguns times amadores existiam (segundo Fundação Catarinense da Cultura).

Segundo site oficial da Chapecoense, em 1973 foi criada a Associação Chapecoense de Futebol (Chapecoense), time de futebol da cidade que, a princípio, foi criado para disputar o campeonato estadual de futebol. Após vários anos somente disputando o estadual, em 2009 começou a disputar o Campeonato Brasileiro Série D, e de forma meteórica chegou a série A. Também disputa a Copa do Brasil, foi campeã da Copa Sul-americana de 2016 acumulando quatro participações, participando em 2017 e 2018 da Copa Libertadores da América.

Historicamente, o time realizou seus primeiros jogos oficiais no Estádio da Montanha, em Xaxim. Em 1976 foi inaugurado o Estádio Municipal Índio Condá (Figura 19). Com o título catarinense de 1977 e classificação para disputar o Campeonato Brasileiro, o prefeito da época, Milton Sander, melhorou as condições do estádio, passando a chamar-se Estádio Regional Índio Condá – Figura 20. Inaugurado em 1978, tinha capacidade para 15 mil pessoas e permaneceu igual até 2008, quando foi realizada demolição parcial para dar lugar a atual Arena Condá, inaugurada em 2009 (Memória Chapecó, 2019).

Figura 19: Estádio municipal Índio Condá - 1977



Fonte: <https://www.skyscrapercity.com/showthread.php?p=156882474>

Esta alavancada do time trouxe um fluxo constante de visitantes tanto torcedores da Chapecoense de outras cidades quanto dos times adversários, sejam eles brasileiros ou estrangeiros, movimentando a economia da cidade por meio desse tipo de turismo de evento, popular no mundo inteiro. Segundo a Revista Chapecó-Turismo e negócios 2019, a assessoria do clube atende cerca de 300 pessoas semanalmente das mais diversas partes do Brasil e mundo que vem visitar e conhecer o interior da Arena Condá.

O time passou a ser mais conhecido mundialmente após o acidente com o avião que levava os jogadores e comissão técnica para a Colômbia disputar a final da Copa Sulamericana de 2016. Esse acidente modificou a visão do turista que vem até a região oeste, pois antes do desastre as pessoas vinham para assistir os jogos e agora acrescentou-se os turistas que vem só para conhecer a arena e visitar o memorial construído em homenagem às vítimas.

Figura 20: Estádio regional Índio Condá - 1980



Fonte: Instagram Memória Chapecó

3.5 DINÂMICAS SOCIOESPACIAIS E ELEMENTOS DO TURISMO EM CHAPECÓ NO PERÍODO 1990 - 2021

No período de 1990-2021 ocorreu a abertura econômica do país (liberalismo econômico) e também as modernizações na legislação referentes ao turismo, com mais divulgação e incentivos econômicos a essa atividade. Segundo notícia do site Convention (2018), devido ao crescimento dos eventos de negócios, a cidade conta com três hospitais, cinco emissoras de televisão, cinco rádios FM e duas rádios AM, oito jornais, nove revistas, mais de 140 empreendimentos gastronômicos ligados a sindicatos patronais, mais de 21 instituições de ensino superior (sendo três universidades), atraindo muitos estudantes, visitantes e empresários multissetoriais (de níveis nacional e internacional), além das opções de atrativos turísticos, belezas naturais, lazer e descanso.

Nascimento (2015) destaca que Chapecó apresentou níveis elevados de crescimento econômico e populacional ao longo da segunda metade do século XX e primeiros anos do século XXI. Em 2016, com quase 210 mil habitantes, o município se destaca pela importância em um dos maiores circuitos espaciais de produção de carnes e derivados da América Latina, com unidades de processamento e empresas de apoio à produção agroindustrial. Existe uma articulação desse circuito com a produção agropecuária rural, as pequenas cidades ao entorno, criando fluxos de mercadorias, pessoas e capitais, além de outros serviços privados e públicos e atividades econômicas diversas.

Fujita (2015) destaca que no plano urbano-regional, Chapecó articula uma rede urbana com cidades de pequeno porte e centro intermediários (como Concórdia, Pinhalzinho, São Miguel do Oeste e Xanxerê), onde cumprem seu papel na divisão territorial do trabalho na região, onde cada cidade mantém um grau específico de articulação com Chapecó. Para Nascimento (2015), a evolução da estrutura socioespacial urbana de Chapecó no decorrer dos anos 1990 e após o ano 2000 consolidou o padrão de segregação centro *versus* periferia, notável no perfil socioeconômico da população residente e os níveis de infraestrutura e serviços nos bairros em comparação ao centro. Em alguns subespaços encontram-se favelas próximas do centro e condomínios fechados ocupados por população de média e alta renda. Essa situação, em geral, advém da valorização da terra e do espaço construído em detrimento da função social da propriedade e do direito à cidade.

Observa-se nesse período que a cidade de Chapecó cresceu tanto em população quanto em infraestrutura, mas não suficiente para garantir que todos tivessem qualidade de vida. Santos (2008a) destaca que cada momento da história social local ou regional dependem das ações das variáveis presentes no sistema presente, ou no modo de produção ao que esteja inserido, em que espaço se constitui em uma acumulação desigual dos tempos. Essas novas relações existentes em Chapecó, advindas de objetos e formas com idades diferentes, mas que se organizaram em uma nova configuração. Isso ocorre pela transformação da ação modernizadora, que gera novas ações, ocorrendo novas transformações locais ou regionais, mas que são orientadas pela ação do sistema global.

Cruz (2001) também se refere a ocupação humana sobre o espaço ao longo do tempo e a sua constituição como território por meio da criação das fronteiras e de leis que regem esse território. Esse mesmo território, que depois é modificado pelo homem o qual implanta seus meios tecnológicos, criando as infraestruturas necessárias para total dominação do meio ambiente, permitindo que se desenvolvam inúmeras atividades econômicas, inclusive turismo. A seguir citaremos outros objetos geográficos que fazem parte dessa modernização do território chapecoense a partir de década de 90, e como sua presença modifica as relações dos fluxos presentes.

3.5.1 Elementos da modernização do turismo neste período

3.5.1.1 Terceiro e atual terminal rodoviário de Chapecó

Segundo o site Rodoviária (2020) o atual terminal rodoviário de Chapecó (Terminal Rodoviário Intermunicipal Raul Bartolomei) fica localizado próximo à região central da cidade e foi inaugurado em 1992 (figura 21). A estrutura é ampla, com quase seis mil metros quadrados de área construída, conta com 20 plataformas de embarque e desembarque. Sala de espera ampla, com lanchonetes, banca de jornais e revistas, sanitários, telefone público, estacionamento gratuito e ponto de táxi 24 horas. Em frente, há o monumento chamado “O Viajante” inaugurado junto ao Terminal. Dentro do terminal encontram-se exposições de obras de arte.

Figura 21: Terminal Rodoviário de Chapecó



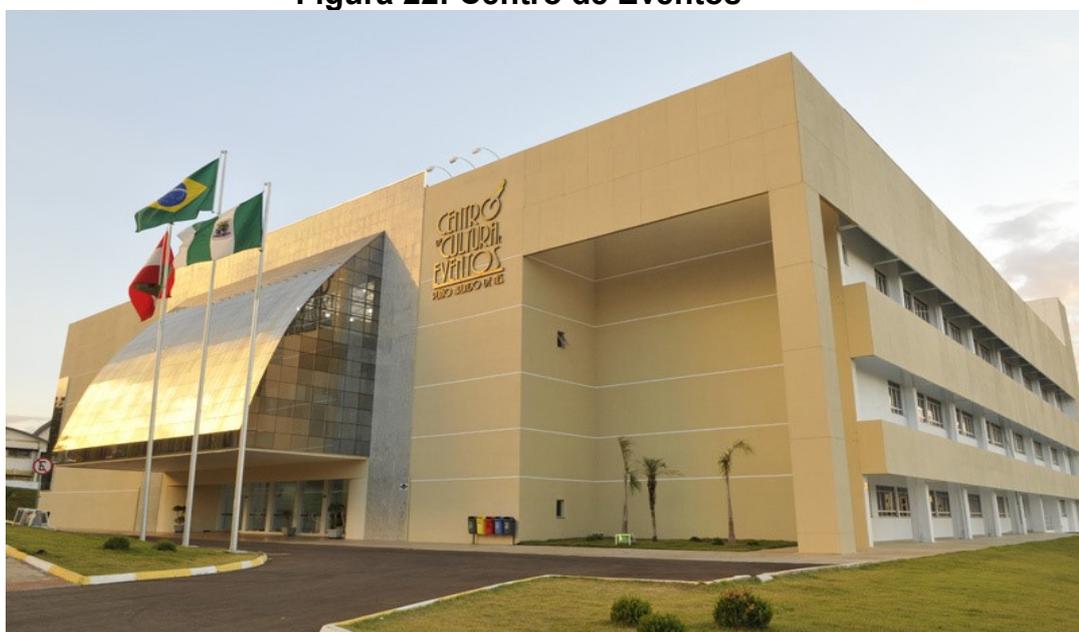
Fonte: <https://www.oesteemfoco.com.br/noticia/9061/terminal-rodoviario-de-chapeco-ainda-nao-fez-melhorias-exigidas-pelo-mp>

São 18 viações que fazem trajeto sendo elas Cantelle, Catarinense, Ouro e Prata, Planalto, Princesa do Ivai, Princesa dos Campos, Progresso, Progresso Três Rios, Rápido Federal, Real Trans. Turismo, Reunidas, Saritur, Serra Azul, Solimões, Transbrasiliana, Transfada, Transnorte e Transpen. Os principais destinos são Curitiba, São Paulo, Florianópolis, Blumenau, Xanxerê, Maravilha, Concórdia e Joaçaba. Segundo a revista Chapecó – Turismo e Negócios 2019 (pg. 23) o fluxo de chegadas e partidas no terminal rodoviário fica em torno de 35 mil pessoas/ mês.

3.5.1.2 Centro de Eventos Plínio Arlindo de Nês

Segundo a Santur (2008), o empreendimento foi inaugurado em 2008, contando com investimentos de R\$ 8 milhões do Governo do Estado e mais R\$ 8 milhões da Prefeitura de Chapecó. São 13 mil metros quadrados de área construída. A área total do palco é de 655 metros quadrados, sendo 280 metros quadrados de tablado de madeira encerado. Área de plateia contém 915 metros quadrados, acomodando 25 fileiras de poltronas totalizando 989 lugares e mais 10 espaços para cadeirantes (figura 22).

Figura 22: Centro de Eventos



Fonte: <https://ndmais.com.br/saude/centro-de-eventos-sera-transformado-em-hospital-em-chapeco/>

A infraestrutura pode sediar de 6 a 12 eventos simultâneos, com total acessibilidade. Este centro, segundo a notícia, consagra a cidade como centro de turismo de negócios, recebendo eventos nacionais de grande porte. Segundo Luiz Henrique, governador do Estado na época, “Esta obra será um divisor de águas no município, existirá o antes e o depois do centro de eventos, como já vem acontecendo em todos os municípios onde a obra já foi inaugurada”. Segundo o Diário do Iguazu (2018), no primeiro semestre de 2018, o Centro de Cultura sediou mais de 60 eventos, com público total de 6 mil pessoas.

Somente neste primeiro semestre de 2018 o Centro de Cultura e Eventos Plínio Arlindo de Nês foi sede para mais de 60 eventos. Destes, o público que prestigiou as iniciativas de negócios chegou a cerca de 6 mil pessoas. No Parque Tancredo de Almeida Neves, na Efapi, A marca ultrapassou 50 mil visitantes em mais de 15 eventos de negócios. Ao todo, somente no Parque até o mês de junho deste ano as ações movimentaram R\$ 50 milhões em negócios fechados no decorrer dos eventos. (Diário do Iguazu, 2018)

3.5.1.3 Shopping Pátio Chapecó

Motter; Filho (2017 p.72) destacam que uma porção territorial anexada à área urbana central de Chapecó pelo Plano Diretor de 2014 era caracterizada pela “existência de atividades de produção e desenvolvimento econômico [...]” onde foi implantado o *Shopping Pátio Chapecó* em 2011. Localizado na porção norte da atual área urbana central, ele é o primeiro empreendimento do gênero na cidade. Ao se localizar entre a via de acesso à cidade pela BR-282 e a Avenida Getúlio Vargas, a instalação desse objeto geográfico alterou significativamente seu entorno e o modal turístico da cidade. Sua localização favorece aos turistas de cidades vizinhas o fácil acesso as variedades desse subcentro urbano. Outros dois *Shopping* já funcionaram em Chapecó: o Itajoara e o Mercocentro, os dois no centro da cidade.

Figura 23: Shopping Pátio Chapecó



Fonte: <https://contandoashoras.com/2012/08/09/shopping-patio-chapeco/>

Essas estruturas são exemplos do que Knafou (2001) chama dos sujeitos da produção e consumo do espaço: o estado, que fomenta o turismo e dá materialidade a atividade turística, como podemos verificar nos investimentos que os governos

fizeram, por exemplo, no Centro de Eventos; O mercado, que altera o espaço e cria artifícios turísticos, como exemplo do Shopping Pátio Chapecó; e o próprio turista, que veem até Chapecó aproveitar essas atrações (figura 23).

3.5.1.4 Universidades Regionais

Outras estruturas presentes na cidade são as diversas universidades e faculdades instaladas no espaço urbano e que também contribuem para um determinado fluxo de turistas até Chapecó, seja visitando as mesmas, pessoas participando dos diversos congressos, palestras e eventos em geral que ocorrem nelas (figuras 24 e 25). São elas que também propiciam aos seus acadêmicos a possibilidade de desenvolver o chamado “Turismo de estudos e intercâmbio”. Na cidade estão presentes mais de 21 instituições de ensino superior (sendo três universidades).

Figura 24: Unochapecó



Fonte: <https://www.unochapeco.edu.br/>

No país, essa modalidade turística é reconhecida pelo MTur, cuja definição: “Turismo de Estudos e Intercâmbio constitui-se da movimentação turística gerada por atividade e programas de aprendizagem e vivências para fins de qualificação, ampliação de conhecimento e de desenvolvimento pessoal e profissional” (BRASIL, 2006, p.21).

Segundo Coelli (2014, p. 738):

Uma importante e notória ação recente do Governo Federal foi o lançamento do Programa Ciência Sem Fronteiras, através do qual se pretende estimular cada vez mais a atividade de intercâmbio, tanto no emissivo como no receptivo, tendo como meta oferecer 101.000 bolsas a estudantes e pesquisadores no País e no Exterior (www.cienciasemfronteiras.gov.br).

Como o autor destaca, com o “Ciências Sem Fronteiras” alguns dos objetivos era a inserção internacional das instituições brasileiras pela oportunidade de troca de conhecimento entre estudantes e cientistas estrangeiros, e também, investir na formação de pessoal altamente qualificado nas habilidades necessários para o crescimento da sociedade. Desta forma, além de um programa de interação e troca de conhecimentos, permitia as pessoas conhecerem outros países e cultura.

Figura 25: Universidade Federal da Fronteira Sul



Fonte: <https://www.uffs.edu.br/campi/chapeco/>

3.5.2 Novos espaços de uso e privatizações

O poder público, no uso das atribuições visando beneficiar o capital, atuou de dois modos, em Chapecó, para modificar leis e implementar concessões. Primeiramente, visando beneficiar a implantação de um parque aquático, sancionou a Lei complementar nº 694 que autoriza a empresa Costão do Santinho investir mais de R\$ 1 bilhão de reais na cidade. Segundo o jornal ND Mais, a Lei declara área de interesse público e autoriza a execução do projeto especial destinado a implantação do Complexo Turístico, conforme figura 26.

Figura 26: Futuro Complexo Turístico de Chapecó



Fonte: <https://clicrdc.com.br/categoria-geral/complexo-turistico-e-parque-aquatico-saiba-detalhes-sobre-o-investimento-do-costao-do-santinho-em-chapeco/>

Outra alteração no espaço, com apoio do poder público, foi a concessão do aeroporto municipal para iniciativa privada. Segundo site do governo estadual, por meio de ato público de assinatura de contrato de concessão no dia 11 de dezembro de 2020, a prefeitura repassou a Concessionária Voe Xap (Empresa do grupo Socicam) o direito de exploração, expansão e manutenção do aeroporto Serafim Bertaso por 30 anos, cujo objetivo é expansão da área comercial, implantação de terminal de cargas moderno, aumento do terminal de passageiros, passando para porte de 1,5 milhão de passageiros /dia. Em contrapartida a prefeitura irá restaurar 3,5 km da via de acesso ao aeroporto, no valor de R\$ 4,3 milhões.

Nota-se que o poder público municipal está atendendo demandas liberais no que tange ao uso do espaço turístico, beneficiando uma minoria privilegiada em detrimento ao restante da população chapecoense que não poderá participar dessas benesses.

3.6 A GEOGRAFICIDADE DO TURISMO EM CHAPECÓ: MODALIDADES

Nem sempre a tradição e identidade local são consideradas e preservadas quando o espaço está sendo utilizado para exploração turística. Em Chapecó, nota-

se que quando falamos em turismo cultural ou religioso existe um esforço de preservação dessa identidade, pois é exatamente o que os turistas procuram nessa modalidade. Porém, em outras modalidades, percebe-se uma “adaptação” do espaço visando adequar à demanda existente, como ocorre no turismo de eventos e negócios. Esse circuito de turismo implantado na região, incorpora características modernas e não tradicional. E toda essa modernização está presente na infraestrutura da cidade, na rede hoteleira, aeroporto, rodovias, comunicação.

E junto a estes elementos do processo de modernizações do território, incorporam-se outros turismos, como os eventos esportivos, que também precisam de infraestrutura, mas que demandam outros tipos de comércios, já que ele engloba o lazer. Assim como acontece com o ecoturismo, que por ser característica natural da região, demanda determinados comércios e atendimentos diferenciados. Estes elementos que vão caracterizando o processo de modernizações do território junto com elementos da natureza local atraem fluxos turísticos. Nesse sentido, vamos especificar algumas modalidades turísticas presentes em Chapecó.

3.6.1 Turismo de Eventos e negócios

Ferreira; Silva; Miranda (2010) destacam que o turismo de negócio e eventos trazem mais retornos financeiros aos locais de destino do que o turismo de lazer, além de proporcionar que o turista não participe somente do evento a que veio mas possa visitar outros disponíveis na localidade. Sendo assim, ocorre a necessidade de manter uma infraestrutura que proporcione além do turismo de negócio (específico) todo suporte para este, inclusive outras modalidades turísticas.

Ferreira; Silva; Miranda (2010) destacam que a conceituação do turismo de Negócios e Eventos abrange alguns questionamentos ainda muito discutidos no meio acadêmico, em que alguns autores não o consideram como uma modalidade turística pelo fato do deslocamento ser muitas vezes remunerado e/ou não voluntário, bem como tratam a modalidade separadamente com nomenclaturas e definições diferenciadas. Diante da amplitude das duas tipologias de turismo, o Ministério do Turismo (BRASIL, 2008, p. 15), estabeleceu que o “Turismo de Negócios & Eventos compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social. “Para os fins deste artigo, optou-se por

adotar essa definição, por se perceber a complexidade em distinguir os conceitos entre Negócios e Eventos, sendo que ambos ora estão intrinsecamente relacionados, ora independem um do outro para sua ocorrência.

Ferreira; Silva; Miranda (2010) destacam quanto às características, é válido mencionar a rentabilidade do segmento, visto que o turista de negócios e eventos tem um gasto mais elevado – em média duas vezes mais que o turista de lazer. É também uma modalidade que independe da existência de recursos naturais ou culturais no destino, e ainda, que não se restringe às condições climáticas e/ou períodos de férias. Outra peculiaridade dessa modalidade de turismo é que frequentemente ocorre em centros urbanos e atua como instrumento de promoção do destino, a partir do momento em que é despertado no turista o interesse em conhecer os atrativos locais existentes que, por conseguinte, divulga-os a outras pessoas e podem retornar em outro momento, ampliando assim a demanda para o local. O Ministério do Turismo (2008) estabelece como principais agentes do segmento os governos (Federal, Estadual e Municipal), a iniciativa privada e os promotores de eventos. Esse órgão pressupõe a existência de uma rede de relacionamentos institucionais e operacionais entre esses agentes, de forma a viabilizar a ocorrência do segmento.

Segundo a revista *Chapecó – Turismo e Negócios 2019* (pg. 23), Chapecó recebe, em média, 250 mil turistas anualmente com a realização de feiras e exposições. Conta com 32 hotéis e mais de 3,5 mil leitos, mais de 900 lanchonetes, cerca de 2 mil restaurantes (tradicional e típicos) e dez casas noturnas espalhados por mais de 200 loteamentos. Ainda segundo a revista (pgs. 30 a 45), o turismo de negócio cresceu, em 2019, 14,7% em relação a 2018, movimentando 52 setores da economia: primeira camada são os hotéis, estabelecimentos de alimentos e bebidas, transportes, atrativos e compras; a segunda camada envolve energia, comunicação, serviços financeiros, agricultura, serviços gerias e combustível; e a terceira inclui pessoal, insumos, setor imobiliário, hospitais, entretenimento e logística.

Segundo a presidente do Conselho Regional de Turismo do Grande Oeste (Conturoeste), Elisiane Menegolla, ainda não se tem um PIB oficial do turismo de Chapecó, mas analisando as taxas de ocupação hoteleira anual, ela estima que o PIB de turismo da cidade está acima do PIB nacional de 8,1% (dado de 2019 do Mtur). O PIB mundial do turismo corresponde a 10,4% (dado de 2019 da OMT), no

estado de Santa Catarina, 12,5% do PIB total corresponde ao turismo (dado de 2019 da Santur). Só no trimestre 2017/2018 (dezembro, janeiro e fevereiro) Santa Catarina atraiu 2,5 milhões de turistas com impacto de R\$ 10,1 bilhões na economia, segundo cálculos da Fundação Getúlio Vargas. Quanto aos valores decorrentes do turismo em Chapecó temos os seguintes dados:

- Mercoagro 2020: 205 estandes, 350 marcas e empresas, 20 mil pessoas estimadas, negócio na ordem de US\$200 milhões, criando 3 mil empregos temporários injetando R\$ 15 milhões na economia local.
- Efapi: Em 2017, 423,5 mil visitantes, R\$ 152 milhões em negócios, 3,5 mil empregos temporários e Injeção R\$ 13,5 milhões na economia local.
- Mercomóveis 2020: 15 mil visitantes estimados, de 80 a 100 empresas expositoras com mais de 1,2 mil produtos, negócios em R\$ 200 milhões.

Podemos notar nesses dados que o turismo de negócios constitui de suma importância para o município, que apesar de não possuir um PIB específico de turismo estima-se em valor superior a 8,1% (comparado ao PIB nacional). A maioria dos eventos estão interligados as agroindústrias, comércio e prestação de serviço, sendo que os dois últimos se especializaram efetivamente entre os anos 70 e 80. Com o movimento de globalização econômica acentuado na década de 90 e políticas públicas destinadas ao liberalismo econômico, os fluxos se acentuaram sendo preciso melhorar e ampliar a infraestrutura de nossa região, para suportar o aumento das demandas desses fluxos contemporâneos.

3.6.2 Turismo de experiência

Segundo o SEBRAE o novo modelo de consumo atual trouxe a necessidade de satisfazer as pessoas com novidades que despertem os sentidos e sentimentos, aprendendo algo novo ou inusitado, aproveitando a gastronomia local ou colhendo frutas em uma propriedade rural. Por causa dessa nova configuração, surgiram serviços turísticos baseados na experiência, com a interação real com o espaço visitado, saindo do binômio “contemplação + descanso”.

Segundo dados do Ministério do Turismo essa justificativa é confirmada, pois o público que busca essa forma de viagem tem poder aquisitivo maior, pagando preço entre 10% e 50% maior que o tradicional, têm entre 35 a 50 anos, pertence as classes A ou B, e já havia viajado para fora do estado onde mora nos últimos seis

meses. Na sequência, apresentamos modalidades turísticas que estão incorporadas no turismo de experiência, como o turismo rural, ecoturismo, lazer, gastronomia etc.

3.6.3 Turismo Rural

Ministério do Turismo (2006, p. 49) define Turismo Rural como “conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade”. Lunardi e Souza (2009 *apud* Lima, 2013) destacam a década de 90 marcada por novos debates sobre o desenvolvimento rural que passaram a considerar as atividades não-agrícolas como forma de promover esse desenvolvimento ao invés do modelo de modernização da agricultura. Desta forma, entra em cena o turismo rural com mais ênfase na década de 90 como diversificação e resposta econômica para as pessoas da agricultura familiar.

Esta modalidade turística está presente em Chapecó, sendo constituída basicamente por atividades que contemplam passeios na zona rural do município, como apresentado no Apêndice 01 deste trabalho. Segundo o blog Ecoviagem, Chapecó possui quatro rotas de turismo rural definidas: Rota Italiana, Rota Vale do Rio Uruguai, Rota dos Tropeiros e Rota Vale do Rio Irani, cujos visitantes podem saborear a comida típica, apreciar a beleza da natureza, fazer trilhas, praticar o turismo náutico e adquirir produtos.

3.6.4 Ecoturismo

Ministério do Turismo (2006, p.9) define Ecoturismo como sendo “um segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações”. Strey (2012) lembra que tanto o ecoturismo quanto o turismo de aventura têm em comum o meio ambiente natural para a realização das atividades, porém existe uma diferença entre os dois: no ecoturismo a natureza é a principal fonte motivadora, e no turismo de aventura a natureza é o cenário para o acontecimento da atividade, com foco na prática desenvolvida.

Serra (2007) destaca que é esse meio ecológico o mais valorizado nos dias atuais, chamado de turismo ecológico. Segundo ele, o retorno a esse meio com pouca interferência humana é o objeto de consumo dos viajantes e o que promove a sensação de tranquilidade em um meio tomado de impactos ambientais. Conforme Apêndice I, em Chapecó também se encontra tanto Ecoturismo quanto turismo de aventura, sendo praticado no Ecoparque da cidade, *Campings*, Vale do Uruguai e trilhas no interior do município.

3.6.5 Lazer

Segundo Santos; Souza (2012) lazer pode ser compreendido como o uso do tempo para evadir-se da rotina diária de trabalho, ou ao tempo não utilizado para trabalho ou qualquer ação que remeta a compromisso, retirando as obrigações familiares. Prática do lazer quando as atividades são selecionadas voluntariamente e que forneçam renovação física e mental ao praticante, seja como entretenimento, divertimento e enriquecimento espiritual, social, cultural e intelectual. Os autores também destacam a diferença para recreação. Recreação é o conjunto de atividades não lucrativas que o homem realiza com tempo livre (tempo de lazer), dentro do lugar de sua residência. Nesta mesma linha, o turismo de lazer é a prática de atividade durante o lazer, porém desfrutado em outro local fora da residência com permanência de um pernoite.

Serra (2007) destaca que:

A espacialidade turística também se faz a partir de impactos no meio ambiente, com a construção de grandes objetos espaciais voltados para o lazer. A tentativa de promover a todo custo a expansão da atividade, resulta em contrastes no espaço original, que, de certa forma, não correspondem à história ou cultura do lugar. Alguns pesquisadores julgam o turismo como um produtor de não-lugares, o que resultaria na confirmação de que a prática do turismo está a serviço do capital. (Serra, 2007, p. 42)

Como podemos ver o turismo de lazer não é bem uma categoria a parte, ela está presente nas outras modalidades turísticas em si. E como Serra (2007) destaca, o meio ambiente é adaptado pelo ser humano para que sirva ao turismo e lazer mesmo não ocorrendo determinada identidade com esses lugares onde se praticam essas atividades. Conforme Apêndice I, em Chapecó as formas locais de lazer podem ser desfrutadas nas águas termais da Estância das Águas, visitação em praças, parques, sítios e pousadas espalhadas pelo município.

3.6.6 Gastronomia

Segundo blog Food'n Road, o chamado Turismo Gastronômico, Turismo Culinário ou Turismo de Gastronomia é um termo relativamente novo e tem por definição “a atividade que proporcionam experiências de consumo e apreciação de comidas e bebidas, apresentadas de tal maneira que valorizam a história, a cultura e o meio ambiente de determinada região, como *tour* de comida de rua, degustação de bebidas e pratos locais, seguir rotas de produtos, comer em restaurantes tradicionais, visitar feiras e mercados locais, visitar fazendas e produtores, aulas de culinária ec. Desta forma, podemos verificar a presença de bares, restaurantes, lanchonetes, mercado público entre outros em Chapecó onde o turista que busca conhecer os pratos e bebidas regionais podem apreciar.

3.6.7 Turismo Cultural / religioso

Moletta (2001) define turismo cultural como permissão de acesso a um patrimônio cultural de uma sociedade, sua história, cultura e modo de vida. Também advém da motivação do turista em conhecer locais baseados no processo histórico de um povo, tradições e manifestações culturais, históricas e religiosas. Ainda sobre o que seria o Turismo Cultural, o MTur afirma que este termo compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura. (Ministério do Turismo, 2006, p.13).

Em Chapecó encontramos o turismo cultural/ religioso na visitação das galerias de artes, museus, monumentos, festas típicas, capelas espalhadas pela cidade, inclusive a Catedral Santo Antônio, marco histórico de Chapecó.

3.6.8 A seletividade presente no espaço geográfico

Podemos observar que existe uma certa seletividade nos elementos constituintes do turismo chapecoense. A modernização que se apresenta evidente na infraestrutura da cidade não se reflete em prol de todos os chapecoenses. Como exemplo, podemos citar os esforços para modernizar e privatizar o aeroporto de Chapecó enquanto as estradas periféricas da região estão deteriorando. Se fossem realizados investimentos em um modo geral, estes beneficiariam todos e trariam maiores retornos econômicos para a cidade. O modelo de modernização, com apelo

turístico beneficia uma pequena parte da população, normalmente os mesmos que detém o poder de decisão sobre o espaço e economia. E normalmente essa parcela da população exige essas demandas, mas nem sempre o lucro do todo permanece na cidade.

3.7 OS PROMOTORES DO TURISMO EM CHAPECÓ

Neste capítulo vamos analisar como ocorre a promoção e divulgação da atividade turística do município de Chapecó, destacando seus agentes promotores. Fica evidente que as ações decorrentes destes agentes promotores sobre o território (entre elas, criação de Leis que possibilitassem essas transformações e implantação de infraestrutura de suporte, não só física, mas financeira também) possibilitaram que a região oeste catarinense, principalmente Chapecó, sofresse uma modernização espacial.

3.7.1 Os agentes promotores (governos e iniciativa privada)

Os agentes promotores do turismo em Chapecó são formados pelos governos municipal e estadual (em grande parte) e a iniciativa privada. A seguir vamos explorar cada agente.

3.7.1.1 Governos estadual e municipal

São constituídos pela Secretaria de Turismo do Estado de Santa Catarina (SANTUR) e a Secretaria municipal do Desenvolvimento Econômico e Turismo de Chapecó (SEDET) são os órgãos oficiais do turismo na região. São estes que promovem, por meio de vinculação na mídia em geral, o turismo de negócios da cidade, dando ênfase nos eventos relacionados ao setor agroindustrial, comércio e serviços, principalmente. A SEDET busca divulgar também os demais atrativos turísticos do município, inclusive as diversas praças existentes no perímetro urbano. Essa divulgação possibilita ampliar o potencial turístico da cidade, incentivando a população de outras regiões para que venham a cidade aproveitar as modalidades de lazer. A Prefeitura de Chapecó investe valores em infraestrutura nessas diversas modalidades de turismo, por meio das outras secretarias, tornando melhor os ambientes e os acessos.

Outro exemplo de investimento realizado pela prefeitura é o de capacitação profissional. Segundo o Jornal Diário do Iguaçu, desde 2016, a Prefeitura de

Chapecó desenvolve o Projeto Desbravando Nosso Potencial Turístico, por meio da parceria entre *Convention Bureau* e o Sindicato de Bares e Restaurantes de Chapecó (SIRBASCH) atuando na capacitação gratuita aos profissionais que atuam no turismo chapecoense, como taxistas, camareiras, garçom, recepcionistas, profissionais que manipulam alimentos entre outros, sendo que 300 participantes já se registraram desde o início das atividades.

Um passo importante para a expansão do turismo em Chapecó foi a partir do Decreto Nº 4960, de 12 de março de 1996, que criou a Comissão Municipal de Turismo, e da criação da Lei Nº 3846, de 03 de julho de 1998, onde foi instituído o Conselho Municipal de Desenvolvimento Turístico e criou o Fundo Municipal de Desenvolvimento Turístico, vinculado à Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico. O objetivo da prefeitura era propor medidas que incentivassem e promovessem o turismo na cidade e administrasse os pontos turísticos de Chapecó. A partir daí novas leis foram sendo criadas e implantadas objetivando essa expansão e exploração turística, conforme podemos observar no quadro 08.

Segundo a prefeitura de Chapecó, como forma de incentivo a realização de grandes feiras e eventos que movimentem o turismo, os negócios e a economia, por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo tem o Conselho Municipal de Turismo (Comtur), criado pela Lei municipal Nº 5.502 de 02 de março de 2009. O Conselho é formado por onze entidades e tem o papel principal de apoio, organização e divulgação do setor turístico. Toda a movimentação turística contribui para a economia local em diversos setores econômicos, ou seja, ocorrem vantagens multissetoriais. Dados da Diretoria de Tributos mostram que a variação na arrecadação do ISS dos hotéis (Imposto sobre serviços) chega a 35% mais em meses com vários eventos em comparação com meses com poucos eventos. Trocando em valores, o faturamento da rede hoteleira em setembro (quando ocorreu a Mercoagro) foi de R\$ 1 milhão a mais do que em junho (sem eventos expressivos).

Quadro 8: Políticas Públicas Municipais para o turismo

Políticas públicas para o turismo em Chapecó	
Amparo legal	Descritivo
Lei nº 3526, de 31 de maio de 1993	Dispõe sobre isenção do ISS aos estabelecimentos hoteleiros e similares.
Decreto nº 4960, de 12 de março de 1996	Cria a comissão municipal de turismo
Lei nº 3846, de 03 de julho de 1998	Institui o Conselho Municipal de desenvolvimento turístico e cria o fundo municipal de desenvolvimento turístico.
Lei complementar nº 66, de 17 de novembro de 1998	Dispõe sobre instituição e estruturação da Fundação de Eventos Chapecó - FEC
Lei complementar nº 149, de 18 de novembro de 2002	Dispõe sobre a criação da Fundação Cultural de Chapecó - FCC
Lei nº 5139, de 20 de dezembro de 2006	Dispõe sobre a instituição da semana de divulgação dos roteiros turísticos de verão e inverno em Chapecó
Lei nº 5502, de 02 de março de 2009	Dispõe sobre a criação do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR e do Fundo Municipal de Turismo - FUNTUR
Lei nº 7191, de 01 de outubro de 2018	Dispõe sobre a implantação do programa “Adote uma praça” no município de Chapecó.
Lei nº 7269, de 03 de julho de 2019	Institui o Conselho Municipal de Políticas Culturais - CMPC

Fonte: Prefeitura Municipal de Chapecó

3.7.1.2 Iniciativa privada

Na Lei municipal N° 5.502 de 02 de março de 2009, que instituiu o Comtur em Chapecó, estão estabelecidos os 11 membros que formam o conselho, sendo:

- um representante da Secretaria de Desenvolvimento Econômico e Turismo;
- um representante da Secretaria de Agricultura e Serviços Rurais;
- um representante da Fundação Cultural de Chapecó - FCC;
- um representante do Chapecó e Região Convention & Visitors Bureau;
- um representante da Associação Comercial e Industrial de Chapecó - ACIC;
- um representante do Sindicato do Comércio Varejista de Chapecó - SICOM;
- Um representante da Câmara de Dirigentes Lojistas de Chapecó - CDL;
- um representante do Sindicato de Hotéis, Restaurantes, Bares e Similares de Chapecó - SIHRBASC;
- um representante do Sindicato dos Trabalhadores em Turismo e Hospitalidade de Chapecó - SINTRATUH;
- um representante do Sindicato Rural de Chapecó;
- um representante da Sociedade Amigos de Chapecó - SAC.

Retirando os representantes das secretarias e órgãos do município percebemos que os restantes dos membros do conselho participam de grupos representativos da iniciativa privada de Chapecó, ou seja, pertencem a elite da cidade. Podemos observar que não existe uma participação por parte da população em geral, ou seja, as tomadas de decisões partem da maioria que representa a elite chapecoense, enquanto a outra parte da população nem sequer possui representatividade perante o Comtur, não tendo direito de opinar e contribuir, ficando nítido que as decisões partem e atingem somente os interesses dos mais ricos. Dessa forma, o turismo de Chapecó segue na linha desejada pela minoria rica que comanda praticamente todo o sistema turístico municipal.

CAPÍTULO 04:

DESENVOLVIMENTO SOCIOECONOMICO POR MEIO DO TURISMO: SERÁ MESMO?

No presente capítulo buscamos apresentar alguns indicadores de desenvolvimento humano, indicadores econômicos, de segurança pública, PIB e infraestrutura de Chapecó para analisarmos como foram implantadas as políticas públicas no território visando beneficiar o modal turístico voltado ao agronegócio, comércio e prestadores de serviço, e se estes contribuíram para um desenvolvimento socioeconômico da cidade.

4.1 INDICADOR DE SEGURANÇA PÚBLICA

Utilizando como base a figura 2 – Fatores que influenciam o turista – vamos elencar alguns indicadores de Chapecó para entender os fixos e fluxos do turismo regional. Um indicador importante é o indicador de segurança pública, em que o município de Chapecó apresenta uma média anual de 10.171 ocorrências policiais registradas nos últimos cinco anos e 246 mortes por causa violenta (figura 27).

Nota-se, ao decorrer do tempo, uma redução dos óbitos por causa violenta apesar do aumento das ocorrências policiais, o que pode ser explicado pelo aumento do policiamento ostensivo preventivo na cidade.

Figura 27: Indicador de segurança pública

Quadro 4 - Aspectos segurança pública

Aspectos segurança pública	2013	2014	2015	2016	2017
<i>Ocorrências policiais</i>	9.306	8.437	7.634	11.725	13.754
<i>Óbitos por causa violenta</i>	54	63	46	44	39

Fonte: Secretaria de Segurança Pública Santa Catarina

Fonte: caderno de desenvolvimento do SeBRAE (2019) – Chapecó

4.2 INDICADOR DO PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB)

O PIB corresponde a soma de todos os bens e serviços produzidos em determinado país ou região. É um indicativo macroeconômico indicativo do grau de desenvolvimento ali presente. Na série entre 2011 e 2016 (figura 28) houve um crescimento de 56,3%. Também constitui um indicativo interessante do ponto de vista turístico, pois indica a qualidade e quantidade da infraestrutura disponível as

peças. Isso se nota ao observar o crescimento da cidade ao decorrer dos anos. Como observamos nos mapas de ocupação urbana (mapas 2 a 4), a expansão territorial e demográfica urbana do município cresceu exponencialmente.

Figura 28: PIB Chapecó

Tabela 10 - Produto Interno Bruto (R\$ 1.000)

2011	2012	2013	2014	2015	2016	Crescimento % 2011-16	Colocação estadual	Colocação regional
5.320.638,00	5.879.021,96	6.785.873,83	7.978.974,24	7.946.821,01	8.317.903,39	56,3%	6º	1º

Fonte: IBGE/Secretaria de Estado de Planejamento de Santa Catarina

Fonte: caderno de desenvolvimento do SeBRAE (2019) – Chapecó

Na figura 29 observamos a distribuição do PIB Chapecoense por setores e notamos que é constituído, em grande parte, pelos setores de serviços (35,7%), indústria (24,8%) e comércio (15,0%), justamente os três setores chave em que ocorrem eventos e promovem o turismo de negócios. Nas figuras 30 e 31 observamos o PIB “explodido” nas diversas atividades econômicas de cada setor. Mais uma vez podemos observar o seguinte:

- No setor indústria, que corresponde a 24,8% do total do PIB Chapecoense, 64% do índice é representado pelas indústrias de alimentos e bebidas; 27,6% pela construção civil; 16,6% pela eletro-metal-mecânica, atividades econômicas cujo turismo de negócios é grande nas feiras regionais.

- No setor agropecuária, que corresponde a 1,9% do total do PIB, constatamos outra evidência da dinâmica econômica regional, com 37,8% do índice representado pela pecuária e 21,4% para silvicultura e extração vegetal. Estes números reforçam a atividade das agroindústrias com a pecuária regional direcionada a elas e uma parte da extração vegetal, principalmente do eucalipto, para abastecer as caldeiras dessas fábricas.

- No setor de serviços, que corresponde a 35,7% do total do PIB, as atividades que mais se destacam são atividades imobiliárias (25,1%), atividades profissionais, científicas e técnico administrativo; serviços complementares (17,9%) e intermediação financeira (14%), que complementam as atividades turísticas nas áreas de construção civil e atividades complementares, e os bancos como promotores da parte financeira do sistema.

Figura 29: PIB em setores

Representatividade do VAB na composição do PIB – 2015			
Valor adicionado bruto (VAB)	Chapecó	Cluster	Santa Catarina
1. Agropecuária	1,9%	0,6%	5,0%
2. Indústria	24,8%	21,6%	24,2%
3. Comércio	15,0%	15,2%	13,2%
4. Serviços	35,7%	33,7%	30,3%
5. Administração Pública	10,7%	9,8%	11,5%
6. Impostos	11,9%	19,0%	15,8%
Total do PIB	100,0%	100,0%	100,0%

Fonte: Secretaria de Estado do Planejamento de Santa Catarina - Diretoria de Estatística e Cartografia - 2015.

Fonte: Chapecó em números 2018

Figura 30: PIB por atividade econômica

Estratificação do VAB Agropecuário e Industrial, segundo atividades econômicas – Chapecó – 2015		
Segmento econômico	Mil (reais)	Participação
1. VAB Agropecuária	147.507	1,9%
1.1 Lavoura permanente	11.619	7,9%
1.2 Lavoura temporária	47.770	32,4%
1.3 Pecuária	55.799	37,8%
1.3.1 Criação de aves	29.583	53,0%
1.3.2 Criação de suínos	8.635	15,5%
1.3.3 Criação de bovinos e outros animais	17.581	31,5%
1.4 Pesca e aquicultura	789	0,5%
1.5 Silvicultura e extração vegetal	31.531	21,4%
2. VAB Indústria	1.900.859	24,8%
2.1 Extrativa	21.383	1,1%
2.2 Transformação	1.276.853	67,2%
2.2.1 Alimentos e Bebidas	817.707	64,0%
2.2.2 Automóveis	52.401	4,1%
2.2.3 Confecção e Têxtil	11.212	0,9%
2.2.4 Madeira e Celulose	39.848	3,1%
2.2.5 Eletrometal-Mecânica	211.616	16,6%
2.2.6 Demais	144.069	11,3%
2.3 Construção Civil	524.379	27,6%
2.4 Serviços industriais de utilidade pública	78.244	4,1%

Fonte: Secretaria de Estado do Planejamento de Santa Catarina - Diretoria de Estatística e Cartografia - 2015.

Nota: VAB em valores nominais.

Fonte: Chapecó em números 2018

Figura 31: PIB por atividade econômica

Estratificação do VAB do Comércio e Serviços, segundo atividades econômicas – Chapecó – 2015		
Segmento econômico	Mil (reais)	Participação
3. VAB do Comércio	1.149.040	15,0%
3.1. Atacadista, exceto combustíveis	328.094	28,6%
3.2. Veículos automotores e motocicletas	259.126	22,6%
3.3. Atacadista de combustíveis	11.641	1,0%
3.4. Varejista	550.179	47,9%
4. Prestação de serviços	2.744.028	35,7%
4.1 Alojamento e Alimentação	130.707	4,8%
4.1.1 Alojamento	20.648	15,8%
4.1.2. Alimentação - empresas não financeiras	85.031	65,1%
4.1.3 Alimentação - famílias	25.028	19,1%
4.2 Transporte, armazenagem e correio	294.384	10,7%
4.2.1 Transporte terrestre de passageiros	64.369	21,9%
4.2.2 Transporte de terrestre de cargas	89.267	30,3%
4.2.3 Transporte aquaviário	-	0,0%
4.2.4 Transporte aéreo	12.548	4,3%
4.2.5 Correio	8.599	2,9%
4.2.6 Armazenagem e outros	119.602	40,6%
4.3. Serviços de informação	202.109	7,4%
4.3.1 Telecomunicações	83.103	41,1%
4.3.2. Demais serviços de informações	119.005	58,9%
4.4 Intermediação financeira	382.857	14,0%
4.5 Atividades imobiliárias	689.499	25,1%
4.6. Ativ. Prof., científicas e téc., adm. e serv. complementares	490.251	17,9%
4.7 Educação Privada	194.241	7,1%
4.8 Saúde privada	171.364	6,2%
4.9 Artes, cultura, esporte e recreação, outras atividades de serviços	188.615	6,9%

Fonte: Secretaria de Estado do Planejamento de Santa Catarina - Diretoria de Estatística e Cartografia - 2015.

Nota: VAB em valores nominais.

Fonte: Chapecó em números 2018

4.3 INDICADOR DAS CONDIÇÕES DE INFRAESTRUTURA

Na infraestrutura básica, segundo dados do IBGE no censo de 2010, 80,64% das residências de Chapecó tinham abastecimento de água. 51,2% dos domicílios tinham esgoto tratado e 95,1% tinham coleta de lixo. Já o consumo de energia elétrica média per capita diminuiu 6,1% desde 2013 até 2017. São as infraestruturas básicas que garantem o funcionamento da cidade e contribuem diretamente para o bem-estar da população e, conseqüentemente, dos turistas (figura 32). Um exemplo comum, da importância da infraestrutura, são os comuns problemas de falta de energia e água em Florianópolis, quando chega a temporada de verão, em decorrência do grande aumento de turistas na cidade.

Figura 32: Indicadores de infraestrutura – Chapecó - 01

Tabela 23 - Acesso à água – 2010

	<i>Domicílios</i>	<i>% domicílios atendidos</i>
<i>Abastecimento de água</i>	47.397	80,64

Fonte: IBGE/PNAD

Tabela 24 - Acesso a esgoto – 2010

	<i>Esgoto Adequado Domicílios</i>	<i>Esgoto a céu aberto</i>	<i>% Esgoto Adequado</i>	<i>% Esgoto Semi-adequado</i>	<i>% Esgoto Inadequado</i>
<i>Domicílios com rede esgoto</i>	30.086	193	51,2	45,8	3,1

Fonte: IBGE/PNAD

Tabela 25 – Coleta de lixo – 2010

	<i>Domicílios</i>	<i>% domicílios atendidos</i>
<i>Coleta de lixo</i>	55.911	95,1

Fonte: IBGE/PNAD

Tabela 26 - Acesso à energia elétrica

	<i>Total de consumo</i>	<i>Total de consumidores</i>	<i>Média per capita de consumo</i>
2013	52.732.813	78.144	674,82
2014	54.726.285	81.666	670,12
2015	54.795.467	85.265	642,65
2016	54.968.047	88.185	623,33
2017	57.904.276	91.412	633,44
2018 (junho)	57.946.912	92.727	624,92

Fonte: IBGE/PNAD

Fonte: caderno de desenvolvimento do SeBRAE (2019) – Chapecó

Na infraestrutura urbana geral, que inclui a educação, assistência médica, hospedagem e rede bancária a cidade também possui bons números, como podemos observar na figura 33 abaixo. Este tipo de infraestrutura também favorece a presença de visitantes.

Figura 33: Indicadores de infraestrutura – Chapecó - 02**Quadro 6 - Infraestrutura - educação técnica, profissionalizante e superior**

Infraestrutura – educação técnica, profissionalizante e superior	
<i>Instituições de Ensino Superior Cadastradas MEC (2017)</i>	36
<i>Escolas Técnicas e profissionalizantes (2017)</i>	4

Quadro 7 - Infraestrutura - educação, saúde e meios de hospedagem

Infraestrutura - educação, saúde e meios de hospedagem							
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Escolas públicas</i>	-	110	109	110	111	114	-
<i>Escolas privadas</i>	-	38	38	38	36	35	-
<i>Hospitais</i>	-	-	5	5	5	5	5
<i>Hotéis</i>	41	-	-	-	52	-	-
<i>Bares e restaurantes</i>	275	-	-	-	240	-	-

Fonte: Secretaria da Educação do Estado de Santa Catarina/ Ministério da Saúde / Ministério do Trabalho e Emprego/RAIS

Quadro 8 - Infraestrutura - rede bancária

Infraestrutura - rede bancária					
	2014	2015	2016	2017	2018
<i>Agências bancárias</i>	25	25	24	27	26
<i>Postos bancários</i>	75	68	54	28	30

Fonte: BACEN/BADESC

Fonte: caderno de desenvolvimento do SeBRAE (2019) – Chapecó

4.4 INDICADORES DE DESENVOLVIMENTO HUMANO

Segundo dados do SEBRAE (2019) Chapecó elevou seu Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM) de baixa (1991) para alta (2010), conforme figura 34. Se analisarmos e relacionarmos o crescimento populacional, o crescimento do PIB da cidade (relação direta com o aumento das empresas) e o crescimento das condições de infraestrutura (estes já descritos anteriormente) podemos entender o motivo do IDHM geral ter aumentado de 1991 até 2010.

Na figura 35 podemos verificar que Chapecó, nos três anos analisados, evoluiu seu IDHM mais que o índice do Brasil e esteve sempre próximo do índice do Estado de Santa Catarina. Na figura 36, verificamos o índice de Gini. Este índice é utilizado para medir a desigualdade social (distribuição de renda da população), variando entre 0 e 1, onde 0 indica a completa igualdade e 1 indica a completa desigualdade. Em específico, Chapecó apresenta um índice de Gini bem menor que do Brasil, significando que a desigualdade de renda é menor no município se

comparado ao país. Este número fica bem próximo se comparado com o estado de Santa Catarina, que também apresenta relativa diferença em relação ao país.

Figura 34: Índice de Desenvolvimento Humano

Evolução do IDHM e suas dimensões – Chapecó				
Ano	Dimensão			IDHM
	Renda	Longevidade	Educação	
1991	0,643	0,758	0,303	0,529
2000	0,713	0,807	0,551	0,682
2010	0,779	0,871	0,727	0,790
Varição 1991/2010	21,2%	14,9%	139,9%	49,3%

Fonte: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento do Brasil – PNUD – Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil – 2013.

Fonte: Chapecó em números 2018

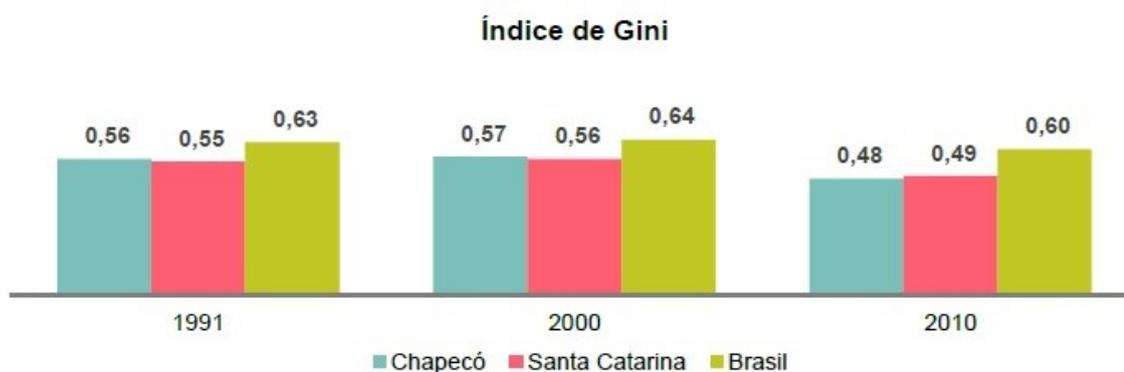
Figura 35: Evolução do IDHM



Fonte: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento do Brasil – PNUD – Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil – 2013.

Fonte: Chapecó em números 2018

Figura 36: Índice de Gini



Fonte: Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento do Brasil – PNUD – Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil – 2013.

Fonte: Chapecó em números 2018

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Como podemos perceber neste trabalho ocorreram grandes transformações espaciais no município de Chapecó em apenas 104 anos de emancipação política, mudanças estas acompanhando as tendências mundiais da divisão internacional do trabalho, inclusive no setor turístico. Notamos que, a partir do fluxo colonizador, já nos primeiros anos a cidade possui seus primeiros hotéis de madeira, construídos pelas primeiras famílias que chegaram na região. Depois, nas décadas de 40 e 50 ocorre o crescimento das agroindústrias promovendo um maior fluxo migratório para atender a esta demanda. Com a expansão das agroindústrias e o início das exportações, nas décadas de 60 e 70, a cidade necessita de mais mão de obra e ocorrem expansões urbanas significativas, porém pouco organizadas. Em 70 e 80, se destacam os setores comerciais, serviços e entidades de ensino, que crescem acompanhando as agroindústrias da região.

Na década de 90, com as políticas neoliberais no Brasil e a globalização econômica aprofundando-se, ocorre a integralização dos sistemas internacionais, com a expansão de todos os setores, constituindo novos fluxos e modificando as relações até então existentes, com a ajuda da comunicação e informatização. E por fim, nas décadas de 2000 e 2010, ocorre a consolidação do time da Chapecoense no futebol nacional e internacional promovendo mais uma mudança no perfil turístico da região. E não somente o turismo de negócio e eventos (com maior presença) domina o modal turístico da cidade, como vimos outras modalidades turísticas são realizadas em Chapecó, continuam crescendo em número de adeptos delas na quantidade e qualidade dos passeios.

Buscamos com este trabalho contribuir para o entendimento da espacialização do turismo em Chapecó, a partir da década de 90 até 2021, em decorrência das etapas de modernizações do território representadas pelos fixos e fluxos presentes. Podemos verificar que alguns fatores-chaves serviram para que ocorresse esse movimento, dentre eles podemos destacar o processo de globalização que se manifesta de forma desigual no Brasil, mas promove a interligação dos fluxos e fixos. Um dos elementos da expansão do processo de globalização é a informacionalização dos processos sociais e produtivos que vai se desdobrar na constituição de um meio técnico, científico e informacional, conforme Santos (2004).

Outro movimento que promoveu a expansão da globalização no país foi a criação da agenda neoliberal e de políticas públicas de incentivo a ela. A implantação do plano Real (1994) trouxe determinada estabilidade econômica ao país, reduzindo as altíssimas inflações, aumentando o poder aquisitivo das famílias, possibilitando que investidores internacionais aplicassem dinheiro no país, aumentando os empregos e salários e, com isso, as pessoas tivessem mais recursos disponíveis para realizar o turismo (Marques, 2019). As políticas voltadas ao turismo e a exploração econômica do território, durante os governos FHC, Lula e Dilma, também contribuíram para que se desenvolvesse o turismo no Brasil. Outra característica que contribuiu para o rápido crescimento da modalidade no país foi a própria mudança dos hábitos de consumo das pessoas, principalmente da classe C (média), cujo aumento do poder aquisitivo e salários com ganhos reais possibilitaram viajar dentro e fora do Brasil.

No âmbito do turismo foram criadas leis para dar respaldo ao funcionamento do turismo no território nacional, criando um ministério próprio e buscando organizar o sistema turístico nacional. Entre essas leis podemos considerar a Lei 8.181/1991 que criou a Embratur e a Lei 10.683/2003 que criou o Ministério do turismo. Nota-se nesse movimento um direcionamento político do governo federal sobre o território, com objetivo de explorar os recursos naturais e paisagísticos. Com a nova Lei nº 14.002/2020 que altera o nome e função da Embratur fica mais evidente a afirmação supracitada, em que cada governo busca modelar o território conforme suas ideologias políticas.

Em Chapecó foram determinados o decreto nº 4.960/1996 que criou a Comissão Municipal de Turismo e a Lei municipal nº 3.846/1998 que instituiu o Conselho Municipal de Desenvolvimento Turístico e o Fundo Municipal de Desenvolvimento Turístico visando direcionar seus esforços para a ampliação do turismo regional, juntando o poder público com entidades privadas, sendo atualizada com a Lei nº 5.502/2009 que constituiu o Comtur. Por meio dessas medidas do poder executivo municipal, podemos considerar que ocorreu um movimento de expansão da atividade turística no município depois de 1998, com a criação das instituições públicas objetivando a promoção e o desenvolvimento turístico na cidade. Foram essas políticas públicas que impulsionaram o investimento público municipal e o investimento privado em modernização e infraestrutura nos diversos

modais da cidade, contribuindo para o turismo de Chapecó. O Estado e o Governo Federal contribuíram para que ocorresse investimento nas áreas de infraestrutura, seja por meio de políticas públicas direcionadas ao setor turístico (com a criação do ministério do turismo e o mapa do turismo brasileiro) como pelo investimento direto de recursos federais e estaduais (exemplo disso, a construção do Centro de Eventos de Chapecó, em 2008, parte financiado pelo Estado).

Na divulgação do turismo vários agentes estão englobados e em diferentes esferas, como podemos verificar. O Governo Federal realizando divulgações por meio do Ministério do Turismo e do Mapa do Turismo Brasileiro, destacando as potencialidades de cada região, além das leis próprias a exploração espacial. Em âmbito estadual, a Secretaria de Turismo do Estado promovendo a divulgação dos roteiros turísticos com propagandas em rádio, televisão e mídias impressas e digitais. E o município, juntamente com os patrocinadores, também realizam as divulgações dos eventos através da mídia local. Também conseguimos verificar que apesar da forte presença do Turismo de negócio e eventos, as outras modalidades turísticas também vêm crescendo e ganhando espaço em Chapecó.

Diante destes fatores podemos concluir que houve fortemente uma influência de todas as esferas governamentais sobre a questão turística não só regional, mas em nível nacional, principalmente depois da década de 90. Essa influência ocorreu sobre o território com o objetivo de adaptá-lo para um melhor aproveitamento das potencialidades turísticas presentes. Essa modernização implantada sobre o território, como já citado, ocorreu por meio de Leis direcionadas ao turismo, criação de órgãos públicos voltados a atividade turística, adequações de infraestrutura para melhor aparência ao turista, investimento em divulgação e mídia, incentivo as empresas privadas entre outros.

Os próprios recortes de jornais utilizados neste estudo são exemplos da “moldagem” exercida pela mídia, normalmente com discursos bem estruturados e direcionados a exaltar o “bom” da cidade, que claramente favorece a elite instalada. Ao decorrer do trabalho foram utilizados diversos recortes como fonte de dados, mas não necessariamente consiste na opinião ou objetivo deste trabalho de promover discursos editoriais. Discursos próprios como os obtidos em jornais ou, até mesmo, os títulos dados pelo governo estadual são artifícios de promoção que são atribuídos pelos entes públicos e privados, já com objetivos e interesses bem definidos.

Mas será que ocorreu de fato uma evolução turística regional? Podemos concluir que ocorreu sim, pois como vimos todos os investimentos em infraestrutura, as políticas públicas e as divulgações na mídia contribuíram para o crescimento econômico de Chapecó, porém apesar de não verificarmos a presença “pura” do turismo como forte influenciador da economia, com estimativa acima dos 8% do PIB, ele está “diluído” entre os outros setores que contribuem no PIB da cidade, como indústria (agronegócio), comércio (bares, restaurantes) e serviços (hotéis, transporte). A economia regional depende muito do agronegócio, e o turismo existente na região ocorre em decorrência da presença das agroindústrias, e não o contrário. As modernizações do território decorreram da necessidade do agronegócio, do comércio e prestadores de serviço. O turismo indexado a estes setores da economia somente se “aproveitou” da infraestrutura para ser constituído, promovendo retornos econômicos aos mesmos setores.

Em 2021, não foi somente o turismo de negócio que cresceu na cidade, mas outras modalidades foram sendo agregadas e se fazem presentes, porém subutilizadas. São modalidades que não são bem exploradas como poderia, não possuem uma ampla divulgação, em algumas existe a necessidade de maior infraestrutura para um melhor aproveitamento. Um exemplo são as praças de Chapecó e áreas de lazer, também subutilizadas, algumas com pouca estrutura e pouca conservação. Por este fato foi criada a Lei nº 7.191, de 01 de outubro de 2018, intitulada “Adote uma praça”, visando promover a manutenção das praças por meio de investimento de empresas privadas ou ONG’s interessadas em adotá-las. Então, conseguimos verificar que o turismo de modo geral evoluiu em Chapecó, mas ainda está no estágio inicial, muito precisa para crescer, principalmente na contribuição da economia.

Mas apesar de todo esse movimento do setor turístico será que ele é importante para o crescimento e desenvolvimento da cidade? Será que ele dá retorno socioeconômico para todos os cidadãos chapecoenses? Como já destacado, Chapecó ainda não tem um PIB específico do turismo, ou seja, a falta de um indicador próprio e consistente não permite uma análise mais apurada. Segundo os dados da presidente do Conselho Regional de Turismo do Grande Oeste (Conturoeste), Elisiane Menegolla possivelmente o PIB do turismo em Chapecó seja maior que o PIB do turismo nacional, o que pode ser um indicativo de determinado

crescimento, porém é um dado estimado e talvez especulativo, que não reflete realmente o turismo da cidade. Mas percebe-se que o foco principal ainda não é o turismo, setores como agronegócio, comércio e prestadores de serviço são os que mais contribuem no PIB chapecoense como podemos verificar nas figuras 29, 30 e 31.

A maior parte do turismo existente na cidade advém dos setores principais da economia, onde observa-se o fluxo turístico decorrente das feiras ligadas ao agronegócio ou aos jogos do time da Chapecoense, portanto a especialização da cidade não é propriamente direcionada a atividade turística. Como se trata de turismo de negócios, a maioria dos turistas veem para Chapecó justamente a trabalho, visando fechar negócios, e não necessariamente visitar a cidade por lazer. Alguns visitantes vão aos outros locais turísticos da cidade, e aproveitam seu tempo na cidade em decorrência de terem vindo a trabalho. Isso é o que mostram os números dos visitantes das principais feiras e exposições de Chapecó, como Efapi e Mercoagro, além da quantidade de visitantes em decorrência de eventos promovidos pelos setores econômicos dominantes no município.

Quanto ao desenvolvimento, a maioria dos indicadores mostrados no capítulo 04 incorporam dados dos setores industrial, comércio e serviços, pouco visível na questão turística, e como já referenciado, diluído nesses setores. Dados coletados na pesquisa demonstram que a modalidade turística de maior escala (turismo de negócios) favorece basicamente os empresários e seus negócios, nos ramos de maior exploração, e não atinge diretamente o restante da população (a maior parte) quando observados os quesitos socioeconômicos. O mesmo acontece com os eventos promovidos pelos setores dominantes, que priorizam determinado público, não necessariamente elitizado, mas que acaba não contribuindo diretamente para o desenvolvimento socioeconômico da população. Portanto, especificamente o turismo de negócio e eventos não promove o desenvolvimento pleno da cidade e sua população, tendo em vista que a maior parte da população não recebe retorno efetivo e a concentração maior de renda acaba ficando para aqueles que já detém o capital. Vale ressaltar que estamos tratando de desenvolvimento relacionado exclusivamente ao turismo e não outros setores econômicos que podem (ou não) promover desenvolvimento socioeconômico.

Mas se o turismo não promove o desenvolvimento socioeconômico esperado, existe alguma relação entre o turismo de negócios com as outras modalidades turísticas presentes que possam trazer benefícios? Bom, existe sim. Além do já comentado turismo de negócio, outras modalidades turísticas estão se desenvolvendo em Chapecó, como turismo de experiência incluindo turismo rural, ecoturismo, turismo religioso e cultural, gastronomia entre outros, e como vimos eles ocorrem no município, mas discretamente e pouco divulgado, se comparado com o turismo de negócios.

Muitas vezes, esses pontos turísticos recebem visitantes regionais em busca de lazer e aventura, mas também recebem pessoas que vem para Chapecó trabalhar e realizar negócios, por mais de um dia, e aproveitam para conhecer a cidade. Desta forma, ocorre uma certa relação entre as diversas modalidades de turismo do município. As pessoas que vem assistir a chapecoense (evento esportivo), por exemplo, aproveitam para “rodar” a cidade, conhecer as praças, ir ao shopping, aproveitar a gastronomia regional, comprar alguma lembrança no comércio, abastecer seu veículo, ir no Porto Goio-Ên e nesse fluxo cíclico ocorre a conexão das modalidades turísticas. Mas, apesar da conexão que ocorre, esse movimento ajuda na economia da cidade, mas não a ponto de impactar a população como um todo. Desta forma, não promove desenvolvimento socioeconômico pleno.

Uma outra forma de aproveitar a diversidade presente na região seria a utilização e exploração econômica das áreas vegetais, como as reservas florestais legais, amparadas pela Lei Nº 12.651/ 2012 que estabelece normas gerais sobre a proteção da vegetação, APP's (Áreas de Preservação Permanente) e áreas de Reserva Legal, a exploração florestal e prevê instrumentos econômicos e financeiros para o alcance dos objetivos do desenvolvimento sustentável, neste caso, criação de ecoparques, trilhas, passeios turísticos entre outros.

Por fim, será que toda essa modernização do território contribuiu para que o turismo (sentido amplo) se estabelecesse em Chapecó? Com certeza todos os fatores discutidos e expostos neste trabalho demonstram que as políticas públicas nas três esferas públicas, a infraestrutura adaptada, construída e modernizada, os investimentos em empresas públicas especializadas na área turística e os investimentos em divulgação dos potenciais turísticos regionais contribuíram diretamente para que se criasse essa modernização territorial, estabelecendo um

ambiente propício ao crescimento do setor turístico regional, inclusive, modificando as relações existentes dos fixos e fluxos presentes apesar da contribuição imperceptível no desenvolvimento socioeconômico da população envolvida.

REFERÊNCIAS

- AFINAL, o que é Turismo Gastronômico? **Blog FOOD'N ROAD**. Disponível em: < <https://foodandroad.com/pro/br/turismo-gastronomico/> >. Acesso em 12 out. 2020.
- ALBA, Rosa. S. **Espaço urbano**: os agentes da produção em Chapecó. Chapecó: Argos, 2002.
- ALBA, Rosa. S. Apontamentos sobre a geografia do oeste de Santa Catarina. In: ALBA, R. S. (Org.) **Estudos de geografia agrária do oeste catarinense**. Chapecó: Argos, 2008, p. 19-47.
- ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 2003.
- ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E INDUSTRIAL DE CHAPECÓ - ACIC. **Inicial**. Disponível em: < <https://www.acichapeco.com.br/inicial> >, 2019. Acesso em: 22 out. 2019
- BARBOSA, Alberto Josefá. **Reflexões sobre o conceito de produto turístico e sua gestão integrada**. Desafios para o produto turístico “santo antão”. Turydes. Vol 2, Nº 6 2009. Disponível em: < <http://www.eumed.net/rev/turydes/06/ajb.htm> >. Acesso em :18 jul 2019.
- BAVARESCO, Paulo Ricardo. **Colonização do Extremo Oeste Catarinense**: contribuições para a história campesina da América Latina. Artigo apresentado na ALASRU – Asociación Latinoamericana de Sociología Rural – Congreso 2006 – Grupo de trabajo 17 – FLACSO Quito Equador. Disponível em: < <http://www.alasru.org/index.php/inicio/congresos-pasados>>. Acesso em: 04 Out. 2019.
- BELLANI, Eli Maria. **Santos Marinho e Passos Maia**: a política no Velho Chapecó (1917-1931). Chapecó: Litoprint Editora, 1990.
- BENI, Mario C. **Análise estrutural do turismo**. 5ª Edição. Editora Senac, São Paulo. 2001.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Anuário estatístico do turismo – 2019**. Disponível em: < <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html> >. Acesso em 06 Out 2019
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Categorização dos municípios**. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/sem-categoria/5854-categorização-dos-municípios-das-regiões-turísticas-do-mapa-do-turismo-brasileiro.html> >. 2017. Acesso em 05 Out 2019
- BRASIL, Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018/2022**: Mais emprego e renda para o Brasil. Brasília: Ministério do Turismo, 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - **Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 7 Roteirização Turística**/. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. – Brasília, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Mapa Do Turismo Brasileiro**. Disponível em: < http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=267 >. Acesso em 05 Out 2019

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos conceituais**. Brasília, 2006. Disponível em: http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf >. Acesso em: Acesso em 05 Out 2019

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo de Negócios e Eventos: orientações básicas**, Brasília, 2008.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Institucional**. Disponível em: < <http://www.turismo.gov.br/institucional.html> >. Acesso em 05 Out 2019

BRASIL. Ministério do Turismo. **Política nacional do turismo**. Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2008/lei/l11771.htm >. Acesso em 22 out 2019.

CÂMARA DE DIRIGENTES LOGISTAS DE CHAPECÓ - CDL. **Institucional**. Disponível em: < <https://cdlchapeco.com.br/institucional> >. 2019. Acesso em 05 Out 2019.

CARLOS, Ana. O turismo e a produção do não-lugar. In: YÁZIGI, E.; CARLOS, A.; CRUZ, R. (orgs.). **Turismo: espaço, paisagem e cultura**. 3. ed. São Paulo: HUCITEC, 2002, p. 25-37.

CENTRO DE MEMÓRIA DO OESTE DE SANTA CATARINA - CEOM. **Acervo Digital**. Disponível em: < <http://ceom.unochapeco.edu.br/ceom/index/index.php> >. Acessado em 05 Out 2019.

CHAPECÓ. Prefeitura Municipal de Chapecó. **Parque de exposições recebe últimos preparos para a EFAPI 2017**. Disponível em: < <https://www.chapeco.sc.gov.br/noticia/192/parque-de-exposicoes-recebe-ultimos-preparativos-para-a-efapi-2017> >. 2017. Acesso em 22 Out. 2019

CHAPECÓ. Prefeitura Municipal de Chapecó. **Chapecó em Números – 2018**. Disponível em: < <https://web.chapeco.sc.gov.br/documentos/?f=/Documentos/Desenvolvimento%20Economico%20e%20Turismo/Chapec%C3%B3%20em%20n%C3%BAmeros/Chapec%C3%B3%20em%20n%C3%BAmeros%20ed%202018.pdf> >. Acesso em 26 Set. 2019.

CHAPECÓ. Conselho municipal de turismo de Chapecó - COMTUR. **Ferramenta de fomento ao turismo.** Disponível em: < <https://www.chapeco.sc.gov.br/noticia/1503/comtur-ferramenta-de-fomento-ao-turismo> >. 2018. Acesso em 27 mar 2020.

CHAPECÓ. Lei nº 5502, de 2 de março de 2009. **Dispõe sobre a criação do conselho municipal de turismo - comtur e do fundo municipal de turismo - funtur e dá outras providências.** Disponível em: < <https://leismunicipais.com.br/a/sc/c/chapeco/lei-ordinaria/2009/551/5502/lei-ordinaria-n-5502-2009-dispoe-sobre-a-criacao-do-conselho-municipal-de-turismo-comtur-e-do-fundo-municipal-de-turismo-funtur-e-da-outras-providencias> >. Acesso em 27 mar 2020

CHAPECÓ é a capital catarinense do turismo de negócios. **ND MAIS.** Chapecó, 21 set. 2018. Disponível em: < <https://ndmais.com.br/noticias/chapeco-e-a-capital-catarinense-do-turismo-de-negocios/> >. Acesso em 05 Out. 2019.

CHAPECÓ tem projeto para terceiro elevado; conheça. **ND MAIS.** Chapecó, 03 jan. 2020. Disponível em: < <https://ndmais.com.br/transito/chapeco-tem-projeto-para-terceiro-elevado-conheca/#:~:text=Conhecido%20como%20r%C3%B3tula%20da%20bandeira,para%20a%20obra%20ser%20efetivada> >. Acesso em 27 mar 2020.

CHAPECÓ. **BLOG ECOVIAGEM.** Disponível em:< <http://ecoviagem.com.br/brasil/santa-catarina/chapeco/> >. Acesso em 08 nov 2020.

CHAPECÓ, cidade de crescimento, lugar de oportunidades. **CONVENTION.** Disponível em: < <http://www.chapecoeregiaoqv.com.br/conheca-chapeco> >. 2018. Acesso em 22 out 2019.

CHAPECOENSE. **Nossa História.** Disponível em: < <https://chapecoense.com/pt/nossa-historia> >. 2019. Acesso em: 22 out. 2019.

CLAVAL, Paul. As Abordagens da Geografia Cultural. *In*: CASTRO, E. de; GOMES, P. C. da C.; CORRÊA, R. L. (org.). **Explorações Geográficas.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997.

COELHO, Carla N. Não-lugares – Uma leitura crítica sob a ótica do turismo. **Anais do II Seminário de pesquisa em turismo do mercosul.** 10 e 11 de setembro de 2004. Disponível em: < <https://www.uces.br/site/midia/arquivos/13-nao-lugares.pdf> >.

COELLI, Thiago. Turismo de Estudos e Intercâmbio: Antes, Durante e Depois - Uma análise sobre ex-intercambistas da Universidade Federal de Juiz de Fora. **Turismo & Sociedade.** Curitiba, v. 7, n. 4, p. 733-754, outubro de 2014. Disponível em: < <https://revistas.ufpr.br/turismo/article/view/36677/25652> >. Acesso em: 08 nov 2020.

COSTÃO do Santinho investirá R\$ 1 bilhão em Chapecó, entenda. **ND Mais.** Publicado em 25 nov 2020. Disponível em: < <https://ndmais.com.br/economia-sc/costao-do-santinho-vestira-r-1-bilhao-em-chapeco-entenda/> >. Acesso em 27 dez 2020.

CRUZ, Rita. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2001.

CRUZ, Rita da. **Introdução à Geografia do Turismo**. São Paulo: Roca, 2003.

CRUZ, Rita. Políticas públicas de turismo no Brasil: território usado, território negligenciado. **Geosul**, Florianópolis, v. 20, n. 40, p. 27-43, 2005. Disponível em: < <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/geosul/article/view/13234/12254> >. Acesso em 05 out 2019.

CRUZ, Rita. Economia simbólica, turismo e consumo do espaço. **Slides de aula**. Disponível em: < http://www.geografia.fflch.usp.br/graduacao/apoio/Apoio/Apoio_Rita/flg1564/2s2014/Aula_4-Turismo_e_consumo_do_espaco.pdf. 2014 >. Acesso em 05 out 2019.

DESCUBRA CHAPECÓ. **Site de informações**. Disponível em: < <https://www.descubrachapeco.com.br/> >. Acesso em 22 out 2019.

DUARTE, Fillipe S. **Turismo e meio ambiente: Transformações nos complexos turísticos do município de Carrancas**. Belo Horizonte: UFMG, 2018. Disponível em: < http://www.igc.ufmg.br/images/igc/biblioteca/TCC_turismo_tabela_10_05_2019.htm >. Acesso em 15 jul 2019.

DUARTE, José Gil; FONTES, Antônio; FRANCO, Rui S.; ALMEIDA, Hernâni. **A globalização e o turismo**. Publicado em 11 nov. 2009. Disponível em: < <https://www.publituris.pt/2009/11/11/a-globalizacao-e-o-turismo/> >. Acesso em 28 abr 2020.

EFAPI 2011: shows devem levar 500 mil pessoas a Chapecó/SC. **Rural Centro**. Publicado em 10 ago 2011. Disponível em: < <http://www.ruralcentro.com.br/noticias/45896/efapi-2011-shows-devem-levar-500-mil-pessoas-a-chapecosc> >. Acesso em 11 abr 2020

ESPÍNDOLA, Carlos J. **As Agroindústrias do Oeste Catarinense: o caso Sadia**. São Paulo: USP, 1996. Disponível em: < <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/76988> >. Acesso em 08 ago 2020.

EXPOSIÇÃO marca 40 anos da fundação da Associação Chapecoense de Futebol. **Fundação Catarinense da Cultura**. Publicado em 22 Abr 2013. Disponível em: < <https://www.cultura.sc.gov.br/a-fcc/sobre/patrimoniocultural?mod=pagina&id=14654> >. Acesso em 07 nov 2020.

FACCO, Janete; ENGLER, Júlie. O processo histórico de urbanização de Chapecó (1950-2016): Notas sobre a ocupação urbana, planos diretores e conflitos ambientais. In: NASCIMENTO, Ederson; VILLELA, Ana Laura (org.). **Chapecó em foco: textos e contextos sobre o espaço urbano-regional**. São Carlos: Pedro & João editores, 2017, p. 287-323.

FACCO, Janete; LEMES, Loivo A.; PIOVEZANA, Leonel. O índio, a aldeia e o urbano na formação socioespacial de Chapecó-SC. In: DELGADO, Andrea F. **Cadernos do CEOM: Bens culturais e Ambientais**, v.21, n.29. Chapecó: Unochapecó, 2009, p. 183-206. Disponível em < <https://bell.unochapeco.edu.br/revistas/index.php/rcc/article/view/334> >. Acesso em 15 fev. 2021.

FERREIRA, Andressa R.; SILVA, Clarinda A.; MIRANDA, Roberta S. Goiânia mais um dia: possibilidades para aumentar a permanência dos turistas de negócios e eventos. In: Ministério do Turismo (org.). **Segmentação do turismo: Experiências, Tendências e Inovações – Artigos Acadêmicos**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010, p.15- 34.

FREITAS, Eduardo de. **"Geografia do turismo"; Brasil Escola**. Disponível em: < <https://brasilescola.uol.com.br/geografia/geografia-turismo.htm> >. 2019. Acesso em: 18 jul 2019.

FUJITA, Camila. Dinâmica urbana e regional no Oeste Catarinense: uma análise do papel de Chapecó e outras cinco cidades influentes na rede urbana. In: BRANDT, Marlon; NASCIMENTO, Ederson (orgs.). **Oeste de Santa Catarina: território, ambiente, paisagem**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2015. p. 97-154.

GOVERNADOR participa de ato de assinatura do contrato de concessão do aeroporto de Chapecó. **Governo de Santa Catarina**. Publicado em 11 dez 2020. Disponível em: < <https://www.sc.gov.br/noticias/temas/transportes-e-estradas/governador-participa-de-ato-para-assinatura-do-contrato-de-concessao-do-aeroporto-de-chapeco> >. Acesso em: 27 dez 2020.

GRETZLER, C. **Chapecó (SC) para além de polo regional, uma cidade média no oeste catarinense**. 2011. 186 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – UFRGS, Porto Alegre, 2011.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **História de Chapecó**. Disponível em:< <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/sc/chapeco/historico> >. Acesso em 27 set 2019.

KNAFOU, Rémy. Turismo e território: para um enfoque científico do turismo. In: RODRIGUES, A. (org.). **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001, p. 62-74.

KRIPPENDORF, Jost. **A sociologia do turismo – para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph, 2000.

LIMA, Evandro N. **O turismo rural como alternativa de desenvolvimento e diversificação de renda no roteiro raízes coloniais em Gramado – RS e as motivações para a adoção da atividade turística nas propriedades do roteiro**. Picada Café: UFRGS, 2013. Disponível em < <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/87469> >. Acesso em 12 out. 2020.

LUNARDI, Raquel; SOUZA, Marcelino de. **Atrizes do turismo rural: O trabalho da mulher na atividade turística na região dos Campos de Cima da Serra (RS)**. Agriculturas: Experiências em Agroecologia, Rio de Janeiro, v.6, n.3, p. 15-17, out-2009.

MARQUES, Flávia. **25 anos depois, saiba como o Plano Real mudou a economia do Brasil**. Publicado em 02 jul 2019. Disponível em: < <https://www.creditas.com/exponencial/plano-real-muda-economia-do-brasil/>>. Acesso em 14 mar 2020.

MASCARENHAS, Gilmar; MACHADO, Marcello B.T. **Fundamentos Geográficos do Turismo**. V.1 / Gilmar Mascarenhas, Marcello de Barros Tomé Machado. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2010. Disponível em: < <https://canalcederj.cecierj.edu.br/012016/b686ac990ef66ccacb5991d344377baa.pdf> >.

MEMÓRIA CHAPECÓ. Página dedicada a resgatar imagens e a história de Chapecó (SC). Chapecó, 2019. **Instagram:** @memoriachapeco. Disponível em: <<https://www.instagram.com/memoriachapeco/>>. Acesso em 5 Out. 2019.

MERCOSUL e União Européia fecham acordo de livre comércio após 20 anos. **Exame**. Publicado em 28 jun 2019. Disponível em: < <https://exame.abril.com.br/economia/mercosul-e-uniao-europeia-fecham-acordo-de-livre-comercio/> >. Acesso em 13 abr 2020.

MOLETTA, V.F. **Turismo Cultural**. 3ª ed. Porto Alegre: Sebrae/RS, 2001.

MOTTER, Crislaine; FILHO, Vitor R. Novas centralidades em Chapecó: subcentros e eixo comercial. In: NASCIMENTO, Ederson; VILLELA, Ana Laura (org.). **Chapecó em foco: textos e contextos sobre o espaço urbano-regional**. São Carlos: Pedro & João editores, 2017, p. 65-104.

NASCIMENTO, Ederson. A segregação socioespacial em Chapecó: formação histórico-geográfica e tendências contemporâneas. In: NASCIMENTO, Ederson; VILLELA, Ana Laura (org.). **Chapecó em foco: textos e contextos sobre o espaço urbano-regional**. São Carlos: Pedro & João editores, 2017, p.105- 154.

NASCIMENTO, Ederson. Chapecó: evolução urbana e desigualdades socioespaciais. In: BRANDT, Marlon; NASCIMENTO, Ederson (orgs.). **Oeste de Santa Catarina: território, ambiente, paisagem**. São Carlos: Pedro & João Editores, 2015. p. 97-154.

OMT / WTO. *World Tourism Organization. An Introduction to Tedqual – A Methodology for Quality in Tourism Education and Training*. 1st ed. – Madrid, Spain: WTO, September 1997.

OMT. Organização Mundial do Turismo. **Barômetro Mundial do Turismo, Vol. 17 Número 2**. Maio de 2019. Disponível em: < <https://www.e-unwto.org/toc/wtobarometeresp/17/2> >. Acesso em 05 out 2019.

OMT. Organização Mundial do Turismo. **Turismo Internacional: uma perspectiva global**. 2. ed. Porto Alegre: Bookmann, 2003.

PERTILE, N. Espaço, técnica e tempo em Chapecó – SC. In: SCHEIBE, L. F.; DORFMAN, A. **Ensaio a partir de “A natureza do espaço”**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007, p. 153-178.

PERTILE, N. **Formação Do Espaço Agroindustrial Em Santa Catarina: O Processo De Produção De Carnes No Oeste Catarinense**. 2008. 322 f. Tese de doutorado – Geografia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

PIERI, Vitor Stuart Gabriel; PANOSSO NETTO, Alexandre. **Turismo internacional: fluxos, destinos e integração regional**. Boa Vista: Editora da UFRR, 2015. 210 p. Coleção Comunicação e Políticas Públicas, v. 13. Organizadores: Elói Martins Senhoras; Maurício Elias Zouein.

PRESIDENTE da ABAV-SP Comemora crescimento do turismo nacional. **Portal Eventos**. Publicado em 14 de junho de 2019. Disponível em: < <https://www.revistaeventos.com.br/Tendencias-e-Estudos/Presidente-da-ABAV-SP-comemora-crescimento-do-Turismo-Nacional/47937> >. Acesso em 05 out 2019.

RAMOS, Annelise. **Os museus enquanto bens culturais a atrativos turísticos: um estudo de caso sobre o Palácio da Liberdade**. Belo Horizonte: UFMG, 2014. Disponível em: < http://www.igc.ufmg.br/images/igc/biblioteca/TCC_turismo_tabela_10_05_2019.htm >. Acesso em 15 jul. 2019.

RECHE, Daniella. O Estado e a produção do espaço urbano de Chapecó nas décadas de 70 e 80. In: NASCIMENTO, Ederson; VILLELA, Ana Laura (org.). **Chapecó em foco: textos e contextos sobre o espaço urbano-regional**. São Carlos: Pedro & João editores, 2017, p. 37 – 63.

RECHE, Daniella. **Leis e planos urbanos na produção da cidade: o caso de Chapecó, SC**. Dissertação (Mestrado em Urbanismo, História e Arquitetura da Cidade) – Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis, 2008.

REVISTA CHAPECÓ – Turismo e Negócio 2019. **Conheça as riquezas e potencialidades da maior cidade do Oeste**. Ano 2019. Ed. Única. Disponível em: < https://issuu.com/chapeco-turismo-negocios/docs/revista_turismo___negocio_inteira_-site >

RICCO, Adriana S. O turismo como fenômeno social e antropológico. IN: **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local** / Anderson Pereira Portuguese, Giovanni de Farias Seabra, Odaléia Telles M. M. Queiroz (Organizadores).- - João Pessoa: editora Universitária da UFPB, 2012. Disponível em: < <http://www.geociencias.ufpb.br/~paulorosa/Documentos/Divulgacao/livros/livroGEPT EEDL.pdf> >.

RODRIGUES, Adyr. **Turismo e espaço: rumo a um conhecimento transdisciplinar**. São Paulo: HUCITEC, 1997.

RODRIGUES, Lucas A. **A gênese da configuração territorial do aeroporto municipal de Chapecó-SC**. UFFS: Chapecó, 2017.

RUSCHMANN, D. M. **Turismo e Planejamento sustentável**. A proteção do meio ambiente. 5.ed. Campinas: Papirus, 1999.

SANTA CATARINA. Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina – SANTUR. **Regionalização do turismo**. Disponível em: <<http://www.sol.sc.gov.br/index.php/turismo/regionalizacao-do-turismo> >. Acesso em 05 out 2019.

SANTA CATARINA. Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina - SANTUR. **Venha descobrir Santa Catarina**. Disponível em: <<http://turismo.sc.gov.br> >. Acesso em 05 Out 2019.

SANTA CATARINA. Agência de Desenvolvimento do Turismo de Santa Catarina - SANTUR. **Centro de Cultura e Eventos de Chapecó é inaugurado com recursos do governo**. Disponível em: <<http://sol.sc.gov.br/index.php/informacoes/noticias/134-centro-de-cultura-e-eventos-de-chapeco-e-inaugurado-com-recursos-do-governo> >. Publicado em 23 jun 2008. Acesso em 05 Out 2019.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo: razão e emoção**. 4. ed. São Paulo: Edusp, 2004.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do espaço habitado: fundamentos teóricos e metodológicos da Geografia/ Milton Santos**. 6ª edição. São Paulo: Edusp, 2014.

SANTOS, Milton. **O espaço dividido: Os dois circuitos da economia urbana dos Países subdesenvolvidos**. São Paulo: Edusp, 2008.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão**. São Paulo: Edusp, 2007.

SANTOS, Milton. **Por uma Geografia Nova: Da crítica da geografia a uma geografia crítica** / Milton Santos. – 6.ed., 1.reimpr. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008a.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. 7ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2001.

SANTOS, Milton. **Sociedade e espaço: a formação social como teoria e como método**. Boletim Paulista de Geografia, N.54: 81-100, junho / 1977.

SANTOS, Milton; SILVEIRA, Maria Laura. **O Brasil – território e sociedade no início do século XXI**. São Paulo: Record, 2001.

SANTOS, Milton. **Técnica, espaço, tempo: globalização e meio técnico-científico informacional**. 5ª Edição. São Paulo: EDUSP, 2013.

SANTOS, Túlio J. P. dos. **Fatores que interferem na decisão de compra de um destino turístico**. 2018. Disponível em: < <https://sebraers.com.br/turismo/fatores-que-interferem-na-decisao-de-compra-de-um-destino-turistico/> >. Acesso em 14 mar. 2020

SANTOS, Rodrigo A.; SOUZA, Norma de Sitta. **Turismo, lazer e Recreação: um olhar denso sobre acepções, significados e características deste segmento**. Revista Científica Eletrônica de turismo, Ano IX, N.16, janeiro de 2012. Periódico semestral. Disponível em < http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/gkPLV5K6sCZrMjH_2013-5-23-17-49-23.pdf >. Acesso em 12 out. 2020.

SARTOR, L.F. **Introdução ao Turismo**. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul; 1977.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Caderno de desenvolvimento – Chapecó 2019**. Disponível em: < <https://datasebrae.com.br/municipios/sc/m/Chapeco%20-%20Cadernos%20de%20Desenvolvimento.pdf> >. Acesso em 14 mar. 2020

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Turismo de Experiência - 2015**. Disponível em: < https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/PE/Anexos/turismo_de_experiencia.pdf >. Acesso em 15 mar. 2021.

SEM ESTRADAS, Chapecó exigiu pensar no futuro. **Retratos de Chapecó**. 2012. Disponível em: < <http://retratosdechapeco.blogspot.com/2012/10/sem-estradas-chapeco-exigiu-pensar-no.html> >. Acesso 5 Out. 2019

SERRA, Hugo. **A concepção de turismo e de sua espacialidade no plano de desenvolvimento de turismo do Pará (PDT-PA)**. Belém: UFPA, 2007. Disponível em: <http://repositorio.ufpa.br/jspui/bitstream/2011/4998/1/Dissertacao_ConcepcaoTurismoEspacialidade.pdf >.

SILVA, Marina D.G.; MIRANDA, Elis A. Planejamento do turismo para o desenvolvimento local. **Anais do Seminário Nacional de Planejamento e Desenvolvimento edição 2015 – Departamento Acadêmico de Gestão e Economia (DAGEE) da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR)**. Disponível em: http://200.19.73.116/anais2/wp-content/uploads/2015/08/Marina_Duarte_Gomes.pdf >. Acesso em 15 jul 2019.

SOBRE a Rodoviária de Chapecó. **Blog Rodoviária**. Disponível em: <<https://rodoviariaonline.com.br/rodoviaria/chapeco/> >. Acesso em 25 fev 2020

SOUZA, Joel José de; BASTOS, Maycon N. **A formação socioespacial do estado de Santa Catarina, Brasil**. Revista Geográfica de America Central, Número espacial EGAL, 2011 – Costa Rica, p.1-14, II Semestre de 2011. Disponível em < <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/geografica/article/view/3172> >. Acesso em 12 fev. 2021.

STREY, Liziane L. **Plano de desenvolvimento regional de esporte de aventura integrados como atrativo turístico**. Videira/SC: UNOESC, 2012. Disponível em: < <http://www.uniedu.sed.sc.gov.br/wp-content/uploads/2015/02/Monografia-Liziane-Leidens-STrey.pdf> >. Acesso em 16 jul 2019.

SWARBROOKE J.; HORNER, S. **O comportamento do consumidor no turismo**. São Paulo: Aleph, 2002.

TUAN, Yi-Fu. O Turismo e a percepção geográfica da paisagem. In: XAVIER, Herbe. **A percepção geográfica do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

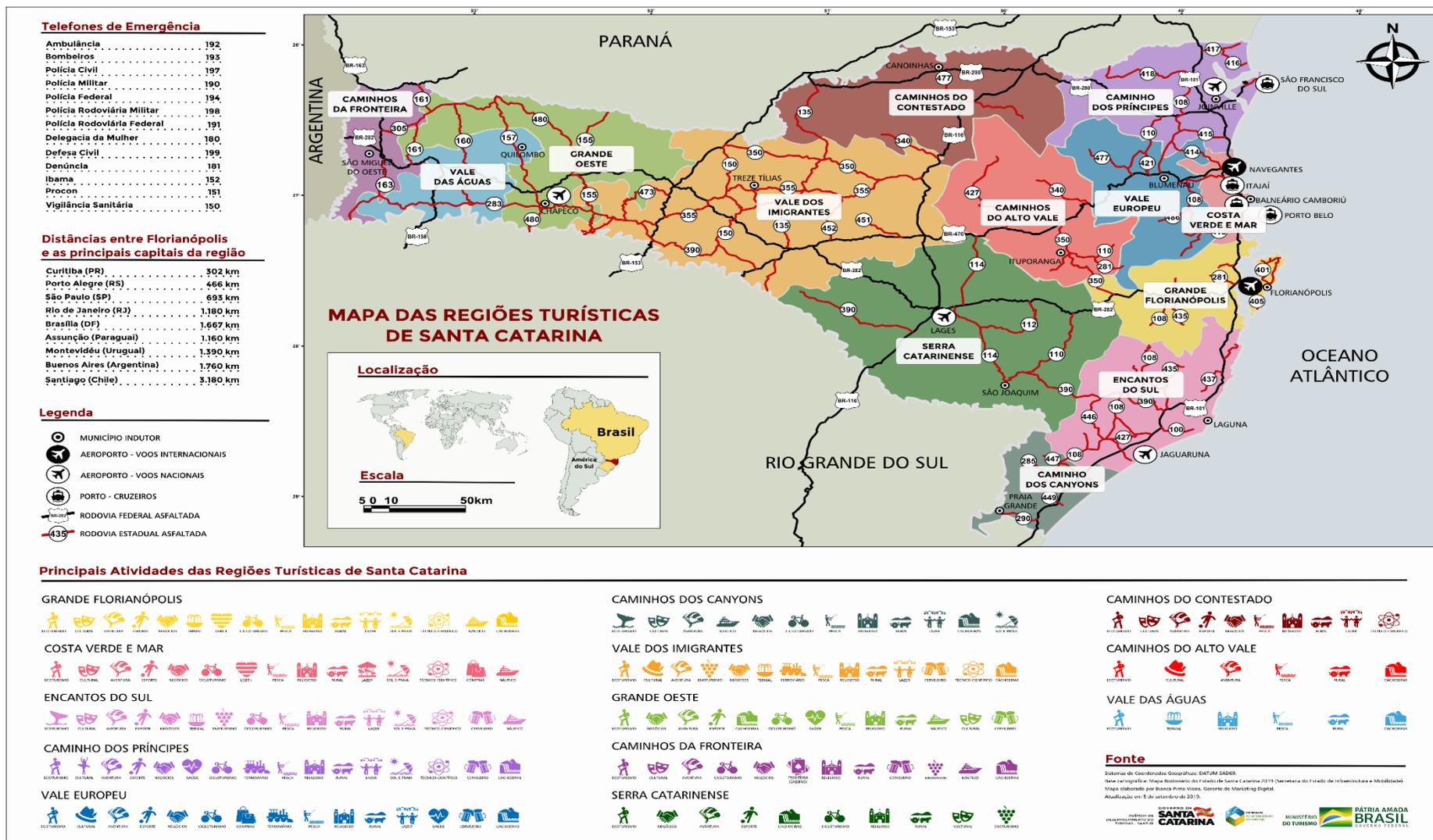
TULIK, Olga. Turismo e repercussões no espaço geográfico. **Revista Turismo em análise**. São Paulo, v.1 (1990), n.2, p.63-77, 28 nov 1990. Disponível em < <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63868> >. Acesso em 12 ago 2019.

TURISMO de negócio fortalece a economia de Chapecó. **Diário do Iguçu**. Chapecó, 07 ago 2018. Disponível em: < <http://www.diariodoiguacu.com.br/noticias/detalhes/turismo-de-negocios-fortalece-a-economia-de-chapeco-43021> >. Acesso em 05 out 2019

YAZIGI, Eduardo Abdo. **Turismo: uma esperança condicional**. Global Editora: São Paulo, 1999.

ZOLET, Victorino. B. **50 anos fotografando Chapecó: uma coletânea de mais de 500 fotos**/ Victorino B. Zolet; Alvírio Silvestrin (org). Chapecó: Ed. do Autor, 2006

ANEXO I: Mapa das Rotas Turísticas de Santa Catarina – período 2019-2021



Fonte: <http://santur.sc.gov.br/index.php/multimedia/mapa-do-turismo>

APÊNDICE I – Atrações Turísticas de Chapecó

1.0 Atrações Turísticas de Chapecó – 2021

(Continua)

Classificação	Divisão	Atrativo Turístico	Comentário
Turismo de evento	Festas de Outubro	Efapi	A Exposição-feira agropecuária, industrial e comercial de Chapecó recentemente passou a fazer parte das das Festas de Outubro de Santa Catarina. A Efapi é uma das maiores feiras multissetoriais do Brasil, reunindo indústria, comércio, agropecuária e serviços, além de shows e apresentações culturais. Paralelamente, ocorrem a Feira da Novilha, a Feira do Gado Geral e a Feira do Artesanato. Em anos ímpares, no Parque de Exposições Tancredo de Almeida Neves. www.efapi.com.br Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Ecoturismo e esportes de aventura	Trekking, canyoning, rapel, cascading, tirolesa	Trilha do Pitoco	Dá acesso a cinco cachoeiras, com alturas que variam entre 8 e 45 m. Há condições para a prática de rapel. Linha Alto Capinzal. Distrito de Goio-En. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Ecoturismo	Trekking, canyoning, rapel, cascading, tirolesa	Mirante da Ferradura	Localizado na linha Alto Capinzal no Goio-ên temos a Rota Vale do Uruguai. Alguns poucos quilômetros de estrada de chão (Mesmo caminho da Trilha do Pitoco) encontramos o Mirante da Ferradura, onde é possível ver a grandeza do Vale e do Rio Uruguai. Tem esse nome devido a curva bem fechada que o Rio Uruguai faz em um morro, lembrando uma ferradura. Fonte: https://www.descubrachapeco.com.br/mirante-da-ferradura
Ecoturismo e esportes de aventura	Trekking, canyoning, rapel, cascading, tirolesa	Tirolesa Interestadual / Náutica Faé	Empreendimento localizado as margens do Rio Uruguai, no Distrito de Goio-En, disponibiliza aos seus visitantes, serviço de marina, prainha, lanchonete. Destaque especial para a Tirolesa Interestadual de 1.300 metros que liga o Rio Grande do Sul a Santa Catarina, atravessando o Rio Uruguai. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Lazer	Estâncias termais	Estância das Águas	Piscinas com águas termais, playground aquático infantil, tobogãs, recanto ecológico com pista para caminhada, lago para pesca artesanal, canchas poliesportivas, restaurante, lanchonete, churrasqueiras e um pequeno hotel. SC-480, s/n, sentido Rio Grande do Sul, distrito de Marechal Bormann, a 12 km do Centro. www.estanciaaguastermais.com.br Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo cultural	Festas Típicas	Festa da Colonização Italiana	Reúne as comunidades de cultura italiana do município, com muita música, diversão e culinária típica. No primeiro sábado de julho. A cada edição em uma comunidade diferente. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/

Fontes: <http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/> (SANTUR), Revista Chapecó – Turismo e Negócio 2019, jornais e sites do Google (adaptado pelo autor – referenciados em cada ponto turístico)

1.0 Atrações Turísticas de Chapecó – 2021

(Continuação)

Turismo cultural	Festas Típicas	Wurstfest	A Festa da Salsicha (em alemão) tem baile animado por bandas típicas germânicas e jantar especial, cujos principais ingredientes são os diversos tipos de salsichas. Promovida pela Câmara Júnior de Chapecó (JCI). Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Lazer	Outros espaços e passeios	Sítio Pousada	Piscina, açude para pescaria, ampla área de lazer, cabanas para hospedagem e espaço para camping, além da deliciosa gastronomia tropeira. Linha Boa Vista. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo Rural	Outros espaços e passeios	Rota Italiana	As peculiaridades da cultura italiana são vislumbradas aos visitantes através do Museu da Cultura Italiana na Comunidade de Colônia Cella. São cerca de 300 peças que retratam o cotidiano do imigrante. A gruta de sede Figueira apresenta a natureza em comunhão com a fé. São grutas, cachoeira reverenciando Nossa Senhora De Lourdes e a Trilha dos Mistérios do rosário. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo religioso	Igrejas	Gruta de Sede Figueira	No local encontra-se a gruta Nossa Senhora de Lourdes e, próximo dali a Trilha dos Mistérios do Rosário – marcas da religiosidade católica dos colonos de origem italiana. Distrito de Sede Figueira, a 1 km da BR-282. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo religioso	Igrejas	Capela São Carlos	Foi construída pelos primeiros colonos gaúchos de origem predominantemente italiana. Colônia Bacia Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo religioso	Igrejas	Catedral Santo Antônio	Com duas torres de 40 m, o prédio tem formato de cruz (visto do alto). A gruta atrás do templo também merece uma visita. Segunda a sexta, 9h às 11h30 e 13h30 às 17h; sábado, 9h às 17h. Av. Getúlio Vargas, 93 S, Centro, em frente à Praça Coronel Bertaso. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo cultural	Museus, Casas de Cultura, Memoriais e Monumentos	Monumento O Desbravador/Memorial Paulo de Siqueira	A obra é o cartão de visitas de Chapecó. A estátua de 14 m de altura, em homenagem ao colonizador gaúcho, foi criada pelo artista plástico Paulo de Siqueira, que também produziu as pinturas e esculturas que fazem parte do Memorial, na base do monumento. Av. Getúlio Vargas, nº17, Centro. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/

Fontes: <http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/> (SANTUR), Revista Chapecó – Turismo e Negócio 2019, jornais e sites do Google (adaptado pelo autor – referenciados em cada ponto turístico)

1.0 Atrações Turísticas de Chapecó – 2021

(Continuação)

Turismo cultural	Museus, Casas de Cultura, Memoriais e Monumentos	Monumento do centenário	Foi inaugurado em 2017 em comemoração aos 100 anos do município e se localiza na Avenida Getúlio Vargas. Constitui uma escultura com três estátuas em bronze dos pioneiros e colonizadores da cidade: o Coronel Ernesto Bertaso, o cooperativista Aury Luiz Bodanese e o empresário Plínio Arlindo de Nês. Fonte: http://www.diariodoiguacu.com.br/noticias/detalhes/monumento-do-centenario-bertaso-de-nes-e-bodanese-eternizados-na-getlio-vargas-34947
Turismo cultural	Museus, Casas de Cultura, Memoriais e Monumentos	Museu Tropeiro Velho	Guarda peças e utensílios domésticos dos antigos moradores da cidade e, principalmente, dos tropeiros que passaram pela região. Tem área para lazer e camping. Propriedade da Família Fonseca, a 15 km do Centro. Linha Boa Vista Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo cultural	Museus, Casas de Cultura, Memoriais e Monumentos	Museu de História e Arte de Chapecó (MHAC)/ Museu Municipal Antônio Selistre de Campos	Agrupam acervo arqueológico e etnológico das tribos Kaingangue e Guarani, bem como registros fotográficos de momentos históricos de Chapecó. Ambos estão sediados no prédio da Prefeitura, construído em 1940 e tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Av. Getúlio Vargas, 17 N, Centro. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo cultural	Museus, Casas de Cultura, Memoriais e Monumentos	Museu da Colonização de Chapecó	É um espaço musical de significativa importância, pois resgata, preserva e salvaguarda o processo de colonização de Chapecó, a história de seus agentes desbravadores e visionários, assim como seus saberes e fazeres que, em tão pouco tempo, transformam o município de Chapecó, numa referência de progresso e desenvolvimento. O Museu da Colonização é um espaço de memórias, de relacionamentos e de interação. Localizado junto ao Parque de Exposições Tancredo de Almeida Neves - Pq. da Efapi Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo cultural	Museus, Casas de Cultura, Memoriais e Monumentos	Museu da Cultura Italiana	Espaço conserva parte da história da imigração italiana, com cerca de 300 peças, na maioria instrumentos de trabalho na agricultura, utilizadas pelos moradores no início do século XX. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Ecoturismo	Outros espaços e passeios	Goio-En	Distrito onde se localiza o Vale do Rio Uruguai e a Trilha do Pitoco. Desde a instalação Usina Hidrelétrica Foz do Chapecó, a qual atingiu a localidade, ocorreu o desenvolvimento da infraestrutura turística apresentando restaurantes de gastronomia típica, além de lago para banho e atividades náuticas. A cerca de 23 km do Centro. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/

Fontes: <http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/> (SANTUR), Revista Chapecó – Turismo e Negócio 2019, jornais e sites do Google (adaptado pelo autor – referenciados em cada ponto turístico)

1.0 Atrações Turísticas de Chapecó – 2021

(Continuação)

Ecoturismo	Cachoeiras, lagoas e outros recantos naturais	Vale do Rio Uruguai	A bela paisagem do vale pode ser avistada a partir do Mirante da Ferradura (15 km do Centro), incluindo a ponte que faz a divisa com o estado do Rio Grande do Sul. Distrito de Goio-En. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Lazer	Outros espaços e passeios	Átrio Daví Barela Davi	Inaugurado em dezembro de 2017 pelo Grupo Nostra Casa, como forma de homenagear a cidade contando a história do acidente trágico com a equipe da Chapecoense. NO mural “O Gol Eterno” foi depositado a Cápsula do tempo, onde estão cartas do mundo todo com mensagens de apoio ao clube e cidade. Também se encontra no local uma fonte, com o mapa em alto relevo da América do Sul em seu interior, produzido pelo artista plástico Sergio Coirolo, com dois pontos de luz sinalizando Chapecó e Medellín (Colombia) Fonte: Revista Chapecó
Lazer	Outros espaços e passeios	Praça Emílio Zandavalli	Conhecida como “pracinha do Marista” se localiza próximo a Arena Condá. Em 2018 foi revitalizada juntamente em parceria com a Nostra Casa. Possui espaço de 3.450 m². Fonte: Revista Chapecó
Lazer	Outros espaços e passeios	Praça túlio fontoura	Se localiza na Rua Condá Esquina com Rua Rio de Janeiro, próximo a Escola Ensino Básico Zélia Scharff. Fonte: Google
Lazer	Outros espaços e passeios	Parque Medellín / Marco da Paz	Inaugurado em abril de 2017, o Parque fica localizado no Loteamento Avenida, e tem área de 109 mil m². Foi construído em homenagem a solidariedade do povo de Medellín – Colombia, após o acidente com o avião a equipe da Chapecoense. Também no Parque se encontra o “Marco da Paz” que simboliza a paz entre os homens. É o 30º construído no mundo até aquela data, pelo italiano Gaetano Brancati Luigi. O arco possui 10,8 metros de altura e sino com 450 quilos. Fonte: https://www.nsctotal.com.br/noticias/chapeco-lanca-parque-medellin-em-homenagem-aos-colombianos e https://www.descubrachapeco.com.br/marco-da-paz
Turismo de negócios e eventos	Eventos	Parque de Exposições Tancredo de Almeida Neves (Parque da EFAPI)	Recebe cerca de 50 eventos por ano, entre feiras, exposições, shows e outros. Tem 14 pavilhões, incluindo áreas cobertas, áreas externas e áreas verdes. Av. Senador Atilio Fontana, 370 D, EFAPI. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/

Fontes: <http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/> (SANTUR), Revista Chapecó – Turismo e Negócio 2019, jornais e sites do Google (adaptado pelo autor – referenciados em cada ponto turístico)

1.0 Atrações Turísticas de Chapecó – 2021

(Continuação)

Turismo de negócios e eventos	Eventos	Arena Condá	Inaugurada em 1 fevereiro de 2009 e tem capacidade para 20.089 pessoas. O estádio é muito lembrado após o episódio trágico da queda do avião com os membros da Chapecoense. É possível realizar um tour pelo estádio – sala de imprensa, Zona Mista, espaços destinados as homenagens, gramado, arquibancada etc, inclusive o Átrio. Fonte: Revista Chapecó – Turismo e Negócio 2019
Turismo de negócios e eventos	Feiras Agropecuárias, Industriais e Eventos de Negócios	Mercoláctea Milk Fair - Feira Internacional do Setor Lácteo	Expõe máquinas e equipamentos do setor, além de produtos e serviços para manejo, nutrição, sanidade e controle de qualidade, para uso desde granjas até supermercados. Ocorre bianualmente (anos pares). Parque da EFAPI. www.mercolactea.com.br Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo de negócios e eventos	Eventos	Centro de Cultura e Eventos Plínio Arlindo De Nes	Recebe cerca de 200 eventos por ano. Tem 4 auditórios, cafeteria, estacionamento, teatro e salão de convenções, com capacidades para 1 mil e 2 mil pessoas, respectivamente. Segunda a sexta, 7h às 19h. Rua Assis Brasil, 20 D, Centro. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo de negócios e eventos	Feiras Agropecuárias, industriais	Mercoagro	Reunindo 600 expositores de 4 continentes, é a segunda maior feira do mundo no setor de negócios, processamento e industrialização de carne. Acontece em anos pares no Parque da EFAPI. www.mercoagro.com.br Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo de negócios e eventos	Feiras Agropecuárias, Industriais.	Mercomóveis	Reúne fornecedores e fabricantes de todo o país numa das maiores feiras do gênero. Bial (anos pares). Parque da EFAPI. www.mercomoveis.com.br Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo de negócios e eventos	Feiras Agropecuárias, Industriais.	Feira Metalmeccânica + Corte e Conformação	Mostra de tecnologias, equipamentos, insumos e produtos do setor metalmeccânico. Ocorre em anos pares no Parque da EFAPI. www.eurofeiras.com.br Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo de negócios e eventos	Feiras Agropecuárias, Industriais.	Logistique - Feira Internacional de Logística, Serviços, Transporte e Comércio Exterior	Já em sua primeira edição (2009), recebeu 15 mil visitantes. Parque da EFAPI. www.logistique.com.br Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/

Fontes: <http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/> (SANTUR), Revista Chapecó – Turismo e Negócio 2019, jornais e sites do Google (adaptado pelo autor – referenciados em cada ponto turístico)

1.0 Atrações Turísticas de Chapecó – 2021

(Continuação)

Turismo de negócios e eventos	Feiras Agropecuárias, Industriais.	Simpósio Brasil Sul de Avicultura Simpósio Brasil Sul de Suinocultura	Palestras técnicas e feira de produtos e serviços do setor. Realizado anualmente. www.nucleovet.com.br Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo de negócios e eventos	Feiras Agropecuárias, Industriais.	Feira Bem Casados	Iniciou em 2006, a feira para casamentos e festas apresenta as maiores novidades do setor. São realizados desfiles e exposição. Em sua última edição contou com 60 expositores. www.feirabemcasados.com.br/ Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo de negócios e eventos	Feiras Agropecuárias, Industriais.	EXPEN	Feira anual, que reuni multissoluções em gestão, serviços e tecnologia para todas as etapas da empresa desde o planejamento, estruturação e gestão. Apresenta palestras, workshops e sessões de negócio. www.expen.com.br/ Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo cultural	Espaços Culturais, Galerias, Salas de Teatro e Cinemas	Galeria Municipal de Arte do Centro de Cultura e Eventos Plínio Arlindo de Nês	Ambiente que visa divulgar e integrar as Artes Visuais ao cotidiano da cidade, promovendo eventos que valorizem o espaço e divulguem a arte através de exposições municipais, estaduais e nacionais. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo cultural	Espaços Culturais, Galerias, Salas de Teatro e Cinemas	Galeria Municipal de Artes Dalme Marie Grando Rauen	Promove exposições de artistas da região. Praça Coronel Bertaso, s/n, Centro. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo cultural	Espaços Culturais, Galerias, Salas de Teatro e Cinemas	CEOM – Centro de Memória do Oeste de Santa Catarina	Mantém ações de preservação, valorização e difusão da história e do patrimônio cultural Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Lazer	Parques e Praças	Praça Coronel Bertaso	Sede da Galeria Municipal de Artes, tem mural histórico cultural relatando o ciclo da madeira de Chapecó, além de parque infantil e fonte luminosa com jato d'água. Centro. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/

Fontes: <http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/> (SANTUR), Revista Chapecó – Turismo e Negócio 2019, jornais e sites do Google (adaptado pelo autor – referenciados em cada ponto turístico)

1.0 Atrações Turísticas de Chapecó – 2021

(Continuação)

Lazer	Parques e Praças	Parque Angelo Sartori (Parque Palmital)	Dispõe de quadra de esportes, churrasqueiras e mesas, playground e área verde. Diariamente, 7h às 20h. Rua Olinda, s/n, Palmital. A 4 km do Centro. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Ecoturismo	Parques e Praças	Ecoparque	Em meio à área verde com árvores nativas, tem lago, pista para caminhadas, praças, playground e aparelhos para exercícios físicos. Diariamente, 6h às 21h. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Ecoturismo	Outros Espaços e Passeios	Camping Tedesco	Banhado pelo Rio Lambedor disponibiliza aos visitantes quiosques com churrasqueiras Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Gastronomia	Outros Espaços e Passeios	Mercado Público Regional	Reúne bares, lanchonetes, restaurante, espaço para apresentações culturais e outras áreas dedicadas a exposição e venda de artesanato e produtos da agricultura familiar. Segunda a sábado, 8h às 19h. Rua Nereu Ramos, 1.750 E, Passo dos Fortes. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Gastronomia	Rota das cervejas	Dalla Cervejaria	A Dalla Cervejaria iniciou seu processo produtivo em 2011, apresentando para todo o oeste catarinense a cultura das cervejas produzidas de acordo com a lei da pureza alemã. A Dalla Cervejaria possui anexo a fábrica um bar que permite ao público visualizar todo o processo produtivo e degustar as variedades de chopp, apreciando a culinária local. Tipos de chopp produzidos: Pilsen, Gold (não filtrado), Weiss (trigo), Munich (escuro). Agende sua visita na fábrica acompanhada pelo mestre cervejeiro. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo de eventos	Eventos culturais	Dança Chapecó – Festival Sul-Brasileiro de Dança	Vitrine da dança profissional e amadora da região Sul do país. Em setembro, no Centro de Cultura e Eventos. www.escoladeartes.com.br Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Ecoturismo	Outros Espaços e Passeios	Camping Três Rios	Espaço banhado pelos Rio Irani e Lambedor, com churrasqueira e mesas em meio a natureza. Localizado na Linha São Rafael Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/

Fontes: <http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/> (SANTUR), Revista Chapecó – Turismo e Negócio 2019, jornais e sites do Google (adaptado pelo autor – referenciados em cada ponto turístico)

1.0 Atrações Turísticas de Chapecó – 2021

(Conclusão)

Turismo de eventos	Eventos culturais	Maratona Fotográfica	São 12 horas ininterruptas de fotografias a partir de 12 temas pré-selecionados como forma de fazer um registro fotográfico da cidade de Chapecó sob diferentes olhares. Evento anual. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo de eventos	Eventos culturais	Feira das Áreas do Conhecimento, Cultura e Educação (FACE)	Informações sobre cursos, mercado de trabalho, carreira, produtos educacionais, cultura e entretenimento, além de oportunidades de estágio, programas trainee e de intercâmbio. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo de eventos	Eventos culturais	Festival Nacional de Teatro de Chapecó	Evento anual, com objetivo de melhorar o desenvolvimento cultural da cidade, incentivar o acesso à arte teatral e oferecendo a toda população espetáculos locais e regionais, intervenções, exposições, exibições de filmes, conversas sobre o fazer teatral e oficinas. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo de eventos	Eventos culturais	Rodeio Artístico e Crioulo Nacional	A 1ª edição do evento realizou-se no período de 18 a 20/11/2005 no Parque de Exposições Tancredo Neves/EFAPI, pelos CTG's de Chapecó e apoio da Prefeitura Municipal. São realizados concursos de danças tradicionais gaúchas, chula, gaita e declamação, shows e apresentações musicais, provas campeiras como gineteada, tiro de laço com premiação. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo de eventos	Eventos culturais	Acampamento Farrroupilha	Evento este que tem como principal objetivo unir num mesmo local pessoas que cultivam e, ou simpatizam com a Tradição Gaúcha, mostrando a comunidade os costumes e hábitos gaudérios herdados de nossos antepassados. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Lazer	Parques e Praças	Parque da Palmeira	Pista para caminhadas, quiosques, churrasqueiras e playground são algumas das atrações dessa área repleta de palmeiras nativas. Segunda a sexta, 7h30 às 11h30 e 13h30 às 17h30. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/
Turismo de eventos	Feiras Agropecuárias, Industriais e Eventos de Negócios	Classic Motor	Maior evento de antigo mobilismo da região Oeste de Santa Catarina, envolvendo várias cidades da região e estados. Exposição de veículos clássicos e antigos atraindo muitos colecionadores. Comércio especializado de peças antigas e recuperadas, oferta de serviços exclusivos ligados a restauração e manutenção de veículo. Fonte: http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/

Fontes: <http://turismo.sc.gov.br/cidade/chapeco/> (SANTUR), Revista Chapecó – Turismo e Negócio 2019, jornais e sites do Google (adaptado pelo autor – referenciados em cada ponto turístico)