

Ameaças do Trade Turístico Catarinense por meio de Mapeamento Digital Participativo a fim de Fortalecer o Ecossistema Empreendedor e Impulsionar a Inovação no Setor de Turismo de Aventura.¹

Hans Peder Behling²
Cássio Aurélio Suski³
Marcos Arnhold Junior⁴

Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, SC

RESUMO

De acordo com a Travel Leaders Group e Adventure Trade Association o Turismo de Aventura é um segmento da economia que atinge cifras globais de US\$ 683 bi ao ano. Este setor pode ser definido por atividades e esporte recreacionais em ambientes naturais e espaços urbanos ao ar livre, envolvendo riscos controlados, exigindo o uso de técnicas e equipamentos específicos, adoção de procedimentos para garantir a segurança pessoal e de terceiros e o respeito ao patrimônio ambiental e sociocultural. Numa pesquisa do MINTUR em parceria com o SEBRAE e a ABETA (ABETA, 2009) os praticantes de Turismo de Aventura no Brasil foram definidos como aventureiros eventuais, onde 68% do público têm entre 1 e 10 experiências, e escolhem suas atividades com base numa escala de atributos: financeiros, ambientais, de conveniência e profissionais (capacitação e reputação dos prestadores de serviços). Existe uma legislação e um mercado bem consolidado no Brasil, no entanto, os turistas têm muitas dificuldades para encontrar prestadores de serviço especializados (como guias de turismo e operadoras), por outro lado, estes prestadores de serviços também enfrentam dificuldades em termos de comunicação mercadológica, publicidade, promoção e conversão de vendas. O mercado de Turismo de Aventura no país oferece uma série de serviços de excelente qualidade mas ainda possui uma fatia considerável de negócios que permanecem na informalidade. Em 2017, Santa Catarina recebeu 8 milhões de turistas, e 12% buscaram atividades de aventura (SANTUR, 2020). Segundo a Diretoria de Políticas e Planejamento Educacional do Estado de Santa Catarina (SEE-SC, 2019), o Vale do Itajaí possui o turismo como uma das áreas prioritárias ao Desenvolvimento Regional, e tem como prioridades com relação aos arranjos produtivos o Polo Turístico e o Complexo Tecnológico o desenvolvimento de Software. Apesar destas

¹ Trabalho apresentado no DJ 6 – Interfaces Comunicacionais do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022. Agradecemos à FAPESC pelo fomento à pesquisa, aprovada no “Programa Inovação Para O Setor Turístico - INOVATUR”, Edital de chamada pública FAPESC - SANTUR No 28/2020.

² Professor na Univali - Itajaí e Balneário Camboriú, email: hanspeda@univali.br

³ Professor no Instituto Federal Catarinense - Itajaí, email: cassio.suski@ifsc.edu.br

⁴ Professor na Univali - Balneário Camboriú, email: marcosjunior@univali.br

oportunidades, o ecossistema do Turismo de Aventura catarinense ainda sofre uma série de ameaças, dentre elas as citadas dificuldades de seus agentes se encontrarem, a não regularização da atividade, a falta de estrutura de acessibilidade para deficientes e a falta de investimento em capacitação e empreendedorismo de seus entes. Assim, este trabalho teve como objetivo geral estudar as ameaças do trade turístico catarinense por meio de mapeamento digital participativo para fortalecer o ecossistema empreendedor e impulsionar a inovação no Turismo de Aventura. Os objetivos específicos foram: (1) Analisar as principais ameaças no trade turístico catarinense, tais como dificuldade de localização dos fornecedores de Turismo de Aventura, falta de profissionalização, regularização e falta de acessibilidade à deficientes de alguns tipos de turismo por meio de mapeamento digital participativo; (2) Aprofundar a percepção dos agentes sociais e dos conflitos de interesse dos envolvidos no desenvolvimento do Turismo de Aventura catarinense; (3) Estabelecer soluções que habilitem pequenas empresas, prestadores de serviços e comunidades locais a conquistar visibilidade em meios digitais, integração com ferramentas geradoras de demanda e qualificação de serviços; (4) Elaborar indicadores de monitoramento da expansão turística de aventura e da influência dos fatores socioeconômico e da pandemia do Covid-19 no trade turístico catarinense; (5) Sistematizar a coprodução de conhecimento, tácito e explícito, por meio do diálogo, boas práticas, reflexões e percepções sensitivas vivenciadas, favorecendo o fortalecimento de uma rede sustentável no entorno do turismo catarinense; (6) Compartilhar know-how tecnológico aos agentes sociais para o desenvolvimento permanente de estratégias e diretrizes visando a exploração turística saudável, sustentável e com responsabilidade social corporativa. Estudos atuais do trade turístico (POTRATZ, 2012; SANTOS et al, 2012; VIEIRA, 2016; GOMES et al, 2017) tem utilizado o PDCA para auxílio na Gestão do Trade Turístico. As TIC (Tecnologias de Informação e Comunicação) são ferramentas essenciais para compartilhar informações, fomentar a vigilância cidadã e os direitos de expressão em um mundo que está se digitalizando (UNESCO, 2019). Não é por acaso que a ONU, quando estabeleceu a Agenda 2030, reiterou a importância do acesso às TIC para um desenvolvimento sustentável, reconhecendo a necessidade de desenvolver competências das pessoas para refletir sobre suas próprias ações, tendo em conta seus impactos sociais, culturais, econômicos e ambientais atuais e futuros, a partir de uma perspectiva local e global. (CAMPOS, 2002) Assim, a metodologia de pesquisa envolveu a caracterização da população e dos ambientes de estudo, compreendendo-se o trade turístico catarinense e as ameaças relacionadas à dificuldade de localizar os fornecedores de Turismo de Aventura, à falta de profissionalização, regularização e acessibilidade para deficientes, bem como as relações de poder que conferem condicionamentos sociais, políticos e conflitos de interesses que expressam recortes, perfis e limites ao Turismo de Aventura. Foram realizados levantamentos de dados junto aos fornecedores e agentes sociais do Turismo de Aventura para validação da caracterização por meio de mapeamento digital participativo (BRAGA, 2016; ARAÚJO, ANJOS e ROCHA-FILHO, 2017). Também monitorou-se a influência dos fatores econômico-sociais, de acessibilidade para deficientes e da pandemia do Covid-19 no trade turístico catarinense, visando estabelecer uma visão compartilhada, disseminar os conhecimentos gerados entre os

diferentes agentes sociais envolvidos no projeto. Para caracterizar a população do Turismo de Aventura no Estado de Santa Catarina, foram desenvolvidos formulários de pesquisa para 3 distintos públicos: turistas aventureiros; profissionais fornecedores de Turismo de Aventura; agentes sociais no meio do turismo. Até o momento, cada um dos objetivos macro da pesquisa foi parcialmente cumprido, conforme numerado a seguir: (1) Análise das principais ameaças no trade turístico catarinense, tais como dificuldade de localização dos fornecedores de Turismo de Aventura, falta de profissionalização, regularização e falta de acessibilidade à deficientes de alguns tipos de turismo por meio de mapeamento digital participativo - em relação a este objetivo identificou-se basicamente duas coisas: a percepção dos turistas que se mostraram bastante interessados em contribuir e também uma certa dificuldade em obter as respostas dos fornecedores de Turismo de Aventura, o que é interessante pois estes deveriam ser os primeiros a se interessar pela produção de conhecimento na área em que trabalham; (2) Aprofundamento da percepção dos agentes sociais e dos conflitos de interesse dos envolvidos no desenvolvimento do Turismo de Aventura catarinense - este objetivo foi bastante prejudicado pois os agentes sociais, por incrível que pareça foram o público que mais precisou de mensagens de estímulo para responder os formulários, necessitando inclusive da intervenções da própria Santur e de outros pesquisadores da rede de pesquisa para sensibilizá-los a responder; (3) Estabelecer soluções que habilitem pequenas empresas, prestadores de serviços e comunidades locais a conquistar visibilidade em meios digitais, integração com ferramentas geradoras de demanda e qualificação de serviços - este objetivo foi atendido pois as respostas recebidas possibilitaram uma série de insights sobre a necessidade de profissionalização do serviço prestado e também sobre a necessidade de soluções tecnológicas e do processo de aprendizado e melhoria contínua; (4) Elaborar indicadores de monitoramento da expansão turística de aventura e da influência dos fatores socioeconômico e da pandemia do Covid-19 no trade turístico catarinense - os indicadores elaborados neste trabalho levaram em conta, entre outros (e dependendo do público pesquisado), os seguintes indicadores: tipos de Turismo de Aventura presentes no estado, os mais e menos procurados; os motivos que determinam a escolha; a importância dada ao setor; as questões de acessibilidade; as formas de comunicação de divulgação mais utilizadas no setor; o quanto o setor é organizado; os impactos da pandemia; nível de treinamento e profissionalização das equipes; percepção em relação aos órgãos regulamentadores, fiscalizadores e entidades de classe; programas de incentivo público; (5) Sistematizar a coprodução de conhecimento, tácito e explícito, por meio do diálogo, boas práticas, reflexões e percepções sensitivas vivenciadas, favorecendo o fortalecimento de uma rede sustentável no entorno do turismo catarinense - este objetivo foi parcialmente atingido pois a elaboração dos formulários e questionários contou com o auxílio e participação de vários pesquisadores que compõe a rede de pesquisa, no entanto, os resultados ainda não foram todos contabilizados, nem socializados em rodadas de discussão ou publicados em periódicos científicos; (6) Compartilhar know-how tecnológico aos agentes sociais para o desenvolvimento permanente de estratégias e diretrizes visando a exploração turística saudável, sustentável e com responsabilidade social corporativa - a partir dos resultados obtidos com os objetivos anteriores descritos,

esperamos agora cumprir com este objetivo, num primeiro momento divulgando os resultados alcançados até agora com os três públicos: turistas aventureiros; profissionais fornecedores de Turismo de Aventura; agentes sociais no meio do turismo.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo de Aventura; Gestão de Negócios; Comunicação Mercadológica; Acessibilidade.

REFERÊNCIAS

ABETA. **Diagnóstico do Turismo de Aventura no Brasil / Série Aventura Segura**. Belo Horizonte: Ed. dos autores, 2009. 156p.

ARAÚJO, F. E.; ANJOS, R. S.; ROCHA-FILHO, G. B. **Mapeamento Participativo: Conceitos, Métodos e Aplicações**. Boletim de Geografia, v. 35, n. 2, p. 128-140, 1 dez. 2017.

BRAGA, M. M. **Mapeamento turístico participativo: cartografando e desvendando a Granja Guarani**. Monografia de bacharel em Turismo da Universidade do Estado do Rio de Janeiro, 2016.

CAMPOS, V. **Gerenciamento da rotina do trabalho do dia a dia**. 8. Ed. Belo Horizonte: Editora de Desenvolvimento Gerencial, 2002.

CARROLL, A. **Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct**. BUSINESS & SOCIETY, v. 38, n. 3, p. 268–295, 1999.

ELKINGTON, J. **Sustentabilidade, canibais com garfo e faca**. São Paulo: M. Books do Brasil, 2012.

GOMES, A. C. N.; FERREIRA, A. R. S. V.; BORGES, F. H. G.; SILVA, E. B. **A aplicação das ferramentas da qualidade na criação de procedimentos operacionais padronizados em dois restaurantes de meios de hospedagem no Rio de Janeiro**. Gestão de Serviços Artigos Brasileiros volume 2, MG : Poisson, 2017 251 p.

GONZÁLEZ-RODRÍGUEZ, M. D. R. et al. **Relation Between Background Variables, Values and Corporate Social Responsibility**. Revista de Administração de Empresas, v. 56, n. 1, p. 8–19, 2016.

IBGE. Censo 2010. **Tabela 1495: População residente, por tipo de deficiência permanente**. Resultados Gerais da Amostra. Deficiência visual. Brasília: [s.n.]. Disponível em: <<https://sidra.ibge.gov.br/Tabela/1495#resultado>>. Acesso em: 1 jul. 2020.

LINHARES, T. S. **Diagnóstico do potencial turístico em comunidades tradicionais a partir da gestão participativa**. Dissertação do Programa de Pós-Graduação em Engenharia Ambiental do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Fluminense, Rio de Janeiro, 2016.

ONU. **Declaração Universal dos Direitos Humanos (DUDH)**. Artigo 24: Direito a repouso e lazer. New York: [s.n.]. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/artigo-24-direito-a-reposo-e-lazer/>>. Acesso em: 2 jun. 2019.

ONU. **Transformando Nosso Mundo: a Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável.** New York: Organização das Nações Unidas, 2015. Disponível em: <<http://www.undp.org/content/dam/brazil/docs/agenda2030/undp-br-Agenda2030-completo-pt-br-2016.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2019.

POTRATZ, V. D. **Avaliação do sistema de gestão em segurança no Turismo de Aventura: arvorismo e rapel.** Monografia Especialista I em Engenharia de Segurança do Trabalho, da Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2012.

SANTOS, I. F. P.; CALVOSA, M. V. D.; PAIVA, C. S.; ALBUQUERQUE, C. G. S. **Gestão de Qualidade no Trade Turístico: Modelo de Excelência da Gestão aplicado em destinos indutores do turismo.** XV SEMEAD, 2012.

SANTUR - AGÊNCIA DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DE SANTA CATARINA. Disponível em: <http://www.santur.sc.gov.br> Acesso em 02/07/2020.

SEE-SC - SECRETARIA DE ESTADO DE EDUCAÇÃO. Disponível em: <https://www.sed.sc.gov.br/secretaria/estrutura-organizacional> Acesso em 20/12/2019.

TRAVEL LEADERS GROUP E ADVENTURE TRADE ASSOCIATION. Disponível em: <https://www.adventuretravel.biz> Acesso em 20/04/2021.

UNESCO. **Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. TIC para o desenvolvimento sustentável. Recomendações de políticas públicas que garantem direitos. 2019.**

VELOSO, L. H. M. **Responsabilidade social empresarial: a fundamentação na ética e na explicitação de princípio e valores.** In: ASHLEY, P. A. (Ed.). . Ética e responsabilidade social nos negócios. 2. ed. São Paulo: Editora Saraiva, 2017. p. 328.

VIEIRA, C. S. P. L. **Avaliação do desempenho ambiental no sector do turismo: o caso de estudo TROIA RESORT,** Grupo Sonae. Dissertação de Mestrado em Engenharia do Ambiente, Universidade Nova de Lisboa, 2016.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Global initiative for the elimination of avoidable blindness.** Genebra: [s.n.]. Disponível em: <<https://www.who.int>>. Acesso em: 1 jul. 2020.