

Comunicação e Acessibilidade no Turismo de Aventura Catarinense¹

Laura Rover Caputo²

Hans Peder Behling³

Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, SC

RESUMO

O Turismo de aventura promove a prática de atividades de emoção e recreação em ambientes naturais e espaços urbanos ao ar livre, envolvendo riscos controlados, técnicas e equipamentos específicos, adoção de procedimentos para garantir a segurança pessoal e de terceiros e o respeito ao patrimônio ambiental e sociocultural. De acordo com o Travel Leaders Group e Adventure Trade Association (2021), o mercado global de turismo de aventura é de US\$ 683 bi ao ano. Com base em pesquisa do MINTUR, SEBRAE e 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). Em 2017 Santa Catarina recebeu 8 milhões de turistas, e 12% buscaram atividades de aventura (SANTUR, 2021). A Lei nº 11.771, de 17 de Setembro de 2008 (Lei do Turismo) - Política Nacional de Turismo - define as normas sobre a Política Nacional de Turismo, dispõe sobre o Plano Nacional de Turismo (PNT), institui o Sistema Nacional de Turismo, o Comitê Interministerial de Facilitação Turística, trata sobre o fomento de atividades turísticas com suporte financeiro do Fundo Geral de Turismo - FUNGETUR, das atribuições do Governo Federal no planejamento, desenvolvimento e estímulo ao setor turístico. Já o Decreto no 7.381,19 de 02 de dezembro de 2010, que regulamenta a Lei do Turismo (Lei no 11.771/2008) estabelece, entre outros, normas, mecanismos e critérios para o bom funcionamento do Sistema Nacional de Cadastramento, Classificação e Fiscalização dos Prestadores de Serviços Turísticos – SINASTUR. Define também as infrações e as penalidades administrativas para os meios de hospedagem, agências de turismo, transportadoras, organizadoras de eventos, parques temáticos e acampamentos turísticos. Em relação ao Turismo de Aventura, é válido destacar o artigo 22 (que trata da construção, instalação, ampliação e funcionamento dos estabelecimentos e empreendimentos de turismo utilizadores de recursos ambientais, considerados efetiva ou potencialmente poluidores, bem como capazes de causar degradação ambiental) e o artigo 34 (que trata das agências de turismo que comercializam serviços turísticos de aventura). No entanto, apesar de haver legislação e um mercado bem consolidado para o turismo de aventura, os turistas têm

¹ Trabalho apresentado no IJ 6 – Interfaces Comunicacionais do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 16 a 18 de junho de 2022.

² Recém-graduada em Relações Públicas pela Univali, email: lauraarover@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor da Univali, email: hanspeda@univali.br

dificuldade para encontrar os prestadores de serviço especializados (guias e operadoras), bem como os prestadores de serviços têm dificuldades ainda maiores em comunicação mercadológica e conversão de vendas. O mercado ainda possui uma fatia considerável de negócios informais, porém que oferecem serviços de excelente qualidade (SANTOS, et al, 2021), incluindo a preocupação com a segurança de seus clientes e com o meio ambiente. Muitas são as ameaças ao ecossistema turístico de aventura catarinense, dentre elas as citadas dificuldades de seus agentes se encontrarem, a não regularização da atividade, a falta de estrutura (CAMPOS, 2002; POTRATZ, 2012 e GOMES et al, 2017) de acessibilidade para deficientes e a falta de investimento em capacitação e empreendedorismo de seus entes. Assim, o contexto deste trabalho envolve o mapeamento (ARAÚJO et al, 2017; BRAGA, 2016 e LINHARES, 2016) a gestão de negócios, regularização e profissionalização do turismo de aventura, fazendo uso de inovações da tecnologia de informação e comunicação (TIC). A principal motivação deste trabalho foi transferir o conhecimento gerado na pesquisa para o trade de turismo de aventura, melhorando capacidades de inovação diante dos desafios que exigem o desenvolvimento saudável, sustentável e com responsabilidade social corporativa (GONZÁLEZ-RODRÍGUEZ, 2016). À medida que as experiências tecnológicas oportunizam e facilitam os estudos na área de turismo de aventura, a mesma a torna difícil de ser socializada, pois o desenvolvimento tecnológico não segue uma trajetória única e linear, sendo influenciado por relações de força e apropriado de forma desigual por grupos sociais. Neste sentido, há uma relação direta entre tecnologia e produção de desigualdades sociais, que não puderam ser aprofundadas neste projeto pois o desafio exigiria a análise das ameaças envolvendo diversos agentes sociais. Entre eles, foram priorizados os turistas que consomem os serviços prestados pelos fornecedores de atividades de turismo de aventura, visando conhecer as ameaças inerentes ao setor, sua capacidade de aptidão tecnológica, o que torna o acesso às Tecnologias de Informação e Comunicação e a acessibilidade em geral um elemento decisivo para o aprimoramento dos sujeitos e do trade. Assim, o objetivo deste trabalho foi caracterizar a comunicação do turismo de aventura na visão dos turistas no estado de Santa Catarina. A metodologia foi exploratória quantitativa, o instrumento de coleta de dados foi questionário, aplicados com turistas aventureiros. Foram enviadas 36 questões pelo Google Formulários de 04 de junho a 27 de julho de 2021. Obtivemos 200 respostas válidas, com 51% respondentes masculinos e 49% femininos e faixa etária predominante de 35 à 44 anos, seguida de 45 à 54 anos. Destes, aproximadamente 70% consomem entre R\$50,00 à R\$2mil mensais com atividades de turismo de aventura e citaram possuir as seguintes deficiências: visual, amputação de mão, diminuição do movimento de mão ou braço, ou ainda possui familiar cadeirante. Pelas respostas, percebe-se que apenas 28% tinham total clareza do que se tratava a temática Turismo de Aventura e apenas 8,5% dos respondentes afirmou que encontravam fornecedores para esse tipo de atividade com facilidade. Quando questionados sobre os fornecedores já encontrados, 28 não encontraram, 27 não conhecem, 19 não responderam, 16 não procuram, 12 responderam que utilizam as redes sociais, sites, blogs e aplicativos para localizar e 6 procuram quando chegam no local. Nestes dois últimos grupos surgiram 131 menções a fornecedores. Merece destaque a falta de divulgação e de investimento e a deficiente

estrutura turística nas cidades: 74,5% citou a falta de divulgação nas cidades (placas), 57,7% a falta de investimento no turismo, 51% a deficiente estrutura turística das cidades, 45,5% a falta de fornecedores de turismo de aventura, 42,5% a falta de profissionalização e capacitação, 29% a falta de acessibilidade a deficientes, 28% a falta de regularização da atividade e 25% a falta de tecnologias digitais. 77,5% dos respondentes consideram “extremamente importantes” os cursos profissionalizantes e a capacitação do setor. As plataformas digitais mais utilizadas para a busca de fornecedores é o Google, seguida pelo Instagram e pelo Facebook. Os respondentes consideram o turismo de aventura importante para o desenvolvimento humano e da sociedade por beneficiar o bem estar através de exercícios e contato com a natureza, mas não acreditam que as outras pessoas deem muita importância à isso. Os respondentes informaram que eles diminuíram significativamente a frequência de viagens, a prática e o consumo de turismo de aventura em Santa Catarina por conta da Covid-19, no entanto, existe um grande desejo em retomar essas atividades após a pandemia. Mais de 90% dos respondentes considera importantes as campanhas e apelos de Marketing Inclusivo para fornecedores de turismo de aventura e mais de 95% considera que as atividades de turismo de aventura são importantes para promover a inclusão e desenvolvimento de deficientes. A maioria dos respondentes não considera as atividades de turismo de aventura adequadas a deficientes da forma como elas são oferecidas na atualidade e os principais aspectos a serem melhorados são: acessibilidade, capacitação dos profissionais, adaptações e adequações de equipamentos, segurança, e destaque à insatisfação em relação ao incentivo do poder público.

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: arborismo 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.

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.