

**Área:** Sustentabilidade | **Tema:** Temas Emergentes em Sustentabilidade

**ECOTURISMO E ECOJORNALISMO: PRÁTICAS E PERCEPÇÕES SOB A ÓTICA DE AGENTES DE  
TURISMO DO ESTADO DE SANTA CATARINA**

**ECOTOURISM AND ECOJOURNALISM: PRACTICES AND PERCEPTIONS UNDER THE VIEW OF  
TOURISM AGENTS IN THE STATE OF SANTA CATARINA**

Verediane Sander, Gislaine Cristina Borini, Rosana Claudio Silva Ogoshi e Cesar Augustus Winck

**RESUMO**

Esta pesquisa tem como objetivo descrever a atual situação do ecoturismo no estado de Santa Catarina, além de refletir quanto à influência das mídias sociais na promoção do mesmo e o perfil dos agentes de turismo que o praticam. Para sua elaboração o trabalho aconteceu em três momentos distintos, sendo dois deles baseados em pesquisas bibliográficas, a busca pelo histórico de Santa Catarina trazendo a reflexão até os dias atuais, e a análise do impacto das mídias digitais no setor e como, ao desenvolvê-lo, pode-se encontrar o crescimento social e cultural da região. Para refletir a atual situação do ecoturismo em Santa Catarina foi realizada uma pesquisa com 22 agentes de turismo registrados na Associação Brasileira de Agentes de Turismo - ABAV, se utilizando de um questionário com 27 questões, sendo aplicado via telefone e e-mail. Após levantamento dos dados identificou-se que o ecoturismo no estado ainda caminha a passos lentos, segundo dados coletados através da entrevista, os próprios agentes de turismo identificam uma crescente demanda de mercado para diferentes faixas etárias neste ramo, sendo que os mesmos ainda não possuem o devido treinamento. Também se verificou que o governo não disponibiliza nenhum incentivo para a área. Sugere-se para próximas pesquisas aumentar a abrangência da pesquisa para um maior número de agências.

**Palavras-Chave:** agentes, sustentabilidade, desenvolvimento, turismo, eco jornalismo

**ABSTRACT**

This research aims to describe the current situation of ecotourism in the state of Santa Catarina, besides reflecting on the influence of social media on its promotion and the profile of tourism agents who practice it. For its elaboration the work happened in three distinct moments, two of them based on bibliographical research, the search for the history of Santa Catarina bringing the reflection to the present day, and the analysis of the impact of digital media in the sector and how, by developing it. so, one can find the social and cultural growth of the region. To reflect the current situation of ecotourism in Santa Catarina, a survey was conducted with 22 tourism agents registered with the Brazilian Association of Tourism Agents - ABAV, using a questionnaire with 27 questions, being applied via telephone and e-mail. After surveying the data, it was found that ecotourism in the state is still moving slowly, according to data collected through the interview, the tourism agents themselves identify a growing market demand for different age groups in this branch, and they still do not have the proper training. It was also found that the government does not provide any incentives for the area. Further research is suggested to increase the scope of research to a larger number of agencies.

**Keywords:** agents, sustainability, development, tourism, eco journalism

# **ECOTURISMO E ECOJORNALISMO: PRÁTICAS E PERCEPÇÕES SOB A ÓTICA DE AGENTES DE TURISMO DO ESTADO DE SANTA CATARINA**

## **ECOTOURISM AND ECOJORNALISM: PRACTICES AND PERCEPTIONS UNDER THE VIEW OF TOURISM AGENTS IN THE STATE OF SANTA CATARINA**

### **Objetivo Geral**

- Apresentar as práticas e percepções de ecoturismo e ecojornalismo sob a ótica de agentes de turismo do estado de Santa Catarina

### **Objetivos Específicos**

- Apontar o perfil dos agentes turísticos que atuam com o ecoturismo no estado de Santa Catarina;
- Identificar se há a prática do ecoturismo pelos agentes de turismo de Santa Catarina;
- Levantar percepções sobre incentivos governamentais para o ecoturismo
- Determinar se há ocorrência de treinamento para a prática do ecoturismo
- Avaliar a prática do ecojornalismo em Santa Catarina;

### **Introdução**

O ecoturismo, também conhecido como turismo ecológico ou sustentável, começou a ser estudado no Brasil na década de 1980, sendo que em 1985 a EMBRATUR (Instituto Brasileiro de Turismo) deu início ao “Projeto Turismo Ecológico”, a partir disso órgãos como IBAMA e Comissão Técnica Nacional promoveram iniciativas para organizar o setor (BRASIL, 2010).

O conceito de sustentabilidade é amplo e abrange aspectos ambientais, socioculturais e econômicos de uma sociedade. Ao integrar este termo a área do turismo, gestores e demais personagens devem compreender que ações voltadas para a valorização cultural, preservação ambiental, desenvolvimento da região (estrutural e populacional) podem apresentar como consequência o aquecimento econômico (OLIVEIRA, 2008).

Para que as ações sustentáveis ocorram de forma eficiente há de se aplicar critérios que proporcionam ganho de renda à população e a desenvolva concomitantemente. Sob esta ótica é preciso atenção às boas condições de trabalho, capacitação a população envolvida, preservar o meio ambiente, e de forma consciente, valorizar a cultura regional. Ao organizá-lo o turismo sustentável ganha um viés economicamente viável, exercendo seu papel para o desenvolvimento da sociedade e retorno do investimento realizado (SILVA, 2008). A SANTUR (Santa Catarina Turismo), órgão oficial de promoção do turismo no estado, em seu site mostra que o ecoturismo catarinense apresenta diversidade em termos de quantidades e qualidades. Disponibiliza roteiros de ecoturismo e esportes de aventura, que incluem: trilhas em cânions, arvorismo, escalada em montanhas, cavalgadas, áreas de voo, pontos de mergulho, surfe, pesca, corredeiras em rios e observação de baleias e aves, *sandboard*, entre outros (GOVERNO DE SANTA CATARINA, 2019b).

Por outro lado, acredita-se que a mídia tem um importante papel em informar e sensibilizar a sociedade, principalmente sobre ações que protejam e contribuam para recuperação do meio ambiente. Assim, o ecojornalismo ou jornalismo ambiental, tem um papel fundamental no processo de educação ambiental em vista a construção de uma vida sustentável (GIRARDI, 2004). A partir deste assunto, surge a pergunta: Quais percepções e práticas sobre ecoturismo e ecojornalismo dos agentes de turismo no estado de Santa Catarina?

Com o objetivo de apresentar as práticas e percepções de ecoturismo e ecojornalismo sob a ótica de agentes de turismo do estado de Santa Catarina, o presente trabalho busca, no

primeiro momento, através de revisão da literatura, contextualizar e analisar as características e a situação do turismo no Estado. Em segundo momento, baseando em pesquisa de campo (questionário aplicado para agentes de viagem que atuam na área turística do estado), o trabalho se direciona ao estudo do ecoturismo e do ecojornalismo para o desenvolvimento deste setor.

### **Revisão da Literatura**

Santa Catarina é o sexto estado mais desenvolvido do Brasil, com uma economia forte e diversificada, com polos distintos em várias regiões do estado se tornando referência nacional (GOVERNO DE SANTA CATARINA, 2019a).

Um dos pontos fortes do estado é a diversidade do clima que proporciona e estimula inúmeras atividades agrícolas, assim como estimula o crescimento do turismo e auxilia nos investimentos nas mais diversas áreas, conseguindo, dessa forma, que as produções das riquezas do sejam variadas. O estado é responsável pela expansão econômica nacional, respondendo 4% do PIB do país (BRASIL, 2019, web).

O Turismo Catarinense vem crescendo a cada ano, com suas riquezas naturais e mais de 450 quilômetros de praias, no verão recebe milhares de turistas que buscam desfrutar de toda beleza. Uma das grandes matrizes da administração reside no fato de utilizar os recursos (naturais ou não) disponíveis para gerar renda e movimentação econômica. Dentro desta temática o turismo sustentável se apresenta como um nicho de mercado a ser instigado e aproveitado. Ao inserir a comunidade nestas atividades se percebe o engajamento da população o que leva ao desenvolvimento (estrutural e educacional) que os torna capazes de promover as belezas naturais, agregando valor aos serviços, que vem de encontro às necessidades de seus clientes (turistas).

Como forma de promover o turismo, e por consequência o desenvolvimento regional, a SANTUR (Santa Catarina Turismo), órgão oficial de promoção do turismo no estado, lançou o mapa do turismo catarinense. Conforme a divisão deste mapa, são possíveis encontrar dez destinos: Vale das Águas, Grande Florianópolis, Serra Catarinense, Caminho dos Canyons, Costa Verde e Mar, Encantos do Sul, Caminhos da Fronteira, Caminho dos Príncipes, Grande Oeste e Vale Europeu (GOVERNO DE SANTA CATARINA, 2019b).

Ao dividir o estado em regiões turísticas há um movimento que contribui para o fortalecimento da cultura regional, e neste sentido, Froner (2017, p. 209) acentua que:

[...] o fortalecimento cultural poderia ser entendido como uma estrutura fundamental para o desenvolvimento político e econômico (estrutura/estruturante): quando os valores intrínsecos de uma sociedade são respeitados e valorizados, a consciência individual e coletiva é ampliada e, desse modo, aumenta a noção crítica da estrutura social, a qual irá determinar as opções políticas e a busca de rotas alternativas sobre os problemas existentes.

Para o turismo os meios de comunicação e a internet vem facilitando a ligação entre o turista e seus destinos, fazendo uma ponte onde através desses meios as pessoas consigam saber mais sobre os destinos, atrativos, hotéis, restaurantes entre outros pontos importantes que ajudam a definir a escolha do destino e a organizar a viagem de uma maneira mais otimizada (MOLETTA, 2001).

Na verdade, a informação já foi descrita com a força vital da indústria turística, já que sem ela o setor não funcionaria. Os turistas precisam de informação antes de sair para uma viagem para ajudá-los a planejar e fazer escolhas à medida que aumenta a tendência no sentido de viagens mais independentes.

Ao buscar os acontecimentos históricos do jornalismo depara-se com o primeiro jornal impresso no Brasil, chamado “Gazeta do Rio de Janeiro”, que teve sua primeira publicação em 10 de setembro de 1808. Já o Correio Brasiliense, editado por Hipólito José da Costa, desde

junho de 1808, tinha suas impressões realizadas fora do território brasileiro. No estado catarinense, a imprensa se instalou, com Jerônimo Francisco Coelho ao fundar em 1831, “O Catharinense”, o primeiro jornal da então província, hoje capital do estado. Os meios de comunicação desde então veem se reinventando, mudando a forma de noticiar suas matérias. Dentro destas transformações há uma vertente que se especializa no Meio Ambiente, o Ecojornalismo ou Jornalismo Ambiental, que foca em relatar fatos relacionados à fauna, flora, ecologia, desenvolvimento no meio ambiente e demais temas ligados biodiversidade. No Brasil a linha ganhou notoriedade, após a Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente e o Desenvolvimento (Eco 92), Conferência do Rio de Janeiro e Rio 92.

## Metodologia

Quanto à abordagem do problema tratou-se de uma pesquisa quali-quantitativa. Quanto aos seus objetivos, a pesquisa foi classificada como descritiva, uma vez que os dados foram colhidos da própria realidade para observar e analisar os fatos sem manipulá-los.

Como técnica de coleta de dados, foi utilizado como instrumento um questionário estruturado com perguntas abertas e fechadas, o qual foi aplicado via telefone e e-mail.

O universo da pesquisa tratou-se agências de viagens do estado de Santa Catarina pertencentes a Associação Brasileira de Agente de Viagens - ABAV. Por meio da ABAV (2019, web) foram localizadas 22 agências de turismo, sendo que 14 agentes associados (63%) participaram da pesquisa.

Para interpretação e análise, os dados foram organizados em gráficos e tabelas.

## Resultados e Conclusões

Na tabela 1 está o perfil dos respondentes da pesquisa, que caracterizou uma predominância do sexo feminino, idade média madura e tempo médio de atuação de 12 anos. Quanto a localização dos respondentes, foram as cidades do Estado de Santa Catarina: Balneário (1), Chapecó (1), Criciúma (1), Lages (1), Joinville (3), Florianópolis (3), São Bento do Sul (1), Rio do Sul (1), Gravatal (1) e Itajaí (1).

Tabela 1 - Perfil dos agentes turísticos (n=14)

| Perguntas                                       | Respostas                             |
|-------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>Sexo</b>                                     | Feminino 64,28%      Masculino 35,72% |
| <b>Idade média (anos)</b>                       | 36±9,9                                |
| <b>Tempo médio (anos) de atuação no turismo</b> | 12±8,9                                |

Este predomínio de mulheres como agentes de turismo pode ser explicado pelos fatos do Brasil apresentar a população feminina ligeiramente maior que a masculina e pelo fenômeno que vem ocorrendo nos últimos anos o predomínio de mulheres nos setores antes dominados por homens. Em 2017, Marx Beltrão, que foi ministro de Estado do Turismo no Brasil, relatou que:

Com a conscientização da importância da mulher na sociedade, atividades até então dominadas por homens passaram a contar também com a presença feminina. Entre elas, destaque o turismo. Hoje, temos mulheres dirigindo grandes corporações, à frente de entidades representativas do turismo [...] (BRASIL, 2017, web).

Na tabela 2 estão os resultados referente às percepções e práticas de ecoturismo.

Tabela 2 - Percepções e práticas sobre ecoturismo em Santa Catarina, sob a ótica de agente de turismo (n=14).

| Pergunta                                         | Respostas |        |
|--------------------------------------------------|-----------|--------|
|                                                  | SIM       | NÃO    |
| <b>Há a prática do ecoturismo na sua agência</b> | 21,43%    | 78,57% |

|                                                                                                     |        |        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|
| <b>Percebeu aumento na procura pelo ecoturismo?</b>                                                 | 57,14% | 42,86% |
| <b>Percebe a existência de um incentivo governamental para o ecoturismo na sua região?</b>          | -      | 100%   |
| <b>Recebeu treinamento para trabalhar com ecoturismo?</b>                                           | 14,28% | 85,72% |
| <b>É realizado algum trabalho de conscientização com os grupos que buscam esse tipo de passeio?</b> | 14,28% | -      |
| <b>Acredita que o ecoturismo é para todas as idades?</b>                                            | 92,86% | 7,14%  |
| <b>Na sua região existem grupos que promovem e incentivam o ecoturismo?</b>                         | 14,29% | 85,71% |
| <b>Acredita na importância do ecoturismo?</b>                                                       | 100%   | -      |

A tabela 2 demonstra com clareza como o ecoturismo ainda é pouco explorado, dos entrevistados quase 80% relataram que em suas agências não há a prática do ecoturismo. Aqueles que disseram trabalhar com ecoturismo, como destino foram citadas as praias (n=2), serra (n=1), hotel fazenda (n=2), Santo Amaro (n=1), *rafting* (n=1), trilhas e esporte de aventura (n=2). Embora tenham percebido um aumento na procura pelo ecoturismo e acreditem na sua importância, os entrevistados alegaram não perceberem a existência de incentivo governamental, nem atuação de grupos que incentivem esta prática. Estes dados demonstram que, conforme a perspectiva do agente de turismo de Santa Catarina, são escassas as ações de promoção ecoturismo. Para Brasil (2010), o ecoturismo por apresentar sua base de desenvolvimento na sustentabilidade, é importante um planejamento que envolva vários setores participando na observação da região a ser aplicada esse tipo de turismo, para promover programas de qualificação profissional destinada às comunidades nos destinos, bem como das gestões públicas e privadas.

Quando questionados sobre as principais dificuldades para o início do ecoturismo no estado foram pontuados alguns empecilhos como: difícil acesso as localidades e falta de sinalização, falta incentivo e divulgação, relataram que falta conhecimento para investir nas belezas naturais como fonte de renda por parte da sociedade como um todo.

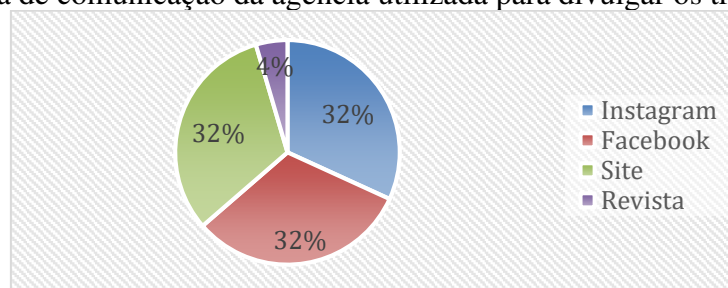
Na tabela 3 é possível destacar que o ecojornalismo ainda é pouco conhecido no estado já que muitos agentes não sabiam responder alguns questionamentos em relação a esse tema. Mas quando o assunto é se o ecojornalismo podem ajudar na divulgação do ecoturismo mais de 85% responderam afirmando que acreditam que sim, talvez devido a associação com o importante de divulgação do jornalismo tradicional

Tabela 3 Percepções e práticas sobre ecojornalismo em Santa Catarina, sob a ótica de agente de turismo (n=14).

| <b>Pergunta</b>                                                                                   | <b>Respostas</b> |            |                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|------------|---------------------|
|                                                                                                   | <b>SIM</b>       | <b>NÃO</b> | <b>NÃO SOUBERAM</b> |
| Acredita que os meios de comunicação da sua região trabalham com o ecojornalismo?                 | 35,71%           | 21,42%     | 42,85 %             |
| Acredita que os meios de comunicação através do ecojornalismo ajudam na divulgação do ecoturismo? | 85,71%           | 0%         | 14,29%              |
| Os meios de comunicação são parceiros na hora de divulgar ações sustentáveis?                     | 100%             | -          | -                   |
| Usa algum meio de comunicação para divulgação dos roteiros turísticos trabalhados?                | 100%             | -          | -                   |

Todos os respondentes afirmaram que utilizam ferramentas de comunicação, sendo as principais as mídias sociais da internet. Apenas 4% utilizam revista impressa (Gráfico 1). Esse dado é de extrema importância, pois sabe-se que a sociedade passa por transformações dentro da sua realidade, e isso demonstra com clareza a geração de economia de papel, lápis, caneta, canetinha, clips, durex, cola e outros materiais antes essenciais, uma vez que os meios de comunicação digitais não necessitam de absolutamente nenhum material, diminuindo o impacto ambiental.

Gráfico 1- Ferramenta de comunicação da agência utilizada para divulgar os trabalhos (n=14)



## Conclusão

Com a pesquisa se identificou que o ecoturismo ainda é pouco disseminado no estado de Santa Catarina, mesmo contando com uma variedade de opções turísticas (serra, praias, campo, aventura, entre outras). Neste sentido o público entrevistado evidenciou que o governo não oferece incentivos para disseminar e desenvolver o ecoturismo no estado, promover esta área proporcionaria o crescimento regional, sensação de pertencimento, devido ao envolvimento da comunidade, além da valorização cultural. O aumento da procura por esta área e o fato de ser considerado, pelos agentes, algo para todas as idades, demonstra um nicho de mercado latente. Ficou evidenciado que os agentes necessitam de treinamento para atuar neste ramo do turismo, visto sua abrangência e cuidados ambientais e individuais. Dentre as limitações da pesquisa, destaca uma baixa adesão dos agentes na resposta. Como sugestão para as próximas pesquisas seriam abranger mais agências que consigam representar todas as divisões turísticas abrangidas pelo mapa do turismo do estado.

## Referências Bibliográficas

- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGENTE DE VIAGENS – ABAV. **Turismo especializado**. Disponível em: <http://www.abav.com.br/turismo-especializado/sc/>. Acesso em: 28 ago. 2019.
- BRASIL. **Artigo: mulheres pelo Brasil**. 2017. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/7573-artigo-mulheres-pelo-brasil.html>. Acesso em: 28 ago. 2019.
- BRASIL. **Ecoturismo: orientações básicas**. 2. ed. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 90p.
- FRONER, Y. **International policies for Sustainable development from cultural empowerment**. Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development, Vol. 7, n.2, p. 208-223, 2017.
- GIRARDI, I. M. T. Ecojornalismo e Educação Ambiental: a experiência de implantação da Disciplina de Jornalismo Ambiental na Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da UFRGS. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, p. 203-213, jan./jun. 2004.
- GOVERNO DE SANTA CATARINA. **Com alto potencial econômico, SC está entre os melhores estados do Brasil**. Disponível em: < [https://www.sc.gov.br/index.php/conheca\\_sc](https://www.sc.gov.br/index.php/conheca_sc)>. Acesso em: 25.jun.2019a.
- GOVERNO DE SANTA CATARINA. **UM ESTADO PARA TODOS OS TURISTAS. SANTUR**, 2019b. Disponível em: <[www.turismo.sc.gov.br](http://www.turismo.sc.gov.br)>. Acesso em: 24.jun.2019.
- MOLETTA, V. B. F. **Turismo Tendências e Novas Tecnologias**. Porto Alegre. SEBRAE/RS, 2001.
- OLIVEIRA, E. M. Sustentabilidade Humana e o Quadrante Vital - o desafio do século XXI. In: **II Seminário de Sustentabilidade**, 2008, Curitiba: UNIFAE, 2008.
- SILVA, M. do S. F. da; JOIA, P. R. Educação ambiental: a participação da comunidade na coleta seletiva de resíduos sólidos. **Revista Eletrônica da Associação dos Geógrafos Brasileiros**, n.7, Três Lagoas, Maio de 2008.