

**Área:** Estratégia | **Tema:** Gestão Estratégica de Marketing

## **TURISMO DO SUL DO BRASIL SE REINVENTA EM MEIO A PANDEMIA**

### **SOUTHERN BRAZIL TOURISM IS REINVENTED AMONG PANDEMI**

Verediane Sander, Rosana Claudio Silva Ogoshi e Frederico Santos

#### **RESUMO**

O ano de 2020 está atípico, com várias restrições no dia a dia das pessoas, em especial a do convívio social (aglomeração de pessoas no mesmo ambiente), devida a propagação do vírus do COVID=19, que segundo a Organização Mundial da Saúde é uma doença infecciosa causada pelo novo corona vírus, identificado pela primeira vez em dezembro de 2019, em Wuhan, na China. Com isso, um dos setores mais prejudicados em 2020 foi o do turismo, já que fronteiras foram fechadas, voos cancelados, ônibus proibidos de trafegarem, espaços voltados ao entretenimento, cultura e atividades de lazer restritos. Diante dessa situação a região Sul do Brasil, composta pelos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, que tem uma vasta opção turística como belezas naturais, praias, cidades históricas e as colônias europeias, conta também com um ponto importante para esse setor, o clima bem definido, marcado principalmente pelo inverno rigoroso chegando a temperaturas negativas e contando com uma gama de praias para o verão teve que se reinventar para conseguir manter o turismo ativo contando com o apoio das mídias digitais e o chamado ecojornalismo. Através da Associação Brasileira de Agente de Viagens - ABAV do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, a pesquisa desse trabalho buscou saber como esse setor tão importante está se reorganizando e trabalhando nesse novo cenário mundial, buscando saber como as mídias tem auxiliado nesse processo.

**Palavras-Chave:** Turismo, pandemia, ecojornalismo, mídias digitais, economia, marketing

#### **ABSTRACT**

The year 2020 is atypical, with several restrictions on people's daily lives, especially that of social interaction (agglomeration of people in the same environment), due to the spread of the COVID = 19 virus, which according to the World Health Organization is an infectious disease caused by the new corona virus, first identified in December 2019 in Wuhan, China. As a result, one of the most affected sectors in 2020 was tourism, since borders were closed, flights canceled, buses banned from traveling, spaces dedicated to entertainment, culture and restricted leisure activities. In view of this situation, the southern region of Brazil, composed of the states of Paraná, Santa Catarina and Rio Grande do Sul, which has a vast tourist option such as natural beauty, beaches, historic cities and European colonies, also has an important point for this sector, the well-defined climate, marked mainly by the harsh winter reaching negative temperatures and having a range of beaches for the summer had to reinvent itself in order to keep tourism active with the support of digital media and the so-called ecojournalism. Through the Brazilian Association of Travel Agents - ABAV of Paraná, Santa Catarina and Rio Grande do Sul, the research of this work sought to know how this very important sector is reorganizing and working in this new world scenario, seeking to know how the media has helped in this process.

**Keywords:** Tourism, pandemic, ecojournalism, digital media, economics, marketing

## **TURISMO DO SUL DO BRASIL SE REINVENTA EM MEIO A PANDEMIA SOUTHERN BRAZIL TOURISM IS REINVENTED AMONG PANDEMI**

### **Objetivo Geral**

- Apresentar como o turismo dos estados do sul do Brasil estão trabalhando em meio a pandemia

### **Objetivos Específicos**

- Apontar qual o tipo específico de turismo que se sobressaiu aos demais em meio a pandemia
- Identificar se há a prática do ecoturismo nos estados do Sul e se aumentou a procura no período de pandemia.
- Levantar o público que mais procura o turismo no Sul e em qual época do ano.
- Determinar se as mídias ajudam na divulgação em especial nesse momento de afastamento social.

### **Introdução**

O ano de 2020 está atípico, com várias restrições no dia a dia das pessoas, em especial a do convívio social (aglomeração de pessoas no mesmo ambiente), devida a propagação do vírus do COVID=19, que segundo a Organização Mundial da Saúde é uma doença infecciosa causada pelo novo corona vírus, identificado pela primeira vez em dezembro de 2019, em Wuhan, na China.

Segundo estudos o vírus causador da COVID-19 pode se espalhar por meio do contato direto, indireto (através de superfícies ou objetos contaminados) ou próximo (na faixa de um metro) com pessoas infectadas através de secreções como saliva e secreções respiratórias ou de suas gotículas respiratórias, que são expelidas quando uma pessoa tosse, espirra, fala ou canta. Com isso, a entrada de pessoas em lojas, restaurantes, bares e padarias ficaram restritas e shows, aulas e eventos com mais pessoas proibidos.

Com isso, um dos setores mais prejudicados em 2020 foi o do turismo, já que fronteiras foram fechadas, voos cancelados, ônibus proibidos de trafegarem, espaços voltados ao entretenimento, cultura e atividades de lazer restritos. Pode-se caracterizar o turismo como atividade de consumo do espaço, e é por esse “consumo dos espaços pelo turismo que se gestam os territórios turísticos” (CRUZ, 2002, p.17).

Dessa forma, o território do turismo representa uma fração funcional do espaço que, apropriado por diferentes atores sociais e constituído pela identidade de sua comunidade, passa a ser visto como resultante de um processo de turistificação do lugar, resultado da “convergência de diferentes fatores (sociais, econômicos, culturais) e não, simplesmente, de seus atributos naturais” (CRUZ, 2002, p.19).

Diante dessa situação a região Sul do Brasil, composta pelos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul, que tem uma vasta opção turística como belezas naturais, praias, cidades históricas e as colônias europeias, conta também com um ponto importante para esse setor, o clima bem definido, marcado principalmente pelo inverno rigoroso chegando a temperaturas negativas e contando com uma gama de praias para o verão teve que se reinventar para conseguir manter o turismo ativo.

O setor do turismo que vem se destacando é o ecoturismo, também conhecido como turismo ecológico ou sustentável que 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).

Ao organizá-lo o turismo ganha um viés economicamente viável, exercendo seu papel para o desenvolvimento da sociedade e retorno do investimento realizado (SILVA, 2008). A ABAV (Associação Brasileira dos Agentes de Viagem), órgão oficial de promoção do turismo

em todo o Brasil, mostra nos sites direcionado a cada estado que o ecoturismo apresenta diversidade em termos de quantidade e qualidade.

Ao procurar uma agência associada a ABAV, é possível ter acesso a roteiros de ecoturismo e esportes de aventura, que incluem: trilhas em cânions, arborismo, escalada em montanhas, cavalgadas, áreas de voo, pontos de mergulho, surfe, pesca, corredeiras em rios e observação de baleias e aves, *sandboard*, entre outros.

Por outro lado, acredita-se que a mídia tem um importante papel em informar e sensibilizar a sociedade além de incentivar a prática do turismo regional e ecoturismo principalmente nesse momento em que há impedimentos para se deslocar para lugares mais distantes e lugares fechados.

Nesse período as mídias digitais tem sido usadas de maneira frenética, com isso, o ecójornalismo 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: Como o turismo dos estados do sul do Brasil estão trabalhando para passar pela crise instaurada com a pandemia?

Com o objetivo de apresentar os dados de como os estados estão trabalhando para passar por esse momento a presente pesquisa busca, no primeiro momento, através da revisão da literatura, contextualizar e analisar as características e a situação do turismo nos Estados. Em segundo momento, baseando em pesquisa de campo (questionário aplicado para representantes da ABAV dos três estados), o trabalho se direciona ao estudo das práticas desenvolvidas em cada estado nesse ano, além do ecoturismo e do auxílio das mídias na divulgação (ecójornalismo), para o desenvolvimento deste setor.

## **Revisão da Literatura**

O Sul do Brasil é constituído pelos estados do Paraná (PR), Santa Catarina (SC) e Rio Grande do Sul (RS), estados esses que contam com um “charme” especial. Os estados do Sul atraem turistas do país inteiro e de várias partes do mundo. Colonizada por imigrantes europeus e com a cultura alemã e italiana bem acentuadas, principalmente nas cidadezinhas do interior, na região Sul encontramos paisagens de tirar o fôlego, além de poder degustar um bom vinho, culinária tradicional e vários passeios com muitas opções, como praias, serras e visitas a centros históricos (GOVERNO DO ESTADO, web 2020).

O inverno é a estação preferida dos turistas, que fogem do calor em suas regiões, para aproveitar o friozinho tipicamente europeu no Sul. 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).

[...]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. Froner (2017, p. 209)

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). 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.

Os meios de comunicação desde então estão 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

## 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 representantes da Associação Brasileira de Agente de Viagens – ABAV do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul .

Os três estados juntos contam atualmente com mais de 470 empresas associadas ativas e cada estado teve um responsável para responder o questionário, obtendo ao final da pesquisa (100%) de retorno. 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 masculino, sendo dois homens e uma mulher mostrando com isso que os cargos mais altos das instituições ainda são de predominância masculina. Idade média de 36 anos, tempo médio de atuação no setor Turístico de 16,6 anos. Quanto a localização dos respondentes, foram os três estados do Sul, Paraná com 215 empresas cadastradas na ABAV, Santa Catarina com 98 empresas e o Rio Grande do Sul, com 160 empresas, totalizando 473 empresas.

Tabela 1 - Perfil dos agentes turísticos

Perguntas	Respostas
Sexo	Feminino 33,33% Masculino 66,66%
Idade média (anos)	36 anos
Tempo médio (anos) de atuação no turismo	16,6 anos

Este predomínio dos homens mostra que os maiores cargos ainda são ocupados pelo sexo masculino, mas mesmo assim 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 estão abrindo espaço para o público feminino. 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 do turismo nos três estados e como o setor se reinventou em meio a pandemia. Quando perguntados aos representantes qual o tipo de turismo mais procurado no seu estado nesse período, 100% respondeu o Ecoturismo, seguido do Turismo Cultural.

Tabela 2 - Percepções e práticas sobre ecoturismo nos estados do Sul do Brasil, sob a ótica dos representantes da ABAV de cada estado.

Pergunta	Respostas	
	SIM	NÃO
Há a prática do ecoturismo nas agências cadastradas na ABAV do seu estado?	100%	-
Percebeu aumento na procura pelo ecoturismo desde o início da Pandemia?	100%	-
Trabalhando no setor de turismo, acredita na importância do Ecoturismo?	100%	-
Acredita que o Ecoturismo tende a crescer nos próximos anos?	100%	-
Nesse período de pandemia o governo está auxiliando de alguma maneira o setor?	100%	-

A tabela 2 demonstra com clareza que o ecoturismo vem ganhando cada vez mais espaço e adeptos, quando indagados sobre o aumento da procura desse tipo de turismo em meio a pandemia todos os respondentes foram enfáticos em relatar que a procura aumentou, justificando que um dos motivos para esse aumento é relativo as vastas possibilidades de turismo voltado a natureza tanto no Paraná, Santa Catarina, assim como no Rio Grande do Sul, pois todos possuem praias, campos, matas nativas, cachoeiras e belezas naturais pouco exploradas.

“A consciência da preservação ambiental, o conceito de sustentabilidade e a natureza em si, estão cada dia mais valorizados, onde pessoas buscam os destinos para o bem-estar, desfrutando do ambiente até para eventos como casamentos, feiras e convenções... disse o representante do PR), para a respondente de SC “A abundante natureza, bem preservada em SC é o principal atrativo Turístico do estado, seja por suas praias, por sua passagem serrana ou por seu potencial ecológico ou por sua biodiversidade”, explicou. “Possuímos uma flora abundante e que concentra em um estado só, uma série de biomas: sejam serras, pampas, litoral, florestas, enfim, o RS tem muito ainda a explorar se seus atrativos naturais”, exemplificou o representante do Rio Grande do Sul.

Quando indagados com relação a idade média do público que mais procura o estado e qual a estação do ano que os estados mais recebem visitantes as respostas foram basicamente iguais. A média de idade do público que busca o turismo na região Sul é de 35 a 45 anos, e com relação a época do ano que mais recebem turistas, os resultados foram os seguintes: SC recebe mais no verão e PR e RS no inverno.

Na tabela 3 é possível destacar que o ecojornalismo está sendo usado ainda mais em meio a pandemia. Nesse período explicaram que as redes sociais foram essenciais para auxiliar nas divulgações. Os representantes explicaram que mais do que antes, o facebook e o instagram foram as duas ferramentas que mais se destacaram em meio a pandemia na área de auxiliar nos trabalhos de contato com o cliente e divulgação de materiais, além do whats app.

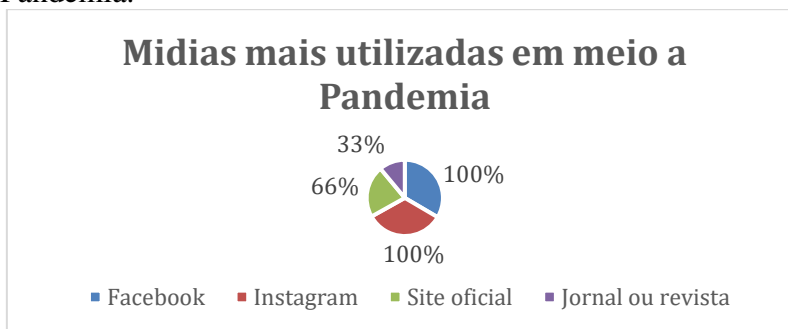
Outros apps que auxiliaram em reuniões e conversas foram o GoogleMeet e Zoom, já que as reuniões presenciais não eram permitidas, mas ressaltaram que muitas informações foram lançadas nas redes sem responsabilidade, por isso é necessário averiguar sempre dados repassados em sites e redes sociais oficiais.

Tabela 3- Percepções e práticas sobre ecojornalismo, sob a ótica dos representantes da ABAV dos três estados.

Pergunta	Respostas		
	SIM	NÃO	NÃO SOUBERAM
Os meios de comunicação tem auxiliado nesse momento de pandemia?	100%	-	-
Você acredita que os meios de comunicação ajudam o setor turístico na divulgação das suas belezas naturais e atrações?	66%	-	33,33%
Usa algum meio de comunicação para divulgação dos roteiros turísticos trabalhados?	100%	-	-
Vocês usam algum meio de comunicação na ABAV do seu estado para divulgação dos roteiros turísticos trabalhados?	100%	-	-

Todos os respondentes, afirmaram que utilizam ferramentas de comunicação, sendo as principais as mídias sociais da internet. As mais usadas são: Facebook 100%, Instagram 100%. site específico 66% e jornal ou revista 33%. 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- Mídias de comunicação das agências mais utilizadas para divulgar os trabalhos de turismo em meio a Pandemia.



## Conclusão

Com a pesquisa identificou-se que o ecoturismo vem ganhando espaço, principalmente devido aos atrativos naturais que a região Sul disponibiliza e ainda é pouco disseminado, tendo um grande potencial para ser explorado nos próximos anos com foco em destinos como: (serra, praias, campo, esportes de aventura, entre outras). Neste sentido o público entrevistado explicou que o governo está auxiliando para que o turismo regional seja desenvolvido, buscando proporcionar o crescimento regional e a sensação de pertencimento, devido ao envolvimento da comunidade nessas atividades, além da valorização cultural dessas localidades. O aumento da procura por esta área demonstra um nicho de mercado latente. Ficou evidenciado que as redes sociais vêm auxiliando esse setor, que em meio a pandemia se reinventou e buscou opções no turismo local para se sobre sair e atender uma demanda que antes era pouco explorado. Com a necessidade das pessoas ficarem em suas cidades o turismo local de pequenas comunidades cresceu e vem gerando trabalho e renda. Uma sugestão para as próximas pesquisas, seria realizar a mesma abordagem de pesquisa em todo o país, buscando saber como cada região brasileira está trabalhando e se reinventando para seguir no setor turístico.

## Referências Bibliográficas

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGENTE DE VIAGENS – ABAV. **Turismo especializado**. Disponível em: <http://www.abav.com.br/turismo-especializado/sc/>. Acesso em: 08. ago. 2020.

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: 18. ago. 2020.

BRASIL. **Ecoturismo: orientações básicas**. 2. ed. – Brasília: Ministério do Turismo, 2010. 90p.

CRUZ, R de C. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2002.

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.set.2020.

GOVERNO DO ESTADO DO PARANA. **Ministério do Turismo**. Disponível em: <<http://www.turismo.pr.gov.br/>>. Acesso em: 26. Set. 2020.

GOVERNO DO RIO GRANDE DO SUL . **Ministério do Turismo**. Disponível em: <<https://www.turismo.rs.gov.br/>>. Acesso em 02. Out .2020.

MOLETTA, V. B. F. **Turismo Tendências e Novas Tecnologias**. Porto Alegre. SEBRAE/RS, 2001.

ORGANIZAÇÃO PAN-AMERICANA DA SAÚDE – **Atualização Oficial COVID-19 - Organização Mundial da Saúde**. Disponível em: <https://www.paho.org/pt/covid19> . Acesso em: 23. ago. 2020.

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.