

**ANALISE DA COMUNICAÇÃO EM PUBLICAÇÕES COMERCIAIS PERIODICAS
ESPECIALIZADAS EM TURISMO E VIAGENS – TRES CHAPADAS
DIAMANTINA, GUIMARÃES E VEADEIROS.**

Cláudio Alexandre Souza¹

CARVALHO, Marcelo Dias*

FREITAS, Cristino Divino*

GOMES, Carla Alves*

TEIXERA, Daniel Alves*

Resumo O artigo tem por objetivo analisar as reportagens sobre as três chapadas – Diamantina, Guimarães e Veadeiros - publicadas nos últimos cinco anos em publicações comerciais periódicas especializadas em turismo e viagens. Esta pesquisa exploratória aborda questões sobre a veracidade das informações apresentadas nas reportagens realizadas pelas publicações utilizadas, bem como a conformidade com o identificado em pesquisa de campo. É realizada nesta pesquisa uma discussão conceitual apresentando a necessidade das publicações periódicas, de comunicação de massa, referente as informações que as mesmas apresentam aos seus leitores, tendo em vista que para muitos aquele será o único referencial utilizado para orientação de suas atividades.

Palavras-chave: reportagens, três chapadas, comunicação de massa.

Os recursos naturais do Brasil, em função da sua biodiversidade e belezas cênicas singulares, são objeto de atratividade para o turismo nacional. As unidades de conservação – UC's organizadas atualmente, através do Sistema Nacional de Unidades de Conservação – SNUC,

¹ Coordenador e Professor do Curso de Turismo – FTM, em Ituiutaba – MG; Mestrando em Hospitalidade – Universidade Anhembi Morumbi – UAM

* Estudantes de Turismo – Faculdade Triângulo Mineiro - FTM, em Ituiutaba - MG

principalmente os Parques Nacionais, vem sendo objeto de estudo do turismo pela sua característica como equipamento turístico, de UC's aberta à visitação.

Foram definidos como objetos desta pesquisa os seguintes parques nacionais: Chapada Diamantina, na Bahia; Chapada dos Guimarães, em Mato Grosso e Chapada dos Veadeiros em Goiás.

Nos detivemos nesses três Parques Nacionais, em virtude de sua divulgação e do fascínio que despertam nos seus visitantes potenciais e efetivos, em função de suas lendas, mitos e dos seus recursos naturais.

Esses três Parques Nacionais possuem, ainda em comum, o fato de possuírem uma formação geomorfológica semelhante as chapadas, estando os mesmos localizados em três estados distintos.

O referido artigo é resultado do desmembramento de uma macro pesquisa intitulada "Três Chapadas", realizada pelos alunos e professores do Curso de Turismo – ESCCAI, situado na cidade de Ituiutaba – MG.

As pesquisas bibliográficas e de campo foram realizadas no período de julho de 2002 a julho de 2003, nas publicações científicas e acadêmicas relacionadas com o tema e nos estados de Goiás, Bahia e Mato Grosso.

Esta proposta de artigo surgiu quando os alunos estavam realizando pesquisas bibliográficas nos periódicos comerciais especializados em viagens e turismo e verificaram a ausência de precisão nas informações apresentadas, o que foram confirmadas nas pesquisas de campo.

Foi identificado nas pesquisas bibliográficas realizadas, ausência de conformidade nas informações divulgadas.

O objetivo deste artigo é de apresentar uma análise sobre a ausência de conformidade e veracidade das informações apresentadas nas publicações analisadas.

Não houve na realização deste a finalidade de comparar os periódicos analisados.

Em função do foco deste artigo, foi realizada a pesquisa bibliográfica não somente em publicações científicas da área, mas principalmente, em publicações comerciais especializadas em viagem e turismo comercializadas correntemente no território nacional, especificamente nas edições que apresentaram matéria sobre alguma das três chapadas.

As publicações comerciais possuem periodicidade mensal, e são de livre acesso do público em geral, podendo ser adquiridas através de assinatura ou compra direta em bancas e revistarias.

Por questões éticas estaremos apresentando como anexo, somente as chamadas de capa das revistas, evidenciando o uso das chapadas como apelo promocional para atração de leitores.

Desenvolvimento

A atividade de turismo constitui-se atualmente como um dos principais vetores da economia mundial movimentando mais de 700 milhões de visitantes no ano de 2002, segundo a OMT. (2003)

Segundo Barros e Sellig (2003, p.57) aproximadamente 8% do volume total de pessoas que viajam pelo mundo a turismo é representado por pessoas que buscam em suas viagens contato com a natureza.

No Brasil, segundo autor citado acima, este número representa algo em torno de mais de 2 milhões de pessoas, turismo interno, com previsão de crescimento significativo para as próximas décadas.

As UC's, principalmente as de categoria de Parques Nacionais – PARNA, são consideradas por pesquisadores como Barros (1997, p.298) os principais atrativos para prática de turismo no Brasil que tem como apelo os recursos naturais, situação semelhante identificado em outros países.

O Brasil desperta, apesar que tardiamente, para a atividade do turismo e reconhece nos seus recursos naturais, fontes de atratividade turística como fatores significativos para incrementar a economia nacional.

Entretanto, faz-se necessário para o desenvolvimento da atividade de turismo em Parques Nacionais de forma efetiva, contribuir para a sensibilização do visitante como colocado por Barros (1997, p.300) uma adequada e correta difusão pelos meios de comunicação.

Para um planejamento sustentável, Barros e Sellig (2003, p.58) cobram a necessidade, de possuímos “marketing turístico responsável” visando a minimização dos impactos negativos causados pelos visitantes.

Sabedores que somos deste aspecto e cientes da necessidade de um planejamento que envolva todos os agentes – recursos naturais, comunidade local e visitantes – que discutimos nesta pesquisa, a importância das informações divulgadas pelos meios de comunicação de massa sobre o assunto.

“ Um bom profissional nessa área – *comunicação* – poderia, através dos veículos de comunicação, formar opinião, formar massa crítica” (IRVING, Marta in: OLIVEIRO, 2002, p.31)

Os profissionais de comunicação cientes de sua responsabilidade tem o dever de questionar e confirmar a veracidade da informação divulgada, uma vez que estas publicações orientam o potencial visitante a conhecer os PARNAS.

Isto posto, apresentamos a análise realizada sobre as informações que os meios de comunicação – publicação comercial impressa especializada na área de turismo e viagens – divulgam aos potenciais visitantes das três chapadas.

Após pesquisa bibliográfica, foram identificadas chamadas sobre as três chapadas nas seguintes publicações: Expedição Ecoturismo, Viagem e Turismo, Viaje mais por Menos, Horizonte Geográfico e Os caminhos da Terra.

Visando uma melhor compreensão das análises realizadas, as mesmas serão apresentadas em dois momentos: aspectos positivos e aspectos negativos, sem a identificação individualizadas das publicações em que ocorreram.

Aspectos Positivos

Para fins de análise das publicações citadas neste artigo, serão considerados aspectos positivos, as matérias publicadas sobre as chapadas que acreditamos que contribuem para a compreensão e sensibilização do potencial visitante, fazendo com que este torne-se um visitante consciente de seus deveres, contribuindo para a sustentabilidade do local visitado.

Ressaltamos que os aspectos positivos aqui apresentados apareceram em alguns casos em mais de uma publicação. São eles:

- Chamam atenção para necessidade de guias de turismo local credenciados pela UC visitada e da quantidade máxima de pessoas permitida por guia.
- Descrevem a história da comunidade local e da UC, visando contextualizar o visitante no local visitado.
- Informam as melhores épocas do ano para visitação, segundo as condições climáticas da região.
- Descrevem a localização precisa e clara dos atrativos turísticos locais – naturais e culturais – que existem, identificado-os se estão dentro ou fora das UC's.
- Descrevem as condições de saúde pública e saneamento das cidades do entorno das UC's de forma verídica.
- Apresentam a descrição real, condições de uso e de acesso dos atrativos turísticos locais – naturais e culturais – que existem.
- Apresentam os limites de capacidade de carga e valores para acesso estipulados pelo IBAMA para cada UC, apresentando as justificativas do porque destas regulamentações e definições.
- Apresentam as opções de meios de hospedagem segundo critérios de conforto e valor, possibilitando acesso a UC a diversos públicos.
- Informam as localidades circundantes das UC's bem como suas respectivas estruturas de equipamentos turísticos e vias de acesso com Km correta.

- Descrevem as situações sócio-econômicas da UC's e das comunidades do entorno.

Aspectos Negativos

São considerados aspectos negativos, as matérias publicadas sobre as chapadas que acreditamos que contribuem para uma interpretação errônea sobre a UC's, e a comunidade do entorno, que podem frustrar o visitante e causar maselas futuras a comunidade local, inviabilizando a efetivação das ações de planejamento realizadas na comunidade e UC. São eles:

- Passam a impressão de que os atrativos turísticos locais – cultural e natural – são concentrados em locais específicos da UC, não apresentando dimensionamento correto de sua área.
- Orientação inadequada aos visitantes sobre o comportamento dos mesmos enquanto visitantes destes ambientes.
- Orientação inadequada sobre as vestimentas ideal e completa para a correta pratica das visitas a este locais.
- Informação incorreta sobre o tipo de atividade desenvolvidas nestes locais e as condições físicas individuais necessárias para prática das mesmas.
- Utilização de mapas imprecisos, com localizações incorretas e extremamente desproporcionais em relação a escala de desenho utilizado, causando falsa impressão sobre a destinação.
- Informação inadequada sobre os diversos graus de dificuldade das trilhas existentes.
- Divulgação de valores da UC e das opções de hospedagem e alimentação incorretas e tendenciosas.
- Informação incorreta sobre as estruturas das UC e dos horários de funcionamento .
- Ausência de informação geográfica, geomorfológica e geológica das UC.

Considerações Finais

Visando uma orientação sobre o local visitado e a efetivação das pesquisas de campo, tem-se a impressão de estar em locais distintos dos pesquisado, uma vez que as informações coletadas diferem de forma significativa entre o real e o publicado nos periódicos.

Enquanto uma publicação preocupa-se com a veracidade das informações divulgadas, outras publicações informam a possibilidade de visita ao mesmo local de forma extremamente prejudicial ao leitor/potencial visitante, possibilitando ao mesmo caso se oriente pela publicação uma autêntica “férias frustradas”.

As publicações quando lidas conjuntamente, confrontadas e analisadas, podem apresentar ao leitor, potencial visitante, mais dúvidas pelas distintas informações, causando até um desinteresse à visita do local

Passa ao leitor/potencial visitante a ausência de compromisso para com a precisão de informação e realidade local, uma vez sugere uma falta de organização sobre a destinação.

Causa ao visitante, quando o leitor efetiva a viagem, uma frustração pelas diferenças das informações para com o local visitado, fazendo com que o mesmo interprete de forma negativa o trabalho que é feito no país visando incentivar a visita das UC's.

Faz-se importante a divulgação dos aspectos positivos, não somente dos negativos como uma chamada para a forma que as UC estão sendo divulgadas ao público nacional, uma vez que as ações positivas devem ser copiadas e reproduzidas por todos os profissionais de comunicação que desejem se especializar neste tema.

Há necessidade de que sejam desenvolvidas mais pesquisas sobre este tema uma vez que o planejamento nacional em qualquer área se mostra fragilizado quando possui como instrumentos de comunicação mídia impressa que apresenta pontos negativos como os identificados nesta pesquisa.

Referências Bibliográficas

★ **Peru, Bolívia & Cia. Um especialista dá todas as dicas**
★ **Comparamos as chapadas: Diamantina, Guimarães e Veadeiros** de
Cidades de Conservação, Anais. Curitiba, v. 2, p. 298-303, nov. 1997.

BARROS, Patrícia M e SELIG, Paulo M. Preservando e promovendo o desenvolvimento sustentável. **Banas Qualidade**, São Paulo, ano XII, n. 129, p. 54-59, fev. 2003.

CANTONI, Rogério. Chapada diamantina: o brilho da terra das pedras e das águas. **Viaje mais por menos**, São Paulo, ano 2, n.17, p. 24-25. out. 2002.

- CAPELOS JUNIOR, Afonso. O futuro dos parques nacionais. **Horizonte Geográfico**, São Paulo, ano 9, n. 45, p. 21-45. mai/jun. 1996.
- CAVALCANTI, Klester. Chapada dos veadeiros: exploramos as novas terras do parque. **Os caminhos da terra**, São Paulo, ano 11, n. 126, p. 26-33, out. 2002.
- COMPARANDO as chapadas: diamantina, guimarães e veadeiros. **Viaje mais por menos**, São Paulo, ano 2, n. 16, p. 66-75, set. 2002.
- HORIZONTE GEOGRÁFICO. 60 anos de parques nacionais. São Paulo: Audichromo Editora Ltda. Set. 1998. 46p. Edição especial.
- MARIANI, Tomás. Ecoturismo ajuda a recuperar o cerrado. **Senac e Educação Ambiental**, Rio de Janeiro, n. 1, v. 8, p. 36-39, abr. 1999.
- MILIKO, Peter. Chapada diamantina: o coração da Bahia. **Horizonte Geográfico**, São Paulo, ano 9, n. 43, p. 12-25, jan/fev. 1996.
- NATHAN, Andréa. Uma aventura na chapada. **Viagem e turismo**, São Paulo, ano 6, n. 1, p. 90-95. jan. 2000.
- NOTÍCIAS. Curitiba: Informativo da Rede Nacional Pró-Unidades de Conservação, ano 1, n. 1, nov. 2001.
- OLIVEIRA, Maurício. Ecoturismo um dos caminhos possíveis. **Senac e Educação Ambiental**, Rio de Janeiro, ano 11, n. 3, p. 27-31, set/dez. 2002.
- OMT. El Turismo Mundial en 2002: Mejor de lo previsto. **Comunicados de prensa**, Madrid, 27 ene. 2003. Disponível em: <<http://www.world-tourism.org/espanol/newsroom/Releases/2003/enero/datos2002.htm>>. Acesso em 06 jun. 2003.
- PÁDUA, Maria. Sistema brasileiro de unidades de conservação: de onde viemos e para onde vamos?. **Congresso Brasileiro de Unidades de Conservação**, Anais. Curitiba, v. 2, p. 214-235, nov. 1997.
- PAVIN, Nilton. Chapada dos veadeiros no coração do cerrado. **Horizonte Geográfico**, São Paulo, ano 14, n. 74, p. 28-45, abr. 2001.
- PORTELA, Elsa et al. **Ilhéus 93**. Trabalho apresentado no II Seminário Nacional de Turismo Ecológico, Ilhéus, 1993. Não publicado.
- RODRIGUES, Thomas. Parque nacional da chapada dos guimarães. **Expedição Ecoturismo**, São Paulo, ano 1, n. 9, p. 16-21.
- ROLLO, Ricardo. Caminhando e dançando. **Viagem**, São Paulo, ano 8, n. 12, p. 90-97, dez. 2002.
- VANCONCELOS, Yuri. Paisagem global. **Viagem e Turismo**, São Paulo, ano 7, n. 4, ed. 66, p. 80-87, abr. 2001.
- VIVEIROS, Mariana. 42% dos parques nacionais estão fechados. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 19 de abr 2003. Caderno C, p. 1.
- VIVEIROS, Mariana. Irregulares, 28 parques foram invadidos. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 19 de abr. Caderno C, p. 3.

WALLACE, George. Turismo ecológico em unidades de conservação: cuál es el limite?.
Congresso Brasileiro de Unidades de Conservação, Anais. Curitiba, v. 2, p. 139-149, nov. 1997.