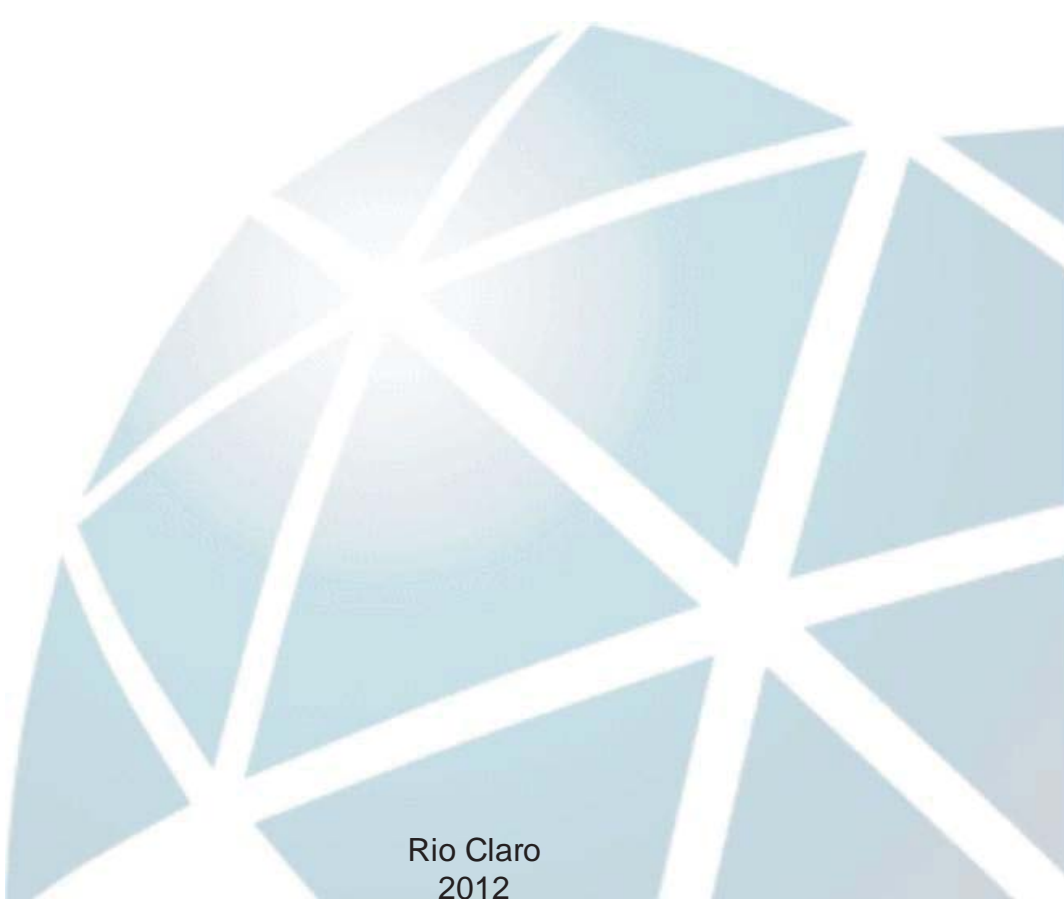

EDUCAÇÃO FÍSICA

SAMIRA GARCIA DE OLIVEIRA

**Atividades de aventura na natureza como
negócio no contexto do lazer**



Rio Claro
2012

SAMIRA GARCIA DE OLIVEIRA

ATIVIDADES DE AVENTURA NA NATUREZA COMO NEGÓCIO NO
CONTEXTO DO LAZER

Orientador: Profa. Dra. GISELE MARIA SCHWARTZ

Co-orientador: Profa. Me. Ana Paula Evaristo Guizarde Teodoro

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
ao Instituto de Biociências da Universidade
Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” -
Campus de Rio Claro, para obtenção do grau de
Bacharel em Educação Física.

Rio Claro
2012

790.0135 Oliveira, Samira Garcia de
O48a Atividades de aventura na natureza como negócio no contexto do lazer
/ Samira Garcia de Oliveira. - Rio Claro : [s.n.], 2012
56 f. : il., gráfs., tabs.

Trabalho de conclusão de curso (bacharelado - Educação Física) -
Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências de Rio Claro
Orientador: Gisele Maria Schwartz
Co-Orientador: Ana Paula Evaristo Guizarde Teodoro

1. Lazer. 2. Atividade de aventura na natureza. 3. Mercado. I. Título.

Dedico esse trabalho aos meus pais e minha irmã,
que sempre me deram apoio,
e a todas as pessoas aventureiras
que se importam com o desfrute
consciente do meio ambiente.

AGRADECIMENTOS

Início essa parte de meu trabalho de conclusão de curso agradecendo a Deus, por me guiar diariamente em minha caminhada pela vida. Sem a fé Nele, com certeza, eu não estaria aqui. Depois, agradeço a meus pais, Álvaro e Miriam, por sempre me apoiarem nessa fase da minha vida, onde as oportunidades são inúmeras e as escolhas são tão difíceis. Sem vocês, eu teria feito alguma escolha errada e não continuaria nessa reflexão infinda. Obrigada por todo amor que vocês me deram e me dão, amor que nunca é demais e que me dá chão para caminhar. Agradeço a minha irmã Luiza por todas as orientações que me deu. Muitas delas eu não segui, confesso, mas serviram pra esclarecer o que eu desejava e buscava. Obrigada pelo amor que você também me dá. Sem você eu não seria quem sou hoje, mais dócil do que já fui (hahaha).

Agradeço a toda minha família, tios, tias, primos e primas, que de certa forma sempre me colocaram a pensar sobre minha carreira, diretamente ou não. Meu avô Milton e minha avó Terezinha sempre me apoiando a continuar estudando e nunca desistir dos meus sonhos, meu avô Ervélcio (*in memorian*) e minha avó Almerinda (*in memorian*) que, apesar de não estarem mais aqui, me inspiram sempre nos meus atos a partir de minhas lembranças. Tias avós e tios avôs, muito batalhadores e engraçados, pessoas simples e que me inspiram a conquistar meus anseios.

Agradeço imensamente as meninas que me acolheram em meu primeiro ano de faculdade, Natalia, Sissy e Luana, me ensinando muitas coisas da vida universitária, além de me auxiliar nas matérias da faculdade. Agradeço a todos meus companheiros de sala, turma da Educação Física de 2009! Vocês são ESPETACULARES! Cada um com seu jeito de ser, me auxiliando a aflorar quem eu realmente sou e criar uma identidade firmada naquilo que acredito. Cresci muito esses últimos quatro anos. Aprendi a respeitar as pessoas e suas personalidades. Fiz amizades que jamais pensei que faria. Não pela impossibilidade, mas pela ignorância de que existiam pessoas tão maravilhosas assim. Nats, Thays, Becca... Desde o primeiro momento! Quarteto pra sempre! Nem sei como, mais ainda tem gente que pergunta se somos irmãs quadrigêmeas... Hahaha AMO vocês sem tamanho! Obrigada pela amizade e parceria de sempre!! Tahisa, Carolzinha, Leticia, Koty, Karine, Lais Neusa... Suas bagaças véias do caramba! Jamais esquecerei vocês! Meninas loucas, engraçadíssimas e, acima de tudo, MUITO especiais! Vocês

vão longe demais!! Vanessa, Vivis, Lais Scarpari, Yuri, Camila, Paulo Japa, Dé... Muito obrigada por fazerem parte dessa fase de minha vida!! Vocês são MUITO especiais pra mim, podem ter certeza. Obrigada à galera da Atlética Ayrton Senna da Silva! Gente, aprendi demais com vocês! Passei dois semestres nesse grupo, mas foi tempo suficiente pra aprender muitas coisas que não aprendemos na faculdade e em nenhum emprego. SENSACIONAIS!!! Drika, não tem palavras pra você! Parceirassa demais! Te adoro meu!! Agradeço a muitos veteranos que me influenciaram em muitas mudanças que aconteceram em minha vida! Valeu a pena os trotes e todos os tipos de dancinhas aprendidas! Hahaha Nunca mais andarei num Uno com mais dezesseis pessoas... Espero...

Pedolina, Nats e Bis! Valeu por me acolherem na Rep. Malagueta! Os momentos que passei com vocês, nunca mais esqueçerei! Pedó doidona! Amo vc demais menina louca! Bis, sua treze hahaha, saudades de você, companheira de quarto. Nats, nem comento mais nada, só digo que amo você também um monte!! Ah, e tem o Mudinho birdão, gente boa demais! Cozinheiro nato! Hahaha

Obrigada ao pessoal do LEL – Unesp Rio Claro. Gi Schwartz, obrigada por me inserir no laboratório, pela orientação, por me encorajar em meus momentos de insegurança e por me ajudar a realizar esse trabalho. Você é muito importante pra mim!! Ana, só tu com essa paciência infinita pra me ajudar tanto. Obrigada por tudo! Ana, Ju, Gi Tavares, Murilo, Léo, Marcelo, Cris, Amanda, Raquel e Iara! Muito bom conhecer vocês! Fizeram diferença na minha vida COM certeza!! Muito especiais, inteligentíssimos e muito divertidos! Pessoas de verdade!

Agradeço a todos os professores da Unesp Rio Claro pela atenção e dedicação aos alunos, uns bastante, outros não tanto. Muitos professores parceiros dos alunos, ainda não perderam o estudante de suas origens. Funcionários devem ser lembrados e agradecidos por sempre deixarem tudo arrumado para quando precisamos.

Obrigada a todos! A vocês, um belo dum grande abraço!!!

RESUMO

As atividades de aventura na natureza surgem com objetivo de atender aos interesses pelo ar puro, pela ginástica na natureza de uma sociedade influenciada pelo modelo higienista. Esportes na natureza de caráter aventureiro começam então a ser praticados especialmente em países 'desenvolvidos'. Fatores motivacionais, a necessidade de fuga do cotidiano, a busca por novas sensações e o avanço tecnológico possibilitou a melhoria na qualidade de equipamentos utilizados para segurança e contribuíram para a ampliação do mercado das atividades de aventura na natureza. Além disso, a grande quantidade de locais naturais como praias, montanhas, chapadas, matas, cerrados, cavernas, permite que este mercado, de caráter turístico, se expanda pelo Brasil. Mesmo com este crescimento, os estudos envolvendo o mercado das atividades de aventura são poucos e ainda, esparsos, merecendo maior atenção. Este estudo, de natureza qualitativa, tem por objetivo investigar o ramo de mercado referente às atividades de aventura da cidade de Brotas-SP, procurando compreender os fatores de crescimento destas práticas do contexto do lazer e as principais características das adaptações exigidas para atender a atual demanda. Para tanto, o estudo constitui-se da união da pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo, que será realizada por meio da aplicação de uma entrevista, realizada com uma amostra intencional de proprietários das empresas de atividades de aventura da cidade de Brotas-SP, que, prontamente, se dispuseram a responder à entrevista. Os dados foram analisados descritivamente, por meio da Técnica de Análise de Conteúdo Temático, ampliando assim, as reflexões na área.

Palavras-chave: atividade de aventura na natureza, mercado, lazer.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	7
2. JUSTIFICATIVA.....	8
3. REVISÃO DE LITERATURA.....	9
4. OBJETIVO	17
5. MÉTODO	18
5.1. Natureza do estudo	18
5.2. Instrumento	19
5.3. Sujeitos	19
5.4. Procedimentos	19
5.5. Análise dos dados	20
6. RESULTADOS E DISCUSSÃO	25
6.1. EIXO TEMÁTICO 1: Atividades de aventura na natureza	25
6.2. EIXO TEMÁTICO 2: Monitores das atividades.....	26
6.3. EIXO TEMÁTICO 3: Administração da agência/ operadora.....	27
6.4. EIXO TEMÁTICO 4: Clientes	28
6.5. EIXO TEMÁTICO 5: Investimentos	29
6.6. EIXO TEMÁTICO 6: Busca por estudos e eventos científicos	30
7. CONCLUSÃO	45
8. REFERÊNCIAS	47
APÊNDICE A.....	52
APÊNDICE B.....	54
ANEXO A	56

1. INTRODUÇÃO

A busca pelas atividades de aventura na natureza vem crescendo devido à vários fatores motivacionais, como a necessidade de fuga do cotidiano, a busca por novas sensações e, inclusive o estímulo dado ao mercado pelo avanço na tecnologia, aspecto que permitiu a melhoria na qualidade dos equipamentos de segurança para execução dessas atividades. Neste sentido, autores como Tahara (2004) e Marinho (2005), revigoram a intensidade dos aspectos subjetivos e mercadológicos no que concerne aos motivos de aderência a atividades de aventura.

Tahara (2004) expõe que a grande exploração do ser humano pelo trabalho e pelo consumo está resultando, entre outras coisas, um crescimento da busca pelas atividades de aventura na natureza, numa tentativa de sanar a demanda por algo que melhore a qualidade de vida dos indivíduos. Já Marinho (2005) ressalta que, de acordo com a evolução tecnológica, os equipamentos utilizados para a prática dessas atividades, desde a década de 80, contribuem para um aumento de público neste mercado.

Outro fator que contribuiu para a ampliação do mercado das atividades de aventura na natureza é a extensa quantidade de locais naturais, matas, cavernas, montanhas, chapadas, cerrados, praias, entre outros, possibilitando que este mercado, com caráter turístico, se expanda pelo Brasil (DIAS, 2006). Dias (2006), afirma que o prazer contido nessas práticas também representa um fator de adesão a estas atividades. Diversos aspectos positivos levam a maior procura pelas atividades de aventura na natureza, porém, a adaptação do mercado neste setor, é uma variável importante e ainda pouco explorada pela literatura especializada.

Tendo em vista o que foi apontado anteriormente, torna-se importante compreender as características que o mercado de atividades de aventura apresenta atualmente na área do lazer, especificamente na cidade de Brotas-SP, para atender a essa demanda crescente, o que motivou o desenvolvimento desse estudo.

2. JUSTIFICATIVA

Nota-se, na literatura científica, que as atividades de aventura na natureza têm sido alvo de estudos no âmbito do lazer, do turismo, de educação ambiental, entre outros, e alguns destes focalizam, especialmente, os motivos de aderência a essas práticas. Uvinha (2005) afirma que a evolução do turismo de aventura tem se dado pelos avanços tecnológicos nos aparelhos de segurança dessas atividades, pelo aumento na busca por atividades ao ar livre, pela necessidade de certificação das empresas que oferecem esses serviços e, também, pela importância que está sendo dada às atividades de aventura no âmbito do lazer atual.

Segundo Bruhns (2009) a imagem que as viagens à natureza transmitem ao indivíduo são de caráter contestador, “anti-luxo” e aventureiro. Já Marinho (2009) explica que os indivíduos da cidade encaram o ambiente natural como sendo realmente uma aventura, uma vez que não é tão familiar quanto o urbano, favorecendo a interação com a natureza, geralmente, ausente na cidade. Porém, uma variável importante e pouco explorada é o mercado que cerca as atividades de aventura.

Tanto o avanço da tecnologia, com a melhoria dos equipamentos utilizados nas atividades, quanto a demanda de adaptação das empresas para atender a populações especiais, como crianças e idosos, são aspectos do mercado que não são comumente levados em consideração nos estudos, tornando-se lacunas ainda inexploradas. Sendo assim, estudos nesta direção poderão enriquecer futuras pesquisas e embasar novas reflexões, uma vez que se tornam importantes, no sentido de contribuir para minimizar essa escassez de olhares acadêmicos focalizando especificamente esta temática.

Os dados provenientes deste estudo poderão servir de referência para novos olhares sobre este tema em diversas áreas acadêmicas, como Educação Física, Administração, Economia, Turismo, entre outras que se interessam por esta vertente da atividade humana relativa ao mercado das práticas de aventura na natureza.

3. REVISÃO DE LITERATURA

A sociedade atual continua formatada pela necessidade de trabalhar, estimulada pelo capitalismo e proveniente da Revolução Industrial iniciada no século XVIII, a qual foi propagada pela Europa e pelo mundo a partir do século XIX (GOMES, 2008). Para Gomes (2008), a concepção de que trabalhar é o que realmente permite ao indivíduo acumular riquezas, reforçando a necessidade de trabalhar e elevando aqueles que fizessem isso, foi dissipada rapidamente. O lazer era a esperança dos operários, os quais buscavam satisfação e prazer para compensar as pesadas jornadas de trabalho. Além disso, o lazer apresentava riscos, pois poderia levar ao vício, à mobilização política, fazendo com que os trabalhadores começassem a pensar, questionando sua condição social, comparando as injustiças que sofriam e organizando revoluções, o que era péssimo para a burguesia (GOMES, 2008).

De acordo com o artigo 24 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, apresentado pela Organização das Nações Unidas - ONU, “[...] toda pessoa tem direito a repouso e lazer, inclusive à limitação razoável das horas de trabalho e férias periódicas remuneradas.” (ONU, 1948). Entretanto, muitos indivíduos não dedicam o tempo livre ao lazer, como deveria ser feito, aproveitando para continuar trabalhando, ou cuidando de obrigações pessoais e familiares.

Diversos autores se debruçaram para entender e conceituar este fenômeno ao longo da história. Segundo Dumazedier (2000), o lazer, devido a suas características de livre opção, de prazer inerente e de possibilidade de crescimento nos níveis pessoal ou social, pode favorecer oportunidade para que as pessoas se sintam reconfortadas, pela perspectiva de descanso e recuperação de energias decorrentes das situações diariamente enfrentadas. Este fenômeno social permite que, pela possibilidade de diversão e de se conseguir uma visão diferente do mundo encontrado no cotidiano do trabalho, se possa complementar as nuances da qualidade de vida.

Dumazedier (2000) afirma que essas atividades podem se dar como uma ruptura real com o ambiente diário relativo ao trabalho, como em viagens, jogos, esportes, ou podem ser fictícias, baseadas na identificação do indivíduo, como ir ao cinema, ao teatro. Neste período destinado ao lazer, além de se distrair, de se divertir e se entreter, a pessoa pode obter informações desinteressadas. Sendo

assim, conforme o mesmo autor, o lazer se define como uma série de ocupações para que o indivíduo possa se divertir, repousar, recrear, para entretenimento além de trabalhar as informações e formações dele e a criatividade para lidar com questões cotidianas da família, trabalho e sociais.

Já Requiça (1980) atribui ao lazer o significado de uma atividade não obrigatória, a qual o indivíduo determina por livre escolha e cujos significados podem desenvolver a si mesmo e as suas condutas perante a sociedade. Medeiros (1975) afirma que lazer é o período em que não se têm compromissos, o qual se pode usufruir de maneira prazerosa, após o cumprimento das obrigações pessoais, sociais e profissionais. Essas atividades podem visar diversão, repouso ou o desenvolvimento pessoal. Esse mesmo autor afirma que elas canalizam tensões e condutas agressivas, reduzindo a quebra da ordem social, como se fossem válvulas de escape da sociedade.

Para Marcellino (2007), o lazer acontece no tempo disponível e sua característica definidora é o desinteresse, pois nada além de satisfação é visado. Atividades de interesse particular são praticadas, proporcionando o descanso físico e psíquico, diversão e desenvolvimento pessoal ou social. Para este estudo, lazer é entendido, então, como um fenômeno derivado da organização social do trabalho, podendo ser vivenciado por intermédio de atividades praticadas no período de tempo disponível de um indivíduo, após este ter cumprido obrigações familiares, profissionais e pessoais e que proporcionem prazer e satisfação, por intermédio de diversão, descanso e/ou atividades distrativas.

Entre os interesses culturais do lazer, este estudo focalizará o turístico e, mais especificamente, o turismo de aventura, modalidade turística em ascensão na atualidade. O turismo é uma das vertentes possíveis entre os interesses culturais do lazer, buscado principalmente em férias, feriados e finais de semana. Urry (1996) expôs que o início da atividade turística se deu pelas peregrinações de fiéis de Veneza para a Terra Santa. A necessidade de locais para hospedagem nasceu e, além de viajarem para venerar, viajavam por prazer. Surge, então, essa ideia de viagem prazerosa que se espalhou pela Europa com frequentadores de bibliotecas, bailes e eventos.

Mais tarde, os filhos primogênitos de famílias nobres viajavam para cidades da Europa para estudar e, futuramente, quem sabe, estabelecer relações

diplomáticas e de interesses financeiros. Essas viagens duravam cerca de dois anos e eles iam acompanhados (SOUZA et al, 2003).

No âmbito do lazer, o turismo vem crescendo a cada ano no Brasil, como mostra o estudo “Economia do Turismo: uma perspectiva macroeconômica 2000-2005”, realizado pelo Ministério de Planejamento, Orçamento e Gestão, por meio do IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2008). O crescimento deste mercado foi verificado por várias vertentes desse ‘produto’, como postos de trabalho, transporte rodoviário e aéreo, hospedagem, atividades recreativas, culturais e desportivas, entre outros aspectos.

O número de postos de trabalho em 2000 era de 7.203.400 milhões, enquanto em 2005 foram 8.112.888 milhões. Os gastos com serviços socioculturais, recreativos e desportivos foram de R\$ 11 milhões em 2000 e R\$ 17.617 milhões em 2005 (IBGE, 2008). As atividades recreativas, culturais e desportivas apresentaram um aumento geral de 10,03%, com um montante de R\$ 13.220 milhões (IBGE, 2008). Esses resultados demonstram que as pessoas estão se preocupando mais com seus momentos destinados ao lazer e, conseqüentemente, gastando mais com essas atividades.

Dentre tantas possibilidades de tipos de turismo como, por exemplo, visitaçãõ de igrejas, templos sagrados, reencontro de familiares, divertimento em parques, comemorações, efetuaçãõ de compras, encontram-se as atividades de aventura na natureza, derivada das práticas na natureza. Estas, por sua vez, surgem no século XIX, quando o interesse pelo ar puro, pela ginástica na natureza, pela aventura estavam conectados às viagens no âmbito do lazer. Eram também influenciados pelo modelo higienista presente na sociedade e então, a população que possuía condições, pagava por períodos nas montanhas, a fim de curar os males decorrentes da vida na cidade (DIAS; MELO; ALVES JUNIOR, 2007).

Já Pociello (1995) e Betrán (1995) concordam no que se diz respeito aos anos 70 como início da prática de atividades na natureza de caráter aventureiro, principalmente nos países ditos ‘desenvolvidos’. É importante ressaltar que essas atividades foram se desenvolvendo ao longo da década de 80 até os dias atuais, principalmente com a ajuda de pesquisas tecnológicas, que melhoraram a qualidade dos equipamentos utilizados, possibilitando maior segurança a essas práticas, diminuindo os riscos e, então, aumentando a credibilidade do público para com esta (MARINHO, 2005).

Dias (2006) afirma que, a partir dos anos 80, ocorre um aumento no desenvolvimento de atividades de aventura tanto em relação aos tipos de modalidades, quanto em quesito de organização delas. Para esta autora, a busca por estas atividades aumenta, uma vez que empresas especializadas em segurança melhoraram os equipamentos utilizados, fornecendo sofisticação e, então, confiança ao público.

Além da segurança que a tecnologia vem proporcionando às atividades de aventura na natureza, evidenciando-se como um motivo para o aumento dessa busca, a necessidade de fuga do cotidiano, do meio urbano, aparece como argumento para os praticantes. Dias (2006, p. 52) afirma que o público demanda o “[...] prazer contido nessas atividades de aventura, o que impulsiona a busca pelo novo, o desejo de se divertir, de fazer o que se gosta, sem nenhuma preocupação com obrigações ou trabalho”. Para Bahia (2008), o indivíduo que busca pelas atividades de aventura objetiva obter o sentido de glória, de vitória, de superação, encontrar sua identidade própria e ser diferente.

Tahara (2004) expõe que a grande exploração do ser humano pelo trabalho e pelo consumo está resultando em um aumento na busca das atividades de aventura na natureza, numa tentativa de sanar a demanda por algo que melhore a qualidade de vida dos indivíduos. Este aspecto revigora a perspectiva de fuga temporária da realidade.

Segundo o Ministério do Turismo (2010), os motivos pelos quais as pessoas estão buscando as atividades de aventura na natureza estão associados à necessidade de fugir do cotidiano, do trabalho, da rotina de correria, do estresse, da violência, buscando o descanso em ambientes naturais. Também há uma preocupação em se voltar às origens da infância e resgatar o prazer, ‘escapando’ de obrigações. “As atividades de aventura vividas no lazer são reivindicadas como sendo uma maneira de reencontrar a graça da vida numa sociedade por demais segura” (LE BRETON, 2006, p.101).

Para Buckley (2007), turismo de aventura pode ser definido como passeios guiados, com finalidade comercial, onde o foco é a atividade ao ar livre, baseada nas características do terreno, do ambiente. Geralmente, requerem certa habilidade e equipamentos próprios e podem ser feitos sozinhos ou com a companhia de profissionais especializados. Também é reforçado que diferentes clientes no mesmo atrativo podem apresentar emoções diferentes. Silva e Freitas (2010) expõem que

nessa busca pelo desconhecido, pelo risco atingido na natureza, as pessoas que realizam esse tipo de atividade acabam passando por situações perigosas que podem ser evitadas junto a programas de alerta e planejamento, orientando os praticantes de forma a evitar acidentes durante a prática. Para tanto, os programas de intervenção contribuem para que o número de doenças adquiridas durante a prática diminua.

Outro aspecto importante a respeito da adesão a estas práticas é que, no Brasil, há uma grande quantidade de público para estas atividades seduzido pela quantidade de locais naturais como praias, matas, cachoeiras, chapadas, cerrados, para serem apreciados. Essa riqueza de cenários para a prática reforça o interesse por estas atividades.

Marinho (2007) salienta a importância da contradição em que as atividades de aventura se manifestam relatando que ao mesmo tempo em que as pessoas prezam pela segurança no trabalho, na família e em situações cotidianas, por exemplo, elas também procuram por situações de risco imaginário e controlado nas atividades de aventura na natureza. Outro importante aspecto evidenciado na literatura sobre a adesão à prática é que as atividades em contato com a natureza podem proporcionar sentimentos prazerosos e de alegria. Para Tahara; Carnicelli Filho; Schwartz (2006), a prática destas atividades também fornece ao indivíduo maior noção de liberdade e de vida.

Sobre as atividades de aventura na natureza terem se tornado um mercado, Buckley (2003) expõe que os interessados por essa prática na maioria das vezes são influenciados por documentários e filmes sobre viagens no ambiente selvagem, ou então através de revistas que as apresentam. Além disso, atletas e famosos, patrocinados por marcas de roupas e acessórios especializadas nesse tipo de atividade, aparecem se aventurando pelos ambientes ao ar livre e em áreas remotas, despertando o desejo de o espectador copiá-los. Muitas vezes, não é considerado que para isso, são necessários equipamentos de segurança, habilidades, instrução e experiência com o meio, e então, ao recorrerem às operadoras que oferecem essas atrações, alimentam o caráter comercial do turismo de aventura.

As atividades de aventura na natureza são a principal fonte econômica da Nova Zelândia, país que atualmente é conhecido como “Polo mundial da Aventura”. Após os anos 80, o mercado turístico voltado para essas práticas expandiu

rompendo as barreiras continentais e atraindo público do mundo todo. A ascensão do turismo de aventura nesse país e em outros como, EUA, Canadá e Austrália, está ligada com as formas de mercantilização do turismo que é a aproveitamento consciente do ambiente ao ar livre, a proteção de ambientes naturais para conservação, a inovação tecnológica e nos transportes, a valorização da natureza em propagandas e a preocupação com os recursos naturais (CLOKE; PERKINS, 2002). De acordo com Moreira e Schwartz (2010), da década de 90 em diante houve um aumento na demanda por atividades do contexto do lazer que tornassem possíveis emoções mais significativas e intensas, surgindo então o interesse pelas atividades de aventura na natureza, principalmente as caminhadas.

Assim como Higgins (1996) expõe, apesar de ser verificado que o número de turistas que procuram as atividades de aventura na natureza aumenta a cada ano, as pesquisas em relação ao mercado continuam escassas, principalmente a nível global. A partir dos resultados obtidos por esses estudos, o mercado do turismo de aventura poderá ser enxergado com outros olhos e então planejado da melhor maneira possível para estabelecer relações entre público, natureza e mercado.

Junto com o aumento no número de praticantes, o que cresceu também, foi a degradação do meio ambiente em que essas atividades são praticadas. Assim sendo, a consciência para preservação local tem, necessariamente, de crescer para comportar a utilização dele (MOREIRA; SCHWARTZ, 2010). Quando se trata de conservação e conscientização das pessoas para com o meio ambiente, as práticas corporais, como as atividades de aventura na natureza, são exemplos da maneira como isso pode ser feito, utilizando da sensibilização ambiental para sustentar a necessidade de conservação da natureza. Rodrigues e Gonçalves Junior (2009) ressaltam que a grande crítica relacionada à educação ambiental através de atividades de aventura na natureza se relaciona com o discurso de preservação e conservação do meio ambiente, que muitas vezes despreza o meio urbano como se não fosse importante considerá-lo, resultando na distância entre o ser humano e o meio em que vive.

No Brasil existem inúmeros estudos referentes à utilização dos espaços naturais como regiões turísticas e para realização de esportes de aventura. São considerados aspectos de preservação do ambiente, mudanças na comunidade local, intervenções humanas na natureza, mas pouco se fala sobre os aspectos

econômicos das empresas e agências que proporcionam esse tipo de atividade aos clientes.

Os esportes de aventura na natureza movimentam muitas vertentes que se relacionam por consequência. Ou seja, sendo praticados tanto por lazer quanto por competição, investimentos são necessários para oferecer recursos tecnológicos para segurança e hospedagem aos indivíduos interessados, para realizar eventos desse caráter, para veicular campanhas publicitárias, afim de, divulgar a empresa, entre outros. Essas atividades de aventura vêm então, auxiliando no desenvolvimento de muitas regiões no Brasil as quais oferecem condições geográficas, climáticas e de vegetação apropriadas para tais práticas (PAIXÃO; COSTA; GABRIEL, 2009). Já Sanches et al (2011), verifica que os custos com a manutenção e os investimentos necessários para desenvolver atividade de aventura na natureza em reservas particulares do patrimônio natural – RPPN – são 20% do valor da receita bruta. Obteve-se também, a informação de que o lucro obtido nesse tipo de negócio tem competido com a indústria local de carvão vegetal, no cerrado de Goiás. Entretanto, algumas restrições como o alto custo para implantação de empreendimentos de atividades de aventura na natureza, o retorno de capital de longo prazo, as taxas de juros a serem utilizadas e a presença de outras questões relativas ao ambiente, exigem que novas alternativas econômicas sejam criadas para driblar essas limitações e permita assim, que esse mercado expanda de maneira organizada.

Segundo Oliveira Junior e Bitencourt (2005), o turismo de aventura, que está associado às atividades de aventura na natureza que são praticados em locais com obstáculos naturais, vem recebendo posição de destaque no cenário nacional turístico, devido às diversas riquezas naturais existentes no Brasil. A cidade de Brotas, localizada no interior do estado de São Paulo, é um polo de Atividades de Aventura na Natureza devido à sua localização geomorfológica e o rio Jacaré Pepira, que nasce na cidade de São Pedro – SP. O município faz dessa condição um ótimo local para execução do turismo de aventura, um tipo de negócio que começa ser explorado na cidade de Brotas em meados dos anos 90, onde a plantação de cana-de-açúcar e laranja e a pecuária prevaleciam dentre as atividades econômicas do município. Desse modo, uma nova possibilidade de renda foi criada, fazendo com que proprietários de fazendas abrissem suas portas para as atividades de aventura. Oliveira Junior e Bitencourt (2005) revelam que houve um crescimento na arrecadação municipal anual relativa a esse mercado, demonstrando o retorno do

capital investido nesse setor, possibilitando assim, uma aceleração do desenvolvimento urbano. Constatou-se também que o número de turistas vem crescendo anualmente.

Em relação à questão de preservação do município de Brotas-SP, Bahia e Sampaio (2007) verifica que a população local, ao ser indagada sobre possíveis impactos ambientais e sociais que a execução de esportes de aventura possa provocar, mostrou unanimidade na consideração desse turismo de aventura, especificamente no município de Brotas, como interferências positivas à população local, no que se refere à economia, à geração de renda e de empregos. Entretanto, alguns dos indivíduos entrevistados demonstram ter consciência de que o planejamento na organização dessas atividades não é suficiente, bem como a conscientização e educação dos ofertadores.

Profissionais qualificados para atender ao crescente mercado de atividades de aventura na natureza, principalmente os voltados para competição, são poucos, deixando o mercado defasado de mão de obra. Existem inúmeras discussões a respeito de qual área é mais adequada para atender esse público, podendo ser a Educação Física e/ou o Turismo (SILVA; FREITAS, 2010).

Apesar de alguns aspectos serem apontados na literatura referente às atividades de aventura na natureza, muito ainda está por ser tomado em consideração. Uma das lacunas referentes a essas atividades diz respeito à compreensão sobre o crescimento do mercado relativo a estas práticas, ou mesmo, como este mercado está se organizando para atender as atuais demandas e a determinados tipos de público especiais no contexto do lazer. Estas são algumas das inquietações que instigaram este estudo.

4. OBJETIVO

O presente estudo tem por objetivo investigar o ramo de mercado referente às atividades de aventura da cidade de Brotas-SP, procurando compreender os fatores de crescimento destas práticas do contexto do lazer e as principais características das adaptações exigidas para atender a atual demanda.

5. MÉTODO

5.1. Natureza do estudo

Esse estudo tem uma natureza qualitativa, tendo em vista que este método se adéqua aos objetivos do estudo. De acordo com Godoy (1995, p. 62), a pesquisa qualitativa tem “[...] como preocupação fundamental o estudo e a análise do mundo empírico em seu ambiente natural [...]”. A pesquisa qualitativa visa entender o que uma experiência significa para os sujeitos envolvidos numa situação particular e como estes se organizam para formar um todo (THOMAS; NELSON; SILVERMAN, 2010). Esses mesmos autores destacam que a pesquisa qualitativa tem como principal característica o foco no fenômeno estudado e que o pesquisador coleta dados direto no ambiente em questão, desenvolvendo hipóteses para as situações observadas.

O estudo foi dividido em duas partes, sendo a primeira referente a uma pesquisa bibliográfica, constituída de um levantamento da bibliografia relativa às temáticas: lazer, atividades de aventura e mercado da aventura. A revisão de literatura tem função de demonstrar que a questão em foco necessita de investigação e que foi considerado o valor de pesquisas anteriores no desenvolvimento das hipóteses e dos métodos (THOMAS; NELSON; SILVERMAN, 2010).

A segunda parte do estudo foi composta de uma pesquisa de campo do tipo *Survey*, que é um método comum de pesquisa descritiva, a qual visa à resolução de problemas e melhora nas situações práticas, a partir de descrições objetivas e completas (THOMAS; NELSON; SILVERMAN, 2007). Para esses autores, “[...] O pesquisador procura determinar as práticas (ou opiniões) presentes em uma população específica [...]” (THOMAS; NELSON; SILVERMAN, 2007, p. 235).

Esse método foi desenvolvido por meio da aplicação de entrevista semiestruturada com os proprietários de empresas de atividades de aventura na natureza da cidade de Brotas-SP, associados à Associação das Empresas de Turismo de Brotas e Região – ABROTUR. Segundo Thomas; Nelson; Silverman (2007), o questionário e a entrevista são semelhantes, diferindo na condução pelo entrevistador e na interação oral entre este e o entrevistado. A escolha pela

entrevista se deve ao fato de se poder fornecer esclarecimentos, de forma mais direta, caso surjam dúvidas.

5.2. Instrumento

O instrumento que fez parte do estudo se trata de uma entrevista semiestruturada, composta por 19 perguntas, que foi realizada com os proprietários de empresas de atividades de aventura da cidade de Brotas-SP.

Inicialmente, foi elaborada uma entrevista piloto, no sentido de validar as perguntas para melhor adequação da composição do instrumento definitivo. A entrevista piloto foi testada aplicando-se o instrumento aos responsáveis por uma empresa de atividade de aventura da cidade de Brotas-SP, escolhida de forma aleatória. Após a entrevista piloto, foram processadas as devidas adequações necessárias para se construir o instrumento definitivo (APÊNDICE A). Este instrumento definitivo foi aplicado aos responsáveis de empresas de atividades de aventura da cidade de Brotas-SP, todas associadas à Associação das Empresas de Turismo de Brotas e Região – ABROTUR.

5.3. Sujeitos

Para a composição da amostra do estudo, foi realizada uma pesquisa no *site* da ABROTUR, verificando quantas empresas de atividades de aventura existem cadastradas, especificamente da cidade de Brotas-SP. Inicialmente, foram selecionadas nove empresas, mas apenas cinco concordaram em participar da pesquisa. A entrevista foi realizada com os proprietários das empresas de atividades de aventura que, prontamente, se dispuseram a responder à entrevista, após a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (APÊNDICE B).

5.4. Procedimentos

Para o desenvolvimento da pesquisa de campo, primeiramente o projeto foi enviado ao Comitê de Ética em Pesquisa com Seres Humanos, do Instituto de Biociências da UNESP de Rio Claro-SP e após sua aprovação, sob o número 054/2011, foi iniciada a pesquisa. Depois, o contato com as empresas de atividades

de aventura da cidade de Brotas foi estabelecido para agendamento do dia e hora para as entrevistas, momento em que também foram expressos os objetivos e as orientações acerca do instrumento a ser aplicado, sanando-se todas as possíveis dúvidas. A escolha das empresas que oferecem atividades de aventura foi realizada por meio do acesso ao *site* da Abrotur (www.abrotur.com.br) e então, a seleção de “Conheça os associados”. Dentro de todos esses, apenas as “Agências e operadoras” e “Sítios turísticos e parques de aventura” foram considerados, por atender aos objetivos dessa pesquisa, ou seja, promovem a venda de atividades de aventura como *rafting*, rapel, passeio de quadriciclo, boia *cross*, entre outras. Entretanto, algumas dessas empresas foram desconsideradas por não apresentar as características de comércio de atividades de aventura.

Depois disso, o *site* de cada empresa foi acessado para obtenção de dados para contato como o e-mail e telefone. Previamente, foi enviado um e-mail explicando a proposta da pesquisa em detalhes, e depois que houvesse uma resposta, foi agendada a data pelo telefone para a realização da entrevista. Ao se fixar o dia e o melhor horário para a realização da pesquisa, os sujeitos foram convidados a assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE).

Os sujeitos do estudo foram orientados de que poderiam desistir da participação a qualquer momento da pesquisa e, também, quanto ao sigilo em relação à identificação, seguindo-se os procedimentos éticos de pesquisa com seres humanos. Após a anuência dos sujeitos, a entrevista foi realizada individualmente.

5.5. Análise dos dados

Os dados provenientes da realização da entrevista foram analisados de forma descritiva, por meio da utilização da Técnica de Análise de Conteúdo Temático. Segundo Richardson (1999), esse tipo de análise é bastante eficiente para se compreender as particularidades das respostas envolvendo os temas abordados. Além disso, o mesmo autor explica que os temas dentro dos textos são isolados e, então, as partes de interesse, extraídas, a fim de se compreender as especificidades.

Sobre essa mesma técnica, Bardin (2010, p. 199) explica que “[...] Funciona por operações de desmembramento do texto em unidades, em categorias segundo reagrupamentos analógicos [...]”. Além disso, o mesmo autor afirma ser “[...] rápida e

eficaz na condição de se aplicar a discursos diretos [...] e simples [...]”. Os dados resultantes dessas entrevistas foram também expressos em forma de gráficos e números, para ilustrar a descrição das respostas. Assim, a compreensão dos eixos facilita a obtenção dos resultados.

Nesse estudo, eixos temáticos principais foram estabelecidos englobando subtemas de acordo com sua particularidade e facilitando a interpretação das respostas das entrevistas semiestruturadas aplicadas. Desse modo, obteve-se:

Tabela 1. Divisão dos eixos temáticos

EIXOS TEMÁTICOS PRINCIPAIS	SUBTEMAS
1. Atividades de aventura na natureza	1.1. Atividades oferecidas 1.2. Seleção das atividades 1.3. Atividade mais procurada 1.4. Aumento na procura pelas atividades 1.5. Capacidade de atendimento dos clientes nas atividades
2. Monitores das atividades	2.1. Quantidade de monitores 2.2. Seleção dos monitores 2.3. Oferta de cursos de capacitação para monitores 2.4. Monitores do sexo feminino
3. Administração da agência/ operadora	3.1. Tempo de funcionamento da empresa 3.2. Divulgação dos serviços 3.3. Importância da associação à ABROTUR 3.4. Dificuldades encontradas
4. Clientes	4.1. Possibilidade de atendimento dos clientes nas atividades de aventura 4.2. Clientes que retornam à empresa 4.3. Adequação das atividades para pessoas com necessidades especiais ou grupos específicos
5. Investimentos	5.1. Investimento anual com equipamentos 5.2. Retorno de capital
6. Busca por estudos e eventos científicos	6.1. Busca por eventos de caráter científico 6.2. Consideração de estudos científicos e produções literárias

O eixo temático 1, que considerou as questões relativas às atividades de aventura na natureza, englobou os seguintes subtemas: atividades oferecidas,

seleção das atividades, atividade mais procurada, aumento na procura pelas atividades e capacidade de atendimento dos clientes nas atividades. Desse modo, procurou-se investigar as características relacionadas às atividades de aventura na natureza, como são selecionadas, quais são as mais procuradas, se existe um aumento na procura por essas atividades e quantas pessoas podem ser atendidas por dia. Para análise, utilizaram-se as seguintes questões da entrevista semiestruturada:

2 - Quais são as atividades oferecidas pela sua empresa?

Terra:

Água:

Ar:

3 - Como são selecionadas as atividades a serem oferecidas como produto da empresa?

4 - Quais são as atividades mais procuradas?

7 - Quantos clientes podem ser atendidos pela empresa ao mesmo tempo, em todas as atividades?

13 - De acordo com o atendimento realizado ao longo dos anos, é possível notar um aumento da procura pelas atividades de aventura? Explique.

O eixo temático 2 é referente aos monitores que realizam as atividades de aventura na natureza, organizando os equipamentos, conduzindo as atividades, cuidando dos clientes e oferecendo os primeiros socorros, eventualmente. Para isso, levou-se em conta a quantidade de monitores, como eles são selecionados, se são oferecidos cursos de capacitação para esses monitores e se monitores do sexo feminino fazem parte da equipe das empresas. As seguintes questões foram feitas:

9 - Quantos monitores fazem parte da equipe de sua empresa?

10 - Como se faz a seleção de monitores para atuar em sua empresa?

11 - A sua empresa oferece algum curso de capacitação para esses monitores?

12 - Existem monitores do sexo feminino liderando as atividades?

O eixo temático 3 abordou as questões de administração da agência ou da operadora em questão, visando detalhar o tempo de funcionamento da empresa, uso de dados estatísticos para auxiliar no desempenho da empresa, como é feita a divulgação dos serviços oferecidos, os motivos pelos quais foi interessante se associar à ABROTUR e as dificuldades encontradas para desenvolver o negócio. Assim, as questões seguintes investigam essas vertentes:

1 - Há quanto tempo sua empresa está atuando no mercado?

5 - Existe alguma estatística com dados coletados e registrados pela empresa? Por exemplo, sobre: perfil de usuários, índice de acidentes, número de visitantes por mês, ou outros?

6 - Como é realizada a divulgação dos serviços oferecidos pela empresa?

8 - Qual a importância de sua empresa estar associada à ABROTUR?

19 - Quais as principais dificuldades encontradas para o desenvolvimento desse ramo de atividade?

O eixo temático 4, por sua vez, abordou as características referentes aos clientes como a capacidade de atendimento dos clientes nas atividades, a quantidade desses que retorna à empresa e se existem adequações para sujeitos que possuam alguma necessidade especial ou para grupos especiais como idosos e crianças. Para tanto, foram feitos os seguintes questionamentos:

7. Quantos clientes podem ser atendidos pela empresa ao mesmo tempo, em todas as atividades?

14. O número de pessoas que retorna à empresa para realizar as atividades é:

() Grande () Médio () Baixo

17. A empresa oferece alguma adequação para receber pessoas com necessidades especiais ou grupos específicos?

Necessidades especiais: () NÃO () SIM Explique.

Terceira idade: () NÃO () SIM Explique.

Crianças: () NÃO () SIM Explique.

Outros: () NÃO () SIM Explique.

O eixo temático 5 levou em consideração as indagações referentes aos investimentos feitos pelas empresas em relação aos equipamentos tanto para execução das atividades quanto para realização da segurança nas mesmas e o retorno de capital proveniente desse negócio, se é viável para dar continuidade à empresa. As questões a seguir se referem a esse fato:

15. O investimento anual em equipamentos é:

() Grande () Médio () Baixo

16. O retorno de capital é apenas suficiente para cobrir os gastos ou é interessante a ponto de continuar com a empresa ou ainda é muito satisfatório?

() Baixo () Médio () Alto

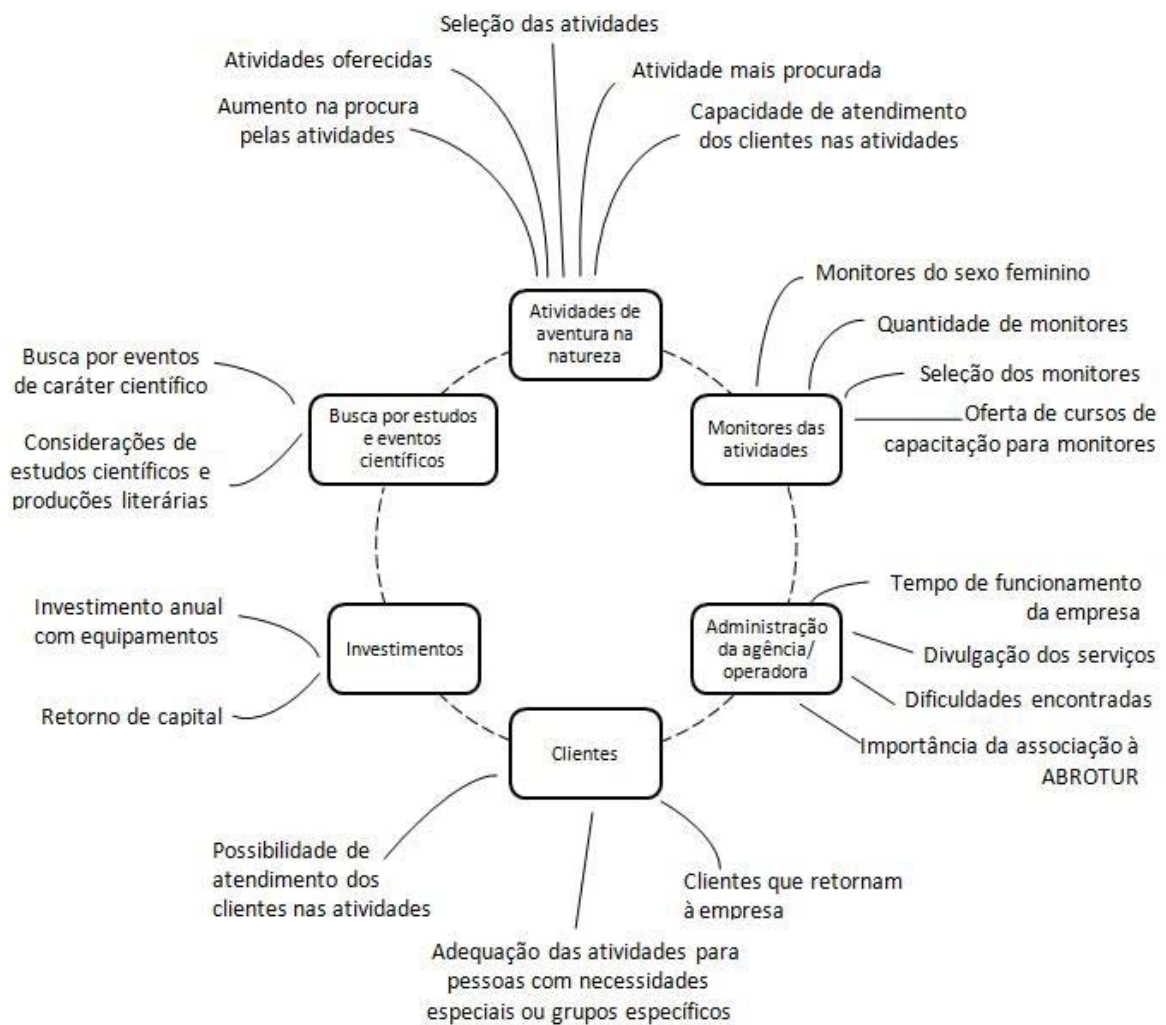
Por último, o eixo temático 6 abordou a questão científica, indagando se essas empresas se importavam com a presença em eventos científicos para seguir a evolução acadêmica nesse campo e se acompanhavam produções literárias como

artigos científicos, livros e revistas científicas a fim de melhorar o desempenho, se baseando em pesquisas. A seguinte pergunta se refere a essa averiguação:

18. A empresa leva em consideração, de alguma forma, os estudos científicos e a produção literária sobre as atividades desenvolvidas? () Não () Sim Explique.

O esquema a seguir expõe os eixos temáticos e os subtemas, mostrando suas relações:

Figura 1. Esquema dos eixos temáticos e subtemas e suas relações.



. A partir das respostas dadas a estas questões, foram elaborados os resultados e a discussão do estudo. As respostas foram analisadas e os resultados expressos a seguir.

6. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Para expor os resultados, foi utilizada a nomenclatura de A, B, C, D e E para denominar as empresas entrevistadas a fim de preservar a identidade das mesmas. Além disso, não existe relação entre a ordem de apresentação dos resultados e a visitação das agências.

6.1. EIXO TEMÁTICO 1: Atividades de aventura na natureza

As atividades de aventura na natureza oferecidas pela empresa A são trilhas guiadas, *trekking*, arco e flecha, *paintball*, arvorismo, cachoeirismo, *bungee jump*, giramaster, *canopy fly*, *wakeboard*, *stand up*, *rafting* e boia *cross* e a atividade mais procurada é o *rafting*. Já a empresa B oferece arvorismo, escalada, rapel, *rafting*, *mini-rafting* (percurso menor que o *rafting*), boia *cross*, canionismo e tirolesa e afirma que *rafting*, tirolesa e canionismo são as mais vendidas. A empresa C, por sua vez, oferece passeios de camionetes 4x4, trilhas guiadas, *rafting*, canoagem, canionismo e tirolesa, sendo a tirolesa, o *rafting* e o canionismo, também, as mais procuradas. A empresa D oferece somente o serviço de quadriciclo para as outras empresas e vende os passeios em hotéis e pousadas da região. De acordo com as respostas dadas pela empresa E, trilhas guiadas até cachoeiras, passeios de quadriciclo, *rafting*, boia *cross*, *mini-rafting*, Kr (*rafting* com bote menor), canionismo e tirolesa são as modalidades ofertadas, sendo o *rafting* e as trilhas guiadas as mais procuradas pelo público. A seleção dessas é feita de acordo com estudos de mercado feito todos os anos, verificando o interesse do público, a demanda pelas atividades nas empresas, o perfil dos clientes que compram esses serviços, que tem mudado passando de jovens adultos para famílias com crianças e idosos, as possibilidades de execução na cidade de Brotas-SP, o que tem se destacado na mídia do Brasil, país que possui muitos recursos naturais para execução dessas atividades e o que é novidade para o local, questão que tem deixado de aparecer devido a grande quantidade de empresas que exploram as possibilidades. Todas as empresas afirmaram que, a partir das estatísticas feitas por suas administrações, existe um aumento na busca pelas atividades de aventura na natureza, mas que o a dissipação do público entre as empresas também tem crescido, assim como a concorrência. A empresa A tem capacidade para atender 250 pessoas por dia, em

todas as atividades, enquanto a empresa B diz poder atender até 150 pessoas por período, totalizando 300 por dia. A empresa C, assim como a B, pode atender até 300 pessoas por dia. Já a D, por oferecer somente os passeios de quadriciclo, pode atender somente 60 clientes por dia. A empresa E tem capacidade de atender até 200 pessoas por dia, distribuídas nas atividades oferecidas e no período da manhã e da tarde. Contudo, o que foi citado por todas é que esse número pode variar de acordo com a data, por exemplo, finais de semana estendidos, feriados com datas emendadas e férias.

6.2.EIXO TEMÁTICO 2: Monitores das atividades

Referente aos monitores, que é a mão de obra que atua diretamente com o turista/ cliente, a empresa A afirmou que existem 45 pessoas, entre trabalhadores fixos e *freelancers*, que são selecionadas de acordo com a competência pessoal, que é avaliada a partir do currículo, sendo que deve ter estagiado anteriormente e ter feito cursos específicos para monitoração de atividades, além de mostrar que possui técnicas na execução das atividades. Essa empresa oferece cursos de recreação, aperfeiçoamento do atendimento pessoal e primeiros socorros. A empresa B, por sua vez, explicou que 6 são contratados, chamados de fixos, e outros 50 são *freelancers*, que todos recebem treinamentos internos da empresa, tendo a possibilidade de fazer cursos para capacitação como primeiros socorros e técnicas específicas de cada modalidade. A empresa C colocou que tem, em média, 40 monitores fazendo parte da equipe, sendo desses alguns fixos e outros *freelancers*, os quais são selecionados a partir de uma avaliação inicial por meio de um estágio na empresa. Na empresa D, existem 3 pessoas fixas e o entrevistado afirmou ser muito difícil selecionar esse pessoal, uma vez que não existe uma lei que regulamenta a profissão de monitor e na maioria das vezes isso resulta na grande rotatividade de funcionários desse tipo na empresa. A seleção então é feita de acordo como o currículo do indivíduo e cursos de primeiros socorros e de preparação profissional são oferecidos, a fim de incentivar o monitor a continuar na agência. Trinta monitores são registrados como prestadoras de serviços enquanto outras 50 são flutuantes na empresa E. Os *freelancers* ficam disponíveis de acordo com as datas e demandas. Esse pessoal é selecionado por meio de entrevistas e testes. Depois ficam trabalhando por certo tempo na empresa sob observação e de

acordo com o desempenho do indivíduo, a empresa contratara-o ou não. Cursos de primeiros socorros, recreação e resgate são oferecidos periodicamente para que o serviço seja sempre atualizado. Todas as empresas possuem mulheres trabalhando junto em suas equipes, exceto a empresa E.

6.3.EIXO TEMÁTICO 3: Administração da agência/ operadora

Nesse eixo temático, que se refere à administração, foi perguntado a respeito do tempo em que a empresa está no mercado, como é feita a divulgação dos serviços oferecidos pela empresa, qual a importância da associação à ABROTUR e quais são as principais dificuldades encontradas. A empresa A afirmou estar a 2 anos no mercado fazendo suas propagandas pelos meios de comunicação como rádio, TV, internet e jornais e que as principais dificuldades que encontra são os altos investimentos que devem ser feitos e que não há mão de obra capacitada suficiente disponível, atrapalhando as atividades da empresa, a qual, muitas vezes, têm de atender menos pessoas por esses últimos motivos. Já a empresa B está há 15 anos no mercado das atividades de aventura de Brotas-SP e faz sua publicidade por intermédio das redes sociais, de *sites* próprios, de panfletos que são deixados em hotéis e pousadas da região e também, a partir de *outdoors* espalhados pela cidade. A principal dificuldade encontrada é o fato de ter que repassar ao cliente todos os custos envolvidos na execução dessas atividades, o que aumenta o preço dessas e acaba, de certa forma, diminuindo o número de clientes. Há 11 anos no mercado, a empresa C faz suas divulgações utilizando *flyers*, que são deixados em hotéis, pousadas e restaurantes da cidade e região, *sites* da empresa e outros, publicações em jornais, revistas, panfletos e ressalta que o “boca a boca” é um meio importante de propaganda da empresa, pois pessoas que já frequentaram acabam indicando para outras o nome da empresa. A maior dificuldade encontrada são os altos impostos cobrados pelo governo, o que dificulta a manutenção da empresa e também a sazonalidade, concentrando o público em férias, feriados e finais de semana. Com isso, a empresa consegue atender até o máximo de sua capacidade e o restante tem de procurar outra empresa. A empresa D está instalada em Brotas-SP há 10 anos e utiliza de *sites*, “boca a boca”, *flyers* em hotéis e pousadas, anúncios em jornais e revistas para divulgar seus serviços. A principal dificuldade que encontram é a falta de apoio do governo a esse tipo de empresa, ou seja, BNDS

(Banco Nacional do Desenvolvimento) não possibilita empréstimos para que progridam. Por último, a empresa E, há 11 anos oferece a possibilidade das pessoas praticarem atividades de aventura na natureza monitorada por guias e faz sua publicidade por intermédio de *folders*, *sites* na *internet* e em feiras do seguimento turístico. Foi afirmada que a maior dificuldade encontrada para atuar no mercado é a sazonalidade que lota a agência em períodos de férias e feriados, enquanto em dias comuns o movimento é muito baixo. A falta de profissionalismo de outras empresas e a conscientização dos prestadores de serviços sobre os riscos envolvidos na operação das atividades também são problemas encontrados. Em relação à associação à ABROTUR, houve unanimidade nas respostas, afirmando que assim, as empresas são fortalecidas, aumentando a representatividade delas em relação aos órgãos públicos e a outras organizações de turismo de aventura em momentos que decisões devem ser tomadas. Também, de ter mais força política dentro da cidade e poder reivindicar mais questões que outras empresas. A ABETA (Associação Brasileira das Empresas de Turismo de Aventura) foi citada pelo entrevistado da empresa D, que afirmou ter mais importância nos meios políticos, conseguindo maiores melhorias que a ABROTUR.

6.4.EIXO TEMÁTICO 4: Clientes

Com relação aos clientes, a empresa A afirmou que o número de pessoas que retorna à empresa é grande, ou seja, pessoas que já fizeram alguma atividade nessa agência retornam à mesma. Já a empresa B verifica que o retorno dos clientes é médio, e como argumento foi ressaltado a concorrência entre as agências, que hoje são muitas. A empresa C colocou que a quantidade desses que retorna à empresa para praticar as atividades de aventura na natureza é baixa, enquanto que o número de pessoas novas que chegam por recomendação de indivíduos que já foram é alto. Em relação aos clientes da empresa D, o número de pessoas que retorna é médio, enquanto na E, o número é grande e esse acompanhamento é feito a partir de cadastros das pessoas que compram as atividades. Todas as empresas tem capacidade de atender grupos como idosos e crianças, umas tendo atividades próprias para suas condições e outras, adaptando as mesmas, desde que estejam acompanhados de familiares que possam ser responsáveis por esses. Já o público com necessidades especiais pode ser atendido por quatro das cinco empresas. O

que foi alegado por todas que os atendem é a dificuldade de adequação dos equipamentos para essa população, mas que acabam adaptando as atividades em si. Além disso, alguns monitores têm de receber treinamentos especiais para atendê-los. Grupos de empresas, conhecidos por *team buildings*, também são atendidos.

6.5.EIXO TEMÁTICO 5: Investimentos

Sobre os investimentos feitos nesse negócio, a empresa A afirma ser grande o uso de dinheiro para compra de novos equipamentos e para manutenção dos mesmos, uma vez que são caros e de extrema necessidade que sejam mantidos de acordo com as normas de segurança. Além disso, o retorno de capital ainda não é suficiente para que os donos “ganhem dinheiro”, sendo que a empresa é relativamente nova e exige investimentos constantes. Já a empresa B colocou que o investimento anual com equipamentos, tanto de segurança quanto para execução das atividades, é médio, pois essa empresa foca na manutenção dos mesmos, evitando ter de comprar novos todos os anos e o retorno de capital é médio, possibilitando a continuação dessa empresa no mercado de Brotas-SP. A empresa C tem grande parte de seu orçamento voltado para compra de novos equipamentos de segurança, aparelhos para execução das atividades e manutenção dos mesmos. Contudo, o retorno de capital à empresa é baixo, devido ao fato do custo operacional do negócio ser muito alto. Impostos, mão de obra, estrutura física, equipamentos e *marketing* são alguns dos gastos dessa empresa. Os investimentos com os quadriciclos são muito altos na empresa D, tanto para os manterem funcionando quanto para fornecer segurança à atividade. O retorno financeiro é médio, uma vez que a empresa busca sempre investir nos equipamentos e acabam não lucrando muito. Por fim, referente aos investimentos feitos pela empresa E, o gasto com equipamentos de segurança e para execução das atividades é grande, tanto para comprar de novos aparelhos quanto para manutenção de todos. O retorno de capital para a empresa é médio, propiciando que a empresa continue no mercado, mas não possibilita que os donos enriqueçam ou aumentem bastante a empresa.

6.6.EIXO TEMÁTICO 6: Busca por estudos e eventos científicos

A empresa A, em relação aos estudos científicos e à produção literária, afirmou acompanhar as normas para execução das atividades e também estudos que se referem ao solo da cidade de Brotas-SP e à conservação da natureza. A B disse frequentar congressos da área administrativa e do turismo, mas busca por produções literárias como forma de apoio ao negócio. Publicações em revistas e estudos realizados pelo ministério do turismo são acompanhados pela empresa C, entretanto a participação em eventos científicos não ocorre. Sobre participação em eventos científicos e acompanhamento de publicações acadêmicas, a agência D disse existir essa preocupação, a fim de se atualizar baseando-se em estudos que foram comprovados, principalmente congressos relacionados à área do turismo. E por último, a empresa E busca estar sempre se baseando nesses aspectos para se desenvolver nesse segmento do turismo. Além disso, buscam se atuar junto a associações, pois acreditam ter mais “voz ativa” em diversas questões.

Para facilitar a visualização dos resultados obtidos nos eixos temáticos das entrevistas, os gráficos e as tabelas demonstrarão a prevalência de alguns dados observados. Em relação ao Eixo Temático 1, referente as atividades oferecidas, os gráficos 1, 2, 3 e 4 ilustram os principais resultados. O gráfico 1 indica o número de empresas que oferecem as atividades de aventura, divididas por atividade.

Gráfico 1. EIXO TEMÁTICO 1: Atividades de aventura na natureza



De acordo com o gráfico 1, o *rafting* foi a atividade mais citada entre as empresas entrevistadas, sendo a atividade mais oferecida, seguida pelo canionismo e boia *cross*. Isso pode ter ocorrido devido à facilidade encontrada na cidade de Brotas-SP para as atividades envolvendo água. Segundo Oliveira Junior e Bitencourt (2005), o Rio Jacaré Pepira nasce na cidade de São Pedro-SP e passa por Brotas-SP, onde tem em seu curso muitas quedas, propiciando a prática do *rafting*. Galvão (2004) coloca que nos anos 90, a administração de Brotas-SP tinha a possibilidade de permitir que um curtume fosse instalado no município, aumentando a arrecadação da cidade e empregando moradores dela. Entretanto, a instalação desse empreendimento resultaria na poluição do rio Jacaré Pepira assim como do solo e do ar e por isso, alguns jovens começaram a lutar contra essa implantação por meio do Movimento Rio Vivo, defendendo o meio ambiente e a saúde dos trabalhadores. Desse modo, começaram a salientar uma nova proposta econômica ao município, o turismo de aventura, e uma atividade simples que já era praticada pelos moradores da cidade, descer o rio sentados nas câmaras de pneus de caminhão, foi transformada em uma das modalidades, hoje conhecida como boia *cross*. Depois, com o surgimento das primeiras agências no município, o *rafting* chega sendo o “carro chefe” das atividades de aventura praticadas em Brotas-SP (GALVÃO, 2004). Por esses motivos, e pelo rio Jacaré Pepira ser considerado a principal atração da cidade, pode-se concluir o porquê dessa atividade ter prevalência diante das outras.

O gráfico 2 indica como são realizadas a seleção das atividades nas empresas entrevistadas. As respostas foram elucidadas por intermédio de uma legenda e divididas em cores.

Gráfico 2. Seleção das atividades de aventura na natureza que serão oferecidas.



Os resultados das respostas em como é realizado a seleção das atividades nas empresas indicam grande variedade, prevalecendo a resposta: de acordo com a demanda, seguida também: de acordo com as possibilidades em Brotas-SP. Esse resultado evidencia que conforme a procura pelas atividades ocorre, as empresas tratam de se adequar ou implantar novas atividades, além de levar em consideração o que Brotas pode estar oferecendo, o que Brotas pode propiciar em relação ao ambiente natural.

Resultados de Galvão (2004) expõem que não existiam critérios iniciais a serem seguidos para a escolha das atividades. Essa seleção aconteceu de acordo com as possibilidades existentes em Brotas-SP e observadas pelos donos das agências e operadoras de turismo, de acordo com o estudo de Galvão (2004). O rio Jacaré Pepira possibilitava atividades aquáticas como boia *cross*, *rafting* e canoagem, enquanto as cachoeiras e morros permitiam a prática de canionismo, rapel e escalada. Assim, atividades terrestres como trilhas, passeios de quadriciclo e *trekking* era possibilitado, fazendo com que o mercado das atividades de aventura na natureza dessa cidade seja predominantemente aquático e terrestre, incluindo as atividades verticais. Para Tahara; Carnicelli Filho; Schwartz (2006), a possibilidade da prática de certas atividades na região de Brotas-SP faz com que essas se destaquem dentre as outras, sendo que existem locais favoráveis para a execução das mesmas, como, por exemplo, o rio para prática do *rafting* e do boia *cross*.

O gráfico 3 indica a quantidade média de clientes que podem ser atendidos por dia. As respostas foram elucidadas por intermédio de uma legenda e divididas em cores.

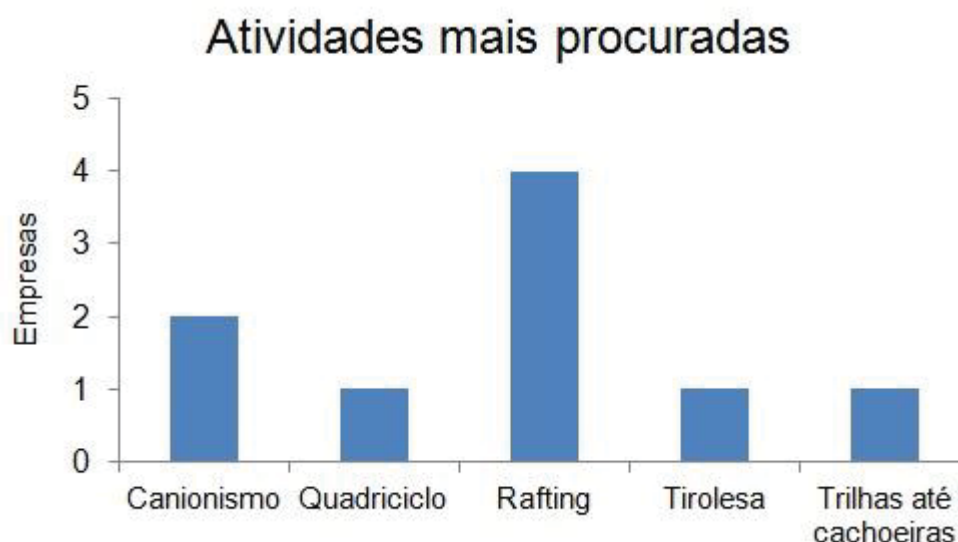
Gráfico 3. Capacidade de atendimento de clientes por dia.



A maioria das empresas entrevistadas atende por dia 300 pessoas, sendo que o menor número de atendimento, por dia citado, foi de 60 pessoas. De acordo com Bahia e Sampaio (2007), os indivíduos que buscam esse tipo de atividade estão interessados em frequentar a natureza a fim de restabelecer as relações entre o homem e o meio natural. Apesar de o público ser, em sua maioria, novo nessas práticas, muitos frequentam a mais de um ano as agências de Brotas-SP buscando praticar essas atividades de aventura. Além disso, a evolução tecnológica dos equipamentos de segurança e para realização dessas transmite segurança aos clientes, possibilitando que eles retornem às agências para uma nova execução.

O gráfico 4 indica as atividades mais procuradas na cidade de Brotas-SP, de acordo com as empresas entrevistadas.

Gráfico 4. Atividades de aventura mais procuradas em Brotas-SP.



O *rafting* foi a atividade que a maioria das empresas citaram como a mais procurada em Brotas. Esse atrativo é bastante buscado pela tradição em Brotas da oferta de atividades na água, pela facilidade do Rio Jacaré Pepira, além da divulgação da atividade no Brasil. A equipe brasileira de *rafting* reside atualmente em Brotas e realizam seus treinamentos nesse rio, contribuindo assim, para que esse atrativo seja mais difundido e procurado. De acordo com o *site* “h2foz.com.br”, a equipe Alaya Bozo D’Água conquistou seu segundo campeonato brasileiro, tornando-se bicampeã. As corredeiras das Cataratas do Iguaçu foi o local para a competição onde a equipe conquistou o título. Além disso, é bicampeã mundial também, o que pode influenciar na escolha do *rafting* pelos turistas de Brotas-SP.

A grande procura pelo *rafting* em Brotas-SP pode, também, se dar pelo fato do rio Jacaré Pepira possuir quatro níveis de dificuldades, I, II, III e IV, o que permite que as empresas trabalhem com diferentes públicos, explorando as diferentes limitações desses (BARROCAS, 2005). Para o Eixo Temático 2, as tabelas 2, 3, 4 e o gráfico 5 ilustram os principais resultados referente aos monitores das atividades.

A tabela 2 demonstra a quantidade de monitores por empresa.

Tabela 2. Quantidade de monitores por empresa

EMPRESA A	45 monitores fixos e <i>freelancers</i> temporários
EMPRESA B	6 monitores fixos e 50 <i>freelancers</i>
EMPRESA C	Em média 40 temporários
EMPRESA D	3 monitores fixos
EMPRESA E	30 monitores registrados e 50 <i>freelancers</i>

A quantidade de monitores por empresa varia muito de acordo com o período do ano, feriados e fins de semana, mas, em média, 40 monitores por empresa são necessários, fora os temporários. Para que a atividade possa ser acompanhada de maneira mais segura, os investimentos com segurança se torna imprescindível e o monitor é um deles. Segundo ABETA e Ministério do Turismo (2009), os monitores são aquelas pessoas que conduzem um cliente ou um grupo desses durante as atividades de aventura na natureza, zelando pela segurança desses e promovendo o respeito perante o meio ambiente natural. Para isso, é importante que o condutor saiba liderar um grupo sem impor ideias, e sim, entendendo que a condição dos clientes é diferente da dele, pois eles estão num local diferente do de suas rotinas. Além disso, é importante que exista mais de um condutor numa mesma atividade, reforçando a segurança e a boa condução dessa.

A tabela 3 ilustra como é realizada a seleção dos monitores.

Tabela 3. Seleção de monitores

EMPRESA A	Competência pessoal, tendo que ter estagiado, ter feito cursos, ter técnicas.
EMPRESA B	São feitos treinamentos internos.
EMPRESA C	Realização de avaliação, curso de rafting e primeiros socorros. Estágio para avaliação.

EMPRESA D	Como não existe lei que regulamente a profissão de monitor, a seleção é através da capacitação que foi recebida (cursos).
EMPRESA E	São feitas seleções, entrevistas, testes e avaliações durante períodos de experiência. Os <i>freelancers</i> são contratados de acordo com a atividade que irão monitorar.

A tabela 4 indica como a empresa capacita seus monitores.

Tabela 4. Oferta de cursos de capacitação para monitores

EMPRESA A	Curso de recreação, atendimento pessoal, consultoria pessoal e primeiros socorros.
EMPRESA B	A empresa paga pelos cursos que o monitor faz.
EMPRESA C	A empresa não oferece cursos. O monitor que deve bancá-los para poder monitorar as atividades.
EMPRESA D	A empresa oferece cursos de primeiros socorros e de preparação para monitoração.
EMPRESA E	Periodicamente são fornecidos primeiros socorros, recreação e resgate.

A grande maioria das empresas procura por monitores capacitados, que tenham realizados cursos e levam em conta o currículo. Segundo o Ministério do Meio Ambiente (2005), o Brasil é um país que tem as atividades ecoturísticas em grande expansão e com isso, a atuação de guias de turismo e de monitores ambientais, que geralmente residem na cidade ou nas proximidades da área em questão, é muito importante para que exista a conservação do meio ambiente, assim como a correta condução das atividades.

Entretanto, apesar dos guias de turismo terem sua profissão regulamentada pela lei nº 8.623/93 na Embratur (Instituto Brasileiro de Turismo), os monitores não estão nessa mesma condição. A resolução SMA-SP 32/98 proporciona o credenciamento desses últimos nas unidades que cuidam da conservação ambiental, administradas pela Secretaria de Estado do Meio Ambiente de São Paulo, oferecendo cartilhas e alguns cursos para condução de turistas em ambientes naturais. Toda via, continua não estabelecendo a monitoria como profissão e assim,

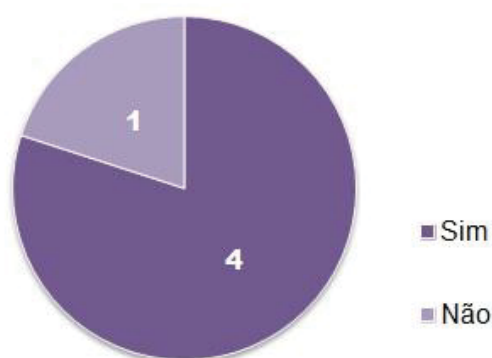
não são determinadas as exigências necessárias para conduzir grupos de pessoas que praticam atividades de aventura na natureza (MMA, 2005).

De acordo com os resultados indicados na tabela 4, a maioria das empresas estimula que seus monitores realizem cursos ou mesmo, investem para que os monitores se atualizem. A cartilha “Noções básicas para a condução de visitantes em áreas naturais” (MMA, 2005) coloca que o monitor tem função de organizar e conduzir passeios, estimulando os interesses do público, fornecendo informações do ambiente em que se encontram como aspectos naturais, históricos e sociais. Para isso, é importante que esse indivíduo aprenda sobre o que irá monitorar, fazendo cursos e aprendendo sobre as atividades em todo seu contexto.

O gráfico 5 indica a prevalência ou não de monitores do sexo feminino.

Gráfico 5. Empresas com monitores do sexo feminino.

Empresas com monitores do sexo feminino



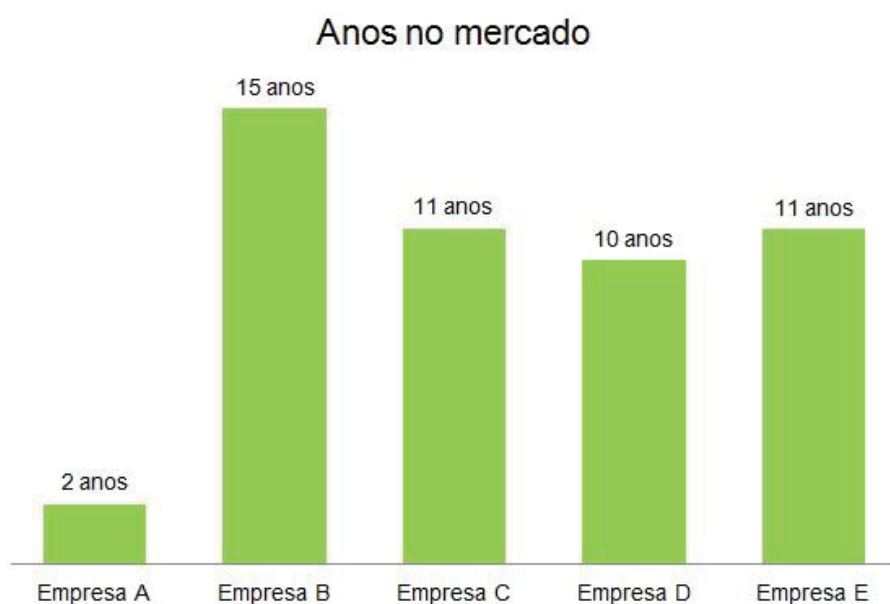
Assim como afirma Silva; Marinho; Schwartz (2005), a figura feminina tem mudado perante a sociedade de acordo com as novas atitudes comportamentais que essas têm adotado. A população masculina mudou e continua mudando seus conceitos acerca das mulheres. Isso vem sendo tratado através da educação social, cultural e política das pessoas, lutando não só contra o preconceito de gênero, mas também de etnia e religião.

Nos esportes e nas atividades de aventura na natureza, a valorização dos homens ainda é encontrada, baseada nos conceitos de que os homens são agressivos, fortes e independentes e, assim sendo, pessoas do sexo feminino que participam dessas modalidades, acabam sendo incoerentes perante a imagem de delicadeza e sexo frágil (SILVA; MARINHO e SCHWARTZ, 2005). Entretanto, isso

tem mudado e pode ser percebido no gráfico 5, onde a maioria das empresas entrevistadas afirmou ter monitores do sexo feminino integrando suas equipes de funcionários. Isso indica a superação do preconceito de ter mulheres em posições de confiança.

O Eixo Temático 3, administração da agência/ operadora, será ilustrado por intermédio do gráfico 6, 7 e as tabelas 5 e 6. O Gráfico 6 demonstra a quantidade em anos que cada empresa atua no mercado da aventura em Brotas-SP.

Gráfico 6. Anos das empresas no mercado das atividades de aventura.



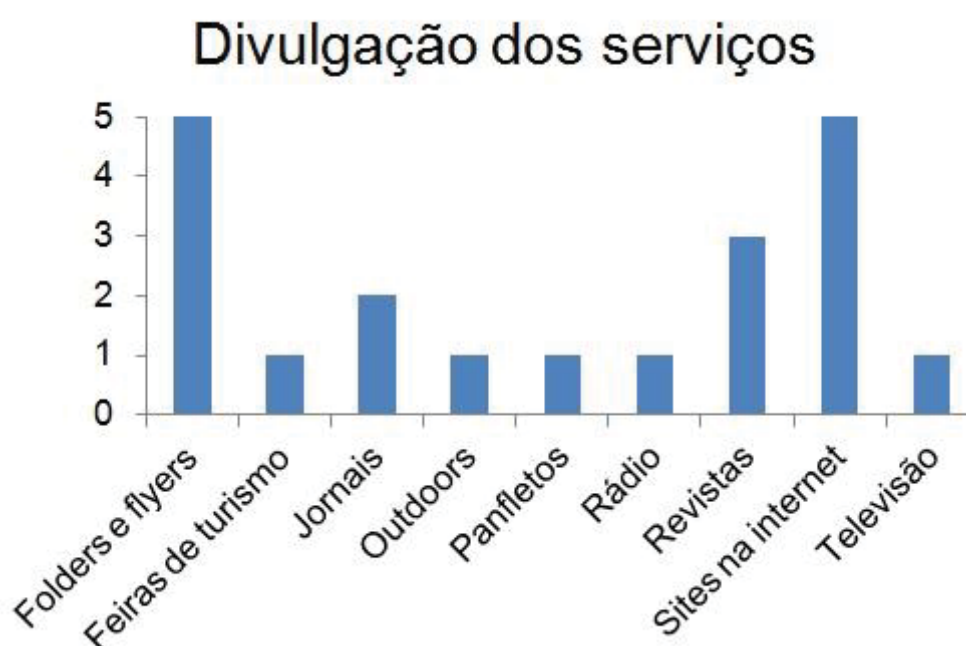
Barrocas (2005) explica que, na década de 90, com a proposta de receber um curtume (local onde se processa o couro cru) em Brotas-SP, alguns moradores reagiram contra, fazendo manifestações para conscientizar o resto da população de que seria maléfico para o rio Jacaré Pepira e para a natureza local e das proximidades. Desse modo, foram destacadas as possibilidades de outras atividades econômicas que propiciassem a preservação do meio ambiente local, mantendo as paisagens e gerando novos empregos. Brotas-SP deixa de ter sua renda por meio das atividades agrícolas e passa ter o turismo como atividade econômica principal a partir do ano de 1991. Essa mesma autora expõe que no ano de 2000, o turismo era a principal fonte financeira da cidade.

Galvão (2004) afirma que a primeira agência de turismo se instalou no município em 1992 e que no ano de 1994, a Secretaria de meio ambiente, esporte, recreação, cultura e turismo foi instalada, incentivando e apoiando as possibilidades turísticas presentes em Brotas-SP. Depois, por volta de 1996, as atividades de

aventura na natureza começaram ser mais exploradas pelas agências, dando novos rumos ao turismo brotense (GALVÃO, 2004). Desse modo, o que foi mostrado no gráfico, que maioria das empresas atua há mais de 10 anos no ramo das atividades de aventura em Brotas, corrobora com os dados históricos do desenvolvimento desse mercado nessa cidade, justificando a presença de empresas com mais de uma década de serviços.

O gráfico 7 ilustra como são divulgados os serviços dessas empresas.

Gráfico 7. Divulgação dos serviços



A divulgação dos serviços prestados por partes das cinco empresas entrevistadas varia muito, mas a maioria a faz por intermédio de *folders e flyers* e *sites na internet*. Segundo Cavallini (2008), a *internet* é uma maneira de informar o consumidor e divulgar produtos e serviços de maneira rápida através dos *sites*, uma vez que pode ser acompanhados por qualquer pessoa que possua um computador, celulares e/ou *smartphones* ligados à rede. Desse modo, a notícia, a propaganda, a foto chega a muitas pessoas de maneira rápida e eficiente, sem ter que distribuir materiais. Os *folders e flyers* são utilizados para divulgar os serviços entre os turistas que visitam a cidade de Brotas-SP, sendo deixados nos hotéis, pousadas, restaurantes e lojas da cidade.

A tabela 5 relata sobre a importância de se associar à ABROTUR, de acordo com as respostas das empresas.

Tabela 5. Importância de associar-se à ABROTUR

EMPRESA A	Para unir-se às outras empresas e ter força para tomar decisões.
EMPRESA B	Para ter representatividade junto ao poder público e às organizações do mercado do turismo.
EMPRESA C	Para ter o nome divulgado em massa e fazer parte de uma associação que trabalhe por bens em comum e defenda causas iguais.
EMPRESA D	Para ter força política dentro da cidade.
EMPRESA E	Pela representatividade, orientação e apoio.

O fato de estar associado à ABROTUR parece representar uma segurança para as empresas, porque além de representá-los publicamente, auxilia na divulgação e na orientação delas. Essa associação tem como objetivo intensificar o turismo em Brotas-SP e região, além de auxiliar na manutenção do meio ambiente e de corresponder com as exigências econômicas e sociais necessárias para desenvolvimento de um bom negócio (ABROTUR, 2012).

A tabela 6 indica as principais dificuldades encontradas para manter-se no mercado.

Tabela 6. Principais dificuldades encontradas

EMPRESA A	Os investimentos são altos e há pouca mão de obra capacitada para trabalhar.
EMPRESA B	Repassar os custos aos clientes através dos valores das atividades.
EMPRESA C	Os impostos altos dificultam a manutenção da empresa e a sazonalidade atrapalha o orçamento.
EMPRESA D	Falta de apoio do governo. O BNDS, por exemplo, não apoia micro e pequenas empresas desse ramo com auxílios financeiros.
EMPRESA E	A sazonalidade, a falta de profissionalismo da concorrência e a conscientização dos monitores sobre os riscos envolvidos na operação das atividades.

As dificuldades apontadas por parte das empresas foram muitas, variando entre a grande quantidade de imposto pago, a falta de apoio por parte do governo, o alto investimento que é necessário para se manter no mercado e a sazonalidade.

Sobre os obstáculos nesse ramo turístico de Brotas-SP, Cruz (2008) apontou em seus resultados que existem muitos problemas em relação às questões financeiras que têm de ser enfrentadas pelas agências e operadoras locais. Além disso, a sazonalidade também apareceu como um bloqueio no desenvolvimento dessas, mas que podem ser driblados com algumas ações que visem atender públicos diferenciados, como empresas, excursões escolares e congressos. O mesmo autor também citou que essas agências têm conseguido atuar junto ao poder público a partir da Secretaria de Turismo e Meio Ambiente da cidade de Brotas-SP, mas no aspecto do desenvolvimento consciente e sustentável desse mercado, o que futuramente pode evoluir para auxílios na questão financeira.

O quarto eixo temático está relacionado aos clientes e seus resultados foram ilustrados por meio do gráfico 8 e 9. O gráfico 8 demonstra o volume de clientes que retornam à empresa.

Gráfico 8. Volume de clientes que retornam à empresa.

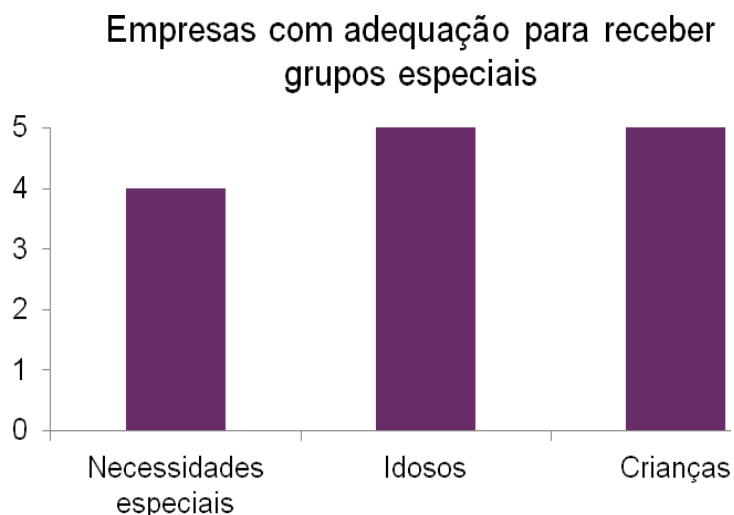


Duas das cinco empresas relataram que o volume de clientes que retornam à empresa é médio, enquanto outras duas afirmaram ser alto. Isso indica um bom resultado tendo em vista que auxilia na divulgação para outras pessoas, o famoso “boca a boca”, podendo contribuir para que mais pessoas procurem seus serviços ou pela prática de atividades de aventura. Segundo Barrocas (2005), Brotas-SP chega receber, em média, 140 mil turistas por ano e Tahara; Carnicelli Filho; Schwartz (2006) verificaram que entre o tempo de prática dessas atividades pode variar entre 1 a 10 anos, sendo que a maioria pratica por até 5 anos. Comparando isso com o

gráfico 8, podemos aceitar as informações de que as pessoas voltam ao município para praticarem o turismo de aventura mais de uma vez.

O gráfico 9 mostra o número de empresas que se adequam para receber grupos especiais. Os resultados foram divididos entre: pessoas com necessidades especiais, idosos e crianças.

Gráfico 9. Número de empresas com adequação para receber grupos especiais.



As cinco agências analisadas indicaram que se ajustam para receber grupos especiais vezes adaptando a atividade, vezes adaptando os equipamentos, uma vez que nenhuma delas afirmou possuí-los de maneira adequada para essas populações. Todavia, uma dessas empresas afirmou não ter condições para receber pessoas com necessidades especiais. Dias (2006) coloca em seu estudo que na maioria das vezes, atividades com menos exigências motoras do idoso são indicadas, como forma de garantir a segurança deles. Além disso, a autora expõe que a mão de obra não é capacitada para atendê-los.

De acordo com o Ministério do Turismo (2009), existe uma carência no atendimento de pessoas deficientes, idosas e obesas em todo Brasil. Os idosos, muitas vezes, deixam de fazer passeios e viagens pela falta das adequações necessárias, como a qualificação do atendimento desses sujeitos, adaptação de equipamentos e de estruturas físicas, melhora da comunicação e sinalizações, bem como dos meios de transportes.

No que se diz respeito ao atendimento, deve-se procurar a melhor forma possível de atendê-los, a fim de evitar constrangimentos para ambos os lados. Alves e Nazari (2010) apontam que, para que o público com algum tipo de deficiência se

sinta a vontade para participar das atividades de aventura, é necessário que adaptações adequadas sejam feitas para que esses praticantes possam ter esses momentos de felicidade, medo e ansiedade assim como as outras pessoas ditas “normais”.

O Eixo Temático 5 diz respeito aos investimentos e foi ilustrado por intermédio do gráfico 10 e 11.

Gráfico 10. Investimento anual com equipamentos.

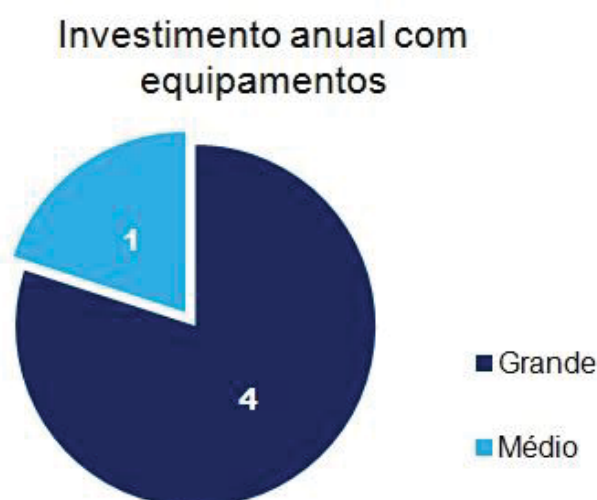
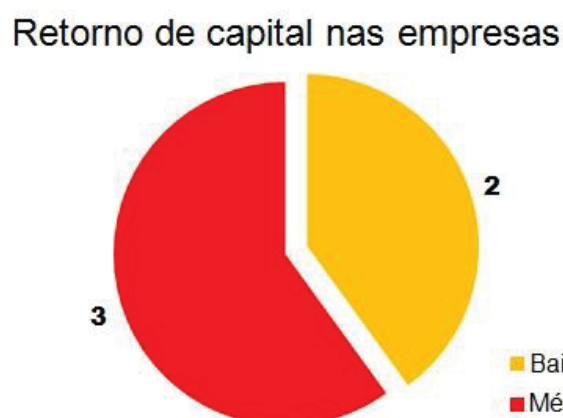


Gráfico 11. Retorno de capital nas empresas



Segundo Sung; Morrison; O'leary (2001) na maioria das atividades de aventura na natureza são necessários equipamentos especializados para a execução delas pelos participantes. Essas atividades precisam desses equipamentos, de segurança e para suas realizações, por oferecerem certo nível de risco. Corroborando com esses autores, Schott (2007) coloca que as atividades de

aventura na natureza, tanto as mais tranquilas quanto as mais extremas, exigem do participante que tenham habilidades especiais para lidar com a atividade e também, desfrute de equipamentos para executá-las de maneira segura e correta.

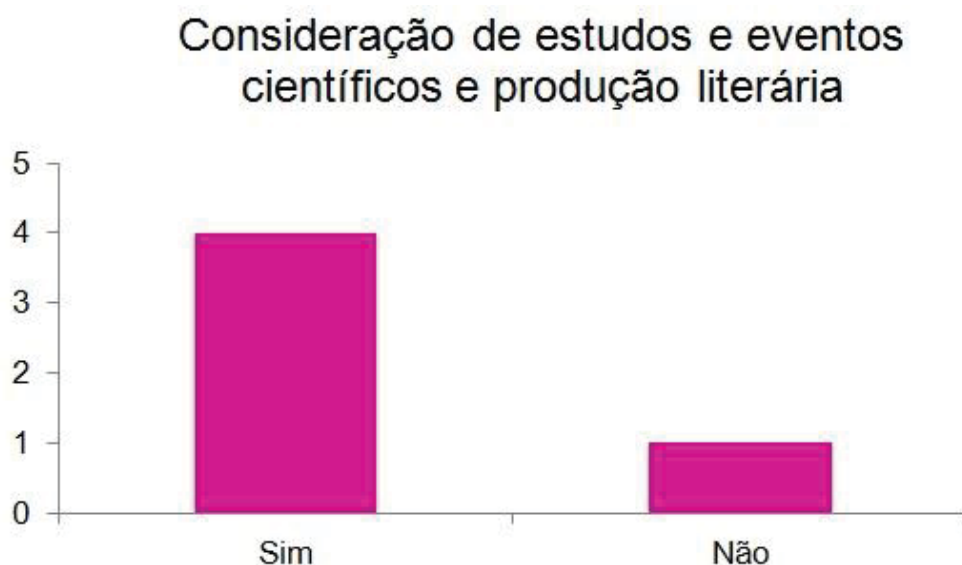
De acordo com Buckley (2006), os indivíduos que praticam esse tipo de atividade podem ser seus próprios condutores, tendo de manusear os aparelhos, ou então, ser apenas passageiros, como numa tirolesa, por exemplo. O mesmo autor explica que, as atividades têm preços diferentes de acordo com os investimentos feitos nos equipamentos. O mergulho, por exemplo, é uma atividade mais cara que o *rafting*. Assim, os investimentos anuais por parte das empresas em equipamentos acabam sendo grande e isso se dá por inúmeros fatores, entre eles, a grande rotatividade de pessoas e um alto desgaste dos equipamentos, além da evolução tecnológica dos equipamentos, onde as empresas sempre devem manter-se atualizadas com o que há de mais moderno e seguro.

A prática das atividades de aventura na natureza deve ser realizada de forma segura e responsável, exigindo procedimentos corretos e equipamentos adequados, com certificados nacionais e/ou internacionais, a fim de garantir a segurança da ação. São necessários materiais para comunicação, como rádios de ondas curtas, bússolas, mapas, materiais para primeiros socorros, para hidratação, como garrafas e cantis com água, e os específicos para realização das atividades. Isso influenciará nos custos operacionais da empresa, que serão repassados no preço das atividades para os consumidores (MT, 2008).

Assim sendo, podemos explicar os resultados do gráfico 11, onde não é verificado grande retorno de capital. Relacionando o gráfico 10, que mostra o grande investimento de recursos financeiros nos materiais, com o gráfico 11 e o colocado pelo Ministério do Turismo (2008, p.34) “[...] a economia de recursos não pode se refletir na segurança e qualidade dos produtos [...]”, pode-se compreender o que foi afirmado nas entrevistas, de que o investimento é alto e o retorno de capital, de médio a baixo. O gráfico 11 relata sobre o retorno de capital nas empresas.

O Eixo Temático 6 discute sobre a busca por estudos e eventos científicos, sendo ilustrado por meio do gráfico 12.

Gráfico 12. Número de empresas que consideram ou utilizam estudos científicos e produção literária sobre a área.



A prática por atividades de aventura vem crescendo e muitas empresas se preocupam também, em se fundamentar cientificamente neste contexto, conforme os resultados do gráfico 12. A maioria das empresas consideram estudos científicos e produções literárias, sendo contribuintes em todo o processo da divulgação e na oferta das atividades de aventura. Teixeira e Marinho (2010) expõem em seu trabalho que existem 23 grupos de pesquisa cadastrados no Diretório de Grupos de Pesquisa, os quais publicaram 271 artigos em periódicos, 20 livros e 95 capítulos de outros livros. Contudo, apenas em 5 livros e outros 10 capítulos de livros e em 32 periódicos, as publicações se relacionam diretamente com o tema das atividades de aventura. Esses autores também colocam que, apesar de existirem esses estudos publicados, falta especificidade no assunto atividades de aventura.

Os entrevistados das empresas A, B, C, D e E afirmaram acompanhar cartilhas publicadas pelo governo no que se diz ao tema principal “Turismo”. Por isso, apesar de acompanharem estudos, como demonstrado no gráfico 12, muitas vezes eles não se relacionam às atividades de aventura em si, e sim na perspectiva do negócio das agências de turismo de aventura.

7. CONCLUSÃO

A partir dos resultados apresentados nesse estudo, pode-se concluir que o *rafting*, o canionismo e o boia *cross* são as atividades de aventura na natureza mais ofertadas aos clientes pelas empresas de Brotas-SP e que a seleção dessas, ocorre de acordo com o perfil dos clientes, com a demanda observada nas empresas, com as possibilidades de Brotas-SP e para proporcionar algo inédito dentre as agências e operadoras. As empresas têm capacidade de atender o máximo de 60 a 300 clientes por dia, público que varia de acordo com as datas, sendo dias comuns ou feriados, férias e finais de semana. No que se diz respeito às atividades mais procuradas pelos clientes, o *rafting* aparece em quatro das cinco empresas observadas como a mais requisitada, possivelmente pelo fato do Rio Jacaré Pepira ser conhecido e caracterizar Brotas-SP.

Com relação aos monitores que fazem parte das equipes das empresas, alguns são trabalhadores fixos, enquanto outros, o chamado *freelancer* e temporários, trabalham para essas de acordo com a data e demanda. Assim, esse número varia de agência para agência, desde 3 até 80 monitores, considerando fixos e *freelancers*. A seleção desse pessoal é feita por meio da observação dos cursos que o indivíduo fez, primeiros socorros, recreação e técnicos próprios para condução de cada atividade. Algumas empresas fazem testes durante alguns períodos, adotando estágios e outras, proporcionam treinamentos internos, selecionando aqueles que tiverem melhor desempenho. Depois de serem selecionados, os monitores recebem cursos de recreação, atendimento pessoal, primeiros socorros e de técnicas próprias das práticas, vezes sendo pagos pelas operadoras, vezes tendo que pagá-los. Mulheres estão fazendo parte das equipes de monitores, mostrando a evolução dos cargos femininos, que têm deixado de ser tranquilos para outros onde se correm riscos.

As empresas estão a mais de 10 anos no mercado das atividades de aventura, o que pode ser explicado pelo início do ecoturismo e do turismo de aventura em Brotas-SP, por volta dos anos 90, e fazem a divulgação de seus serviços por meio de propagandas em rádios, jornais, *sites* na *internet*, panfletos, *folders* e *flyers* em hotéis, pousadas, restaurantes e lojas, televisão, *outdoors*, revistas e em feiras de turismo. À importância de associar-se à ABROTUR se dá

pelo fato das empresas terem maior representatividade diante de órgãos públicos e por terem maiores orientações e apoio nas causas de interesse. As maiores dificuldades encontradas se relacionam aos altos custos para manter a empresa, à sazonalidade, que concentra o público em datas como feriados, finais de semana e férias, e aos monitores, que muitas vezes não são capacitados, tendo de ser treinados após serem contratados.

O volume de clientes que retorna à agência, após praticar alguma atividade de aventura na natureza por meio dessa, é de médio a grande e todas as empresas afirmaram ter condições de atender idosos e crianças, adaptando equipamentos e as próprias práticas. Entretanto, das cinco agências e operadoras entrevistadas, 1 citou não possuir condições para atender ao público com necessidades especiais por não possuir mão de obra capacitada e equipagem adequadas para essas.

O investimento anual em equipamentos é de médio a alto, predominando o segundo, o que é explicado pela manutenção necessária e pela compra de novos e mais modernos que surgem no mercado. O retorno de capital nas empresas é de médio a baixo, o que se relaciona diretamente com o investimento nos equipamentos, sendo que no custo que é repassado ao cliente, não há muito lucro.

Por fim, a consideração de estudos e eventos científicos é presente entre as empresas, por fornecerem, muitas vezes, conhecimentos necessários e esclarecedores às empresas. Entretanto, esses não são muito presentes em relação ao aspecto de mercado, de administração dessas empresas.

Apesar de existirem muitos estudos na área das atividades de aventura na natureza verificando os riscos, as sensações do praticante, as mudanças que ocorreram na cidade onde há a possibilidade de praticar, os estereótipos criados entre os praticantes, as possibilidades de, por meio dessas, realizar a educação ambiental, entre tantos outros, aqueles que se referem ao mercado das atividades de aventura na natureza e suas vertentes, como investimentos, custos de produtos, características nacionais de agências que as ofertam, capacitação de mão de obra específica, entre outras, ainda é escasso. Portanto, se faz necessário aumentar a quantidade de estudos sobre essas temáticas, podendo assim, fomentar o trabalho dessas empresas e também auxiliar na preservação dos ambientes naturais, conscientizando as mesmas sobre as perspectivas desse mercado.

8. REFERÊNCIAS

ABROTUR. 2010. Disponível em: <<http://www.abrotur.com.br/abrotur>>. Acesso em: 21 set. 2012.

ABETA E MINISTÉRIO DO TURISMO. **Competências mínimas do condutor de turismo de aventura**. Belo Horizonte, 2009.

ALAYA Bozo D'Água é bicampeã do Brasileiro de Rafting 2009. Foz do Iguaçu, 2003. Disponível em: <<http://www.h2foz.com.br/noticia/alaya-bozo-d%C2%B4agua-e-bicampea-do-brasileiro-de-rafting-2009>>. Acesso em: 19 set. 2012.

ALVES, L. S.; NAZARI, J. Atividades de Aventura e deficiência: limites e possibilidades. **Efdeportes**, Buenos Aires, n. 138, p. 1-6, nov. 2009. Disponível em: <<http://www.efdeportes.com/efd138/atividades-de-aventura-e-deficiencia.htm>>. Acesso em: 21 nov. 2012.

BAHIA, M. C. Uma análise crítica das atividades de aventura: possibilidades de uma prática consciente e sustentável. In: TEREZANI, D. R. et al. (Org.). **Propostas interdisciplinares para a modalidade canoagem**. Piracicaba: Equilíbrio, 2008. p. 13-25.

BAHIA, M. C.; SAMPAIO, T. M. V. Lazer – meio ambiente: em busca das atitudes vivenciadas nos esportes de aventura. **Rev. Bras. Cienc. Esporte**, Campinas, v. 28, n. 3, p. 173-189, maio 2007.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 5. ed. São Paulo: Edições 70, 2010.

BARROCAS, R. **A (Trans)formação do Turismo no Município de Brotas, SP: a relação entre o morador e o turista**. 2005. 111 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2005.

BETRÁN, J. O. Las actividades físicas de aventura en la naturaleza: análisis sociocultural. **Apuntes: Educación Física y Deportes**. Barcelona, n. 41, p. 5-8, 1995. Disponível em: <http://articulos.revista-apuntes.com/41/es/041_005-008_es.pdf>. Acesso em: 29 out. 2010.

BRASIL. MINISTÉRIO DO MEIO AMBIENTE. **Cartilha Noções básicas para a condução de visitantes em áreas naturais**. Brasília: MMA/SCA, 2005.

BRASIL. MINISTÉRIO DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E GESTÃO. **Economia do Turismo: uma perspectiva macroeconômica 2000-2005**. Rio de Janeiro, 2008.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Perfil do turista de aventura no Brasil e do ecoturista**. São Paulo: ABETA, mar. 2010.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo de aventura**: orientações básicas. Brasília, 2008.

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. **Turismo acessível**: bem atender no turismo acessível. Brasília, 2009.

BRUHNS, H. T. Ecoturismo e ambientalismo: explorando relações. In: MARINHO, A.; UVINHA, R. R. (Org.) **Lazer, esporte, turismo e aventura**: a natureza em foco. Campinas: Alínea, 2009. Cap. 7, p. 199-27.

BUCKLEY, R. Adventure tourism and the clothing, fashion and entertainment industries. **Journal of Ecotourism**, Southport, v. 2, n. 2, p. 126-134, 2003. Disponível em: <<http://www98.griffith.edu.au/dspace/bitstream/10072/6082/1/22635.pdf>>. Acesso em: 29 mar. 2011.

BUCKLEY, R. Adventure Tourism products: prize, duration, size, skill, remoteness. **Tourism Management**, Gold Coast, v. 28, p. 1428-1433, 2006. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com>>. Acesso em: 29 mar. 2011.

CAVALLINI, R. **O marketing depois de amanhã**: explorando novas tecnologias para revolucionar a comunicação. 2. ed. São Paulo, edição do autor, 2008.

CLOKE, P; PERKINS, H. C. Commodification and Adventure in New Zealand Tourism. **Current Issues in Tourism**, v. 5, n. 6, p. 521-549, 2002. Disponível em: <<http://researcharchive.lincoln.ac.nz/dspace/handle/10182/482>>. Acesso em 29 de mar. 2011.

CRUZ, M. H. **Turismo de aventura**: estudo de caso da cidade de Brotas. 2008. 227 f. Dissertação (Mestrado em Ciências do Desporto) – Faculdade de Desporto, Universidade do Porto, Porto, 2008.

DIAS, C. A. G.; MELO, V. A.; ALVES JUNIOR, E. D. Os estudos dos esportes na natureza: desafios teóricos e conceituais. **Revista Portuguesa de Ciências do Desporto**, Porto, n. 3, p. 358–367, dez. 2007. Disponível em:<<http://www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/rpcd/v7n3/v7n3a10.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2010.

DIAS, V. K. **A participação de idosos em atividades de aventura na natureza no âmbito do lazer**: valores e significados. 2006. 119 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Motricidade) - Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2006.

DUMAZEDIER, J. **Lazer e Cultura Popular**. 3. ed. Perspectiva, 2000.

GALVÃO, J. **O processo de planejamento do turismo de natureza**: reflexões sobre a construção da política municipal de desenvolvimento sustentável do turismo de Brotas. 2004. 180 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2004.

GODOY, A. S. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, Mar./Abr. 1995.

GOMES, C. L. **Lazer, trabalho e educação**: relações históricas, questões contemporâneas. 2. ed. Belo Horizonte: UFMG, 2008.

HIGGINS, B. R. The Global Structure of the Nature Tourism Industry: Ecotourists, Tour Operators, and Local Businesses. **Journal of Travel Research**, v. 35, n. 2, p. 11-18, 1996. Disponível em: < <http://jtr.sagepub.com/content/35/2/11.short>>. Acesso em: 30 mar. 2011.

LE BRETON, D. Risco e Lazer na Natureza. In: MARINHO, A.; BRUHNS, H.T. (Org.) **Viagens, Lazer e Esporte**: o espaço da natureza. Barueri: Manole, 2006. Cap. 5, p. 94-117.

MARCELLINO, N. C. **Lazer e Cultura**. 1. ed. Alinea, 2007.

MARINHO, A. Aventura, natureza e nomadismo: reflexões sobre o lazer e a sociabilidade na vida contemporânea. In: MARINHO, A.; UVINHA, R. R. (Org.) **Lazer, esporte, turismo e aventura**: a natureza em foco. Campinas: Alínea, 2009. Cap. 1, p. 11-43.

MARINHO, A. Atividades na natureza, lazer e educação ambiental: refletindo sobre algumas possibilidades. **Motrivivência**. Florianópolis, n.22, p. 39-46, jun. 2005. Disponível em: < <http://www.journal.ufsc.br/index.php/motrivivencia/article/viewFile/1184/1919>>. Acesso em: 2 nov. 2010.

MARINHO, A. Lazer, meio ambiente e turismo: reflexões sobre a busca pela aventura. **Licere**, Belo Horizonte, v.10, n.1, abr. 2007. Disponível em: < http://www.anima.eefd.ufrj.br/licere/pdf/licereV10N01_a1.pdf>. Acesso em: 29 out. 2010.

MEDEIROS, E. B. **O lazer no planejamento urbano**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1975.

MOLINA, S. **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003. Resenha de: SOUZA, A. C. et al. O pós-turismo. Disponível em: <[http://www.ccsa.ufrn.br/ccsa/docente/juliana.backup/resenhas/Resenha_P%F3s-Turismo .pdf](http://www.ccsa.ufrn.br/ccsa/docente/juliana.backup/resenhas/Resenha_P%F3s-Turismo.pdf)>. Acesso em: 28 dez. 2010.

MOREIRA, J. C. C., SCHWARTZ, G. M. “Caminho da fé”: reflexões sobre lazer e ambiência. **Motriz**, Rio Claro, v.16, n.3, p.559-570, jul./set. 2010.

OLIVEIRA JUNIOR, A. F.; BITENCOURT, M. B. Valoração econômica das atividades de turismo de aventura. In: SOBER, 43^o, 2005, Ribeirão Preto. Anais... Ribeirão Preto.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. Universal Declaration of Human Rights. 1948. Disponível em: <<http://www.un.org/en/documents/udhr/index.shtml#a24>>. Acesso em: 04 mar. 2011.

PAIXÃO, J. A.; COSTA, V. L. M.; GABRIEL, R. E. C. D. Esporte de aventura e ambiente natural: dimensão preservacional na sociedade de consumo. **Motriz**, Rio Claro, v.15, n.2, p.367-373, abr./jun. 2009.

POCIELLO, C. Os desafios da leveza – as práticas corporais em mutação. In: SANT' ANNA, D. B. (Org.). **Políticas do Corpo**. São Paulo, Estação Liberdade, 1995, p. 115- 120.

REQUIXA, R. **Sugestões de diretrizes para uma política nacional de lazer**. São Paulo: SESC, 1980.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social**. 3. ed. São Paulo: Editora Atlas, 1999.

RODRIGUES, C.; GONÇALVES JUNIOR, L. Ecomotricidade: sinergia entre educação ambiental, motricidade humana e pedagogia dialógica. **Motriz**, Rio Claro, v.15, n.4, p.987-995, out./dez. 2009.

SANCHES, K. L. et al. Avaliação econômica das atividades de uso indireto em uma reserva particular do patrimônio natural. **Cerne**, Lavras, v. 17, n. 2, p. 223-229, abr./jun. 2011.

SCHOTT, C. Selling Adventure Tourism: a Distribution Channels Perspective. **International journal of tourism research**, Wellington, n. 9, p 257-274, jan. 2007.

SILVA, P. P. C., FREITAS, C. M. S. M. Emoções e riscos nas práticas na natureza: uma revisão sistemática. **Motriz**, Rio Claro, v.16 n.1 p.221-230, jan./mar. 2010.

SILVA, R. L.; MARINHO, A.; SCHWARTZ, G. M. A aventura de ser mulher nas atividades físicas de aventura na natureza. **Efdeportes**, Buenos Aires, n. 84, maio 2005.

SUNG, H. Y.; MORRISON, A. M.; O'LEARY, J. T. Segmenting the Adventure Travel Market by Activities: From the North American Industry Providers' Perspective. **Journal of Travel & Tourism**, v. 9, n. 4, p. 1-20, 2001.

TAHARA, A.K. **Aderência às atividades físicas de aventura na natureza, no âmbito do lazer**. 2004. 96f. Dissertação (Mestrado em Pedagogia da Motricidade) – Instituto de Biociências, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2004.

TAHARA, A. K.; CARNICELLI FILHO, S.; SCHWARTZ, G. M. Meio ambiente e atividades de aventura: significados de participação. **Motriz**, Rio Claro, v.12, n.1, p.59-64, jan./abr. 2006.

TEIXEIRA, F. A.; MARINHO, A. Atividades de aventura: reflexões sobre a produção científica brasileira. **Motriz**, Rio Claro, v.16 n.3 p.536-548, jul./set. 2010.

THOMAS, J. R; NELSON, J. K; SILVERMAN, S. J. **Research Methods in Physical Activity**. 6. ed. Human Kinetics, 2010.

THOMAS, J. R.; NELSON, J. K.; SILVERMAN, S. J. **Métodos de pesquisa em atividade física**. 5.ed. Porto Alegre: Artmed, 2007.

URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. 3. ed. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1996.

UVINHA, R. R. Tendências para o turismo de aventura para o cenário nacional. In: UVINHA, R. R. (Org.) **Turismo de aventura**: reflexões e tendências. São Paulo: Aleph, 2005. Cap. 12, p. 269-295.

APÊNDICE A

Entrevista Semiestruturada

1. Há quanto tempo sua empresa está atuando no mercado?
2. Quais são as atividades oferecidas pela sua empresa?
Terra:
Água:
Ar:
3. Como são selecionadas as atividades a serem oferecidas como produto da empresa?
4. Quais são as atividades mais procuradas?
5. Existe alguma estatística com dados coletados e registrados pela empresa? Por exemplo sobre: perfil de usuários, índice de acidentes, número de visitantes por mês, ou outros?
6. Como é realizada a divulgação dos serviços oferecidos pela empresa?
7. Quantos clientes podem ser atendidos pela empresa ao mesmo tempo, em todas as atividades?
8. Qual a importância de sua empresa estar associada à ABROTUR?
9. Quantos monitores fazem parte da equipe de sua empresa?
10. Como se faz a seleção de monitores para atuar em sua empresa?
11. A sua empresa oferece algum curso de capacitação para esses monitores?
12. Existem monitores do sexo feminino liderando as atividades?

13. De acordo com o atendimento realizado ao longo dos anos, é possível notar um aumento da procura pelas atividades de aventura?

Explique.

14. O número de pessoas que retorna à empresa para realizar as atividades é:

() Grande () Médio () Baixo?

15. O investimento anual em equipamentos é

() Grande () Médio () Baixo?

16. O retorno de capital é apenas suficiente para cobrir os gastos ou é interessante a ponto de continuar com a empresa ou ainda é muito satisfatório?

() Baixo

() Médio

() Alto

OBS: no geral

17. A empresa oferece alguma adequação para receber pessoas com necessidades especiais ou grupos específicos?

Necessidades especiais: () NÃO () SIM Explique.

Terceira idade: () NÃO () SIM Explique.

Crianças: () NÃO () SIM Explique.

Outros: () NÃO () SIM Explique.

18. A empresa leva em consideração, de alguma forma, os estudos científicos e a produção literária sobre as atividades desenvolvidas? () NÃO () SIM

Explique.

19. Quais as principais dificuldades encontradas para o desenvolvimento desse ramo de atividade?

APÊNDICE B
Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
(Conselho Nacional de Saúde, Resolução 196/96)

O(a) senhor(a) está sendo convidado(a) a participar do projeto de pesquisa intitulado: Atividades de aventura na natureza como negócio no contexto do lazer, desenvolvido por Samira Garcia de Oliveira, aluna do Curso de Graduação, Bacharelado em Educação Física, orientada pela Profª Drª Gisele Maria Schwartz. Sua participação se dará por meio de resposta a uma entrevista semiestruturada aplicada pela pesquisadora, Srª: Samira Garcia de Oliveira, RG: 47.683.494-6, Residente à Rua Dez A, número 235 – Rio Claro – SP, fone: (19) 9379-9356, que estará à disposição para informações ou esclarecimentos de qualquer dúvida, antes e durante a pesquisa. O objetivo do estudo é investigar o ramo de mercado referente às atividades de aventura da cidade de Brotas-SP, procurando compreender os fatores de crescimento destas práticas do contexto do lazer e as principais características das adaptações exigidas para atender a atual demanda.

Os resultados do estudo poderão ser publicados, mas, com a garantia de que sua privacidade, nome ou identificação não serão revelados. Para tanto, se faz necessário sua assinatura no termo abaixo que será elaborado em duas vias, sendo que uma ficará com você e a outra via com o pesquisador responsável:

Eu, _____, Documento de
 Identidade nº _____, Sexo _____ Data de
 Nascimento _____, Endereço _____-
 _____ Telefone para contato
 _____, declaro que **CONSINTO** em participar da pesquisa intitulada
 “Atividades de aventura na natureza como negócio no contexto do lazer”, tendo sido
 suficientemente esclarecido (a) sobre os objetivos, a forma de participação, a
 liberdade de interrupção a qualquer momento, sem penalização ou risco de qualquer
 natureza e sobre a garantia de anonimato.

Local: _____

Data: _____

Assinatura: _____

Título do Projeto: Atividades de aventura na natureza como negócio no contexto do
 lazer

Pesquisadora Responsável/Orientadora: Profª Drª Gisele Maria Schwartz

Cargo: Professor Adjunto

Instituição: LEL/DEF/ IB/UNESP-UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JULIO DE MESQUITA FILHO” – CAMPUS DE RIO CLARO-SP

Endereço: Av. 24-A, 1515 – Bela Vista, Rio Claro-SP – CEP: 13506-900

Dados para Contato: fone (19) 3526-4335 e-mail: schwartz@rc.unesp.br

Aluna/Pesquisadora: Samira Garcia de Oliveira

Instituição: LEL/DEF/ IB/UNESP-UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JULIO DE MESQUITA FILHO” – CAMPUS DE RIO CLARO-SP

Endereço: Rua Dez A, número 235 – Rio Claro – SP,

Dados para Contato: fone: (19) 9379-9356 e-mail: mimica_go@hotmail.com

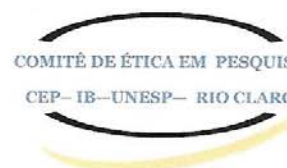
Data: _____ / _____ / _____

Profª Drª Gisele Maria Schwartz

ANEXO A
Comprovante da aprovação do Comitê de Ética e Pesquisa com Seres Humanos - CEP



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA
 "JÚLIO DE MESQUITA FILHO"
 Campus de Rio Claro



DECISÃO CEP Nº 054/2011

Instituição: UNESP – IB – CRC	Departamento: Educação Física
Protocolo nº: 2338	Data de Registro CEP: 06.04.2011
Projeto de Pesquisa: "Atividades de aventura na natureza como negócio no contexto escolar"	

Pesquisa Individual	Pesquisador Responsável: -.-
	Colaborador(a): -.-

Pesquisa Alunos de Graduação	Pesquisador Responsável: Profa. Dra. Gisele Maria Schwartz
	Orientando(a): Samira Garcia de Oliveira

Pesquisa Alunos de Pós-Graduação	Pesquisador Responsável: -.-
	Orientador(a): -.-

Objetivo Acadêmico:	<input checked="" type="checkbox"/> TCC
	<input type="checkbox"/> Mestrado
	<input type="checkbox"/> Doutorado
	<input type="checkbox"/> Outros (especificar)

O Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Biociências da UNESP – Campus de Rio Claro, em sua 42ª reunião ordinária, realizada em 24/05/2011	
<input checked="" type="checkbox"/>	Aprovou o Projeto de Pesquisa acima citado, ratificando o parecer emitido pelo relator.
<input type="checkbox"/>	Desde que atendidas as pendências apontadas na reunião (vide anexo), aprova o Projeto de Pesquisa acima citado.
<input type="checkbox"/>	Referendou o Projeto de Pesquisa acima citado, ratificando o parecer emitido pelo relator.
<input type="checkbox"/>	Aprovou retornar ao interessado para atendimento das pendências encontradas (prazo máximo de 60 dias):
<input type="checkbox"/>	Não Aprovou.
<input type="checkbox"/>	Retirou , devido à permanência das pendências.
<input type="checkbox"/>	Aprovou o Projeto de Pesquisa acima citado e o encaminha , com o devido parecer, para apreciação da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa- CONEP/MS , por se tratar de um dos casos previstos no capítulo VIII, item 4.c.

"Formulário para Acompanhamento dos Protocolos de Pesquisa Aprovados"
Data de Entrega: Dezembro de 2012

Rio Claro, 06 de junho de 2011.

Profa. Dra. Maria Izabel Souza Camargo
 Coordenadora do CEP