UMA ANÁLISE DA VISÃO E ANSEIOS DOS FREQUENTADORES DO LUAU DAS CATARATAS: UMA PESQUISA QUALITATIVA/QUANTITATIVA

Ana Solange Biesek

Saadia Borba Martins

RESUMO: Apresenta-se o "Estudo sobre o evento Luau das Cataratas", que ocorre mensalmente no Parque Nacional do Iguaçu com objetivo de apresentar informações sobre o perfil e o posicionamento dos participantes em relação ao passeio e evento como um todo, bem como compreender como o produto está estruturado. Na organização da metodologia para o estudo, contou-se com uma variedade de pesquisas e de abordagens – qualitativa e quantitativa e na investigação de campo, optou-se pela pesquisa exploratória Como resultado, permite, além da atualização da base de dados existente, buscar dados a serem utilizados pelas Cataratas S.A, de forma a orientar o desenvolvimento de diretrizes para melhoria do produto oferecido, e sua oferta ao publico alvo movimentando a economia local.

Palavras-chave: Luau das Cataratas; Parque Nacional do Iguaçu; Cataratas S.A; Pesquisa; Lazer.

RESUMEN: Presenta el "Estudio sobre el caso Luau das Cataratas", que se produce cada mes en el Parque Nacional Iguazú tiene por objeto presentar información sobre el perfil y la colocación de los participantes en relación con el recorrido y el evento como un todo, así como comprender cómo el producto es estructurado. En la organización de la metodología para realizar el estudio, se contó con una gran variedad de investigación y enfoques, cualitativas y cuantitativas y campo de la investigación, hemos optado por investigación exploratoria como resultado de ello, permite, además de la actualización de la base de datos existente, recoger los datos que se utilizan para ver las Cataratas S. A, con el fin de orientar la elaboración de directrices para la mejora de los productos que se ofrecen, y su oferta al público objetivo mediante el desplazamiento de la economía local.

Palabras-clave: Luau de las Cataratas; El Parque Nacional Iguazú; Cataratas S.A; Investigación; Actividades de Ocio.

1. INTRODUÇÃO

A questão norteadora desta pesquisa buscou informações sobre o perfil e o posicionamento dos participantes do Luau das Cataratas em relação ao passeio e evento como um todo, bem como compreender como o produto está estruturado na visão dos entrevistados, especialmente sobre a dinâmica com que escolhe o produto e serviço oferecido no Parque Nacional do Iguaçu.

O lazer, considerado como necessidade humana fundamental pode estabelecer relações com diversas outras áreas do conhecimento como a Ecologia, a Educação, a Economia, a Cultura, a Sociologia, o Turismo, a Comunicação, enfim infinitas interfaces são possíveis de ser estabelecidas, a partir de diferentes olhares

às atividades identificadas como características do campo do Lazer. Essas inter e intra-relações podem ser definidoras das possibilidades de ação transdisciplinar do Lazer.

Ademais não se pode desconsiderar o potencial de desenvolvimento pessoal e social, contido no lazer sabendo-se que o mesmo apresenta uma significativa colaboração para a consolidação dos direitos que definem a condição de cidadania.

Segundo De Masi (2001)[1], chegamos a um ponto de inversão de rota. "O trabalho já não representa mais a categoria geral que explica o papel dos indivíduos e da coletividade". Para ele,

> São o tempo livre e a capacidade de valorizá-lo que determinam o nosso destino não só cultural como também econômico. (p. 12).
> [...] Hoje na sociedade pós-industrial, o baricentro da economia deslocou-se para a produção de bens imateriais, isto é, de ideias. Portanto, a produtividade agora consiste em obter a máxima quantidade de ideias no menor tempo possível. (p. 13).

Neste contexto o lazer poderá constituir-se como uma categoria chave, não só para a problemática ambiental, mas também como importante referência para a geração de outro modelo produtivo, baseado no desenvolvimento sustentável, que valoriza em primeiro lugar a vida, nas relações do homem com a natureza e com a economia.

Com vistas a fundamentar a pesquisa realizada destacamos:

a) De acordo com o Art. 24, da Declaração Universal dos Direitos Humanos, aprovada pela ONU, em 1948, da qual o Brasil é signatário: "Toda a pessoa tem direito ao repouso e aos lazeres e, especialmente, a uma limitação razoável da duração do trabalho e a férias periódicas pagas";
b) Em 1976, a Conferência das Nações Unidas sobre Assentamentos Humanos, Habitação e Meio Ambiente declarou por unanimidade "[...] que o lazer é necessidade fundamental do homem contemporâneo [...]";

[1] Em **A Economia do Ócio**, DE MASI recorre a dois clássicos dando um forte suporte a sua tese. Um, O Elogio ao Ócio - *In Praise of Idleness* - de Bertrand Russel, que analisa o ócio em termos de economia política; e outro, O Direito ao Ócio - *Droit à la Paresse* - de Paul Lafargue, que analisa o ócio em termos de política econômica. DE MASI desenvolve esta tese em duas obras anteriormente publicadas - O Futuro do Trabalho e O Ócio Criativo, onde tenta demonstrar, cientificamente, que estamos vivendo no meio de uma revolução de época: o nascimento da sociedade pós-industrial.

c) Em 1980, a Assembleia Geral das Nações Unidas declarou que "depois da alimentação, saúde, educação, moradia, trabalho e seguridade social, o lazer deve ser considerado uma necessidade básica, fundamental para o [...] desenvolvimento [humano]";

d) O acelerado desenvolvimento tecnológico mundial faz o lazer crescer em importância, tanto como produto econômico, como necessidade humana fundamental. Segundo os organizadores do Encontro Nacional de Lazer e Recreação, realizado em Camboriú-SC, que reuniu os principais estudiosos e pesquisadores brasileiros e da América Latina sobre o assunto: "O Lazer é hoje um dos ramos da economia de maior expansão, representando um significativo aumento nas taxas de emprego e renda".

Sabe-se que o Brasil, por suas características históricas, culturais e ambientais apresenta uma enorme potencialidade natural para o desenvolvimento sustentável, tendo no lazer um dos pilares essenciais à promoção humana e ao crescimento econômico. O turismo como interface do lazer, tem sido considerado como uma fonte "inesgotável" de divisas para os países, destacadamente àqueles que possuem áreas protegidas por Lei e seu entorno físico, como as Unidades de Conservação e de Preservação Ambiental, Patrimônios Nacionais e da Humanidade e outros. Segundo Mendonça (1999):

> [...] hoje esta atividade movimenta, no mundo, 3,4 trilhões de dólares por ano, empregando cerca de 212 milhões de pessoas [...] o turismo é considerado uma indústria e, assim como os demais setores da economia moderna, depende da apropriação e exploração da natureza [...] no que diz respeito ao turismo pode-se afirmar, mesmo generalizando, que onde há turismo há degradação ambiental. (p. 19).

A grande dúvida é como transformar o potencial de desenvolvimento sustentável das atividades de lazer desenvolvidas junto à natureza, em contribuições efetivas para o crescimento econômico, destacadamente na região geográfica do Parque Nacional do Iguaçu, Paraná?

A Pesquisa sobre o Luau das Cataratas foi realizada com intuito de compreender o produto e serviços oferecidos aos turistas, visitantes e moradores de Foz do Iguaçu. A pesquisa aconteceu em dois dias sequenciados de Luau das

Cataratas, no mês de dezembro, contemplando a alta temporada, atingindo um grande fluxo de participantes provenientes de locais diferenciados. Foram aplicados formulários para as pessoas que haviam feito o passeio e estavam na parada de ônibus para retorno ao Centro de Visitantes. Foram aplicados 211 formulários, porém o formulário não foi respondido individualmente, mas sim entre casais, família ou grupo de amigos, abrangendo um número maior de pessoas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Lazer, Ambiente e Turismo

As atividades de lazer desenvolvidas junto ao Parque Nacional do Iguaçu, especificamente o Luau das Cataratas, com ênfase nas políticas de gerenciamento e controle destas atividades e as consequências para o desenvolvimento sustentável tem três dimensões distintas e interdependentes: econômica, ambiental e social. Bem como incumbe explicitar a importância do lazer enquanto direito constitucional, sua interface com o turismo e seu potencial para o desenvolvimento econômico sustentável, é nosso dever enquanto cidadão buscar sempre acompanhar as atividades identificando em que medida pode ser viabilizado o desenvolvimento sustentável nos espaços potencialmente ricos em recursos naturais e patrimônios histórico-culturais, abertos à exploração de visitantes.

As possibilidades de implementação de ações estratégicas junto aos órgãos responsáveis pelo gerenciamento das atividades de lazer desenvolvidas no Parque Nacional do Iguaçu é de suma importância com vistas à valorização e preservação daquele patrimônio natural.

Em Foz do Iguaçu, no Parque Nacional do Iguaçu, o turismo como prática social e atividade econômica se apropria de elementos geográficos, tornando-os produtos para o consumo turístico, destaca-se como fator determinante no ordenamento territorial, onde a paisagem tem-se reconfigurado em razão da expansão da infraestrutura turística, que é elemento de destaque na prática do turismo, por favorecer o seu desenvolvimento social, econômico e ambiental.

Desde meados do século XIX, a atividade turística vem se organizando e crescendo de maneira significativa. Como qualquer outra atividade, o turismo proporciona diversas formas de relação com a comunidade local, ao transformar e organiza-las, assim como ordenar os territórios e proporcionar o consumo do espaço. Relações essas, que podem ser positivas ou negativas, dependendo da forma como são conduzidas.

O turismo tendo como referência a natureza tem crescido e atraído muitos adeptos e englobando outros segmentos como ecoturismo, turismo de aventura, turismo educacional, assim como outros tipos de experiências proporcionadas pelo turismo ao ar livre e alternativo. Nesse contexto, esse setor do turismo, depende de dois componentes significativos, os níveis de qualidade ambiental e níveis de satisfação do consumidor, que podem ser subdividido em diferentes segmentos de mercado.

Nesta perspectiva, o ecoturismo, bem como o turismo de aventura, configuram-se como subsegmentos do turismo da natureza, embora só o ecoturismo estabeleça ligações com o turismo rural e cultural, o que não sucede com o turismo de aventura (Wood, 2002). Apesar, do ecoturismo constituir a versão mais sustentável do turismo da natureza, é certo que todas as atividades turísticas, sejam elas em férias, negócios, conferências, congressos, feiras, de promoção da saúde e do bem-estar ou de aventura devem ter como meta a sustentabilidade (WOOD, 2002).

Importante nesse contexto, destacar que:

> "Ecoturismo é um segmento da atividade turística, que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações envolvidas" (EMBRATUR, 1994).

Consiste na utilização do recurso natural original ou pouco explorado como cenário para o desenvolvimento do ecoturismo. Além de levantar princípios no qual esta atividade deve se desenvolver: sustentabilidade dos recursos, participação da comunidade e a consciência ecológica por meio da educação e interpretação ambiental. Assim, o ecoturismo é a prática de turismo de lazer, esportivo ou

educacional, que utiliza o patrimônio natural e cultural de forma sustentável e busca sua proteção por meio da sensibilização e da educação ambiental. E garante o bem estar das populações envolvidas. O patrimônio natural envolve também formações biológicas e geológicas, porém o maior apelo para este segmento são, sem dúvida, os atrativos relacionados ao meio biótico, a fauna e a flora.

Por ser um fenômeno complexo, vários setores interagem para que aconteça a atividade turística, como exemplo as agências de turismo, operadoras turística, hotelaria, transporte, lazer, recreação, gastronomia, guias de turismo, infraestrutura local, entre outros, contribuindo para geração de emprego e economia local e consequentemente necessitando de ordenamento territorial. Para acontecer as experiências turísticas é necessário um local, ou seja um espaço geográfico, quer seja um destino ou atrativo turístico, que faz referência a um lugar de chegada, acolhida e recepção aos visitantes.

Nesse contexto, inclui-se a oferta turística, compreendida como o conjunto de recursos naturais e culturais que, constituem a matéria-prima da atividade turística, que é um produto composto por bens e serviços tangíveis e intangíveis, recursos esses que atraem o visitante ou turista para o empreendimento, agregando a esse conjunto os serviços necessários para o consumo da oferta turística. Há uma caraterística intrínseca na atividade turística, o produto turístico é produzido e consumido no mesmo local e é necessário para usufrui-lo o consumidor se deslocar para a área de consumo.

Importante complementar, que o turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura, ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

O atrativo é caracterizado por aquilo que atrai o turista, ou seja, é um elemento natural ou artificial, que motiva e estimula o ser humano, individualmente ou em grupos, a conhecê-lo, e são fundamentais, pois podem proporcionar maiores fontes de renda à comunidade, contribuir com maior conscientização ambiental, proporcionar o bem estar do turista e principalmente da população.

Porém, a atratividade varia de turista para turista, ou seja, os valores e importâncias possuem significados distintos. O atrativo tem maior relevância de acordo com sua singularidade e diferencial, como exemplos os atrativos naturais ou artificiais únicos em nosso planeta, neste caso situando-se as cataratas do Iguaçu que estão inseridas no Parque Nacional do Iguaçu, local onde é realizado o passeio nas cataratas em noite de lua, experiência inusitada para os que possuem oportunidade de usufrui-la.

Compreender o atrativo e seu potencial turístico é necessário para o desenvolvimento do turismo em uma localidade. Para Ruschmann (2006, p. 142) a avaliação dos atrativos determina seu potencial turístico e constitui elemento fundamental para a tomada de decisões estratégicas para uma localidade e fornece subsídios para determinar a abrangência dos projetos e a quantidade e a qualidade dos equipamentos e da infraestrutura por instalar.

Os investimentos que são realizados objetivando a expansão do segmento estão diretamente relacionadas com a expansão das demais atividades econômicas locais, nos contextos sociais, econômicos e ambientais. Melhorias em infraestrutura, acessos, atrativos, contribuem com a recepção do turista assim como com a população local, contribuindo com melhoria da qualidade de vida local.

Importante neste momento discorrer sobre o conceito de “lugar”, que na Geografia, constitui-se em um dos seus conceitos chave, o lugar deve ser entendido como toda a sociedade, constituindo-se de fatos e situações que definem o cotidiano. Para Santos (1994), o lugar é a oportunidade do evento, esse ao transformar-se em espaço, mesmo não perdendo suas marcas de origem, ganhará características locais. Portanto, é possível transformar o lugar para usufruto da atividade turística, imprimindo-lhe uma imagem própria.

A importância e significado dos lugares variam de acordo com vários aspectos que impulsionam a visitação do mesmo, como paisagem, história, cultura, relação com o espaço à sua volta, infraestrutura de acesso e local, originalidade, diferencial, clima, entre outros, contribuindo para a singularidade local e lembranças, anseios e experiências marcantes como do espaço geográfico absoluto.

Considera-se também a acirrada concorrência da atividade turística, o que leva muitas vezes os gestores tanto públicos como privados priorizarem os aspectos

econômicos. O que evidencia que a questão social ainda é um dos principais problemas no turismo, pelo fato de que na maioria das vezes, apenas uma minoria da comunidade faz uso dos benefícios advindos da prática da atividade turística, relacionando em maior quantidade os malefícios ocasionados pela atividade, descontruindo a identidade local em prol do aspecto econômico.

Ressalta-se que a memória é tanto social quanto individual e essa constituição social e individual é muito importante para a constituição de um lugar e de sua identidade. A relação do lugar com a identidade é estreita, pois, sempre se reporta a um determinado lugar em referência aos múltiplos vetores da identidade (CASTRO, M. G., 2000).

Nesse contexto, entende-se que os lugares são divulgados, vendidos e conhecidos pelas imagens turísticas que são projetadas e divulgadas. No mundo atual, o espaço urbano passa a ser carregado de novos significados, gerados pelo processo de globalização da sociedade e da economia, assumindo grande importância, já que a natureza se transforma, em seu todo, numa forma produtiva e contribui para as especializações dadas ao espaço, onde cada lugar recebe um novo papel, ganhando um novo valor (SANTOS, M., 1997).

Os locais e espaços turísticos constituem-se em cenários físicos, complexos e integrados, com imagens por vezes bem definidas, mas que, enquanto espaços, interagem com a sociedade, assumindo também um papel social. Dessa maneira, entende-se que se tem uma história, obtida através de seu processo de construção junto à sociedade e que contribui com o turista no momento em que ele for selecionar a cidade e atrativos turísticos que de acordo com sua cultura e interesses se propõe a conhecer. Assim, o apelo visual caracteriza o sistema cultural e a publicidade turística explora a imagem, fazendo dela um grande atrativo.

2.2 Contextualizando o Parque Nacional do Iguaçu e o Passeio Luau das Cataratas

Na sequência será apresentado um descritivo sobre o Parque Nacional do Iguaçu. O Parque Nacional, considerado Patrimônio Natural da Humanidade desde 1986, recebeu o primeiro Plano de Manejo direcionado aos Parques no Brasil,

consagrando-o como o maior e mais importante parque da bacia do Prata. Abriga grande remanescente da floresta atlântica semi-decídua no Brasil e protege uma rica biodiversidade, que consiste na representação de espécies de fauna e flora brasileiras em uma superfície total de 185.262,5 hectares, com um perímetro de aproximadamente 420 km, dos quais 300 km são limites naturais representados por cursos d'água, abrangendo juntos os lados brasileiro e argentino, aproximadamente 225 mil hectares (ICMBIO, 2014).

Para a visitação, cabe mencionar, que a maior atração do parque são as Cataratas do Iguaçu, complementadas por outras atividades turísticas, como o passeio do Macuco Safári, Macuco Ecoaventura e Passeios nas Trilhas.

As áreas do parque destinadas à visitação pública abrangem 3% do território total do Parque, onde se encontram os espaços concessionados pelo ICMBIO, distribuídas da seguinte forma: Cataratas do Iguaçu S.A. (Concessão do Centro de Visitantes, Lojas de *souvenirs*, Espaço Naipi, Espaço Tarobá, Restaurante Porto Canoas e Lanchonetes); Macuco Ecoaventura (Concessão da Trilha do Poço Preto, Trilha das Bananeiras e Linha Martins); Macuco Safari (Concessão do passeio do Macuco Safari), Helisul Táxi Aéreo Ltda. (Concessão do Sobrevoo sob as Cataratas do Iguaçu) e Grupo Orient Express (Concessão do uso do Hotel das Cataratas), (ICMBIO, 2014).

A concessionária Cataratas do Iguaçu S.A, foi criada para incentivar o turismo em unidades de conservação no Brasil e ajudar a preservar suas belezas naturais, é uma empresa com tecnologia única na administração de serviços turísticos no Parque Nacional do Iguaçu (PR), no Parque Nacional Marinho Fernando de Noronha (PE) e no Parque Nacional da Tijuca (RJ). Venceu a concessão pública para atuar no PNI por um período de 15 anos, sendo 2000 a 2015. A autorização foi concedida pelo ICMBIO, por meio de contratos que deram direito de realizar aproveitamento econômico do transporte e de quatro áreas dentro da unidade. Tem a Concessão do Centro de Visitantes, Lojas de *souvenirs,* Espaço Naipi, Espaço Tarobá, Restaurante Porto Canoas e Lanchonetes, foi constituída, em janeiro de 1999, com o objetivo de implementar, fazer a manutenção e o aproveitamento econômico das áreas concedidas pelo ICMBIO (Instituto Chico

Mendes de Conservação da Biodiversidade) de acordo com os contratos firmados. (BIESEK, 2013).

O Luau das Cataratas é uma atividade coordenada pela concessionária Cataratas do Iguaçu S.A com apoio do Instituo Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), órgão que administra o Parque Nacional do Iguaçu. Constitui-se em um passeio realizado no Parque Nacional do Iguaçu em noite de lua cheia, uma possibilidade para as pessoas viverem uma experiência ímpar de contemplação das Cataratas do Iguaçu, ver, sentir e viver a preciosidade da Natureza em circunstâncias diferentes.

Os visitantes podem ficam no parque das 20 à 0 hora, quando retorna o último ônibus. Todos são levados com os ônibus da unidade de conservação até as Cataratas do Iguaçu. Durante o passeio, os visitantes tem apoio de monitores do atrativo. A passarela e o mirante Naipi são os pontos de concentração e excelentes locais para registrar os instantes, os ângulos, as poses e a pintura da natureza durante a Lua cheia.

Próximo às quedas é possível admirar cenas raras e sentir a emoção de instantes inigualáveis proporcionados pelo encontro da lua, das grandes quedas d'água, do vento, da mata e das pessoas e visualizar o arco-íris prateado, que costuma aparecer em noite de lua cheia. O Luau é uma das mais significativas experiências que o visitante de fora ou mesmo morador da região tem com relação ao parque. Ele estará em contato com a natureza num período único, durante a noite e com o luar, uma experiência fantástica em um passeio único em um Patrimônio Mundial da Humanidade.

Integra a programação do Luau das Cataratas um jantar especial no Restaurante Porto Canoas ou ainda tem-se opção de degustar os lanches comercializados no *fast food* do Espaço Porto Canoas. Os serviços não são inclusos no valor do ingresso.

Os visitantes precisam adquirir o ingresso na bilheteria do parque. As operadoras e agencias devem adquirir às entradas nas bilheterias dos guichês de atendimento a tripulação, localizada no Centro de Visitantes. As reservas deverão ser feitas antecipadamente ao evento.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Com base na revisão de literatura sobre Lazer, ambiente e turismo, e nos objetivos propostos na presente pesquisa, buscou-se maior compreensão para a estruturação da metodologia da pesquisa de campo, com vista à obtenção de dados empíricos para análise.

Na organização da metodologia para o estudo começou-se pela identificação dos propósitos da pesquisa, a área e o tópico de investigação, questão central e problematização para escolha e coleta de dados. Para tal, contou-se com uma variedade de pesquisas e de abordagens qualitativa e quantitativa.

Na investigação de campo, optou-se pela pesquisa exploratória, por entendê-la como conveniente na busca de respostas à questão norteadora. Conforme Gil (2002), as pesquisas exploratórias têm por objetivo proporcionar ao pesquisador maior familiaridade com o problema do estudo, visando torná-lo para explícito ou possibilitando a construção de hipóteses. Considerou-se, também, a aplicação de Vergara (2004, p. 47) que a pesquisa exploratória, comumente, "é realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado e por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou ao final da pesquisa".

Nessa compreensão, a escolha da pesquisa exploratória se deve a natureza da situação investigativa, que envolveu vários aspectos e/ou condições, e grupos de pessoas que frequentaram o Luau das Cataratas com perspectivas potenciais de diferenciação para facilitar a análise das variáveis avaliativas, determinadas no instrumento de coleta de dados. Como primeiras variáveis, abordagem de ordem mais geral, buscou-se a identificação de características que permitissem traçar um perfil da amostra (dados pessoais, hábitos de atividade e frequência e distribuição geofísica, proximidade do local). Como variáveis mais específicas, pautou-se questões explicitadas na análise de dados.

3.1 Universo, Amostra e Campo de Coleta de Dados

Para a coleta dos dados foi utilizado um questionário padronizado, tendo sido feitas entrevistas com os participantes do passeio em dois dias sequenciais, conforme segue: 1ª Etapa: 17 de dezembro de 2014 e 2ª Etapa: 18 de dezembro de 2014.

Como parâmetros utilizou-se das normas da Organização Mundial de Turismo (OMT), seguindo a metodologia de pesquisa quantitativa e qualitativa. A definição da amostragem representativa do universo estudado foi realizada segundo os critérios determinados pela equipe técnica que realizou a pesquisa. As pessoas foram sendo entrevistas no final do passeio, no momento em que esperavam o ônibus para retornarem ao Centro de Visitantes. Optou-se por entrevistar os casais, famílias ou grupos de amigos, que se posicionaram em relação ao passeio para responderem ao questionário.

Dessa forma obteve-se 211 questionários respondidos, de um universo de 1.380 pessoas que fizeram o passeio do Luau das Cataratas nos dois dias em que a pesquisa foi aplicada, no horário das 21h30 ás 24h. Feitas as tabulações seguem os resultados.

3.1.1 ANÁLISE DOS DADOS

1. Procedência

Em relação à procedência das pessoas que fizeram o passeio do Luau das Cataratas, o estudo apontou que mais que 50% dos entrevistados são residentes no município de Foz do Iguaçu, seguidos de municípios do Estado do Paraná e de outros estados do Brasil e do país limítrofe Paraguai, e uma pequena porcentagem residem no exterior.

2. Decisão de Participação

Referente ao fator que mais influenciou na decisão de participação do Luau das Cataratas destaca-se com 55,45% as belezas naturais, seguido pelo fato de ser considerado um evento romântico, 18,96%, e pelas pessoas já conhecerem o local

13,74% e querer usufruir de momentos únicos, diferentes de visitar o parque durante o dia. Na sequência os outros motivos são os comentários positivos de parentes e amigos e propaganda na mídia, 9,95% respectivamente, sugestão do agente de viagem ou guia de turismo 4,74%, por ser uma unidade de conservação, 4,27%, gastronomia, 2,37%, e por último promoção em feiras, eventos e estandes, 1,9%. Subtende-se que o fator de maior influência está relacionado à característica de configurar um passeio diferente, em ambiente natural e romântico.

3. Meio de Comunicação

O meio de comunicação de maior abrangência é a internet, através das redes sociais, com 38,49%, seguido da televisão 27,7% e de outdoor 18,78%. Outros meios de comunicação que se destacam é a é rádio 7,04%, jornal 3,75% e por último a revista 1,88%.

4. Frequência de Participação

Referente ao número de frequência de participação no Luau das Cataratas a maioria estava participando pela primeira vez, 88%, e 12% já participaram outras vezes.

5. Participação Passeio/Jantar

Quando questionados sobre terem participado do Jantar e do Passeio ou somente do Passeio, observou-se que a maioria dos entrevistados, 67% participaram do Passeio e jantar e 33% participaram somente do Passeio. O que subintende-se que 1/3 dos participantes do Luau apenas interessam-se pela perspectiva de visitar as Cataratas sobre a Lua Cheia.

6. Conhecer Passeio Semelhante

Quando questionados se conhecem algum passeio semelhante ao Luau das Cataratas, a maioria não conhece, cerca de 94,97% e 5,03% conhecem algum passeio semelhante.

7. Expectativas Passeios/Jantar

Referente ás expectativas em relação ao passeio/jantar, 40,1% responderam ter atendido as expectativas, 26,57 superou as expectativas, 19,8 atendeu em partes as expectativas do passeio.

8. Retorno

Quanto questionados se pretendem retornar ao Luau das Cataratas, 72,14 dos entrevistados responderam que sim, 17,42% não sabem e 10,45% não retornariam.

9. Indicação Parente/Amigo

Quando questionados se indicariam a um amigo ou parente conhecer o luau, 83,59% responderam que sim, 9% não indicariam e 7,41% não sabem.

10. Reserva/Compra Ingresso Luau

Referente à forma como foi efetuada a reserva e compra do ingresso para o luau, 21,83 dos entrevistados optaram pela internet, 17,25 efetuou por telefone, 16,25 efetuaram por agência de turismo e 44,67 efetuaram a compra dos ingressos por outros canais de reservas e vendas.

11. Forma de Realizar o Passeio

Quando questionados sobre a forma de reservar o passeio, 40,83 dos entrevistados realizaram o passeio com acompanhante, 33,03% dos entrevistados estavam com a família, 18,81% dos entrevistados realizaram o passeio em grupo, e somente 7,33 estavam sozinhos.

12. Gênero

Referente ao gênero, 60,59% dos entrevistados se refere ao público feminino e 39,41% dos entrevistados ao público masculino.

13. Antecedência Compra Passeio Luau

De acordo com a antecedência do planejamento da compra do passeio/luau, 50% dos entrevistados efetuaram a compra em menos de três dias, 19% planejaram com

antecipação de um mês, 16% planejaram antecedendo duas semanas e 15% uma semana anterior ao evento.

14. Idade

Referente à idade, 36,46% dos entrevistados possuem de 35 a 49 anos, 35,9% dos entrevistados possuem de 25 a 34 anos, 15,27% dos entrevistados possuem de 18 a 24 anos, e 10,34% dos entrevistados possuem de 50 a 64 anos.

15. Escolaridade

Referente ao grau de escolaridade dos entrevistados, pode ser considerado como pessoas instruídas, levando em conta que 31,03% dos entrevistados possuem curso superior completo, 28,57 dos entrevistados possuem ensino médio, 19,7 dos entrevistados possuem pós-graduação, 15,77 dos entrevistados possuem curso superior incompleto e 4,4 dos entrevistados possuem ensino fundamental.

16. Profissões

Em relação às profissões dos entrevistados, de acordo como o quadro que segue abaixo, há uma grande diversidade, porém a maior concentração está nos professores (19), estudantes (13), empresários (11), administrador (10) e advogado (10).

17. Ocupações Profissionais

Quanto ao quesito ocupação profissional, 46,91, dos entrevistados possuem vínculo empregatício, 21,13 sendo profissional liberal, 20,62 autônomo e o restante, 11,34 se enquadram em outras categorias.

18. Valor Ingresso do Passeio

Referente à percepção em relação ao valor pago no ingresso do passeio Luau das Cataratas, 53,73% dos entrevistados apontaram estar na média, 33,51% apontaram ser barato e 12,76% acham caro o ingresso.

19. Valor Ingresso Jantar

Quanto à percepção do valor pago no jantar do Luau das Cataratas 53,19% acham que está na média dos valores cobrados, 35,46% acham barato e 11,34% acham caro.

20. Valor Ingresso / Influência Passeio

Quando questionados se o valor do ingresso influenciou na tomada de decisão em participar do passeio, 54,64 afirmaram que pouco influenciou, 19,08% dos entrevistados afirmaram que influenciou, para 17,52% dos entrevistados não influenciou, e para 8,77% dos entrevistados influenciou completamente.

21. Valor Ingresso / Influência Jantar

Quando questionados se o valor do ingresso influenciou na tomada de decisão em participar do jantar, 44,45 dos entrevistados afirmaram que pouco influenciou, 21,48% dos entrevistados afirmaram que influenciou, 20,74% afirmaram que não influenciou, e 13,33% afirmaram que influenciou completamente.

22. Transporte

Em relação ao meio de transporte utilizado para se deslocar ao Parque Nacional do Iguaçu 54% dos entrevistados utilizaram ônibus de excursão, 23,5% dos entrevistados utilizaram veículo particular, 10,5% dos entrevistados utilizaram táxi, 6% dos entrevistados deslocaram-se através de agência de turismo, 3% dos entrevistados utilizaram moto, 1,5% utilizaram linha de ônibus urbano e 1,5% dos entrevistados se enquadram em outras opções.

23. Momentos de Lazer

Ao emitirem sua opinião, se além do passeio nas cataratas e jantar, o Luau poderia agregar um terceiro momento de lazer, 26,7% dos entrevistados sugeriram agregar o teatro, 25,79% dos entrevistados sugeriram agregar o sarau e apenas 9,05% dos entrevistados sugeriram manter como está.

24. Sugestões Gerais

As sugestões ora apresentadas referem-se à coleta de dados, realizadas nas edições dos dias 17 e 18 de dezembro de 2014. Entre as perguntas efetuadas aos participantes estava sua impressão sobre o luau das cataratas, bem como eventuais sugestões para melhorias.

Dentre as sugestões mais citadas destaca-se melhoria da infraestrutura dos passeios, inserção de outras atividades de lazer, com solicitações acerca de melhores possibilidades de contemplação da Lua, considerando que nem sempre é possível visualiza por motivos climáticos ou por demorar a aparecer.

No que tange à infraestrutura do luau das cataratas de maneira geral, foram feitas sugestões sobre a sinalização, foi comentado que o percurso do passeio carece de sinalização, poderia haver monitores caracterizados, utilizando a tematização do luau para conduzir os visitantes, entregando a eles como brinde uma lanterna caracterizada do passeio, o que facilitaria o deslocamento pelo fato do trajeto ser escuro e como apontado por alguns, um pouco perigoso e as pessoas não ficariam deslocadas.

No setor de comunicação, há necessidade de serem inseridas informações básicas como algumas dicas: para o passeio preferencialmente utilizar caLçado de salto baixo, e roupas adequadas, dependendo das condições climáticas será oferecido somente o jantar, ou seja, detalhar as informações. Houve comentários sobre a necessidade de ser mais divulgado para a comunidade e ser ofertado condições especiais para as mesmas.

Alguns sentiram falta de entretenimento, sugerindo realização de teatro, saraus, equipamentos culturais, concursos culturais, entre outros, uma maneira de atrair o público entre passeio e jantar, criando maior conectividade. O entrevistado sugere mais investimento no quesito cultural, enfatizando a cultura local.

Algumas pessoas reclamaram da falta de opção de lanchonete para consumo de comida e bebidas, assim como loja de conveniência.

Houve ainda sugestões de ser liberado mais cedo a entrada no Parque para ver o por do sol e possibilidade de ampliar o horário da última saída de ônibus, pois muitos não conseguem ver a lua que demora às vezes para aparecer.

Em sua maioria as pessoas acharam os preços praticados de acordo com o mercado, poucos acharam os preços caros. O que não influencia a maioria dos visitantes em sua tomada de decisão em participar do passeio/jantar.

Por fim, a maioria das pessoas, disseram que gostaram do passeio/jantar e indicariam para parentes e amigos, assim como demonstraram desejo, se possível, de retornar ao passeio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para Acselrad (2001, p. 12), o maior desafio de nossa civilização urbana-industrial é como transformar uma estratégia de crescimento econômico em um modelo de sustentabilidade baseado no bem-estar humano.

Frente a essa realidade, para garantir as condições de existência das gerações futuras e, principalmente minimizar os efeitos nocivos ao meio ambiente e maximizar o reaproveitamento de recursos humanos, necessário se faz o desenvolvimento de ações relativas à gestão ambiental, que possibilitem aproximar LAZER, AMBIENTE, TURISMO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL e implicações sócio-econômico-ambientais das atividades de lazer junto à natureza desenvolvidas no Parque Nacional do Iguaçu/PR.

Nesse contexto, assinala-se que o desenvolvimento sustentável prevê a utilização dos recursos naturais disponíveis, através do uso de tecnologias ecologicamente adaptadas, socialmente justas e economicamente viáveis, tendo, como meta que as ações de lazer desenvolvidas no Parque Nacional do Iguaçu poderão se constituir em importantes sinalizadores de alerta para os órgãos

responsáveis pela gestão das atividades de lazer, no que se refere à preservação ambiental e ao controle dos impactos causados pela ação predatória do homem.

Essa pesquisa visa exatamente Lazer e sustentabilidade Ambiental outras pesquisas que deverão se realizar poderão servir para constituir em importantes sinalizadores de que é possível turismo sustentável. Este artigo mostra alguns pontos a serem avaliados e para isso ser feito e propõe intensificar o debate, que está aberto e é urgente.

Em relação ao Passeio Luau das Cataratas, conclui-se que o clima agradável, a boa infraestrutura, o atendimento e a singularidade do Parque Nacional do Iguaçu proporcionam instantes sublimes aos participantes do Luau das Cataratas. Há quem consiga sentir ainda mais emoções com o encontro perfeito da Lua cheia e das Cataratas do Iguaçu em um Patrimônio Mundial da Humanidade.

O passeio é indicado tanto para quem já visitou as Cataratas durante o dia ou ainda para quem não conhece a atração. A luz da Lua cheia que ilumina o percurso e o clima fresco à noite, típico da Mata Atlântica, transformam a caminhada em momentos únicos junto à natureza e a possibilidade de ver o arco-íris nas quedas num tom prateado, experiências únicas e diferenciais proporcionadas em uma unidade de conservação. Atrativo este não somente para o turista, mas também para a população local e regional que se beneficia com os resultados gerados, como a oportunidade de desfrutar do atrativo, incremento de oferta e renda e desenvolvimento da atividade turística no município de forma sustentável.

REFERENCIAIS BIBLIOGRÁFICOS

ACSELRAD, H. (2001) Sentidos da Sustentabilidade Urbana. In: **A Duração das Cidades:** Sustentabilidade e Riscos nas Políticas Urbanas. Rio de Janeiro: DP & A, p. 27-56.

ADORNO, Theodor W.; HORKHEIMER, M. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ANDRÉ, Marli. **Etnografia da Prática Escolar**. Campinas: Papirus, 1995.

ARRIGHI, G. **A Ilusão do Desenvolvimento**. Petrópolis: Vozes, 1998.

BARBOSA, Sônia Regina de C. S. (Org.). **A Temática Ambiental e a Pluralidade do Ciclo de Seminários do NEPAM**. Campinas: UNICAMP, NEPAM, 1998.

BENJAMIN, Walter. **Magia e Técnica, Arte e Política:** Ensaios sobre Literatura e História da Cultura. 7.ed. São Paulo: Brasiliense, 1994 – (Obras escolhidas; v. 1).

BIESEK, Ana. S. **Turismo Baseado na Comunidade e Desenvolvimento Territorial:** Uma Análise das Políticas e Práticas em Foz do Iguaçu e Região. Tese de Doutorado, UFPR, 2013.

CARVALHO, Yara M. & RUBIO, Kátia. (Org). **Educação Física e Ciências Humanas.** São Paulo: Hucitec, 2001.

CORRÊA, Tupã Gomes. **Turismo e lazer:** Prospecções da Fantasia do Ir e Vir. São Paulo: EDICON, 1996.

CASTRO, M. G. Transidentidades no Local Globalizado. Não-identidades, Margens e Fronteiras: Vozes de Mulheres Latinas nos E.U.A. In: FELDMAN-BIANCO, B.; CAPINHA, G. (Org). **Identidades**: Estudos de Cultura e Poder. São Paulo: Hucitec, 2000, p. 149-175.

DE MASI, Domenico. **A Economia do Ócio**. Rio de Janeiro: Sextante, 2001.

DUMAZEDIER, J. **Sociologia Empírica do Lazer.** 2.ed. São Paulo: Perspectiva; SESC, 1999.

EMBRATUR 1994. **Diretrizes para uma Política Nacional de Ecoturismo**. Brasília, 48p.

FERREIRA, Leila da Costa *et al.* **A Sociologia no Horizonte do Século XXI.** São Paulo: Boitempo, 1997.

GIL, Antonio Carlos*.* **Como Elaborar Projetos de Pesquisa.** São Paulo: Atlas, 1991.

_____. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** São Paulo: Atlas, 1999.

GOIDANICH, Karin Leyser. **Turismo Ecológico.** 3.ed. Porto Alegre: SEBRAE/RS, 2000.

IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Renováveis. Disponível em: <http://www.ibama.gov.br>. Acesso em: mai. 2014.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do Trabalho Científico***.* São Paulo: Atlas, 1991.

_____. **Fundamentos de Metodologia Científica***.* São Paulo: Atlas, 1993.

LEMOS, Amália Inês G. (Org.). **Turismo:** Impactos Ambientais. São Paulo: HUCITEC, 1999.

MARCELLINO, Nelson C. (Org.). **Políticas Públicas Setoriais de Lazer:** O Papel das Prefeituras. Campinas: Autores Associados, 1996.

_____. **Estudos do Lazer:** Uma Introdução. 2.ed. Campinas: Autores Associados, 2000.

MARX, K. **Consequências Sociais do Avanço Tecnológico.** São Paulo: Edições Populares (Analdino Rodrigues Paulino Neto), 1980 – (Obras completas; v. 1).

MÉSZÁROS, István. **O Poder da Ideologia.** São Paulo: Boitempo, 2004.

MOREIRA, Wagner W. (Org); GEBARA, Ademir *et al.* **Educação Física & Esportes:** Perspectivas para o Século XXI. Campinas: Papirus, 1993.

MORIN, Edgar; KERN, Anne B. **Terra–pátria**. Porto Alegre: Sulina, 1995.

NEPAM. Núcleo de Estudos e Pesquisas Ambientais. **A Questão Ambiental:** Cenários de Pesquisa. A Experiência do Ciclo de Seminários do NEPAM. Campinas: UNICAMP, 1995.

PINTO, Leila Mirtes Santos de Magalhães. **Estudos do Lazer:** Uma Introdução, de 1996. Campinas: Alínea, 2008.

RUSCHMANN, D. **Turismo e Planejamento Sustentável a Proteção do Meio Ambiente.** 13.ed. Campinas: Papirus, 2006.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Pela Mão de Alice:** O Social e o Político na Pós-modernidade. 8.ed. São Paulo: Cortez, 2001.

SANTOS, M. **Técnica, Espaço, Tempo, Globalização e Meio Técnico Científico Informacional**. São Paulo: Hucitec, 1994.

_____. **Metamorfoses do Espaço Habitado**. 5.ed. São Paulo: Hucitec, 1997.

SEN, A. **Desenvolvimento como Liberdade**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SILVA, A.M. & DAMIANI, I.R. (Org.) **Práticas Corporais.** Florianópolis: Nauemblu Ciência & Arte, 2005. v. 2 e 3.

VASCONCELOS, Fábio Perdigão. (Org.). **Turismo e Meio Ambiente.** Fortaleza: FUNECE, 1998.

WEBER, Max. **Ciência e Política:** Duas Vocações. São Paulo: Martin Claret, 2005.

_____. **Conceitos Básicos de Sociologia**. São Paulo: Moraes, 1987.

WOOD, M. E. 2002. **Ecotourism: Pinciples, Practices & Polices for Sustainability. United Nations Environment Programme** (UNEP), First Edition, United Nations Publication, Paris, 63 pp.