

Proposta de roteiros aéreos a partir de vôos panorâmicos como uma nova opção na oferta turística na Cidade de Blumenau – SC

Elaine Cristina Borges¹

Resumo: Com o crescimento da prática do turismo, novas modalidades são praticadas pela demanda turística. Partindo desse pressuposto, sugere-se a presente proposta, que tem por objetivo apresentar o estudo da potencialidade de implementação de roteiros aéreos em Blumenau por meio de vôos panorâmicos; sob a ótica dos turistas, da comunidade, de agências de receptivo e da entidade da área, a partir de aplicação de questionários e entrevistas qualitativas. Para isso, fez-se uma análise das tendências turísticas atuais inseridas no pós-turismo, fundamentando os temas em estudo e verificando a possibilidade de adequar o objeto de pesquisa deste projeto nas tendências observadas dentro do contexto do lazer da atualidade. Fez-se, também, um estudo dos roteiros turísticos de forma geral, sugerindo a inserção dos vôos panorâmicos em sua oferta de serviços.

Palavras-chave: Turismo. Lazer. Roteiros Turísticos. Vôos panorâmicos.

1 INTRODUÇÃO

Ao longo dos anos a atividade turística adquiriu novas dimensões ao caminhar lado a lado com a globalização e as novas rotinas incorporadas. Atualmente, o cenário enfrenta um período de mudanças gradativas no estilo de vida da população mundial.

Fazendo com que as pessoas trabalhem mais, as exigências se tornam mais complexas, a necessidade de estudo e especialização se elevam e tomam conta da maior parte do tempo livre das pessoas. Não se pode negar o aumento do tempo disponível em algumas sociedades capitalistas contemporâneas, onde os modelos políticos, econômicos e sociais funcionam de maneira satisfatória. Bruhns e Marinho (2006) colocam que não se pode generalizar e afirmar que a mesma análise serve para a nossa realidade brasileira. Sabe-se que a maior parte da população brasileira não possui carteira de trabalho assinada e não possuindo relação formal de trabalho, ficam isentos de direitos e deveres. A falta de emprego também é grande e as condições de trabalho fazem com que os trabalhadores o vejam como estafante e

¹ Faculdade Cenecista de Joinville. E-mail: ecristinborges@uol.com.br

quando conseguem tempo livre, se ocupam de atividades rotineiras como idas ao banco, supermercado, médicos e etc.

Sendo o tempo livre uma necessidade humana, será breve o momento em que as pessoas voltarão a buscar o turismo de lazer como uma forma de descanso das rotinas desgastantes. Proporcionalmente ao desgaste pessoal, será a necessidade de evasão, para que haja melhor desempenho e produtividade das pessoas em seus locais de trabalho. Pois não há somente necessidade de tempo livre, há também a necessidade de trocar de ambiente.

Desta forma, Molina (2003) aponta que o turismo está entrando na sua nova era, o chamado pós-turismo, que está profundamente ligado às novas tendências criadas pela globalização. O pós-turismo, um novo paradigma cuja construção ainda não está terminada, oferece elementos valiosos para entender e enfrentar os desafios do mercado. Esta nova era ou paradigma, gera diferentes tendências para a atividade turística estabelecendo novos perfis, onde experiências únicas, o exotismo e o diferencial tornam-se o novo código desta demanda.

O propósito deste estudo possui por vertente a adequação da cidade aos parâmetros do pós-turismo. Aliar a tecnologia a uma atração turística, incrementar a oferta da cidade, aproveitar-se de uma estrutura de serviço já existente foram os itens cruciais para o desenvolvimento do estudo da viabilidade deste projeto.

Partindo deste pressuposto, o presente artigo apresenta como tema o estudo da potencialidade de implantação do turismo aéreo em Blumenau, a partir de vôos panorâmicos, que permitem a apreciação de alguns pontos turísticos da região sob uma ótica diferenciada, aproveitando-se da estrutura aeroportuária da cidade e da geografia local. Esta modalidade já é praticada em alguns estados do Brasil e possui excelência em serviços na Europa que realiza vôos panorâmicos roteirizados e temáticos. Para isto, será estudada a hipótese da criação de roteiros aéreos, a partir da análise do conceito de roteiros em geral.

Diante deste tema, apresenta-se a seguinte questão problema: Qual o grau de aceitação da comunidade, dos turistas e das agências de receptivo em relação à implantação de roteiros aéreos em Blumenau através de vôos panorâmicos?

Para compreensão do estudo este artigo está dividido em conceituação teórica referente ao tema em questão, a apresentação dos resultados, concluindo com as sugestões das autoras.

2 A IMPORTÂNCIA DO TURISMO NO CONTEXTO DO LAZER

A partir da Revolução Industrial, que aconteceu no século XVIII na Inglaterra os sistemas de produção passaram a ser cada vez mais mecanizados, passando a existência de trabalhos em série. Desta forma, as cidades passaram a ter cada vez mais habitantes, pois as fábricas localizavam-se prioritariamente nas áreas urbanas. Para se ter um mercado consumidor, foi necessário tanto aumentar a população quanto dar tempo livre às pessoas para que pudessem consumir o salário e fazer girar a economia. Desta forma, os governantes precisaram buscar formas de entretenimento, mesmo sendo um "lazer controlado". A criação das recreativas das fábricas nada mais era do que uma forma de controle do tempo livre dos trabalhadores.

A despeito disso, Santini (1993, p. 23) cita que:

Assim, pouco a pouco, surge frente ao tempo de trabalho um tempo excedente, distribuído já não de uma maneira vertical na sociedade, mas bem mais horizontal. Esse novo tempo é definido como tempo disponível do trabalho (...)No Brasil, somente na época de 1930 e 1943 é que teve início a regulamentação da duração da jornada de trabalho para diversos segmentos profissionais através da promulgação de diversos decretos leis.

Muito antes do Brasil, a Europa no final do século XIX, passa a considerar o tempo livre uma necessidade humana, de recomposição das jornadas de trabalho e integrante do tempo livre das pessoas. Mais tarde, passa a ser também um bem de consumo, na medida em que atividades específicas e equipamentos são criados.

Santini (1993, p23) também salienta que:

Na medida em que o trabalhador foi ganhando, lentamente, mais tempo em relação à jornada de trabalho, podemos perceber outros conteúdos para o tempo liberado, além do descanso. Deste modo, o trabalhador será possuidor de um tempo no qual se recupera fisicamente e de um no qual utiliza seus graus de liberdade para exercer atividades de sua escolha. Surge o *tempo livre*.

Em relação ao termo tempo livre, Barreto (2002), diz que só se pode referir-se a tempo livre dentro do turismo quando este é exercido no período de férias ou nos finais de semana. Não é considerado tempo livre dentro do turismo o tempo das pessoas desempregadas. Pois tempo livre implica a existência de um trabalho. Também deve ser distinguido tempo livre de lazer. Não necessariamente as pessoas irão se dedicar ao lazer no seu tempo livre.

Porém, não há necessariamente lazer no tempo livre, mas se a opção for esta, o lazer pode abrir-se em diversas vertentes para que este tempo seja desfrutado. Diversificado em sua natureza e sua forma, o lazer pode variar de acordo com a formação das pessoas ou de acordo com a cultura local.

Segundo Dumazedier (1976, p. 333):

O lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se, ou ainda, para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.

Ao considerar este conceito com o de turismo, que, segundo Andrade (1998, p. 38) “é o complexo de atividades e serviços relacionados aos deslocamentos, circulação de produtos típicos, atividades relacionadas aos movimentos culturais, visitas, lazer e entretenimento”, percebe-se que, apesar de o lazer conter várias formas para ser vivenciado, o turismo possui a capacidade de ser uma das suas formas mais completas, pois consegue envolver recreação, entretenimento, informação, contato com outras culturas e proporciona o desprendimento das obrigações profissionais e sociais, além da viagem em si. O lazer seria meramente limitado se não fosse a opção abrangente proporcionada pelo turismo. Além de ser uma opção que vai de encontro ao descanso que as pessoas necessitam no seu tempo livre.

Visto a importância do turismo no lazer, pode-se considerar a atividade turística como um fenômeno crescente, posto que o homem pós-moderno desloca-se cada vez mais na busca de experiências, de conhecimento, do inusitado, por necessidade de evasão do cotidiano atribulado.

Andrade (1998), também afirma que este desejo de evasão possui um perfil traçado e apresenta o mesmo como sendo característico das grandes metrópoles, de permanência curta, durando apenas o tempo necessário para que o indivíduo recupere seu desgaste físico e mental e surge principalmente quando as estações do ano alcançam os extremos de sua temperatura, incutindo nos homens ou o desejo de recolher-se do frio ou de fugir do calor intenso das cidades.

A partir desta análise, será abordado no próximo capítulo a aliança que o transporte aéreo possui com a tecnologia e de que forma este feito pode ser aproveitado para que se

atinja um produto turístico adaptável às tendências atuais, proporcionando uma nova forma de lazer aos usufrutuários dessa atividade.

2.1 BREVE ANÁLISE DO TRANSPORTE AÉREO

A partir da Segunda Guerra Mundial a aviação comercial desenvolveu-se consideravelmente, fazendo com que o avião se tornasse um dos principais meios de transporte de passageiros e mercadorias mundialmente. O transporte aéreo foi o que mais contribuiu para a redução da distância-tempo. Rápido, cômodo e seguro o avião suplantou outros meios de transporte de passageiros a médias a longas distâncias.

Hoje, o transporte aéreo no Brasil e no mundo está incorporado ao modal de transportes das grandes cidades e nenhum país pode se abstrair da aviação comercial. Neste contexto Andrade (1998, p. 156) conceitua a aviação comercial como “uma atividade de natureza econômica que se realiza, [...], para o atingimento das finalidades de transporte, através de aeronaves de passageiros e de cargas, envolvendo operações essencialmente civis”.

Desta forma, cabe destacar os diferentes níveis da aviação civil, pois estes contribuirão com o entendimento da proposta inicial do presente trabalho.

Andrade (1998, p.156) aborda três níveis de aviação de acordo com as recomendações e normas da Convenção Aeronáutica Internacional.

O primeiro nível refere-se ao tráfego regular internacional. O segundo nível engloba tanto o tráfego aéreo nacional regular como o tráfego aéreo não-regular operado por empresas de caráter nacional. O terceiro e último nível inclui os táxis aéreos, os transportes regulares e operados por aeronaves de porte médio e pequeno, na ligação de cidades importantes entre si e com as capitais de seus estados, as empresas e aeronaves de instrução, a aviação desportiva e de turismo, além da aviação de características diversificadas, que opera na prestação de serviços urbanos e rurais, tanto em caráter particular como em caráter comercial.

A partir desta análise, pode-se afirmar que este artigo estuda o terceiro nível abordado por Andrade, por tratar do objeto principal de análise.

2.2 A INSERÇÃO DE VÔOS PANORÂMICOS EM ROTEIROS TURÍSTICOS.

Após a análise dos temas referentes a transporte aéreo, destaca-se os vôos panorâmicos organizados em forma de roteiros turísticos.

Abordando diferentes autores que estudam o tema de roteiros turísticos, percebe-se que não existe um consenso em relação a conceituação, o que evidencia a dificuldade nas definições de roteiros, mesmo sendo um termo bastante utilizado pelo *trade* turístico.

Os roteiros são importantes para o desenvolvimento do turismo pois, de forma geral, o turismo não é realizado com objetivos ou atrativos isolados, mas por atrativos encontrados em um contexto maior, seja por sua história, cultura, geografia e etc. Neste aspecto, Tavares (2002, p. 15) ressalta que “os roteiros turísticos - agenciados ou não - são uma das principais formas de contextualizar os atrativos existentes em uma localidade e, conseqüentemente, de potencializar seu poder de atratividade”.

Entender a importância dos atrativos de uma cidade permite a elaboração de produtos turísticos comercializáveis que vão de encontro ao interesse ou expectativa dos turistas de determinada região além de segmentar através de roteiros específicos o melhor programa para atender cada um. Acerca disso, Bahl (2004, p.93) evidencia que:

Efetivamente, os roteiros turísticos locais aparecem adequados as peculiaridades do seu sítio, isto é, adaptado às características urbanísticas e geográficas, em termos paisagísticos, e de aproveitamento da oferta turística natural ou cultural/artificial. (...) Outro aspecto é utilizar um veículo de locomoção para a complementação dos passeios, visitando a parte alta da cidade.

A sistematização dos atrativos, evidenciada nos conceitos acima, ficaria mais atraente a partir de uma vista aérea panorâmica dependendo da segmentação que se quer atingir.

Conforme visto anteriormente, o terceiro nível da aviação civil que abarca o turismo aéreo e as aeronaves de pequeno porte, permite a abertura de uma nova modalidade de serviço turístico, que pode ser explorada dentro dos roteiros, os vôos panorâmicos.

Em consulta a diferentes empresas que atuam com este segmento, entende-se que nestes vôos, é proposto um novo tipo de turismo: o turismo aéreo. Neste formato de serviços, disponibilizam-se experiências culturais, de aventura e de observação paisagística, não só pela utilização de aeronaves, mas também pelo conteúdo, e pela forma como o participante é convidado a desfrutar o vôo, que é voltado essencialmente ao lazer.

Em pesquisas bibliográficas entre autores que abordam o tema aviação, não foi encontrada nenhuma definição concreta de turismo aéreo ou vôo panorâmico, entretanto, o que se pode observar, a partir de experiências práticas e entrevistas com profissionais da área,

que o vôo panorâmico é um sobrevôo numa determinada região, no qual são transportados somente passageiros, feito com um avião de pequeno porte, a baixa altura e a uma velocidade que permite a apreciação de paisagens. Começa e termina no aeródromo sede de operações da empresa ou aeroclube, sem pousos intermediários. Consiste em um vôo de lazer, portanto, sem nenhuma manobra ofensiva.

Na Europa, mais precisamente em Portugal, o turismo aéreo é uma modalidade bastante desenvolvida, com roteiros prontos e temáticos, ou a critério do cliente, como pode ser observado em *sites* de duas empresas, onde dois modelos de serviço são oferecidos aos clientes: a Rota do Romance que consiste em vôos destinados para casais que registram momentos especiais a partir de uma experiência de 20 minutos sobrevoando a baía de Cascais em Portugal e o cenário do Cabo da Roca. Durante o vôo, é oferecida uma taça de champanhe, e no final, um Certificado, assinado pelo piloto. A segunda opção é a Rota Histórica, um circuito de 30 minutos sobrevoando o Oceano Atlântico, o estuário do Tejo, o Mosteiro dos Jeronimos, enfim, lugares históricos desta região europeia.

Também na internet encontram-se várias empresas que fornecem este tipo de serviço no Brasil (não tão elaborados como na Europa), nas cidades de São Paulo e Rio de Janeiro. Balneário Camboriú, em Santa Catarina também possui esta modalidade, onde os vôos são realizados por um helicóptero.

No Estado do Amazonas, o governo, por intermédio da AMAZONASTUR e em parceria com a FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo e do IAB – Instituto Arruda Botelho, organizaram o *Amazônia Fly-In*, um projeto que visa promover o turismo aéreo na Região Amazônica, para defendê-la da exploração ilegal e de ações predatórias, e tem como meta fortalecer o sistema de tráfego aéreo, estimulando sua modernização e captando investimentos para o desenvolvimento sustentável, e incentivará novos negócios na região. O Turismo Aéreo envolve também as áreas de Infra-estrutura, Defesa, Meio-Ambiente, Comércio Exterior, Responsabilidade Social, empresas de aviação executiva, entidades de classe e indústrias.²

Com isso pode-se analisar a potencialidade deste tipo de serviço, ao verificar a forma como já é estruturado em outras regiões do Brasil e do mundo. Na seqüência, serão

² Governo do Amazonas. **Manaus será sede do 1º Turismo Aéreo na Amazônia.** Disponível em: <http://200.242.43.143/portal/amazonastur/noticia.php?xcod=3984> Acesso em: 30 de out. 2007.

apresentados os resultados da pesquisa que tiveram o intuito de medir qual o grau de potencialidade que este tipo de atrativo teria em Blumenau.

3 CONTEXTUALIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO

Diante dos temas abordados anteriormente, julga-se pertinente dar um enfoque sobre a inserção de vôos panorâmicos em roteiros turísticos, ressaltando que se podem destacar duas situações: as características já existentes na localidade de Blumenau SC, como o relevo e a estrutura aeronáutica e o que se pode desenvolver para programar um produto para um determinado tipo de segmento.

Para isso, sugerem-se levantamentos prévios de opinião, verificando as motivações básicas, a faixa etária, os detalhes do grupo em si que possibilitem fixar uma tipologia de turismo.

A proposta do projeto seria a de oferecer no Aeroclube, em parceria com as agências de receptivo, roteiros aéreos como uma nova forma de serviço, agregando valor a oferta turística da cidade. Os roteiros poderiam estender-se até o litoral norte catarinense, passando por vales, rios, montanhas, pelo mar e por algumas ilhas.

O Aeroclube de Blumenau teria como responsabilidade a manutenção das aeronaves, segurança, pilotos bem preparados, tabela de preços de acordo com seus gastos, verificação da disponibilidade da aeronave, coordenação junto com as agências da programação dos passeios, sugestões de roteiros e a divulgação junto à comunidade. Com as agências ficaria a função de divulgar e atrair os turistas a participarem de uma atividade diferente durante seus passeios na cidade.

Desta forma, foi realizada uma pesquisa, inicialmente para realização de monografia de final de curso, posteriormente, tendo este artigo como um dos itens de apresentação dos resultados.

Esta pesquisa configura-se como qualitativa e descritiva porque foram aplicados questionários para avaliar e analisar qualitativamente a opinião dos pesquisados. Como instrumentos foram utilizados questionários e entrevistas. A coleta de dados foi realizada no período de setembro a novembro de 2007, com a aplicação de 100 questionários com perguntas abertas e fechadas, sendo 39 realizados com pessoas da comunidade e 61 com turistas, enviadas por *e-mail* para a lista de contatos de uma agência de receptivo da cidade. A margem de erro considerando a população de Blumenau e dos turistas é de aproximadamente

7%. Fez-se pessoalmente uma entrevista com o gerente do Aeroclube de Blumenau para verificar o interesse em viabilizar o projeto. Entrevistou-se também duas agências que mais se destacam nos serviços de receptivo em Blumenau e região, buscando saber o interesse das mesmas em inserir vôos panorâmicos na sua opção de serviços.

Optou-se pela cidade de Blumenau, pois, além de ser uma cidade conhecida turisticamente pela sua cultura, gastronomia e festa típica, é uma cidade que está inserida no Vale do Itajaí, no Estado de Santa Catarina que, possui geografia propícia para a prática de vôos panorâmicos, possibilitando que os turistas observem lagos, rios, montanhas de um ângulo diferenciado.

A seguir as discussões referentes aos resultados obtidos pelas três pesquisas realizadas.

3.1 NÍVEL DE ACEITAÇÃO DA COMUNIDADE E DOS TURISTAS

Primeiramente, foi feita uma análise sócio econômica dos entrevistados e verificado que 45% dos pesquisados são do sexo feminino e 55% do sexo masculino, sendo a faixa etária dividida em 58% entre 20 e 35 anos, 22% entre 35 e 50 anos e 20% abaixo dos 20 anos, o que comprova que a maioria está em idade economicamente ativa e de alguma forma possui renda para a prática dos vôos propostos.

Em termos de profissão, percebeu-se uma diversificação bastante nítida das ocupações, sendo três as de destaque: aeronautas (14%), estudantes (18%), administradores (10%) e outros (58%), nesta ordem, o que pode ser bastante influente nas análises posteriores de renda, de aceitação de preço indicado e da aceitação do produto sugerido por conter pessoas que são do meio, possivelmente estudam sobre, lêem sobre ou utilizam os serviços aeronáuticos.

Ao consultar a cidade onde residem atualmente, consegue-se agrupar por estados o alcance da pesquisa e verifica-se que Santa Catarina abarcou 50% dos entrevistados e Rio Grande do Sul 30%, o que também pode influenciar mais a frente, nas questões onde é questionado o grau de interesse de sobrevoar a região de Blumenau.

Para que se possa visualizar o nível de aceitação deste projeto, circundou-se entre os entrevistados o modo como encaram o fato de voar, pois esta condição pode implicar em um fator influenciador na hora de avaliar a proposta de inserir vôos panorâmicos em roteiros turísticos. Neste resultado, constatou-se que apenas 9% têm medo de voar enquanto 91% não.

Desses 9%, os motivos principais foram medo de avião de pequeno porte, medo de manobras, insegurança em relação à altura.

Partindo da premissa de que o Aeroclub de Blumenau possui revisões periódicas das aeronaves, cumpre-as no prazo, mantém as questões de segurança em dia, possui pilotos preparados para todos os tipos de pane, foi questionado também entre as pessoas que sentem medo se, com a garantia destes itens, as chances de voar aumentariam. O que se percebe é que sim, as chances de voar aumentariam em 34%, dos 9% que responderam ter medo e 33% afirmam que aumentaria muito pouco. Apenas 11% responderam que não aumentariam de forma alguma.

A partir disto, lançou-se a questão da inserção de vôos panorâmicos no mercado turístico da cidade, verificando a análise dos participantes em relação ao tema proposto e constatou-se que 80% consideraram a idéia ótima e 18% acharam boa, 1% considera ruim e 1% achou indiferente.

Estes resultados foram importantes para comprovar a viabilidade do projeto considerando a aceitação dos pesquisados, uma vez que 98% aprovaram a idéia, sendo que 80% acharam a proposta ótima. Outro fator que comprova a viabilidade do projeto é a aceitação do preço sugerido de R\$ 45,00 por *pax* em um avião para três passageiros, que é o preço real cobrado no Aeroclub de Blumenau, com base em todos os gastos previstos. Dos pesquisados, 90% expôs que pagaria o valor sugerido e apenas 10% não. Dentre estes que não pagariam, foi solicitado o preço que estariam dispostos a pagar e os preços sugeridos foram até 20 reais (10%), Até 25 reais (20%), até 30 reais (20 %) e até 35 reais(10%). Os outros 40 % não responderam.

Percebe-se com este resultado que as pessoas estariam dispostas a pagar um valor não correspondente aos gastos proporcionados por um avião. Ao não concordarem com o preço sugerido, analisaram apenas a viabilidade de acordo com a sua renda. Para isto, fez-se uma análise da renda dos entrevistados onde verificou-se que a 32% recebe entre 1 e 4 salários mínimos, 23% recebem entre 4 e 8 salários, 16% entre 8 e 12 e 12% mais de 12 salários mínimos. Os outros 17% não responderam.

Para finalizar esta pesquisa, buscou-se saber também, para posteriores elaborações de aplicação deste projeto, se, nestes vôos panorâmicos seria mais interessante o Aeroclub oferecer rotas definidas ou deixar a critério do cliente. Dos entrevistados, 23 % preferem rotas definidas, 12% preferem a critério do cliente e 65 % escolheram as duas opções.

Para se obter um pouco mais de informação do perfil dos entrevistados e conhecer de forma aproximada o público que usaria este tipo de serviço, foi questionado também que pessoas os entrevistados levariam de acompanhantes para o vôo. Constatou-se que pessoas da família (42%) e amigos (38%) seriam os mais apontados. Colegas de trabalho abarcaram 15% e outros 5%.

Com esta análise percebe-se o potencial deste atrativo para Blumenau e um fator positivo de viabilidade para sua implementação no mercado turístico da cidade. Com base nestes dados iniciais e como forma de confrontar os resultados, consultou-se a opinião do gerente do Aeroclube de Blumenau para que o mesmo pudesse colocar suas idéias a respeito da proposta, conforme será apresentado a seguir.

3.2 ENTREVISTA COM O GERENTE DO AERoclube DE BLUMENAU

Para a obtenção dos resultados referente a opinião do Aeroclube de Blumenau, foi entrevistado o gerente do Aeroclube de Blumenau, Sr. Mário Vitório Rassweiler. Em relação à possibilidade de uma cidade com potencial turístico oferecer sobrevôos na região, ele analisa como importante por ser uma forma diferente de se conhecer o traçado da cidade. E por Blumenau possuir grande quantidade de morros, a contemplação aérea torna-se um diferencial a ser oferecido. Ao ser questionado sobre o grau de interesse do Aeroclube de Blumenau em ofertar este tipo de serviços junto às empresas de turismo receptivo da cidade, ele pondera que esta hipótese teria que ser muito bem trabalhada, programada junto com as agências, para que não aconteça nenhum imprevisto e acabe por frustrar o turista. Existirão dias em que a aeronave, por ser só uma, não estará disponível por motivos de manutenção ou instrução e isto deve ser relevante. Porém, considera a idéia interessante.

Visualiza a operacionalização deste projeto de forma positiva, porque melhoraria a imagem do Aeroclube, o tornaria mais conhecido desde que fosse feito um bom trabalho, com hospitalidade e profissionalismo. A partir dos turistas que fizessem o passeio, estes poderiam recomendar para outros realizarem o mesmo ou até indicar o Aeroclube para quem quiser se tornar piloto.

Para finalizar, ao ser questionado sobre o que seria mais interessante para o Aeroclube entre passeios com rotas definidas ou a critério dos clientes, ele ressalta que quem oferece o serviço deve oferecer também a opção ao cliente, com rotas e preços definidos, passando pelos pontos de destaque na cidade. Atrativos existem tanto em terra quanto em ar.

Acrescentou, referente ao formato destes vôos, que deixaria em aberto para os clientes que desejam ir além das rotas definidas, caso queiram conhecer algo em particular.

3.3 OPINIÃO DAS AGÊNCIAS DE RECEPTIVO

Neste item, foram consultadas duas agências de receptivo da região, para que se pudesse avaliar o grau de interesse das mesmas em oferecer vôos panorâmicos e agregar valor aos seus serviços. Destaca-se a escolha por estas duas empresas por serem as que apresentam maior demanda pelos serviços de receptivo na cidade de Blumenau.

A primeira empresa aqui denominada de Agência X ao ser questionada sobre a possibilidade de implantação desses serviços, alegou ser este tipo de inovação que os fazem uma boa empresa turística e já divulgou em seu endereço eletrônico a proposta.

A segunda empresa, denominada Agência Y, através de contato telefônico, averiguou a possibilidade com algumas ponderações. Primeiramente disse que possuía um parente formado no Aeroclube de Blumenau, que adquiriu um avião de pequeno porte e ofereceu estes serviços à agência, nesta época não houve procura por este tipo de serviço, porém, reconhece que a falta de divulgação pode ser a principal responsável por este fator. Em seguida considerou a hipótese de divulgar este serviço, no intuito de verificar a repercussão que teria diante dos turistas.

Analisando o resultado das entrevistas com as duas empresas, percebe-se que há o interesse no projeto, desde que sejam feitas divulgações para a atração da demanda.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise do presente artigo percebe-se que existe um elo entre vôos panorâmicos, lazer e tendências da atualidade e que a modalidade de roteiros aéreos pode-se tornar um diferencial para Blumenau, agregando novos valores à oferta turística da cidade.

A partir das pesquisas realizadas que representavam um dos objetivos deste estudo, tanto os turistas quanto a comunidade forneceram um parecer positivo diante da implementação de roteiros aéreos em Blumenau, por meio de vôos panorâmicos, inclusive pagando o preço sugerido na proposta inicial.

Confrontando os resultados dos questionários aplicados com o primeiro público e as entrevistas realizadas com Aeroclube e agências de receptivo, percebe-se que existe viabilidade na implantação do projeto, pois, os turistas estão dispostos a pagar o valor

sugerido e os responsáveis pela oferta dos serviços mostraram-se dispostos a trabalhar de forma organizada na atração desta demanda.

Sendo assim, o presente trabalho alcançou seus objetivos ao identificar, pesquisar e analisar o objeto de estudo deste artigo e torna-se referência para futuros trabalhos que contemplem o tema em estudo.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, José Vicente de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. 8 ed. São Paulo: Ática, 1998.
- BAHL, Miguel. **Viagens e roteiros turísticos**. Curitiba: Prottexto, 2004.
- BARRETO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 12 ed. São Paulo: Papyrus, 2002.
- BRUHNS, Heloisa Turini; MARINHO, Alcyane. **Viagens, lazer e esporte: O Espaço da Natureza**. São Paulo: Manole, 2006.
- DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. 4 ed. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- MOLINA, Sérgio. **O pós - turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.
- SANTINI, Rita de Cássia Giral di. **Dimensões do lazer e da recreação: questões espaciais, sociais e psicológicas**. São Paulo: Angelotti, 1993.
- TAVARES, Adriana de Menezes. **City tour**. São Paulo. Ed. Aleph, 2002.