

## O MERCADO DE AVENTURA EM BELO HORIZONTE NA PERSPECTIVA DE GESTORES<sup>1</sup>

Isabella Guimarães Lima e Silva

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

Luiz Gustavo Nicácio

Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)

### RESUMO

*Buscou-se traçar um panorama do mercado de aventura em Belo Horizonte a partir da percepção de gestores de empresas consolidadas nos últimos 20 anos. Foram realizadas entrevistas. Identificou-se que os gestores não consideram haver uma área específica de formação para atuação, veem a formação em EF como desejável e avaliam o mercado como em construção. A aproximação entre a formação em EF e mercado parece ainda um exercício incipiente.*

*PALAVRAS-CHAVE: Lazer 1; Mercado de trabalho 2; Formação profissional 3.*

### INTRODUÇÃO

A busca pela aventura, ainda que possa ser considerada uma condição social inerente às civilizações, tem crescido substancialmente nas últimas décadas enquanto possibilidade de vivência lúdica, tornando-se uma manifestação cultural de lazer de grande interesse nas sociedades modernas. Nesse contexto, dados divulgados por diversos meios de comunicação indicam o caráter promissor do mercado responsável por ofertar esse serviço, visto que o mesmo tem atraído muitos praticantes e movimentado bilhões de dólares em todo o mundo.

Muitas empresas, interessadas em aproveitar o potencial geográfico de alguns locais, se instalam em ambientes propícios para as Atividades de Aventura (AA), ricos em belas paisagens e com características específicas para as modalidades ofertadas. Essa dinâmica de apropriação resulta em influências no âmbito social, econômico e ambiental, impactando de maneira positiva ou negativamente esses espaços. Dentro dessa perspectiva, a atuação dos profissionais envolvidos com essas práticas será um fator determinante para definir os processos de intervenção.

<sup>1</sup> O presente trabalho não contou com apoio financeiro de nenhuma natureza para sua realização.

Todavia, o mercado de aventura se apresenta como um “campo de intervenção profissional inovador, instigante e repleto de possibilidades, mas ainda desprovido de um perfil do profissional que se encontra à frente na condução dessas atividades” (PAIXÃO, 2015, p. 259). O que se pode observar em alguns estudos, é a atuação de instrutores que detém o conhecimento empírico, pautado em experiências práticas anteriores com as AA. Dessa forma, a contribuição deste estudo perpassa pela tentativa de indicar as possibilidades de inserção e formação, as limitações, o perfil dos profissionais e as demandas do mercado, a fim de que sejam feitas reflexões acerca da identidade desses profissionais.

O presente trabalho teve como objetivo traçar um panorama do mercado de aventura na cidade de Belo Horizonte – Minas Gerais (BH) a partir da percepção de gestores já estabelecidos na área, refletindo acerca da formação profissional em Educação Física (EF) para esse mercado.

## METODOLOGIA

Em virtude dos objetivos propostos, foi necessário fragmentar esse estudo em três etapas: busca por gestores inseridos no mercado que apresentem um histórico relevante de tempo e atuação (nos últimos 20 anos); condução, transcrição e análise das entrevistas com esses gestores e discussão a partir do referencial teórico.

Para definir os gestores entrevistados, levantamos as empresas localizadas na cidade de BH que possuíssem tempo de permanência expressivo no mercado, abrangência geográfica e relevância no cenário belo-horizontino, além disso, os serviços prestados deveriam ser de natureza não competitiva profissional buscando o caráter do lazer.

Como referência para o método, foi utilizada a obra de Bardin (2011), a autora propõe um processo de análise segmentado em três etapas 1) pré-análise, 2) exploração do material e 3) tratamento dos resultados, inferência e interpretação. Os passos realizados para a elaboração das categorias de análise foram:

1. Leitura atenta das transcrições das entrevistas;
2. Levantamento de palavras, expressões e frases em destaque;
3. Reunião dos elementos do processo anterior em categorias secundárias de análise;
4. Busca pelas relações entre categorias secundárias de análise;
5. Reunião dos elementos do processo anterior em categorias finais de análise.

## RESULTADOS

Duas empresas se enquadraram nos critérios de inclusão e foram definidas para compor o estudo, ambas ativas por mais de 25 anos na cidade de BH, nas quais os gestores entrevistados estão inseridos no mercado há aproximadamente 20 anos.

A primeira delas, trata-se de uma empresa especializada no desenvolvimento de provas de trekking de regularidade, ou enduro a pé, e na organização de outros eventos esportivos, em funcionamento desde 1995. A segunda empresa é responsável por oferecer serviços em duas vertentes mercadológicas, a primeira se refere a venda de materiais esportivos utilizados para prática das AA e a segunda se trata de um espaço com muros artificiais de escalada, uma das primeiras academias de escalada da cidade que congrega novatos, veteranos, atletas e interessados no esporte (GOMES, 2009).

Por meio das informações obtidas na análise de conteúdo, as categorias de análise finais foram: 1) Trajetória dos gestores, 2) Percepção acerca dos profissionais atuantes, 3) Habilidades e competências consideradas relevantes e 4) Visão do Mercado. Nos próximos tópicos, cada uma dessas categorias será discutida.

Em primeiro lugar, a experiência no campo da administração antecedeu a inserção dos entrevistados no mercado de aventura. Logo, cria-se um questionamento: de que modo a *aventura* se apresentou enquanto um campo de intervenção profissional para os gestores? Ambos seguem o mesmo protocolo, a inclinação para a fazer parte desse mercado adveio do gosto desenvolvido pelas atividades de aventura em sua dimensão não competitiva, em outros termos, as vivências de lazer despertaram nos gestores o interesse pelo mercado.

Sendo assim, em suas experiências enquanto consumidores e praticantes, os profissionais entrevistados desenvolveram expectativas relacionadas ao ramo da aventura, presumindo a possibilidade de inserção profissional e o potencial do mercado em gerar lucros.

Quando analisado o perfil dos profissionais de aventura, segundo a percepção dos gestores, deparamo-nos com uma representação muito mais diversa, ambos não identificaram trajetórias de formação acadêmicas predominantes entre esses profissionais. Como no estudo realizado por Castilho (2013), que constatou que os participantes do estudo possuíam formações acadêmicas distintas ou não possuíam um curso superior formal, sendo o último característico das regiões rurais. Nesse caso, conhecimentos relacionados à segurança e à geografia local eram mais reconhecidos.

Observa-se que ambos os gestores acreditam que os profissionais da área devem ser dotados de um conhecimento profundo e consolidado acerca das atividades que estão conduzindo. Isso porque, ainda que se compreenda conceitualmente os movimentos corporais, o funcionamento de equipamentos e as características de regiões específicas, o saber constituído no cotidiano desses profissionais, que possuem uma relação estreita com o campo de atuação e vivenciam situações diversas enquanto praticantes e condutores, é distinto daqueles que apenas dominam os conceitos.

Em consonância, Bandeira e Ribeiro (2015) afirmam que a especificidade técnica exigida para a condução das AA necessita de uma formação prática, incapaz de ser contemplada apenas por meio dos cursos de graduação associados com frequência às AA.

No entanto, pautando-se em uma concepção do lazer que combate a formação de profissionais pragmáticos, refletir sobre as estratégias pedagógicas e o objetivo dessas atividades é relevante. Quando essas atividades acontecem de maneira descontextualizada, visando somente o lucro das empresas e excluindo seus aspectos educativos, corre-se o risco de negar a abordagem de temas relevantes.

Além disso, assumindo o risco das AA, os cursos de primeiros socorros foram citados como essenciais, pois, ainda que o objetivo principal seja evitar incidentes, o risco não pode ser anulado, e constatou-se que a possibilidade de inserção no mercado por meio da formação em EF é valorizada pelos gestores. O último dado vai de encontro aos estudos de Auricchio (2013), no qual os profissionais, apesar de não valorizarem uma formação acadêmica, avaliam a EF como a mais indicada.

Para ambos os gestores, o Mercado de Aventura se apresenta de maneira incipiente e ainda está em desenvolvimento. Foi possível identificar trechos do discurso que colaboram com a noção de “pouca idade” do mercado e outros que reforçam a ideia de dinamicidade, tanto pelo aumento do número de praticantes, quanto pela necessidade de desenvolvimento de novos equipamentos. Isso porque, especula-se que os praticantes estão evoluindo e, por isso, há uma demanda de tecnologias mais avançadas para auxiliá-las (os) na prática. Por isso, cada vez mais, roupas, calçados, barracas, cordas, sistemas de localização (e etc.) estão sendo desenvolvidos para atender às necessidades específicas de cada atividade.

No entanto, essa parece não ser a realidade para uma grande parcela das pessoas que se atraem pelas AA. Apesar das práticas atraírem o olhar de muitas pessoas, nem sempre a

curiosidade torna-as consumidoras assíduas do mercado, dispostas a investir uma quantidade significativa de dinheiro no mesmo.

Dessa forma, um dos gestores descreve o empreendimento enquanto uma “perfumaria” em sua vida e indica que, apesar do crescimento expressivo, a Academia de Escalada ainda não foi capaz de gerar o lucro esperado. Embora a procura pelas AA tenham crescido e alcançado uma maior exposição na mídia, a carreira nesse campo não é totalmente rentável, principalmente devido a sua sazonalidade. Além disso, muitos donos das agências, relacionam as dificuldades de crescimento aos desafios do empreendedorismo no Brasil, que julgam ser custoso (ARAÚJO, 2012).

### CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os gestores entrevistados atuavam em outros campos da administração e viram no mercado de aventura uma oportunidade de desenvolvimento financeiro, enquanto ainda se aventuravam como praticantes em diferentes modalidades das AA.

Para eles, os aspectos pedagógicos e de consciência ambiental parecem ter pouca relevância no mercado, uma vez que não apareceram nas falas sobre a percepção do perfil profissional observado ou desejado, o que não significa que os profissionais da área não possuam essas competências. Apesar de não acreditar no ensino superior como único possível para uma atuação crítica e reflexiva, é importante estabelecer espaços de formação e trocas que levem em conta o caráter educativo das AA.

Quanto à relação das AA com a formação em EF, os gestores já percebem o interesse dessa classe profissional e suas contribuições para o mercado, mas ambos reconhecem que a EF ainda não está consolidada na área. Dessa forma, essa é uma boa oportunidade que ainda precisa ser explorada pelos currículos de formação profissional.

Por fim, a pandemia da Covid-19, além de causar a morte de milhares de pessoas no país, prejudicou a situação econômica de grande parcela da população e limitou várias possibilidades de lazer. É preciso estudos que considerem o contexto anterior a pandemia, mas que se atentem a elementos que possam ter sido potencializados por ela e aqueles enfraquecidos no processo de consolidação deste mercado e da formação para ele.

## THE ADVENTURE MARKET IN BELO HORIZONTE FROM THE PERSPECTIVE OF MANAGERS

### ABSTRACT

*We sought to draw a panorama of the adventure market in Belo Horizonte from the perspective of managers of consolidated companies in the last 20 years. Interviews were conducted. It was identified that managers do not consider that there is a specific area of training for performance, they see PE training as desirable and evaluate the market as under construction. The approximation between training in PE and the market still seems to be an incipient exercise.*

**KEYWORDS:** *Leisure 1; Labor market 2; Professional training 3;*

## EL MERCADO DE AVENTURA EN BELO HORIZONTE DESDE LA PERSPECTIVA DE LOS GERENTES

### RESUMEN

*Buscamos trazar un panorama del mercado de aventuras en Belo Horizonte desde la perspectiva de los gerentes de empresas consolidadas en los últimos 20 años. Se realizaron entrevistas. Se identificó que los gerentes no consideran que exista un área específica de capacitación para el desempeño, ven la capacitación en EF como deseable y evalúan el mercado como en construcción. La aproximación entre la formación en EF y el mercado todavía parece un ejercicio incipiente.*

**PALABRAS CLAVES:** *Ocio 1; Mercado laboral 2; Formación profesional 3;*

### REFERÊNCIAS

ARAÚJO, J. **A formação de profissionais que atuam com esportes e atividades de lazer na natureza no entorno da cidade de Belo Horizonte/MG.** 133 p. Dissertação (Mestrado em Lazer) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2012.

AURICCHIO, J. **Formação e atuação profissional em atividade de aventura no âmbito do lazer.** 2013. 172 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Educação Física, Universidade Metodista de Piracicaba, Piracicaba, 2013.

BANDEIRA, M.; RIBEIRO, O.; Sobre os profissionais da aventura: problemas da atuação na interface esporte e turismo. **Licere.** Belo Horizonte, v. 18, n. 3, p. 116-157. set. 2015. Disponível em: < <https://periodicos.ufmg.br/index.php/licere/article/view/1131>>. Acesso em: 20 set. 2020



CONBRACE  
CONICE 2021  
DE 12/09 A 17/12

Educação Física e  
Ciências do Esporte  
no tempo presente:

Defender Vidas,  
Afirmar as Ciências

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Trad. Reto, L; Pinheiro, A. São Paulo: Edições 70. 2011. 280 p.

CASTILHO, C. **Lazer na natureza e atuação profissional: discursos e práticas contemporâneas**. 137 p. Dissertação (Mestrado Interdisciplinar em Estudos do Lazer) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2013.

PAIXÃO, J. A. Entre a Aventura a o Risco: Formação e Atuação Profissional de Instrutores de Esporte de Aventura no Estado de Minas Gerais. **Revista Mackenzie de Educação Física e Esporte**, São Paulo, v. 14, n. 1, p.257-271, jan. 2015.

Disponível em: <<http://editorarevistas.mackenzie.br/index.php/remef/article/view/5113>>.

Acesso em: 20 set. 2020.

