

Ética na comunicação turística: uma análise das informações disponibilizadas por destinos latino-americanos para a segurança de seus visitantes

Ethics in tourism communication: an analysis of the information made available by latin american destinations concerning its visitors' safety

Eduardo Henrique Moscardi (MOSCARDI, E. H.)^{*}
Wanderley Luís dos Santos (SANTOS, W. L. dos)^{**}

RESUMO - Observado o atual aumento da disponibilidade de informações para o turismo e os problemas relacionados à segurança vividos em cidades da América Latina, este artigo teve como objetivo verificar se os sites oficiais de destinos latino-americanos disponibilizam informações éticas para a segurança de seus visitantes. Uma pesquisa documental foi realizada através de análise em sites de três destinos, cujas informações foram comparadas àquelas publicadas sobre essas cidades em um jornal internacional. Os resultados apontaram a ausência de informações éticas direcionadas à segurança dos turistas nos sites desses destinos.

Palavras-chave: Comunicação turística; Ética; Segurança; América Latina.

ABSTRACT - Given the current rise of availability of information for tourism and the security-related problems lived in cities of Latin America, this article's main goal was to verify if the official websites of Latin American destinations provide ethical information for its visitors' safety. A documental research was performed through the analysis of three destinations' websites, which then were compared to the information about these cities published in an international newspaper. The results indicated the absence of ethical information aimed at tourists' safety in the destinations' websites analyzed.

Key words: Tourism communication; Ethics; Safety; Latin America.

^{*} Discente do Curso de Turismo (CTUR), no Departamento de Turismo (DETUR) da Universidade Federal do Paraná (UFPR), em Curitiba-PR. E-mail: eduardo.moscardi@ufpr.br

^{**} Discente do Curso de Turismo (CTUR), no Departamento de Turismo (DETUR) da Universidade Federal do Paraná (UFPR), em Curitiba-PR. E-mail: wanderley@ufpr.br

1 INTRODUÇÃO

As instabilidades geopolíticas, cada vez mais frequentes na atualidade, têm gerado crescente interesse na percepção de risco sob a perspectiva do turista (FUCHS; REICHEL, 2011). Por sua vez, a segurança, um dos princípios éticos apontados por Comparato (2006), aparece no Código Ético Mundial para o Turismo elaborado pela Organização Mundial de Turismo (OMT) (1999), à medida que sugere aos profissionais da área que se preocupem com a segurança das pessoas que buscam seus serviços.

O relatório *Tourism Highlights* (2016), publicado anualmente pela OMT, indica que em 2015 as Américas Central e do Sul somadas ao Caribe tiveram 65 milhões de desembarques internacionais. Entretanto, de acordo com o *Global Study on Homicides*, publicado pela Organização Mundial das Nações Unidas em 2013, as Américas superaram o continente africano e agora constituem a região mais perigosa do mundo (PARKINSON, 2014). Concomitantemente e de acordo com o ranking divulgado pelo *Consejo Ciudadano para la Seguridad Pública y Justicia Penal (CCSPJP)* em 2017, as dez cidades mais violentas do mundo estão na região da América Latina e Caribe.

O Código Ético Mundial para o Turismo da OMT (1999) aponta também, como uma obrigação dos profissionais do turismo, fornecer informações verdadeiras sobre os destinos e viagens. Tal oferta de informações torna-se fator relevante quando observados os resultados do estudo de Fuchs e Reichel (2011), que apresenta a busca por informações como uma das principais estratégias adotadas por turistas para diminuição de risco percebido ao planejar uma viagem para um local que não consideram seguro.

Observada a segurança como um princípio ético e a busca por informações como uma estratégia para a minimização de riscos, que aqui serão discutidos quando considerado o contexto de violência em cidades latino-americanas, este artigo procurou solucionar o seguinte problema de pesquisa: os destinos turísticos latino-americanos disponibilizam informações éticas direcionadas à segurança de seus visitantes?

Para isso, definiu-se o objetivo geral: **verificar se os sites oficiais de destinos latino-americanos disponibilizam informações éticas para segurança de seus visitantes**. Foram estabelecidos os objetivos específicos: a) definir os destinos a serem analisados no contexto latino-americano; b) revisar a literatura científica sobre a

segurança e a ética no turismo e na comunicação turística; e c) comparar as informações disponibilizadas pelos destinos analisados com aquelas veiculadas por meios de comunicação não-turística.

Como metodologia, foram utilizadas as pesquisas bibliográfica e documental (GIL, 2008): a primeira para uma revisão da literatura sobre os temas abordados no problematização da pesquisa; e a segunda na análise nos sites oficiais dos destinos selecionados, que foram comparados com manchetes veiculadas por meios de comunicação não-turística – aqui representados por um jornal internacional. Dessa forma, pôde-se verificar se há informações turísticas voltadas à segurança dos visitantes sendo disponibilizadas de forma ética no contexto dos destinos latino-americanos analisados.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 REFERENCIAL TEÓRICO

A ética é tema de estudo de diversos autores, seja ela na análise das ações do homem, ou na análise das ações das corporações. Comparato (2006) aponta os grandes princípios éticos fundamentais: a verdade, a justiça e o amor. Além destes, o autor indica também os princípios complementares: liberdade, igualdade, segurança e solidariedade. Embora sejam todos igualmente importantes e de relevante interesse para estudos científicos, tomou-se como uma das bases da discussão aqui apresentada o princípio ético da segurança. Para o autor, a segurança individual na sociedade atual “é atribuição do Estado, e não pode ser confiada a empresas privadas nem a cada cidadão em particular” (COMPARATO, 2006, p. 575).

A segurança aparece no Código Ético Mundial para o Turismo, elaborado em 1999 pela Organização Mundial de Turismo (OMT), em assembléia geral com a participação de representantes de organizações públicas e privadas internacionais na cidade de Santiago, no Chile. Para o presente trabalho, utilizou-se a tradução publicada no Brasil em 2009 em uma ação conjunta realizada pelo Congresso Nacional (através de comissões relativas ao turismo) em parceria com o Sistema CNC-Sesc-Senac e com o

apoio do Ministério do Turismo e do Fórum Nacional dos Secretários e Dirigentes Estaduais de Turismo. No artigo 6 do Código, “obrigações dos agentes de desenvolvimento turístico”, se lê:

Os profissionais do turismo, quando lhes couber, irão dar assistência, em cooperação com as autoridades públicas, quanto a segurança, prevenção de acidentes, proteção sanitária e higiene alimentar dos que recorrerem aos seus serviços. Zelarão pela existência de sistemas de seguro e de assistência apropriados. Da mesma forma, aceitam a obrigação de prestar contas, segundo as modalidades previstas nas regulamentações nacionais e, se necessário, pagar uma indenização equitativa no caso do não cumprimento de suas obrigações contratuais (OMT, 1999, p. 9).

Segundo Fuchs e Reichel (2011), é possível oferecer a visitantes reais e potenciais informações pertinentes a respeito de regiões que podem ser mais seguras em um país, bem como meios de transporte, de hospedagem e comportamentos que podem ajudar a criar uma experiência de visita mais segura. Os autores citam a busca por informações – com agentes de viagens, amigos, familiares e através da internet – como uma estratégia adotada por visitantes para diminuir o risco percebido a respeito de um destino (FUCHS; REICHEL, 2011). De acordo com Medaglia e Ortega (2015) “a pesquisa de informações é essencial para a decisão e realização de uma viagem, seja junto a uma agência de viagens ou informalmente, em consultas a amigos, sites ou redes sociais” (MEDAGLIA; ORTEGA, 2015).

Ao resultado apresentado por Fuch e Reichel (2011) sobre a busca de informações para tornar a experiência turística mais segura, soma-se o trabalho de Poon (1988), no qual a autora destaca que poucas atividades são tão dependentes da informação como é o turismo. Segundo Medaglia e Ortega (2015), as características do produto turístico (intangibilidade, perecibilidade, inseparabilidade e heterogeneidade) criam

Uma necessidade de tangibilização dos produtos para os turistas e dos processos de planejamento e prestação de serviços para os profissionais da área, fazendo da informação matéria prima para o desenvolvimento da própria atividade turística” (MEDAGLIA, ORTEGA, 2015, p. 134).

Observada a importância das informações para o turismo e o turista, Llodrà-Riera *et al.* (2012) apontam a atual e crescente disponibilidade de informações e de

meios para seu armazenamento no turismo. Contudo, Medaglia e Ortega (2015) indicam que:

A existência de informação por si só não garante que seu uso seja adequado. Isto é, ainda que haja informação em abundância, **há certa resistência em confiar nas fontes, e nesse sentido, a credibilidade de quem as fornece tem um papel fundamental** tanto no mercado quanto na academia (MEDAGLIA; ORTEGA, 2015, grifo nosso).

Pieniz e Gonçalves (2011) apontam seis categorias que devem nortear as relações e a investigação das interfaces entre ética e comunicação. Entre elas, os autores (2011, p. 276) destacam a transparência, no sentido de

Uma prática comportamental ética, já que na sua ausência já seria um passo para a fraude e outros problemas éticos. A transparência é deixar em evidência nossas motivações, aspirações e intenções para os demais sujeitos, para que assim eles possam como seres racionais avaliarem nossas ações (PIENIZ; GONÇALVES, 2011, p. 276).

Para Santos e Castro (2008), a visão de ética enquanto conjunto de regras pré-estabelecidas promoveu a criação dos chamados “códigos de ética”, principalmente nas categorias profissionais, orientando e normatizando as atividades desses agentes. No que tange a atividade turística e a comunicação de informações sobre viagens, pode-se consultar novamente o artigo 6 do Código Ético Mundial para o Turismo (OMT, 1999), onde se lê que “Os agentes profissionais do turismo têm por obrigação fornecer aos turistas uma informação objetiva e sincera sobre os destinos, as condições de viagem, de receptivo e de estadia” (OMT, 1999, não paginado).

Santos e Castro (2008) apontam que a falta de ética na comunicação turística traz consequências negativas para todos os agentes envolvidos nessa atividade, acarretando inclusive problemas jurídicos, como em casos de propaganda enganosa e distorção da imagem de um destino turístico. Os autores (2008, p. 79-80) consideram que:

Nas estratégias de comunicação no mercado turístico constam especialmente informações sobre os atrativos turísticos dos locais a serem visitados, bem como das facilidades e serviços à disposição dos turistas (...). A ausência de informações verídicas nas ações de publicidade e propaganda para o turismo leva à motivação de uma viagem ou à escolha de determinado produto ou serviço com base em desejos ou expectativas que não serão satisfeitas pelo turista (SANTOS; CASTRO, 2008, p. 79-80).

Se o planejamento de ações de comunicação é feito com base em equívocos, algumas consequências podem ser a “divulgação de atrativos turísticos sem infra-estruturas para garantir a integridade destes atrativos diante da demanda por visitação gerada ou sustentada por estas estratégias de comunicação” (SANTOS; CASTRO, 2008, p. 81).

Segundo Martino e Marques (2012), em uma discussão que envolve conflito de interesses, o apropriado é fazer com que os participantes conversem entre si para que entendam seus próprios interesses. A ética da comunicação traz reflexões acerca do caráter constitutivo da divisão social e permeia a possibilidade de novas relações que reconheçam os sujeitos, suas ações e experiências. Além disso, é necessário considerar que os contextos de discussões discursivas fazem parte de diferentes contextos sociais, nos quais existem diversos mecanismos de dominação e subordinação (MARTINO; MARQUES, 2012).

Com isso, considera-se necessário o diálogo entre estratégias de comunicação que levem em consideração a realidade e as necessidades de uma localidade receptora, bem como as necessidades informacionais de potenciais visitantes para que lhes possa ser assegurado o direito ao princípio ético da segurança – pressupostos tomados como base para a formulação do problema desta pesquisa e que irão orientar as análises das informações disponibilizadas pelos destinos escolhidos.

2.2 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Uma vez que procura aproximar-se de um tema e descrever determinado fenômeno, o presente estudo pode ser definido como exploratório-descritivo (GIL, 2008). As etapas metodológicas aplicadas para sua realização foram: a) revisão bibliográfica (GIL, 2008) conforme um dos objetivos específicos estabelecidos e apresentada no item 2.1 MARCO TEÓRICO; e b) pesquisa documental (GIL, 2008) nos sites dos destinos escolhidos, comparada a publicações feitas por um meio de comunicação não-turística a respeito de cada um deles.

Para escolha dos destinos que seriam analisados e como resposta ao primeiro objetivo específico deste trabalho, utilizou-se o ranking das 50 cidades mais violentas

do mundo, organizado pelo *Consejo Ciudadano para la Seguridad Pública y Justicia Penal* (CCSPJP) (2017). O documento é elaborado com base no número de homicídios cometidos em um município em relação ao seu número de habitantes – na medida do possível, conforme os dados divulgados pelo poder público dessas localidades (CCSPJP, 2017). Foram escolhidas para análise as duas cidades consideradas as mais violentas do mundo de acordo com o CCSPJP (2017) e que se enquadram no recorte geográfico definido para este trabalho de pesquisa (América Latina): Caracas (Venezuela) e Acapulco (México).

A terceira cidade analisada foi o Rio de Janeiro, que não figura entre as 50 cidades do ranking do CCSPJP mas que foi considerada de relevante interesse para um estudo sobre comunicação e segurança no turismo. Tal relevância deve-se ao destaque que a cidade obteve nos últimos quatro anos frente ao público internacional com os mega-eventos nela sediados. Somam-se a isso os dados que indicam aumento da violência no Rio de Janeiro (VIRGILIO, 2017) concomitantemente ao aumento no número de desembarques de passageiros internacionais no Riogaleão - Aeroporto Internacional Tom Jobim: 4.101.413 em 2015 e 4.326.918 em 2016 (RIOGALEÃO, [201-]).

Para a coleta de informações sobre os destinos em meios de comunicação não-turísticos, foi definido o jornal *El País* (conforme acesso em <www.elpais.com>). Justifica-se a escolha do jornal pela possibilidade de acesso a publicações mediante um recorte geográfico adequado (Américas) e também pela disponibilidade de matérias publicadas nos idiomas falados em todos os destinos escolhidos – o português e o espanhol. Dessa forma, esperou-se que os resultados não fossem parte de estratégias de comunicação turística de venda, mas sim que tivessem o intuito de informar, de uma forma geral, sobre as cidades.

Nos sites para divulgação turística das cidades, foram utilizados os descritores “recomendações”, “segurança”, “cuidado”, “evite” e “atenção” para buscar informações a respeito da segurança dos visitantes. No jornal *El País*, foram utilizados os nomes das cidades como descritores para buscas por matérias – cuja análise limitou-se aos títulos. Todos os dados foram coletados entre 12 e 25 de setembro de 2017.

2.3 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

2.3.1 Rio de Janeiro (Brasil)

Estima-se que o município do Rio de Janeiro, localizado na região sudeste do Brasil, tenha 6.320.446 habitantes distribuídos em uma área de 1.200,177 km² (IBGE, 2017). Segundo o Observatório de Turismo da Companhia de Turismo do Estado do Rio de Janeiro - Turisrio e a Secretaria de Estado de Turismo - Setur, cinco atrativos turísticos do Rio de Janeiro receberam, juntos, 3.991.953 visitas em 2014. O Corcovado recebeu 44% das visitas, seguido pelo Pão de Açúcar, com 39% (SETUR, 2014).

Para a análise documental do material promocional veiculado na internet sobre o Rio de Janeiro, foi definido o VisitRio (no endereço on-line <visit.rio>), marca institucional utilizada pela cidade. No site, os resultados das buscas pelos descritores previamente definidos foram: para as palavras “segurança”, “cuidado”, “evite” e “atenção” o retorno foi uma série de imagens e informações sobre atrativos turísticos do Rio de Janeiro; já para a palavra “recomendações”, a página exibiu a mensagem “Sem resultados :- (“ ”).

Na página on-line do jornal El País (edição em português), uma busca foi realizada através do descritor “Rio de Janeiro”. No total, houve 2174 resultados, dos quais foram analisados os títulos de notícias da primeira página, composta por 20 matérias, e selecionados os títulos relacionados à segurança, organizados no Quadro 1.

QUADRO 1 – MATÉRIAS RELACIONADAS À SEGURANÇA NO RIO DE JANEIRO PUBLICADAS EM PORTUGUÊS NO JORNAL EL PAÍS

QUANTIDADE	TÍTULOS DAS MATÉRIAS	DATA
1	Em pleno caos financeiro, a polícia bate à porta dos governantes do Rio de Janeiro	17/11/2016
2	No Rio de Janeiro há uma banalização inadmissível da morte	19/07/2016
3	O que já se sabe sobre o estupro coletivo no Rio de Janeiro	07/06/2016
4	Bombas em protesto contra ajuste fiscal do Rio de Janeiro	06/12/2016
5	Embaixador grego no Brasil desaparece no Rio de Janeiro	30/12/2016
6	Aumenta a violência contra a polícia no Rio de Janeiro	01/12/2014
7	No Rio de Janeiro, a vida vale 30 reais	18/02/2015
8	Violência no Rio de Janeiro reforça pressão por segurança	10/02/2014
9	O Rio de Janeiro entra com tudo em uma nova crise de segurança	23/04/2014
10	Exército é mobilizado para garantir a segurança nas ruas do Rio de Janeiro	14/02/2017
11	Afinal, o Rio de Janeiro está ou não em guerra?	18/08/2017

FONTE: Os autores, com base nos resultados das buscas on-line no jornal El País (2017).

2.3.2 Caracas (Venezuela)

Caracas é a capital da Venezuela e possui uma população de aproximadamente 6 milhões de habitantes, tornando-a a cidade mais populosa do país. A cidade está localizada na região centro-norte da Venezuela, a 800 metros de altitude e na década de 1950 era considerada a cidade da moda e arquitetura (REDACCIÓN, 2015). Em 2013, Caracas recebeu 500 mil turistas internacionais, ocupando o 8º lugar entre os 10 principais destinos da América Latina para o público estrangeiro (TAMER COMUNICAÇÃO, 2013).

Para a análise documental do material promocional veiculado na internet sobre Caracas, foi definido o site oficial do *Ministério del Poder Popular para el Turismo* – MINTUR (<<http://www.mintur.gob.ve>>), tendo em vista que não foi constatada a existência de um site institucional para a cidade de Caracas sob administração do poder público. Na seção “Caracas” do site nacional, a função buscar do navegador (Ctrl+F) foi utilizada e não apresentou resultados relevantes para a segurança dos turistas com os descritores “recomendações”, “segurança”, “cuidado”, “evite” e “atenção” – este com o único resultado encontrado, mas que tratava sobre um evento que “chama a atenção”. Além disso, fez-se também uma busca pelo descritor “Caracas” em todo o site. Os 20 primeiros resultados foram analisados e consistiam na divulgação de eventos turísticos – nenhum tratando de aspectos relacionados à segurança de potenciais visitantes.

Na página on-line do jornal El País (edição em espanhol), uma busca foi realizada também com o descritor “Caracas”, que resultou em 5319 notícias. Entre os 20 resultados da primeira página, aqueles relacionados à segurança na cidade foram organizados no Quadro 2.

QUADRO 2 – MATÉRIAS RELACIONADAS À SEGURANÇA EM CARACAS PUBLICADAS EM ESPANHOL NO JORNAL EL PAÍS

QUANTIDADE	TÍTULO	DATA
1	<i>Segunda jornada de enfrentamientos ante la base militar de Caracas</i>	24/06/2017
2	<i>Mercosur suspende a Venezuela y aumenta la presión sobre Nicolás Maduro</i>	02/12/2016
3	<i>Asesinado en Caracas Ricardo Durán, un conocido periodista del chavismo</i>	21/01/2016
4	<i>Crímenes macabros estremecen Caracas</i>	20/08/2014
5	<i>Los estudiantes venezolanos reúnen a miles de manifestantes</i>	03/03/2014
6	<i>La tensión con EE UU se dispara</i>	17/02/2014

FONTE: Os autores, com base nos resultados das buscas on-line no jornal El País (2017).

2.3.3. Acapulco (México)

O município de Acapulco de Juárez está localizado no estado de Guerrero, sudoeste do México. A população total do município era de 789.971 pessoas no ano de 2010, o que representava 23,3% da população do estado (SEDESOL, 2010). O porto de Acapulco é um dos destinos turísticos mais importantes do México e desde a década de 1950 recebe diversos artistas do cinema e da televisão. Seu crescimento turístico ocorreu também devido à construção da estrada panorâmica que conecta a cidade ao aeroporto internacional. Acapulco conta com duas baías, Santa Lucia e Puerto Marqués, ambas com belezas naturais e rodeadas por praias e vegetação tropical. A cidade possui mais de 200 hotéis, totalizando uma oferta de mais de 18 mil unidades habitacionais (ACAPULCO, 2012).

Como o que ocorreu na busca por um site oficial do destino Caracas, não foi constatada a existência de um site institucional para a cidade de Acapulco sob administração do poder público. Portanto, definiu-se o site VisitMéxico (<www.visitmexico.com>), marca utilizada nacionalmente pelo país, para a busca. Na seção que trata especificamente do destino Acapulco no site nacional, utilizou-se novamente a função buscar do navegador (Ctrl+F) com os descritores “recomendações”, “segurança”, “cuidado”, “evite” e “atenção” – novamente sem resultados. A busca por “Acapulco” em todo o site também não trouxe resultados relevantes sobre segurança no destino.

Na página on-line do jornal El País (edição em espanhol), foi realizada uma busca através do descritor “Acapulco”, com retorno de 647 resultados. Entre os 20 resultados da primeira página, aqueles relacionados à segurança foram organizados no Quadro 3.

QUADRO 3 - MATÉRIAS RELACIONADAS À SEGURANÇA EM ACAPULCO PUBLICADAS EM ESPANHOL NO JORNAL EL PAÍS

QUANTIDADE	TÍTULO	DATA
1	<i>Guerra de acusaciones por la masacre de la cárcel de Acapulco</i>	09/07/2017
2	<i>Presos y custodios perpetraron la matanza en la cárcel de Acapulco</i>	07/07/2017
3	<i>Asesinado el director de la Policía de Guerrero</i>	20/09/2016
4	<i>Una balacera entre narcos y policía aterra la zona turística de Acapulco</i>	27/04/2016
5	<i>Las autoridades de Acapulco piden silenciar la ola de homicidios</i>	09/04/2016
6	<i>En Acapulco se mata desde la moto acuática</i>	03/04/2016
7	<i>Los militares blindan las aulas ante el crimen en Acapulco</i>	20/11/2015

8	<i>Muere un jubilado en el desalojo de una protesta en Acapulco</i>	26/02/2015
9	<i>Hallado muerto un periodista mexicano en Acapulco</i>	03/06/2014
10	<i>Acapulco lucha contra el desastre</i>	19/09/2013
11	<i>Las inundaciones dejan atrapados a 40.000 turistas en Acapulco</i>	18/09/2013

FONTE: Os autores, com base nos resultados das buscas on-line no jornal El País (2017).

Nota-se, observados os dados coletados, as divergências entre as informações disponibilizadas por meios de comunicação turística e aquelas publicadas pelo meio de comunicação não-turística aqui analisado (o jornal El País). Verificou-se que os destinos turísticos latino-americanos analisados neste trabalho veiculam informações para sua divulgação e promoção, priorizando a criação e o fortalecimento de imagens que remetem a lazer, recreação e descanso. Por outro lado, verificou-se que o jornal El País conta com matérias que indicam problemas de violência e segurança, retratados de forma relevante a respeito desses destinos.

Como resultado, verificou-se que os destinos turísticos latino-americanos, **quando comparados os dados fornecidos pelas fontes aqui utilizadas e conforme aqui analisados**, não informam os turistas de maneira ética a respeito de sua segurança, uma vez que dificultam a garantia dos visitantes ao princípio ético da segurança (COMPARATO, 2006) pela não divulgação de informações a esse respeito.

3 CONCLUSÕES

Observado o que dispõe o artigo 6 do Código Ético Mundial para o Turismo (OMT, 1999) sobre as responsabilidades dos profissionais da área em prover informações verdadeiras e se preocupar com a segurança daqueles que procuram seus serviços, o presente artigo partiu de um contexto aqui considerado relevante para a discussão da ética na atividade turística: o concomitante crescimento da violência e do turismo na América Latina (PARKINSON, 2017; CCSPJP; 2017; OMT, 2016); a crescente disponibilidade de informações e seu papel no turismo (LLODRÀ-RIERA *et al.*, 2012; POON, 1988; MEDAGLIA; ORTEGA, 2015); a informação como estratégia para diminuição de risco percebido por turistas (FUCHS; REICHEL, 2011); e a segurança como um princípio ético cuja responsabilidade é atribuída ao Estado (COMPARATO, 2006).

Uma pesquisa bibliográfica e documental (GIL, 2008) foi realizada para que fosse alcançado o objetivo de **verificar se os sites oficiais de destinos latino-americanos disponibilizam informações éticas para segurança de seus visitantes**. Como resultado, foi encontrada uma divergência entre as informações disponibilizadas por meios de comunicação turística e aquelas publicadas por um meio de comunicação não-turística – o jornal El País. Com isso, constatou-se uma falta de ética na divulgação feita pelo poder público dos destinos aqui analisados: Rio de Janeiro (Brasil), Caracas (Venezuela) e Acapulco (México).

Ressalta-se as **limitações deste estudo**, como o número de destinos analisados (apenas três) e a leitura que se restringiu somente aos títulos das notícias encontradas sobre cada um. Esperou-se, aqui, contribuir para as discussões relacionadas aos temas comunicação, ética e segurança para o turismo na América Latina, de forma a potencializar o crescimento turístico da região por meio do desenvolvimento de suas estratégias de comunicação. Sugere-se que estudos futuros sejam realizados com recortes mais amplos e análises mais abrangentes, mas, principalmente, apresentando soluções para eventuais problemas encontrados na comunicação turística latino-americana – o que, devido a limitações de tempo e recursos, não pôde ser realizado neste artigo.

REFERÊNCIAS

ACAPULCO. Destinos, regiões. Sol, Praia e Relaxamento. **México**. Conselho de Promoção Turística do México. Cidade do México, 2012. Disponível em: <<http://beta.visitmexico.com/pt/acapulco-guerrero>>. Acesso em: 12 set. 2017.

CCSPJP. Metodología del ranking (2016) de las 50 ciudades más violentas del mundo. **Consejo Ciudadano para la Seguridad Pública y Justicia Penal**, 2017.

FUCHS, G.; REICHEL, A. An exploratory inquiry into destination risk perceptions and risk reduction strategies of first time vs. repeat visitors to a highly volatile destination. **Tourism Management**, v. 32, n. 2, p. 266-276, 2011.

GIL, A.C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

LLODRÀ-RIERA, I.; MARTÍNEZ-RUIZ, M. P.; JIMÉNEZ-ZARCO, A. I.; IZQUIERDO-YUSTA, A. A multidimensional analysis of the information sources construct and its relevance for destination image formation. **Tourism Management**, v. 48, p. 319-328, 2015.

MARTINO, L. M; MARQUES, A. A ética da comunicação a partir da abordagem dos conceitos de interesse e uso da linguagem. **Galáxia**, n. 23, p. 139-152 2012.

MEDAGLIA, J.; ORTEGA, C. D. Mediação da informação em turismo: um estudo introdutório. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, v. 6 n. 2, p. 126-147, 2015

OMT. Código ético mundial para o turismo. **Organização Mundial de Turismo**, 1999.

PARKINSON, C. Latinoamérica es la región más violenta del mundo: ONU. **Insight Crime**: Centro de Investigación de Crimen Organizado, 2014. Disponível em: <<http://es.insightcrime.org/analisis/latinoamerica-es-la-region-mas-violenta-del-mundo-onu>>. Acesso em: 16 set. 2017.

PERES-NETO, L. Ética, comunicação em contextos organizacionais e a defesa do consumo consciente. **Animus: Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, v.12, n. 24, p. 24-44, 2013.

PIENIZ, M.; GONÇALVES, C. A. Ética na comunicação: princípios para uma prática responsável. **Intexto**, v. 2, n. 25, p. 272-279, 2011.

PRADO, J. J. **A importância da comunicação no desenvolvimento turístico**: estudo de caso: município de Rio Grande/RS. 11 p. Especialização em Comunicação, Gestão e Marketing Turístico. Faculdade de Comunicação. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Rio Grande do Sul, 2005.

POON, A. Tourism and information technologies. **Annals of Tourism Research**, v. 15, n. 4, p. 531-549, 1988.

REDACCIÓN. ¡Alucinante! Estas proyecciones hacen de Caracas la mejor ciudad del futuro. **Noticias** al día y a la hora. Setembro,2015. Disponível em: <https://www.noticiasaldiayalahora.co/curiosidades/alucinante-estas-proyecciones-hacen-de-caracas-la-mejor-ciudad-del-futuro-fotos/>. Acesso em: 12/09/2017

RIOGALEÃO. Números do Aeroporto. **Riogaleão** Aeroporto Internacional Tom Jobim. [201-]. Disponível em: <<http://www.riogaleao.com/institucional/numeros-do-aeroporto/>>. Acesso em: 13 set. 2017.

SANTOS, B. P. C.; CASTRO, C. A. T. Ética em publicidade e propaganda no turismo. **Turismo e Sociedade**, Curitiba, v. 1, n. 1, p. 74-83, 2008.

SEDESOL. Secretaria de Desarrollo Social. Informe anual sobre la situación de pobreza y rezago social. **CONEVAL**. Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social. Acapulco de Juárez, Guerrero, 2010. Disponível em: <https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/44823/Guerrero_001.pdf>. Acesso em: 12 set. 2017

SETUR. Secretaria de estado de turismo. **Anuário estatístico de 2014**. O turismo no estado do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2014, 20 p.

TAMER COMUNICAÇÃO. São Paulo está entre as três cidades da América Latina que mais devem atrair turistas em 2013. **ABEOC Brasil**. Porto Alegre, 27 mai. 2013. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/2013/05/sao-paulo-esta-entre-as-tres-cidades-da-america-latina-que-mais-devem-atrair-turistas-em-2013/>>. Acesso em: 12 set. 2017

VIRGILIO, P. Dados do ISP confirmam aumento da violência no Rio no primeiro semestre de 2017. **Empresa Brasil de Comunicação**. Rio de Janeiro, 29 jul. 2017. Disponível em: <<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2017-07/dados-do-isp-confirmam-aumento-da-violencia-no-rio-no-primeiro-semester-de>>. Acesso em: 12 set. 2017.