

A Percepção dos Visitantes Quanto às Informações Turísticas na Rodoviária Internacional de Boa Vista, RR

Revista Rosa dos Ventos

6(l) 19-33, jan-mar, 2014

© O(s) Autor(es) 2014

ISSN: 2178-9061

Associada ao:

Programa de Mestrado em Turismo

Hospedada em:

<http://ucs.br/revistarosadosventos>



Rita L. Michelin¹, Cleziane Dias Araújo²

RESUMO

Considerando o Turismo como um fenômeno social de grande importância, a presente pesquisa teve por objetivo principal analisar a percepção dos visitantes acerca da hospitalidade pública de recepção na Rodoviária Internacional de Boa Vista (RBV), em Roraima, através da disponibilização de informações turísticas. Atualmente, a Rodoviária recebe um grande fluxo de visitantes, no entanto, não existe ali um local que preste as informações básicas quanto ao Turismo e aos serviços locais, para quem chega a cidade. Tendo por premissa que o viés da hospitalidade deve ser considerado desde o primeiro momento em que o visitante chega a um destino turístico, a hospitalidade pública representada pelas informações turística faz-se de fundamental importância para bem receber o turista e, conseqüentemente, levá-lo a perceber o município como um destino turístico hospitaleiro.³

Palabras chave: Turismo.

Hospitalidade. Informações Turísticas. Rodoviária

Internacional de Boa Vista. Boa Vista, Roraima.

ABSTRACT

Perception of visitors on the Tourist Office at the International Bus Station Boa Vista, RR - Considering tourism as a social phenomenon of great importance, the research objective was to analyze the perception of the visitors about public hospitality on International Bus Station of Boa Vista (RBV) through the availability of tourist

¹ Rita L. Michelin - Mestre e bacharel em Turismo. Professora efetiva do Curso de Turismo, Universidade Estadual de Roraima.

² Cleziane Dias Araújo - Bacharel em Turismo Universidade Estadual de Roraima.

³ Resultante de Projeto de Iniciação Científica.

information. Currently the bus station receives a large number of visitors; however, there isn't a place that provides basic information about the tourism and local services. Having premised that the hospitality must be considered from the first moment the visitor arrives at a destination, the public hospitality represented by the tourist information make it crucial for welcoming tourists and charm you aiming your satisfaction.

Keywords: Tourism. Hospitality. Touristic Information. International Bus Station of Boa Vista. Boa Vista, Roraima.

INTRODUÇÃO

Considerando o Turismo como um fenômeno social crescente no mundo, esse pode contribuir para o desenvolvimento das localidades se realizado através de um planejamento responsável. De acordo com Coriolano (2001), o Turismo “é uma atividade séria de caráter essencialmente social por envolver antes de tudo gente e, em segundo plano, uma atividade econômica por envolver capital, precisando, portanto ser tratado de forma científica e não casual” (p.93). Dessa forma, percebe-se a importância de um planejamento adequado para que o desenvolvimento da atividade seja positivo, tanto em termos econômicos como sociais. Em relação à questão social, os serviços e equipamentos receptivos devem ser priorizados no planejamento do Turismo, tendo em vista a importância de receber com hospitalidade ao visitante que chega a um destino turístico.

A hospitalidade, intrinsecamente ligada às relações humanas, deve ser desenvolvida no campo dos serviços turísticos, por propiciar a convivência entre as pessoas em atos de trocas de bens materiais e simbólicos. Como colocado por Mauss (1974), a hospitalidade estaria associada a dádiva – processo que envolve o dar, o receber e o retribuir –, quando as pessoas envolvidas aprofundam vínculos sociais. Camargo (2004) complementa dizendo que, nesses termos, tais atos podem ser percebidos como bidirecionais, por incluir processos de trocas em que todos os participantes são contemplados. Já para Grinover (2007) “a hospitalidade supõe acolhida; é uma das leis superiores da humanidade, é uma lei universal. Acolher é permitir, sob certas condições, a inclusão do outro no próprio espaço” (p.125). Sendo assim, percebe-se a importância do bem receber através da hospitalidade, do acolhimento, do tratar bem as pessoas em todos os atos sociais, reforçando que, em tal situação, ambas as partes saem contempladas, tanto os que são recebidos como os que recebem. Às trocas materiais juntam-se a troca simbólica, ou seja, a hospitalidade em espaços públicos envolve relações humanas nas quais há uma troca baseada em produtos e serviços, o que, na contemporaneidade das ações turísticas, é mutuamente benéfico (Brotherton & Wood, 2004).

Considerando o benefício mútuo que caracteriza a hospitalidade e as trocas nas quais se baseia, a reciprocidade proposta por Mauss (1974), no dar-receber-retribuir, faz-se essencial ao ato de bem receber os visitantes de um destino turístico, para que este se torne um destino hospitaleiro. Grinover (2007) reforça essa posição ao afirmar:

[...] a hospitalidade é, portanto, uma relação especializada entre dois atores: aquele que recebe e aquele que é recebido; ela se refere à relação entre um, ou mais hóspedes, e uma instituição, uma organização social, isto é, uma organização integrada em um sistema, que pode ser institucional, público ou privado, ou familiar (p.125).

Na mesma linha de reflexão, Camargo (2004) apresenta que a “hospitalidade pode ser definida como o ato humano, exercido em contexto doméstico, público e profissional, de recepcionar, hospedar, alimentar e entreter pessoas temporariamente deslocadas de seu habitat natural” (p.52). Sendo assim, a hospitalidade parte da esfera íntima, a das relações doméstico

familiares, mas também se desenvolve no espaço público e comercial, ou seja, nos espaços sociais, onde os atos de dar, receber e retribuir devem, também, estar presentes. A hospitalidade, portanto, “envolve um amplo conjunto de estruturas, serviços e atitudes que, intrinsecamente relacionados, proporcionam bem-estar ao hóspede” (Cruz, 2002, p.39), seja ele hóspede em algum estabelecimento, ou dá cidade que o recebe. Com isso, pode-se afirmar que a hospitalidade deve estar presente em diferentes âmbitos, tanto materiais (estruturas) quanto imateriais (serviços e atitudes), e nas interrelações entre ambos.

Considerando os serviços e as atitudes, se podem apresentar as informações turísticas como de fundamental importância para mediar o bem receber ao visitante e, nessa condição, como ato de hospitalidade, pois “oferecer e receber informação é um mecanismo de hospitalidade” (Grinover, 2007, p.126). Seguindo tal viés, apresenta-se que a importância da hospitalidade no Turismo se deve, principalmente, ao fato de a atividade caracterizar-se pela prestação de serviços a pessoas e, dessa maneira, envolver sentimentos, sonhos, bens e produtos tangíveis e intangíveis. Assim, muitas empresas turísticas buscam ser comercialmente hospitaleiras, desenvolvendo técnicas de atendimento voltadas ao bem receber seus clientes, qualificando os colaboradores e oferecendo melhores condições de trabalho. No entanto, vale ressaltar outro viés da hospitalidade. Conforme Camargo (2004), quando essa ocorre no contexto público implica o “direito de ir-e-vir e, em consequência, de ser atendido em suas expectativas de interação humana [...]” (p.54) e pode estar relacionada ao cotidiano do morador no local ou na dimensão turística, para com os visitantes.

“De modo quase intuitivo, o viajante, o turista ou o imigrante, quando chega em uma cidade e percorre os espaços que constroem essa forma urbana, é submetido a um sem-número de percepções, de situações e de processos importantes de informações” (Grinover, 2007, p.125), ou seja, a partir do primeiro contato o visitante já está percebendo o local em que chega, e continuará percebendo-o durante todo o tempo em que ali estiver. É possível inferir, portanto, que o Turismo e a hospitalidade andam juntos. Fora do seu domicílio, além da hospedagem, alimentação, entretenimento e condições de segurança, o turista precisa ser auxiliado a localizar tais serviços, papel a ser cumprido pela informação turística disponibilizada de forma pública, tanto presencial como virtual. Destaque-se que também os moradores se beneficiam dos serviços de informação e, se bem informado, estarão em condições de repassar as informações aos visitantes, tornando-se fundamentais na cadeia do bem receber, pois, em grande parte das situações, são os cidadãos os responsáveis pelo primeiro contato do turista com o destino visitado. Dessa forma, as informações apresentam-se como necessárias durante todo o período da viagem, e não só no momento da chegada e das boas vindas, contribuindo para a formação geral da imagem daquele destino em todos os momentos da estada no local.

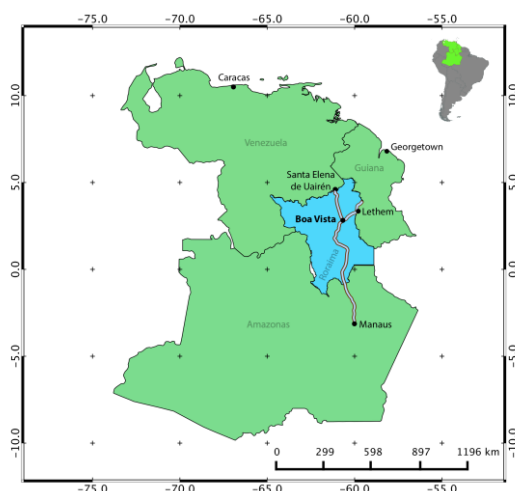
O contato entre o visitante e o destino leva a que “alguns lugares são mais hospitaleiros do que outros e isso possivelmente se dá em função da dimensão socioespacial subjacente ao ato de acolher um visitante” (Cruz, 2002, p.40), podendo considerar-se também a expectativa do turista em relação a hospitalidade do local a ser visitado, pois tanto a expectativa quanto a percepção do acolhimento pode variar de um visitante para outro. A autora ainda lembra que “todo turista está sendo, de alguma forma, recebido nos lugares. O que diferencia a experiência entre um e outro turista no que se refere à hospitalidade é a forma como se dá o seu acolhimento no destino” (p.43). Quanto melhor for o acolhimento no destino turístico visitado maior será a percepção da hospitalidade e, conseqüentemente, o atendimento ou superação das expectativas do turista resultarão em uma experiência turística única.

Sendo assim, mais do que satisfazer as necessidades e anseios dos turistas, é preciso surpreendê-los pela excelência do serviço prestado e do atendimento realizado com hospitalidade. A emoção que as pessoas sentem ao serem bem recebidas, ao terem suas necessidades atendidas superando suas expectativas faz delas turistas satisfeitos. Isso faz a diferença e coloca um destino turístico à frente dos demais, principalmente através da hospitalidade exercida em contexto público de bem recepcionar os visitantes. Dessa forma, a presente pesquisa teve por objetivo analisar a percepção dos visitantes quanto à hospitalidade no contexto público através das informações turísticas prestadas na Rodoviária Internacional de Boa Vista, RR.

BOA VISTA, RORAIMA

Boa Vista é a capital do Estado de Roraima, na tríplice fronteira entre Brasil, Venezuela e Guiana. O Estado pode ser considerado um corredor turístico, pois, por via terrestre a capital é rota obrigatória para os turistas que vão do Estado do Amazonas para os países vizinhos, Venezuela e Guiana (Fig. 1). Por esse motivo, diversos turistas transitam pelo município, seja de passagem ou para conhecerem o mesmo. Boa Vista está distante 785km de Manaus, cerca de 220km da fronteira com a Venezuela e a 125km da fronteira com a Guiana.

Figura 1: Mapa de localização Boa Vista, RR, e suas principais ligações.



Fonte: Paulo R. Teixeira

O município de Boa Vista foi criado⁴ em 9 de julho de 1980, sendo uma das capitais mais jovens do país. Sua população, segundo o censo do IBGE 2010⁵ é de 284.313 habitantes, sendo a área territorial de 5.687,036 km². Quanto ao fuso horário, este é de uma hora a menos em relação a Brasília. Diferencia-se por ser a única capital brasileira localizada totalmente no hemisfério norte. Grande parte dos visitantes chega a Boa Vista por via terrestre e, de acordo com informações do Departamento de Turismo do Estado de Roraima (DETUR-RR), no ano de 2010 a média de pessoas que desembarcaram na Rodoviária Internacional de Boa Vista foi de

⁴ Disponível em <http://www.rr.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=8724:boa-vista&catid=161&Itemid=238>. Acesso em 18 de Julho de 2013.

⁵ Disponível em <<http://www.ibge.gov.br/cidadesat/xtras/perfil.php?codmun=140010&search=roraima|boa-vista>>. Acesso em 18 de Julho de 2013.

222.000 e, no ano de 2012, foi de 197.703⁶, representando um número considerável de chegadas, a confirmar que a demanda por transporte rodoviário é significativa. Contudo, percebe-se que não há um preparo na prestação de serviços de qualidade, principalmente em relação ao bem receber, que efetivamente auxilie o visitante na prestação de informações turísticas sobre o município de Boa Vista.

Até janeiro de 2013 havia quatro empresas operando a rota interestadual Boa Vista – Manaus. A Rodoviária de Boa Vista (RBV), entretanto, disponibiliza em seu espaço os serviços de vendas de passagens de apenas uma empresa para essa rota interestadual. A RBV conta com serviços de caixas eletrônicos, duas lanchonetes, um restaurante, cinco lojas de produtos diversos, duas financeiras, duas agências de viagens, uma agência de cambio, um posto da Agência Nacional de Transporte Terrestre (ANTT), uma agência dos Correios, taxi 24h, sanitários, telefones públicos, serviço de guarda de bagagem, além de expor um mapa de Boa Vista. É importante frisar que, no local, não existe serviço de turismo receptivo, ou seja, nenhuma empresa que preste tal serviço ou mesmo serviço de informações turísticas. As duas agências de viagens localizadas na Rodoviária prestam apenas o serviço de comercialização de passagens aéreas.

Os problemas enfrentados pelos visitantes que chegam à cidade sem informações precisas são grandes, principalmente para aqueles que desembarcam na Rodoviária, pelo fato de não existir qualquer tipo de informação turística para atender a essa demanda de visitantes no local. A partir dessa problemática, percebeu-se a necessidade de uma pesquisa com os visitantes que chegam a Boa Vista pela rodoviária quanto a sua percepção da hospitalidade, ou falta dessa, através de informações turísticas no local. Sabe-se que os centros de informações turísticas são fundamentais no contexto da hospitalidade pública do bem receber em destinos turísticos, pois prestam serviços de informações que irão contribuir na percepção da qualidade e hospitalidade geral pelo turista. De acordo com Oliveira (1993), “a informação é todo o tipo de dado que dá suporte na tomada de decisão” (p.34). De fato, o turista necessita de informações ao chegar no seu destino, para tal é necessário compreender e analisar a percepção dos visitantes que estão chegando a Boa Vista, através da rodoviária, acerca da necessidade de informações turísticas no local.

MÉTODOS E PROCEDIMENTOS

Tendo como objetivo principal analisar a percepção dos visitantes acerca da hospitalidade pública através das informações turísticas na Rodoviária de Boa Vista, utilizou-se para essa pesquisa procedimentos técnicos como revisão bibliográfica e pesquisa de campo, que atuaram como um estudo diagnóstico acerca da problemática apresentada. Para a coleta dos dados utilizou-se a entrevista, pois pode ser preenchida pelo próprio pesquisador, além de possuir a vantagem de possibilitar esclarecimentos ao entrevistado, bem como, coletar informações adicionais. A entrevista utilizada caracterizou-se como um instrumento misto, ou seja, composta pelos três tipos de questões, abertas, fechadas e abertas e fechadas. O instrumento de pesquisa foi dividido em duas partes, a primeira composta por cinco questões relativas ao perfil do entrevistado e a segunda parte composta por nove afirmativas avaliadas através da escala de Likert, tendo como opção de resposta: concordo totalmente, concordo

⁶ Conforme informações prestadas pelo Senhor Ivan Braga Cantanhede, administrador da Rodoviária Internacional de Boa Vista, às pesquisadoras.

parcialmente, não concordo nem discordo, discordo parcialmente e discordo totalmente. Segundo Teixeira (2009), “a escala, elaborada por Rensis Likert, em 1932, é constituída de níveis de aceitação e aprovação, onde os entrevistados indicam seu grau de concordância ou discordância com as declarações que estão sendo avaliadas” (p.52). Vale frisar que na análise das afirmativas da escala de Likert, devido ao baixo diferencial das respostas entre as categorias, foi realizado o agrupamento de *concordo totalmente* e *concordo parcialmente*, bem como, de *discordo totalmente* e *discordo parcialmente*, resultando, assim, nas categorias *concordo* e *discordo*; além disso, a categoria *não concordo nem discordo* foi renomeada como *indiferente*.

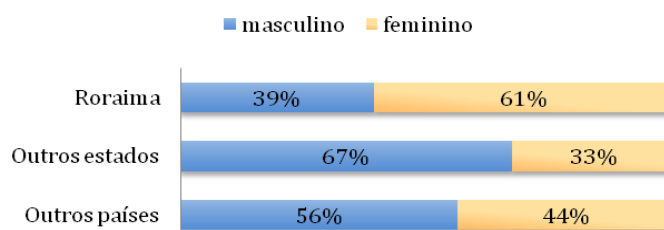
A pesquisa caracterizou-se como aleatória estratificada, tendo em vista que não seria possível aplicá-la a todos os visitantes que chegam a Boa Vista através da Rodoviária, bem como, existem aqueles que não se disponibilizam a participar, respondendo a mesma. Considerando os dados apresentados pelo DETUR, de que no ano de 2010 houve cerca de 222.000 desembarques na Rodoviária de Boa Vista, tem-se uma média mensal aproximada de 18.500 passageiros chegando. Sendo assim, para a presente pesquisa a amostra foi de 1% dos desembarques mensais, ou seja, 185 pessoas; considerando margem de erro, foram entrevistadas 200 pessoas que desembarcaram na Rodoviária de Boa Vista entre 15 de Dezembro de 2012 e 15 de Janeiro de 2013. O instrumento utilizado possibilitou tanto esclarecer as dúvidas dos entrevistados, como colher informações extras. Os 200 entrevistados foram divididos em três grupos: 75 visitantes de outros estados do Brasil; 100 visitantes de outros municípios de Roraima; 25 visitantes de outros países. A divisão tem como objetivo analisar separadamente a percepção por cada categoria de visitantes acerca da necessidade de informações turísticas na rodoviária.

RESULTADOS

Após serem entrevistados os visitantes que desembarcam na Rodoviária Internacional de Boa Vista, os resultados foram analisados objetivando compreender qual a percepção que os mesmos tem acerca das informações turísticas no local, ou a falta dessas, e como esse fator reflete na hospitalidade percebida na chegada ao município.

Perfil dos entrevistados: Dentre os entrevistados, a categoria “Outros Estados” e “Outros Países” apresentaram maior representatividade do sexo masculino, enquanto que na categoria que representa os outros municípios do estado, que será nomeada “Roraima”, o maior número foi do sexo feminino (fig. 2).

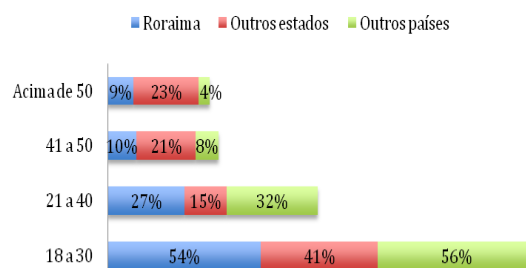
Figura 2 – Gênero e origem dos entrevistados



Fonte: Dados da pesquisa

Em relação à idade, observa-se a predominância de pessoas entre 18 e 30 anos, nas três amostras (fig. 3), sendo, Roraima 54%, Outros Estados 41% e Outros Países 56% dos entrevistados.

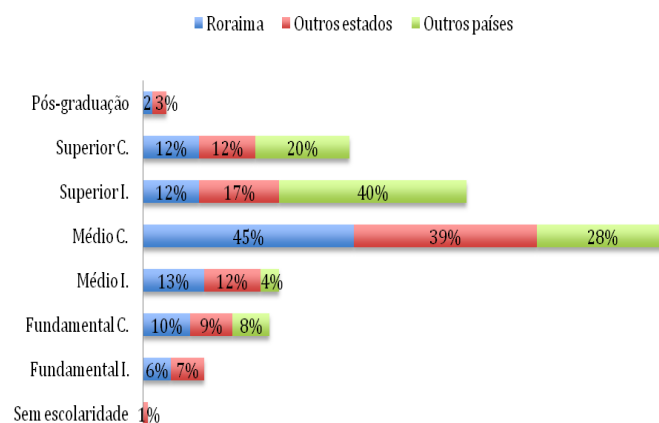
Figura 3 – Faixa etária dos entrevistados, por origem



Fonte: Dados da pesquisa

A maior representatividade se deu quanto ao grau de instrução (fig. 4) dos indivíduos de Roraima se comparada aos de Outros Estados, que foi de ensino médio completo, com 45% na primeira e 39% na segunda; por sua vez, a amostra de Outros Países constitui-se por 40% possuindo o nível superior incompleto. Percebe-se, então, uma diferença entre os entrevistados do Brasil e provenientes do Exterior, pois a maioria dos indivíduos do segundo grupo possui um nível de estudo formal mais elevado em relação ao primeiro, o que se pode notar na análise das respostas e na maior contribuição a pesquisa.

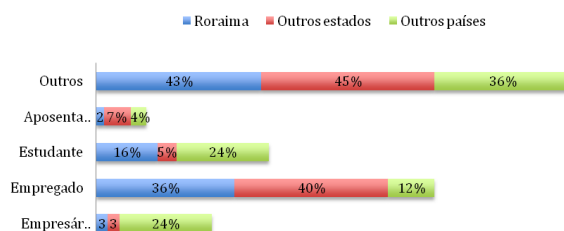
Figura 4 – Escolaridade



Fonte: dados da pesquisa

Quanto à ocupação da amostra (Fig.5), caracterizam-se por empresários, empregados assalariados, estudantes, aposentados e a outros (por exemplo, do lar, agricultor, pesquisador, artista de rua, etc.) sendo que a última categoria, devido a sua abrangência, possui maior representatividade: Roraima 43%, Outros Estados 45% e outros Países 36% dos entrevistados.

Figura 5 – Ocupação dos entrevistados, por origem



Fonte: dados da pesquisa

A amostra demonstra que, em relação à procedência dos entrevistados, conforme pode ser observado na Tabela 1, no Estado de Roraima a maior representatividade foi do município de Rorainópolis, seguido por Bonfim. Dentre os entrevistados na categoria de Outros Estados há predominância de pessoas provenientes do Amazonas, seguida pelo Pará. A amostra de Outros Países, por sua vez, constitui-se principalmente de pessoas da Venezuela seguido por Guiana Inglesa. Dentre os motivos que levaram a visita ao Estado, observou-se que na amostra de Roraima o principal motivo é visita à família e a trabalho, os provenientes de Outros Estados por motivo de negócios e turismo e os de Outros Países por estarem de passagem a outras destinações.

Tabela 1 – Procedência dos entrevistados

Roraima		Outros Estados		Outros Países	
<i>Rorainópolis</i>	20	Amazonas	54	Venezuela	13
<i>Bonfim</i>	18	Pará	10	Guiana Inglesa	6
<i>Caracarái</i>	14	Ceará	3	Colômbia	2
<i>Normândia</i>	14	Rondônia	3	Alemanha	1
<i>Mucajaí</i>	10	Amapá	1	França	1
<i>Pacaraima</i>	6	Bahia	1	Peru	1
<i>Iracema</i>	5	Distrito Federal	1	Suriname	1
<i>Amajari</i>	4	Santa Catarina	1		
<i>Cantá</i>	3	São Paulo	1		
<i>Nova Colina</i>	2				
<i>São J. da Baliza</i>	2				
<i>São L. do Anauá</i>	1				
<i>Vila do equador</i>	1				

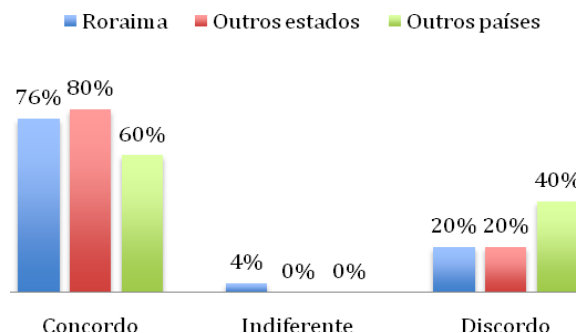
Fonte: Dados da pesquisa

PERCEPÇÃO SOBRE AS INFORMAÇÕES TURÍSTICAS NA RODOVIÁRIA DE BOA VISTA (RBV)

Na entrevista, quando os participantes foram questionados sobre o fato de se sentirem bem acolhidos chegando na Rodoviária de Boa Vista, houve uma semelhança entre as respostas dos provenientes de Roraima quando 76% concorda e de Outros Estados 80% concorda, e por sua vez uma divisão de opiniões em relação a amostra de Outros Países, quando 60% concorda e 40% discorda (Fig. 6). Interessante notar que alguns relatos de pessoas que concordam com

esta questão, faziam comparativo com outras rodoviárias do Brasil, em sua grande maioria a de Manaus, e mesmo considerando as condições atuais da RBV (Rodoviária de Boa Vista), afirmaram que se sentiam melhor nesta Rodoviária. Por outro lado, dos entrevistados de outros Países um maior número discordaram da afirmativa, sendo 40% da amostra.

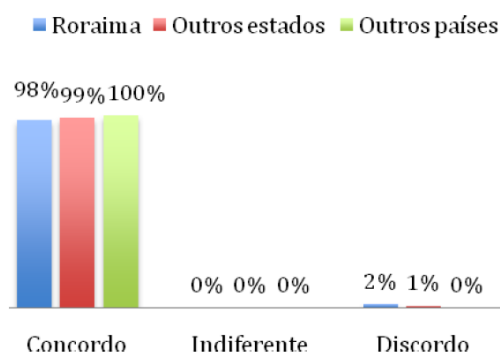
Figura 6 - Sinto-me acolhido/bem recebido chegando na RBV.



Fonte: Dados da pesquisa

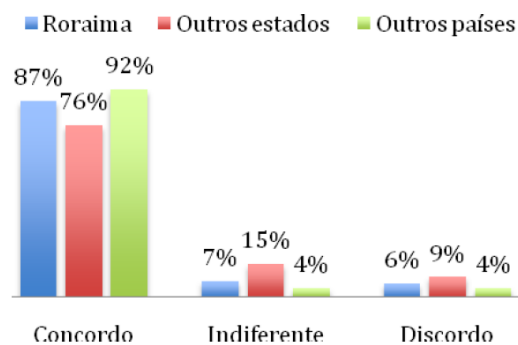
Analisando a opinião dos entrevistados referente à importância de um local prestando informações turísticas na rodoviária, verifica-se que os mesmos consideram a afirmativa de grande importância, sendo que em Roraima 98% concordam, Outros Estados 99% e Outros Países 100% (Fig.7). Em relação à falta de informações turísticas, a grande maioria da amostra concorda com a afirmativa, de acordo com a Figura 8, no entanto, alguns entrevistados discordaram ou ficaram indiferentes a afirmativa. Verificou-se nessa última afirmativa que para essa questão os entrevistados que discordaram utilizaram como critérios de avaliação as informações que obtiveram com as pessoas que trabalham na RBV, e os que possuem visão indiferente, observou-se que não estavam atentas para essa questão, por não necessitarem de informações durante sua viagem, o que as levou a não saber opinar a respeito da afirmativa abordada.

Figura 7 – Importância da prestação de informações turísticas na RBV.



Fonte: Dados da pesquisa

Figura 8 – Falta de informações turísticas na RBV.



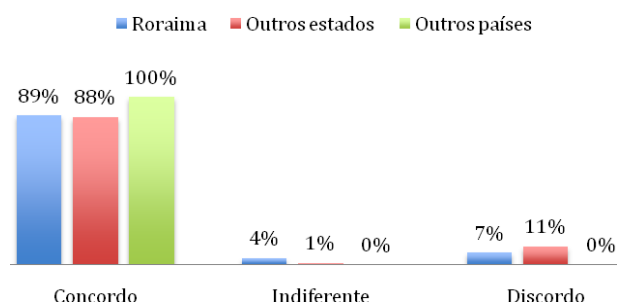
Fonte: Dados da pesquisa

Com relação a análise de percepções obtidas através dos dados a respeito da falta de informações na RBV dificultarem a chegada dos visitantes que não conhecem a cidade, os

dados demonstram que a maior parte da amostra concorda com a afirmativa (Fig.9), sendo em Roraima 89%, Outros Estados 88%, e em Outros Países os números são ainda mais expressivos, totalizando 100% de concordância dos entrevistados. Observa-se que grande parte dos visitantes percebe a carência de informações turísticas na RBV, além de reconhecerem que essa indisponibilidade de informações torna a viagem mais difícil para aqueles que não conhecem a localidade. Segundo relato de um visitante estrangeiro, que declarou que *“a falta de informações me fez não ficar aqui, irei para Manaus”* e *“talvez Roraima não queira turistas”*. Percebe-se que no contexto de bem receber, ao prestar informações turísticas traça-se um caminho que beneficia tanto aos turistas quanto à comunidade local.

Através dos relatos dos entrevistados é possível perceber a importância da hospitalidade no contexto público de bem receber, principalmente por meio das informações turísticas na chegada dos visitantes a um destino turístico, lembrando que Grinover (2007) apresenta o oferecer e receber informações como um mecanismo de hospitalidade. Assim, se percebe que a falta das mesmas pode, sim, prejudicar a chegada de um turista a um determinado destino e sua percepção acerca da hospitalidade.

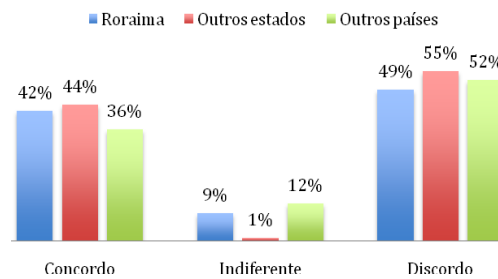
Figura 9 - A falta de informações na RBV e o interesse por conhecer a cidade.



Fonte: Dados da pesquisa

Considerando o apresentado por Grinover (2007) acerca das informações e da hospitalidade, pode-se dizer que atualmente na RBV o mecanismo de hospitalidade não é eficiente, tendo em vista a não existência de um centro de informações turísticas para atender aos visitantes que chegam e mesmo a população local. Essa carência é percebida pelos indivíduos da amostra entrevistada, que concorda, em sua maioria - 100% de Outros Países, 89% de Roraima e 88% de Outros Estados -, que esse fator dificulta a chegada de um visitante que não conhece a cidade e, conseqüentemente, pode-se dizer que essa questão influencia na construção da imagem acerca do município enquanto destino turístico.

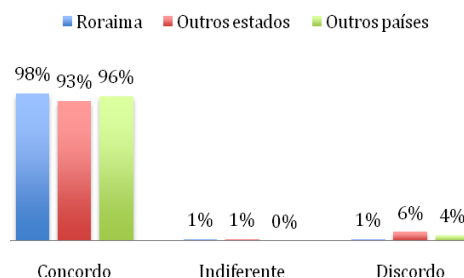
Quando os entrevistados foram questionados sobre se a falta de um centro de informações turísticas na Rodoviária poderia ser compensada pelas informações que as pessoas, voluntariamente, fornecem ao visitante, houve uma divisão de opiniões. No entanto, a quantidade de respostas negativas quanto às informações prestadas foi superior às positivas. Parte dos entrevistados não visualiza a compensação de um local de informações através do voluntariado das pessoas que trabalham ou encontram-se na Rodoviária, conforme pode ser observada na Figura 10 onde a discordância de Roraima é de 49%, a de Outros Estados de 55% e a de Outros Países de 52%.

Figura 10 - A informação institucionalizada na RBV versus a prestada voluntariamente.

Fonte: Dados da pesquisa

Mesmo não havendo um local específico de informações turísticas, muitas pessoas que trabalham na Rodoviária ou que circulam no local prestam certas informações aos visitantes, quando solicitadas. No entanto, vale ressaltar que a hospitalidade no contexto público, apresentada por Camargo (2004), está relacionada ao atendimento das expectativas de interação humana, dessa forma, a existência de um centro de informações turísticas se destinaria justamente a essa interação, as trocas do dar, receber e retribuir, resultando no bem receber as pessoas que chegam ao município de Boa Vista através da sua Estação Rodoviária.

Analisando a percepção dos entrevistados referente ao espaço da RBV, se este poderia ser melhor utilizado, verifica-se o alto grau de concordância, sendo em Roraima 98%, Outros Estados 93% e Outros Países 96% (Fig. 11). A questão buscou analisar até que ponto os visitantes estão satisfeitos com os serviços disponíveis, percebendo-se a insatisfação dos mesmos. Tendo em vista a reduzida diversidade nos serviços oferecidos no local atualmente, considera-se que o aumento na oferta dos mesmos levaria a uma maior satisfação por parte dos usuários da rodoviária.

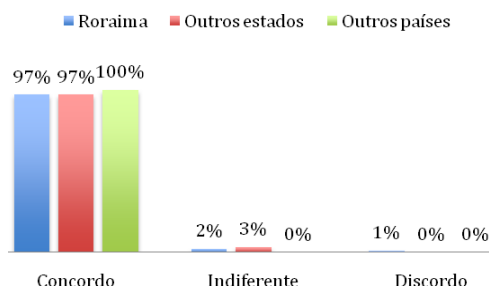
Figura 11 - O espaço da RBV e os serviços aos visitantes.

Fonte: Dados da pesquisa

Questionados os entrevistados a respeito de se a implantação de um centro de informações turísticas (CIT) na RBV facilitaria a chegada dos visitantes na cidade, verifica-se, na Figura 12, que os resultados das amostras são positivos, totalizando em Roraima 97%, Outros Estados 97% e Outros Países 100% dos indivíduos que concordam com a afirmativa. Faz-se necessário analisar esse resultado em conjunto com o apresentado anteriormente, na Figura 9, em relação a afirmativa “a falta de informações na RBV complica a chegada dos visitantes que não conhecem a cidade”, onde houve discordância de 11% (outros Estados) e 7% (Roraima). No

entanto, a maioria dos que discordaram, agora mostram-se indiferentes ou concordam que a existência de um CIT seria positiva para facilitar a chegada de visitantes ao município. Esse fator demonstra a percepção de que um local específico de informações turísticas na RBV é importante, sim, para os visitantes que chegam a cidade pela rodoviária.

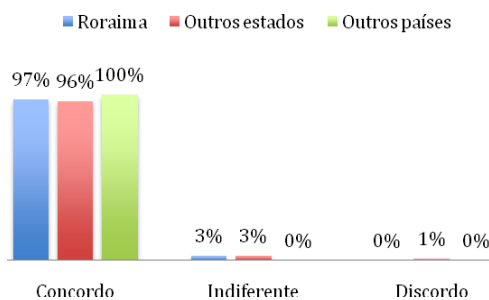
Figura 12 - O CIT na RBV e a facilitação de chegada na cidade.



Fonte: Dados da pesquisa

Relacionando estas questões com a posterior (Fig.13) nota-se a importância de um local para informações turísticas na Rodoviária de Boa Vista, contribuindo principalmente no bem receber aos visitantes que chegam ao município e, conseqüentemente, podendo ser percebido como um destino turístico hospitaleiro. Conforme a análise dos dados pode-se notar que os entrevistados acreditam que com um CIT na Rodoviária, o visitante seria mais bem recebido, com grande número de respostas positivas contabilizando em Roraima 97%, Outros Estados 96% e Outros Países 100%.

Figura 13 - Um CIT na RBV e o bem receber



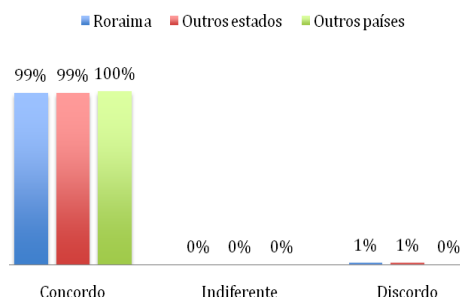
Fonte: Dados da pesquisa

Vale ressaltar que na primeira afirmativa apresentada à amostra da pesquisa, “Sinto-me acolhido/bem recebido chegando na RBV” (Fig.6), os resultados foram, em sua maioria, positivos, principalmente nas categorias Roraima (76% concordam e 20% discordam) e Outros Estados (80% concordam e 20% discordam), havendo uma percepção diferenciada na categoria Outros Países (60% concordam e 40% discordam). No entanto, após as demais afirmativas sobre as informações na Rodoviária, a grande maioria da amostra, que havia concordado sentir-se acolhido/bem recebido no local, também concordou que com a implantação de um centro de informações turística no local os visitantes sentir-se-iam mais bem recebidos, pois esse seria o espaço onde ocorreriam as trocas entre visitantes e visitados, espaço em que tanto os turistas quanto a população local poderiam buscar informações,

esclarecimentos e materiais de apoio, sendo então as informações turísticas um mecanismo de hospitalidade (Grinover, 2007).

Buscando identificar o interesse dos visitantes por parte das informações sobre Boa Vista, foi apresentada a afirmativa acerca de, na existência de um CIT na Rodoviária, se eles buscariam informações ou materiais tanto sobre a cidade como sobre o Estado. Nesta afirmação, as três amostras foram totalmente positivas, sendo que em Roraima e Outros Estados 99% concordam e Outros Países 100% concordam (Fig. 14).

Figura 14 – Presença de CIT na RBV e a busca por informações e materiais turísticos



Fonte: Dados da pesquisa

Dessa forma, percebe-se que se fosse instalado um local de informações turísticas, o mesmo teria uma procura considerável por parte dos visitantes que chegam na cidade. Atualmente, a Rodoviária Internacional de Boa Vista, assim como o Aeroporto Internacional de Boa Vista, são as principais portas de entrada para o município e o Estado, no entanto, em nenhum desses locais existem centros de informações turísticas. Através da análise dos dados coletados por meio desta pesquisa justifica-se a importância da implantação de um local destinado às informações turísticas na RBV, e mesmo no Aeroporto, tendo em vista o objetivo de bem receber os visitantes com hospitalidade e assim contribuindo para a caracterização de Boa Vista como um destino hospitaleiro, desde o primeiro contato do turista com esse destino.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desenvolver o Turismo de forma responsável é pensar em todos os âmbitos que fazem parte desta atividade. Dessa maneira, a hospitalidade deve permear todos os seus processos, com o objetivo de bem receber aos visitantes e, principalmente, tornar o destino um lugar agradável para a sua população local. Tendo em vista que o turista que chega a um destino busca primeiramente informações sobre o mesmo, considera-se as informações turísticas como associada à hospitalidade no contexto público, como fundamentais ao bem receber, pois caracterizam-se como o primeiro contato do turista com o destino, local onde há a primeira troca entre visitante e visitado. Sendo assim, é fundamental que um destino turístico proporcione hospitalidade tanto aos seus visitantes quanto aos seus moradores.

Considerando essas questões e com base nos resultados obtidos através da presente pesquisa, frisa-se a importância em fornecer informações turísticas nos locais de chegada dos visitantes, no caso, na Rodoviária de Boa Vista, local de chegada de turistas do próprio estado de Roraima, de outros estados do Brasil e de outros países. Atualmente, na RBV não há um local

que preste qualquer tipo de informação aos turistas que por ali transitam. Esses conseguem alguma informação através de solicitação a pessoas que se encontram de passagem ou que trabalham em outros serviços da rodoviária.

Os indivíduos que fizeram parte da amostra concordaram sentirem-se bem recebidos na RBV, quando em comparação com outras rodoviárias. Contudo, a grande maioria admitiu que a existência de um centro de informações turísticas contribuiria para que o visitante se sentisse melhor recebido e que, se esse serviço existisse no local, eles ali buscariam informações e materiais. Além disso, as porcentagens da amostra que concordaram com a importância de um local que disponibilizasse informações turísticas, que faltam na RBV, foram muito superiores às discordâncias. Dessa forma, é notável a percepção por parte dos visitantes integrantes da amostra, sobre a falta de informações turísticas na Rodoviária, bem como sobre a necessidade e a importância de um local com tal atendimento, contribuindo com a hospitalidade pública do município.

Vale ressaltar a associação das informações turísticas à questão da hospitalidade, considerando que “no cenário da hospitalidade não basta ser hospitaleiro para tornar-se um bom anfitrião, é importante interagir segundo o conjunto de crenças que motivam o indivíduo a receber alguém e lhe proporcionar cortesia” (Quadros, 2011, p.52). Sendo assim, não bastaria apenas a implantação de um centro de informações turísticas para que o atendimento aos visitantes na chegada a RBV seja hospitaleiro. Para tal são necessários profissionais qualificados e, acima de tudo, um bom planejamento. Considerando a importância do planejamento por parte dos destinos com vista a disponibilizar aos turistas e moradores locais informações precisas e atualizadas da localidade, o que pode facilitar e influenciar positivamente na escolha dos serviços, na hospitalidade, e, conseqüentemente, na satisfação tanto dos visitantes, quanto dos residentes.

REFERÊNCIAS

- Brotherton, B. & Wood, R. C. (2004). Hospitalidade e administração da hospitalidade. In: Lashley, C. & Morrison, A. (orgs.). *Em busca da hospitalidade: perspectivas de um mundo globalizado*. São Paulo: Manole.
- Camargo, L.O. de L. (2004). *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph.
- Camargo, L.O. de L. (2003). Hospitalidade. In: Dencker, A. & Bueno, M. S. (orgs.) *Hospitalidade: Cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- Coriolano, L. (2001). Turismo e degradação ambiental no litoral do Ceará. In: Lemos, A. (org.) *Turismo: impactos socioambientais*. São Paulo: Hucitec.
- Cruz, R. de C. A. (2000). Hospitalidade turística e fenômeno urbano no Brasil: considerações gerais. In: Dias, C. M. (org.). *Hospitalidade: reflexões e perspectivas*. Barueri, SP: Manole.
- Grinover, L. (2007). *A hospitalidade, a cidade e o turismo*. São Paulo: Aleph.
- Marconi, M. & Lakatos, E. (1996). *Técnicas de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Mauss, M. (1974). *Sociologia e antropologia*. São Paulo: Edusp.

Oliveira, D. (1993). *Sistemas de informações gerenciais: estratégicas, táticas operacionais*. São Paulo: Atlas.

Quadros, A. H. de. (2011). A hospitalidade e o diferencial competitivo das empresas prestadoras de serviço. *In: Revista Hospitalidade*. São Paulo, V 8, n. 1, pp. 43-57.

Teixeira, P. R. (2009). *A visão da população de Mostardas e Tavares – RS sobre a contribuição do turismo no Parque Nacional da Lagoa do Peixe ao desenvolvimento local*. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul – UCS, Caxias do Sul.

Recebido em 2013-11-04

Revisões pelos autores em 2014-03-13

Aprovado em 2014-04-06