PESQUISAS DE PERFIL DO MORADOR, PERFIL DO VISITANTE E FLUXO TURÍSTICO: EXPOSIÇÃO AGROPECUÁRIA TURÍSTICA E INDUSTRIAL DE QUISSAMÃ – 2006

ALBUQUERQUE, Gustavo Silveira
COSTA, Cléo Taveira Martins
FRÓES, Luiza Regina Simão
Universidade Federal Fluminense (UFF)
Grupo de Desenvolvimento Tecnológico Harmonia Homem e Habitat (3Hs)
gustavo@3hs.org.br
cleotaveira@hotmail.com
luizafroes@gmail.com

INTRODUÇÃO

As exposições agropecuárias são comuns no inverno da Região da Costa do Sol – Norte Fluminense do estado do Rio de Janeiro. Os eventos que oferecem shows musicais, exposição de animais e produtos rurais e gastronomia a preços populares (ou mesmo gratuitamente) trazem para a região, milhares de turistas.

A XV Exposição Agropecuária Turística e Industrial do Município de Quissamã, que aconteceu do dia 14 ao dia 17 de julho de 2006, superou, em público, todos os anos anteriores: prestigiaram o evento, aproximadamente, 80 mil pessoas – segundo dados da prefeitura.

Aproveitando o evento de maior procura e consumo da cidade, a equipe do Projeto Jurubatiba Sustentável: Turismo de Base Comunitária - Quissamã – RJ – Brasil que é financiado pelo Projeto Demonstrativo da Amazônia (PDA) Componente Mata Atlântica e tem como entidade proponente o Grupo de Desenvolvimento Tecnológico Harmonia, Homem e Habitat (ONG 3hs), com o apoio da Universidade Federal Fluminense (UFF) e a Prefeitura Municipal de Quissamã (PMQ) elaborou uma pesquisa que visou definir o perfil visitantes que freqüenta a feira e também o fluxo de veículos nesse período.

A demanda é a expressão em números do consumo turístico e "pode ser, teórica e genericamente, interpretada como a quantidade de bens e serviços turísticos que os consumidores desejam e estão dispostos a adquirir por um dado preço e um dado

período de tempo" (LAGE e MILONE, 2000). É a análise desses números que permite planejar a oferta de bens e serviços turísticos, a partir de uma Linha de Base.

Quissamã é um município novo, emancipado há apenas 17 anos – antes era integrado ao município de Macaé – mas com uma história de séculos. Por aqui passaram D Pedro II e Princesa Isabel - entre outros nomes históricos – e descendentes de negros escravos ainda vivem nas senzalas, dançam o Fado e o Jongo e oferecem aos turistas a culinária ensinada por seus entepassados. Faz parte do município o único parque de nacional de restinga – a maior do país, o PARNA de Jurubatiba. Quissamã recebe royalites de petróleo e com ele investe em obras de infra-estrutura como asfalto, saneamento básico, eletrificação rural e irrigação para pequenos e médios produtores.

OBJETIVOS

O objetivo principal foi definir o perfil dos visitantes dos grandes eventos de Quissamã, além de fazer da pesquisa uma prévia para o inventário turístico, que foi iniciado posteriormente.

A equipe idealizadora pensou na Exposição por ser esse o evento de maior porte e importância do calendário do município, atraindo milhares de turistas de todo o Brasil e inclusive de outros paises.

METODOLOGIA

Em um primeiro momento foram realizadas reuniões entre os coordenadores do Projeto, professores da UFF e representantes da prefeitura para a elaboração dos formulários a serem aplicados, que seguiu – basicamente – o modelo do coordenador do curso de turismo da UFF, Aguinaldo César Fratucci.

A etapa seguinte foi selecionar, contratar e capacitar esses estagiários. A capacitação aconteceu no núcleo do Projeto e foi realizada pela mesma equipe que elaborou a pesquisa.

Ao longo dos encontros ficou decidido que as entrevistas seriam feitas por estagiários da UFF, devidamente uniformizados com camisas, bonés e crachás trazendo o logo do Projeto e seus parceiros no trabalho – porém sem identificação para evitar qualquer abordagem inoportuna. Cada entrevistado recebeu uma caneta, também com o logo do Projeto, como agradecimento.

Quanto a amostragem, ficou decidido o preenchimento de 400 formulários para cada universo – moradores e visitantes – obtendo uma margem de erro de 3 a 5%, segundo Licínio Esmeraldo da Silva, professor de estatística da UFF.

A pesquisa foi realizada em dois pontos, o Parque de Exposições Renato de Queirós Carneiro da Silva, onde acontece o evento, e o Pórtico na entrada do município. Para trabalhar no interior do Parque, os estagiários foram divididos em duas equipes que se revesavam em dois turnos – tarde e noite. No Pórtico eram 4 duplas, se revesando a cada três horas, num total de 12 horas.

Ao final da pesquisa os formulários foram tabulados e cruzados e o resultado divulgado em reunião do Conselho Municipal de Turismo – COMTUR.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados da primeira pesquisa de opinião com os visitantes da Exposição Agropecuária Turística e Industrial de Quissamã vieram confirmar uma série de dados que, até então eram apenas deduzidos por organizadores.

Nos quatro dias de evento obtivemos um total de 381 moradores e 530 visitantes entrevistados no parque e 1893 moradores e 8592 visitantes no pórtico.

Ficou claro que o grande motivo que traz o visitante de fora do município para o evento são os shows musicais, divulgados sistematicamente em emissoras de rádio e no canal de televisão regionais. O evento, que tem entrada gratuita, acaba por atrair um público jovem, com baixa renda média que tem um gasto bastante reduzido durante sua visita e que permanece na cidade apenas por algumas horas, não se hospedando e nem utilizando os diversos equipamentos e serviços disponíveis (restaurantes, bares, pousadas, etc.).

Em relação à origem dos visitantes da Exposição os dados obtidos no Pórtico e no Parque de Exposição diferem significativamente quando considerados os dois principais centros emissores. O Pórtico de Entrada mostra que cerca de 40% vem de Macaé, enquanto que apenas 20% vem de Campos dos Goytacazes. Já na amostragem obtida no Parque esse cenário é invertido, registrando 42% oriundos de Campos dos Goytacazes e apenas 14% de Macaé. Isto se deve, principalmente, ao fato de que os

visitantes de Macaé utilizam o acesso pelo Pórtico quase que obrigatoriamente, restando-lhes alternativas secundárias através de estradas vicinais. Já os visitantes de Campos dos Goytacazes possuem várias outras alternativas de acesso (pelos distritos de Barra do Furado e Dores de Macaé, por exemplo), reduzindo, assim, seu registro no Pórtico.

Quanto a divulgação do evento notamos que a televisão é a mídia mais forte nesse aspecto (37,3%) e, praticamente não há a intervenção de agentes / operadores de turismo na vinda de visitantes (apenas 0,2% vieram através de agências de viagens), demonstrando que o município de Quissamã ainda não é conhecido pelo mercado como um produto turístico pronto para a comercialização.

Percebe-se ainda, pelos resultados que mais da metade dos visitantes não tem intenção de visitar outros atrativos turísticos da cidade e, que a maioria ou está vindo pela primeira vez ou só vem para a Exposição.

De um modo geral, os diversos itens relacionados ao evento e à cidade, tiveram uma avaliação boa pela maioria dos entrevistados que declararam que suas expectativas foram superadas com a visita. Merecem destaque, tanto em relação ao município quanto à Exposição, as avaliações ligadas à segurança - considerada boa por 73% dos entrevistados.

Considerando que o principal fator de divulgação de qualquer produto turístico é a propaganda espontânea (o famoso "boca a boca"), feita por aqueles que já o consumiram, a pesquisa indica um bom resultado, pois 96% dos entrevistados declararam ter intenção de recomendar a visita à Exposição para outras pessoas, e 97,5% tinham intenção de retornar ao município em outras oportunidades.

Os resultados das entrevistas feitas com os moradores que estavam visitando a Exposição Agropecuária indicam indícios bastante significativos para as análises e propostas para o desenvolvimento turístico do município. O evento, para o morador, além de ser uma oportunidade de entretenimento, mostra-se como uma oportunidade de trabalho e complementação da renda familiar.

Os números indicam também que a faixa etária dos freqüentadores é basicamente de jovens, com pequena presença do público da terceira idade e, com renda média abaixo de dois salários mínimos.

O morador entrevistado, de um modo geral, fez uma boa avaliação do evento, considerando apenas os preços praticados como um ponto regular ou ruim.

Quanto ao desenvolvimento turístico do município, percebe-se que a maioria dos entrevistados considera que é possível que ele ocorra, pois vêem potencialidade para isto. Entretanto, quando perguntados sobre quais seriam os principais atrativos potenciais do município, nota-se certa falta de consciência do potencial existente em cada um deles.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através do cruzamento de dados foi possível perceber que a maioria dos visitantes não conhece a cultura local, sendo o principal motivo da visita apenas a exposição.

Em um evento que atrai milhares de visitantes é um desperdício não divulgar a riqueza histórica que Quissamã tem a oferecer. O turista vem e vai embora sem sentir a vida local, mantendo uma relação de não-lugar com a cidade.

O fado e o jongo dançados por descendentes de negros escravos, por exemplo, poderiam ser apresentados no palco principal antes dos shows, sendo, assim, assistido pela grande massa que freqüenta o evento.

À Quissamã pertencem grandes artistas e artesãos, e essas obras aparecem muito timidamente na feira, dividindo espaço com outros produtos comerciais sem valor cultural. Quadros, artesanato feito da fibra do coco, bonecas de pano, música e poesia merecem um lugar de destaque que poderia ser um saguão próprio, decorado pelos artistas, com espaço para poetas e músicos, onde o turista pudesse vivenciar a cultura local.

Casarões históricos da época do ciclo da cana-de-açúcar que ainda tem seus móveis originais já estão preparados para receber turistas e poderiam ser divulgados através de folders, cartazes, artistas caracterizados e vídeos mostrados em telões da exposição nos intervalos das apresentações.

Outro bem riquíssimo totalmente desconhecido pela maioria dos visitantes é a gastronomia. A culinária que nasceu nas senzalas, oriunda do improviso dos negros que aproveitavam o que sobrava dos grandes casarões, não pode ser ignorada pelos organizadores do maior evento da cidade. A Feijoada de Peixe, a Carne Seca com Sopa de Leite, a Farofa de Carne, o Bolo de Feijão e de Aipim com Milho, Tapioca com

Pasta de Sasá junto a herança dos portugueses representada principalmente pelo Pastel de Nata retratam o Brasil colônia.

A Exposição também deveria ser o principal meio de divulgar outros eventos do calendário quissamaense, como o festival de verão, a festa da padroeira e o aniversário da cidade, entre outros.

Essas e outras soluções simples seriam suficientes para aguçar a curiosidade do visitante e estimular o sentimento de identidade e pertencimento do morador.

AGRADECIMENTOS

A elaboração do presente artigo não seria possível sem o trabalho de uma grandiosa equipe que tornou possível o estudo de demanda na XV Exposição Agropecuária Turística e Industrial do município de Quissamã.

Coordenação:

Aguinaldo César Fratucci – UFF

Dalila Silva Mello – CEFET Campos

José Ricardo Pedruzzi – ONG 3hs

Estagiários do Curso de Turismo UFF:

Alcione de Oliveira Roque

Bruna Dias Morales

Evandro Marins Fraga

Flávio Majerowicz Quirino

Guilherme Scarpi Nespoli

Jéssica de Oliveira Monteiro

Lourdimary Batista da Silva

Marcella Peçanha Paranhos

Marcello Tavares Deveza

Melanie Brandy Ponte Martung

Munik Barbosa Ferreira Dutra

Rafael Cabral da Silva

Rita de Cássia Figueiredo da Silva Lemos

Robson Vieira Moreira Junior

Silvana Guimarães Ferreira
Thamiris Medeiros Rangel
Thiago Ramos da Silva
Victor Nogueira da Gama Campos Neto
William Walmor Carvalho de Freitas

Apoio:

Antônio Carlos Xavier – Guarda Municipal

Carolina Domingues Fonseca – ONG 3hs

Germano Rangel – CEFET Campos

Licinio Esmeraldo da Silva – UFF

Marisa Magalhães – DEPTUR – PMQ

REFERÊNCIAS

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. "Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo", São Paulo: Futura: 2002.

PETROCCHI, Mário. "Gestão de Pólos Turísticos", São Paulo: Futura: 2001.

INTRODUÇÃO AO TURISMO / direção e redação Amparo Sancho; traduzido por Dolores Martin Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

MOTA, Keila Cristina Nicolau. "Marketing Turístico: promovendo uma atividade sazonal". São Paulo: Atlas, 2001.

LAGE, Beatriz Helena Gelas & MILONE, Paulo César. "Turismo: Teoria e Prática". São Paulo: Sipione, 2000.

RELATÓRIO DA PESQUISA DE DEMANDA DA XV EXPOSIÇÃO AGROPECUÁRIA TURÍSTICA E INDUSTRIAL DE QUISSAMÃ do Projeto Jurubatiba Sustentável: Turismo de Base Comunitária – Quissamã – RJ – Brasil. 2006