

S. Paulo: turistas falam de Brasília

Pesquisa de campo realizada pelos alunos do Curso Superior de Turismo da UPIS, de São Paulo, no último semestre, oferece interessantes dados sobre a reação dos turistas frente aos serviços e preços da hotelaria, restaurantes, recreação (bates e cinemas), lojas e táxis brasilienses. A motivação, o tempo de permanência, a imagem de Brasília no estrangeiro e a opinião sobre aspectos políticos, econômicos, sociais e culturais também foram pesquisados pelos alunos, que entrevistaram nacionais e estrangeiros, nos principais pontos turísticos da cidade, totalizando 160 questionários, dos quais 65 se referiam a estrangeiros de diversos países.

MOTIVOS E DURAÇÃO DA VIAGEM

Mais da metade dos turistas viajou a Brasília com finalidade exclusiva de turismo, passeio e para conhecer a nova Capital. Outros tipos de viagem foram identificados, predominando o comparecimento a congressos e simpósios. Em seguida, negócios e serviço, estudo, desejo de conhecer a arquitetura e até tratamento de saúde.

Um grande percentual (66,9%) permaneceu em Brasília de um a sete dias, seguindo-se os que ficaram de oito a 15 dias (18%) e mais de 16 dias (10, 7%), mostrando um aumento de interesse, embora individualmente o maior número (35%) tenha permanecido apenas de 1 a 3 dias. Ao mesmo tempo ficou evidente que apenas uma vez não é o suficiente para conhecer a cidade, pois 45,80% já haviam estado em Brasília entre uma e cinco vezes. Por outro lado, 79 pessoas (49,30%) viajavam pela primeira vez. Ao mesmo tempo, 71,9% pensam em voltar e apenas 4,3% disseram que não voltam.

IMAGEM DE BRASÍLIA

A projeção de Brasília no exterior foi obtida através de pergunta destinada exclusivamente aos turistas estrangeiros, obtendo-se a maioria de opiniões (35%) sobre a cidade como "famosa pela arquitetura"; 15,6% "Boa, apesar de pouco divulgada"; 9,6% para "Pouco conhecida" e, paradoxalmente, igual percentual para "Bem conhecida". Outras respostas: "Cidade Moderna", "Fama dos planejadores", "Cidade sem poluição", "Maravilhosa, espacial", "Um país em progresso", "Capital de um país subdesenvolvido", "Maravilha do Século XX", "Muito sensacionalismo", "Cidade esquisita, estranha".

Dos turistas estrangeiros, 84,4% declararam não terem tido dificuldades com o

idioma, por conhecerem a língua portuguesa, terem utilizado intérpretes ou se terem feito entender. Somente 16,6% tiveram dificuldades, a maioria se queixando da falta de intérpretes.

ANTES E DEPOIS DA VIAGEM

Indagados sobre como apreciavam os aspectos políticos, econômicos, sociais e culturais do Brasil, após sua visita, em relação ao conhecimento anterior, assim se manifestaram os turistas estrangeiros: Aspectos Políticos — "Melhor": 23%, "Igual", 15,3%; "Pior", 6,1% não opinaram 55,3%. Econômicos — "Melhor", 46,2%; "Igual", 26,1%; "Pior", 12,3%; não opinaram 13,8%. Sociais — "Melhor", 52,4%; "Igual", 26,1%; "Pior", 12,3%; não opinaram 9,2%. Culturais — "Melhor", 46,2%; "Igual", 26,1%; "Pior", 12,3%; não opinaram 15,4%.

OS SERVIÇOS

Sobre os preços e qualidade dos serviços essenciais do turismo as perguntas incidiram sobre turistas nacionais e estrangeiros, com o seguinte resultado: Hotéis — "Caros" e "Um pouco caros", 65,2%; "Normais", 25,2%. Restaurantes — "Caros" e "Um pouco caros", 59,3%; "Normais", 37,1. Boates — respectivamente 34,2% e 36,3. Cinemas, 15,2% e 46,8%, aparecendo ainda "Baratos" 11,8%. Lojas — 74,4% e 17,4%. Táxis, 30,6% 41,2% e ainda "Baratos" com 19,4%.

Quanto ao atendimento, os resultados foram: acerca do pessoal especializado: Hotéis — "Escasso", 23,4%; "Suficiente", 57,1%; Restaurantes — "Escasso", 35,2%; "Suficiente", 55,9%. Boates — "Escasso", 18,1% "Suficiente", 41,9%. Lojas — "Escasso", 34,4%; "Suficiente", 50%. Aeroporto — "Escasso", 13,7%; "Suficiente", 70%. Agências — "Escassa", 16,8%; "Suficiente", 35,6%.

Em relação à qualidade do serviço: Hotéis — "Rápido", 37,5%; "Lento", 46,3%; Restaurantes — "Rápido", 31,2%; "Lento", 63,7%; Boates — "Rápido" 25,2%, "Lento", 24,8%. Cinema — "Rápido", 49,9%. "Lento", 11,4%. Lojas — "Rápido", 35,6%; "Lento", 52%. Aeroporto — "Rápido", 65%; "Lento", 22,6%. Agências — "Rápido", 26,2%. "Lento", 28,6%.

As pesquisas do campo do Curso Superior de Turismo da UPIS serão realizadas semestralmente, paralelas ao estudo dos núcleos receptoras e emissores brasileiros.