



A imagem da cidade do Rio de Janeiro para os paulistanos: fatores que influenciam na motivação de visita desta demanda à cidade

The image of the Rio de Janeiro city to São Paulo: factors that influence the motivation of this demand to visit the city

La imagen de la ciudad de Rio de Janeiro a São Paulo: factores que influyen en la motivación de esta demanda para visitar la ciudad.

Leandro Antonio da Costa <leandro.lord@gmail.com >

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo (IFSP), São Paulo, SP, Brasil.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 22-fev-2011

Aceite: 06-dez-2011

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

COSTA, L. A. A imagem da cidade do Rio de Janeiro para os paulistanos: fatores que influenciam na motivação de visita desta demanda à cidade. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 12, n. 1, p.01-16, abr. 2012.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



PATROCÍNIO



Resumo: A cidade do Rio de Janeiro destaca-se como um dos destinos turísticos mais famosos do mundo. Atualmente, os turistas oriundos da cidade de São Paulo representam para este destino a maioria dos turistas brasileiros. Diante disto, o presente artigo tem como objetivo principal investigar alguns aspectos que influenciam na motivação da visita e na imagem que os cidadãos do município de São Paulo retêm da cidade do Rio de Janeiro. Para tanto, buscou-se ilustrar dois fatores que poderiam caracterizar influência negativa na motivação de viagem à capital fluminense: a associação da violência à imagem da cidade do Rio e rivalidades entre paulistanos e cariocas. Além de fontes teóricas, foi realizada pesquisa de campo em pontos considerados como principais canais de entrada e saída de turistas entre as duas cidades: o Aeroporto de Congonhas e o Terminal Rodoviário do Tietê. O resultado da pesquisa revelou diferenças entre os conceitos dos paulistanos que já viajaram a capital fluminense e os que ainda não o fizeram.

Palavras-chave: Cidade do Rio de Janeiro; Cidade de São Paulo; Imagem; Motivação de viagem; Turismo.

Abstract: The Rio de Janeiro city stands out as one of the more famous tourist destinies of the world. Nowadays, the tourists originating from São Paulo city represent most of the Brazilian tourists in this capital. In front of this, the present article has as main objective to investigate some aspects that can influence in the visit's motivation and in the image that the citizens of São Paulo city notice Rio de Janeiro capital. For so much, it was looked for to illustrate two factors that could characterize negative influence in the trip motivation to the Rio city: the association of violence to the image of the Rio city and rivalry between persons from São Paulo city and persons from Rio de Janeiro city. Besides these theoretical sources, field research was accomplished in points considered as main entrance channels and tourists' exit among the two cities: the Congonhas Airport and the Tietê Bus Terminal. The result of the research revealed differences among the persons from São Paulo concepts that already traveled the city of Rio de Janeiro and the ones that didn't still make him.

Keywords: Rio de Janeiro city; São Paulo city; Image; Trip motivation; Tourism.

Resumen: La ciudad de Rio de Janeiro se destaca como uno de los destinos turísticos más populares del mundo. Hoy en día, los turistas de la ciudad de São Paulo para este destino representan la mayoría de los turistas brasileños. Dado lo anterior, este trabajo tiene como objetivo investigar algunos aspectos que influyen en la motivación de la visita y la imagen que los ciudadanos de São Paulo mantienen de la ciudad de Rio de Janeiro. Con este fin, hemos tratado de ilustrar dos factores que podrían constituir una influencia negativa en la motivación de los viajes a la capital del estado de Rio: la asociación de la violencia a la imagen de la ciudad de Rio y São Paulo y las rivalidades entre los habitantes de ambas ciudades. Además de las fuentes teóricas, investigación de campo se llevó a cabo en los puntos considerados como los principales canales de entrada y salida de turistas entre las dos ciudades: Aeropuerto de Congonhas y la terminal de autobuses Tietê. Los resultados de la encuesta reveló diferencias entre los conceptos de São Paulo que han viajado la capital del estado y los que no lo han hecho.

Palavras clave: Ciudad de Rio de Janeiro; Ciudad de Sao Paulo; Imagen; Motivación de los viajes; Turismo.

Introdução

Há pouco mais de quatrocentos quilômetros da capital paulista está situada a cidade do Rio de Janeiro. Esta, considerada um dos principais centros culturais, financeiros e econômicos do Brasil, é internacionalmente conhecida por diversos ícones culturais e paisagísticos. Atualmente, destaca-se no cenário esportivo, pois foi sede dos Jogos Panamericanos no ano de 2007 e será a primeira cidade da América do Sul a sediar os Jogos Olímpicos 2016. A Associação Rio Convention & Visitors Bureau (2009), em seu sítio na internet, resume importantes aspectos sobre o turismo na capital fluminense:

A cidade do Rio de Janeiro recebe anualmente mais de 2 milhões de turistas estrangeiros, o que a situa como a cidade mais visitada do país, segundo a EMBRATUR, com uma participação próxima de 33% do total de turistas estrangeiros. No turismo doméstico recebe mais de 5,0 milhões de visitantes/ano.

Segundo a Associação Brasileira de Hotéis do Estado do Rio de Janeiro (ABIH-RJ) a taxa de ocupação média no ano de 2008 das unidades de hospedagem (UH) foi de 65,86%, sendo esta a média mais alta desde o ano de 2001. Ainda neste ano, a diária média das unidades de hospedagem vendidas (em reais) foi de 266,62 e o tempo médio de permanência de três dias.

E ainda, de acordo com pesquisas da mesma Associação, dentre os turistas de procedência nacional, os provenientes da capital paulista foram os principais clientes do setor. Os paulistanos representaram praticamente metade dos hóspedes provindos de cidades brasileiras, por conseguinte, demonstra que os visitantes oriundos da cidade de São Paulo totalizaram 22,62% dos turistas (brasileiros e estrangeiros) na cidade do Rio de Janeiro durante o ano de 2008.

Vista a notoriedade da capital fluminense como destino turístico mundial, e dada a grande incidência de turistas paulistanos, o presente artigo tem como objetivo principal investigar alguns aspectos que podem influenciar na motivação da visita e na imagem que os cidadãos do município de São Paulo retêm da cidade do Rio de Janeiro.

Os procedimentos metodológicos empregados no presente artigo, com vista à obtenção de dados, resumem-se na consulta de diferentes fontes teóricas, todas elas baseadas em informações qualitativas, quantitativas e descritivas. Além destas consultas, foi aplicado entre os dias 18 de Outubro de 2008 e 25 de Outubro de 2008 um questionário a um universo de 100 pessoas na cidade de São Paulo. Sendo metade destas, abordadas em frente ao Aeroporto de Congonhas e a outra metade em uma das vias de entrada e saída de passageiros do Terminal Rodoviário do Tietê. O questionário foi composto com vinte e um itens. A escolha dos dois locais foi baseada na importância destes locais como canais de entrada e saída de turistas entre as duas cidades e na expectativa de que haveria diferenças de perfil de entrevistados. Acredita-se que a comparação e a distinção de perfis com base nos locais revelariam diferentes comportamentos em relação às indagações. Fato este que durante a aplicação dos questionários e posterior tabulação das respostas obtidas confirmou-se, porém com nuances mínimas. Diante da computação dos dados estabeleceu-se a divisão em dois blocos com finalidade de direcionar a abordagem do artigo. O primeiro bloco é de participantes que afirmaram já ter visitado a cidade do Rio de Janeiro (Bloco I) e o segundo de participantes que afirmaram nunca ter ido à capital fluminense (Bloco II).

Conjuntamente com o desenvolvimento da pesquisa, desde o início, foram realizadas incursões mensais ao município do Rio de Janeiro. Embora estas viagens possuísem como objetivos principais descanso e lazer, sua vivência foi importante para o presente trabalho. Através destas visitas, tornou-se possível visualizar comportamentos de moradores e de turistas e perceber algumas virtudes e deficiências do destino, além de amadurecimento para direcionar a motivação para o tema, definir abordagens e elaborar questionário.

Valendo-se então, da experiência como turista e munido de informações observadas *in loco* e pesquisadas em outras fontes, foi possível abordar algumas das características que ilustram as motivações dos paulistanos para visitar ou deixar de visitar a cidade do Rio de Janeiro e aspectos que influenciam na construção da imagem deste destino para os habitantes que nasceram ou residem na cidade de São Paulo.

Estatísticas da ocupação da rede de hospedagem carioca

A ABIH-RJ apresentou em seu anuário estatístico de 2008 que a procedência dos hóspedes da rede hoteleira carioca foi de 46,63% de turistas internacionais e 53,37% de turistas nacionais.

Dos turistas de procedência nacional, os provenientes da capital paulista foram os principais clientes do setor hoteleiro. Os paulistanos representaram praticamente a metade dos hóspedes provenientes de cidades brasileiras. Tal fato denota que os visitantes originários da cidade de São Paulo representaram 22,62% dos turistas na cidade do Rio de Janeiro durante o ano de 2008.

Estimou-se que, no ano em consideração, 2 milhões de turistas, aproximadamente, instalados em unidades de hospedagem da cidade tenham visitado o município do Rio de Janeiro. Portanto, os turistas de procedência paulistana totalizaram, mais de 400 mil hóspedes.

Segundo este mesmo anuário pode-se deduzir ainda que, 12,79% dos hóspedes paulistanos ocuparam unidades de hospedagem de categoria *cinco estrelas*, que 22,42% optaram pelas UHs de *quatro estrelas*, 21,41% hospedaram-se na categoria *três estrelas*, 14,44% em *duas estrelas* e que 16,67% permaneceram em *flats* durante sua estadia na cidade.

Curiosamente, os hóspedes provenientes de outras cidades do Estado de São Paulo representaram 5,31% dos clientes do setor hoteleiro, o segundo lugar na ocupação nas UHs da capital fluminense.

Em consideração a estes números, faz-se interessante citar informações publicadas na Revista da Folha em 13 de junho de 2005. Publicou-se no periódico o resultado de uma pesquisa do instituto Datafolha que revelou que o paulistano viaja muito: 60% nas férias e 50% nos feriados e que o dito bairrismo trata-se de algo ultrapassado, pois segundo a revista, os paulistanos que viajam habitualmente, elegeram o Rio de Janeiro como a cidade brasileira que mais gostaram de conhecer.

A imagem da capital fluminense associada à violência

Kotler (1994) menciona que a imagem de um local é a soma de crenças, idéias e impressões que uma pessoa pode ter sobre ele.

De acordo com Mansfeld (1995), os efeitos da violência são extremamente negativos para a indústria do turismo, faz-se reduzir a demanda por viagens às regiões entre as quais, tem essa característica mais fortemente vista.

É atualmente bastante comum constatar no discurso de populares, pensamentos que associam a cidade do Rio de Janeiro ao crime, narcotráfico e violência urbana. Os jornais sejam eles impressos, televisionados ou publicados em sítios de notícias na internet apresentam frequentemente matérias que ratificam estas ideias que podem estar arraigadas na opinião pública.

Em entrevista ao Diário de Notícias no mês de Novembro de 2007, o então prefeito do Rio de Janeiro César Maia ao ser indagado sobre como é que o município do Rio conjugava a imagem de “Cidade Maravilhosa” com a violência, retrucou o seguinte:

Já no final dos anos 70, instituiu-se no Rio um corredor de exportação de cocaína para a Europa, que vem da Bolívia, do Peru e da Colômbia. Os traficantes usam as armas para ocupar e defender o território. Só no Rio, há 2400 homicídios por ano e três mil mortes violentas. A taxa de homicídios é 40 por cem mil habitantes. Contudo, o Rio de Janeiro recebe 37% dos turistas do Brasil, e esses números mantêm-se. Como é possível com as notícias de tantos tiros na CNN? O turismo propaga-se boca a boca. A experiência de um turista é contada para o outro e o turista não tem essa experiência no seu cotidiano.

Percebe-se na fala de César Maia que mesmo ele, na postura de administrador da cidade e político, admite que a violência seja um grave problema na metrópole. O mesmo reforça seu comentário nos apresentando números de homicídios e mortes violentas no município. E nos reforça o fato de que os noticiários veiculam notícias a este respeito constantemente.

Muitas foram as fontes pesquisadas, e como citado anteriormente, surpreende a quantidade de periódicos, em diferentes veículos, em que se dispõe ou noticia sobre ações criminosas ocorridas na capital do estado do Rio de Janeiro.

Uma interessante ilustração para o assunto é o *You Tube* (2009) sítio da internet que permite que seus usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital. Tornou-se hoje, um meio popular e muito rápido de disseminação de informações. Diferente de alguns sítios que permeiam somente o meio da rede mundial de computadores, o *You Tube* transpõe este universo, pois vídeos postados no sítio são comumente veiculados pela televisão, atingindo assim a população que ainda não possui acesso a este meio.

No *You Tube* estão atualmente disponíveis inúmeros vídeos que ilustram a violência em diferentes bairros da capital fluminense. Algumas produções são caseiras e supostamente conseguidas de maneira secreta ou escondida, já outras são gravações de trechos de programas jornalísticos das televisões do Brasil e do mundo. Geralmente, são imagens que retratam momentos de conflito entre policiais e traficantes, ações do cotidiano de todos os agentes envolvidos no narcotráfico, assaltos em plena luz do dia, tiroteios, aborgadens abusivas e agressivas da polícia, entre outros. Enfim, são imagens disponíveis para acesso de qualquer internauta, em qualquer parte do planeta, que veiculam a cidade do Rio de Janeiro como sendo uma terra de conflito constante. Alguns vídeos do *You Tube* disponíveis a menos de um ano com este tema chegam a ultrapassar marca de 700 mil exibições, número este que proporcionalmente é muito maior, visto que ao buscar no site vídeos com a palavra *violência* e *rio de janeiro* são verificados mais de 1300 resultados.

No mesmo sítio da internet verifica-se que outras capitais brasileiras não apresentam tantos vídeos com a mesma abordagem. São Paulo aparece com cerca de 800 vídeos relacionados a violência, no entanto o número de exibições dos principais vídeos não chega a 300 mil.

Ainda pode-se inferir que a propagação da violência na cidade do Rio de Janeiro pode transpor o meio jornalístico. Pois, é uma realidade no cinema nacional as enormes bilheterias que angariaram filmes como *Cidade de Deus* e *Tropa de Elite*, por exemplo.

Segundo o sítio da internet Achei USA, um dos jogos de videogame mais violentos, o *Call of Duty* já vendeu mais de 10 milhões de cópias pelo mundo. O sítio afirma que este ano será lançada nova edição deste jogo que trará imagens de uma favela ao pé do Cristo Redentor como um dos cenários. Além do Rio de Janeiro, outras áreas de conflito também estarão retratadas na fita, como a Rússia e o Oriente Médio. O jogador assume o papel de militares de uma força especial no combate a inimigos e para tanto conta com um arsenal variado que inclui lança-granadas, sub-metralhadoras, mísseis guiados, rifles de assalto e pistolas automáticas.

Outro fato que obteve bastante repercussão em janeiro de 2009 foi a realização de uma campanha publicitária de uma rede de roupas femininas da Itália que retratava modelos sendo abordadas de maneira aparentemente agressiva e abusiva por policiais militares fardados em cenários cariocas amplamente conhecidos.

Em nota, o secretário Turismo e presidente da Riotur, Antonio Pedro Figueira de Mello, repudiou a propaganda e enviou à embaixada italiana um pedido de retirada da propaganda das ruas. O secretário afirmou que este tipo de publicidade desrespeita não só a corporação da Polícia Militar como compromete a imagem da cidade do Rio de Janeiro e a dos próprios cariocas. Lamentou e considerou o fato desrespeitoso e preconceituoso.

É evidente que o presente artigo não comporta uma análise mais profunda sobre os aspectos que a veiculação da imagem da capital fluminense como lugar de conflito, violência e agressividade. O intuito maior deste tópico é o de ilustrar que tais ideias são amplamente veiculadas por diferentes meios de propagação de informações e buscar pistas de como estes fatores junto ao ideário popular podem ter supostamente construído tal imagem.

A idéia de oposição e rivalidade entre o paulistano e o carioca

Em meio a tantas definições para o termo *bairrismo*, o dicionário Michaelis (2009) resume o verbete ao sentido de regionalismo exclusivista e esclarece também que atualmente o termo em geral possui conotação negativa, pois traduz uma postura exagerada de defesa das supostas virtudes de determinado local. Tal comportamento pode deflagrar uma interpretação tendenciosa e preconceituosa que menospreza, ou que em determinadas situações, ojeriza tudo aquilo que não seja próprio daquela localidade. Por extensão, pode-se entender que valoriza-se os aspectos de um local em detrimento às características de outro.

Diante das definições anteriormente citadas e acontecimentos observados no cotidiano e no discurso de habitantes das duas cidades, já faz-se possível inferir um debate sobre a presença ou ausência de tendências *bairristas* e/ou idéia de oposição ideológica no imaginário popular de paulistanos e cariocas.

Velloso (2002) argumenta e descreve sobre importantes fatos do início do século XX e aspectos geográficos que revelam importantes pistas e características referentes à construção desta possível ideologia. O primeiro parágrafo de seu artigo nos esclarece:

O universo de valores que rege a vida do carioca e do paulistano há muito aparece como área de conflito, capaz de desencadear competições e rivalidades. Quando se fala do carioca é quase inevitável se deparar com o clichê do bom-vivant, boêmio, irreverente e cheio de ginga malandra. Já o paulista assume o estereótipo oposto: é o trabalhador ordeiro e disciplinado. Esta visão de mundo iria ser popularizada por Noel Rosa no famoso Feitiço da Vila, que dizia: “São Paulo do café, Minas do leite e Vila Isabel do samba”. Depois do sucesso deste samba, como não associar São Paulo à terra do trabalho e o Rio à terra do prazer e da boemia.

Outra curiosa situação em que este debate veio a público ocorreu no ano de 2001. O jornalista Vaguinaldo Marinheiro, colunista da Folha On-line, publicou um comentário sobre última edição do Festival *Rock in Rio*. Um dos trechos desse comentário continha o seguinte:

Além de o Rio de Janeiro ser muito mais bonito que São Paulo, a cidade conseguiu pela terceira vez fazer um festival de música que pode entrar, sem nenhum demérito, entre os grandes eventos de rock do mundo. É apenas mais uma razão para os paulistas invejarem os cariocas.

Segundo Marinheiro (2001), foi uma surpresa a grande quantidade de e-mails recebidos com insultos impubescíveis, refutando seu comentário e expondo a superioridade da capital paulista com relação à fluminense.

O sítio *Orkut* (2009), rede social filiada ao *Google*, criada em 24 de Janeiro de 2004 é atualmente o endereço eletrônico mais acessado no Brasil e computa o cadastro de mais de 37 milhões de usuários que se declaram brasileiros, conforme dados extraídos do portal - Os números da Internet (2009). Neste sítio, os usuários cadastrados têm a possibilidade de criar e participar de fóruns ou grupos de pessoas que demonstram interesse na menção, discussão ou veiculação de determinado assunto, estes grupos de interesse adquirem a denominação de comunidade virtual. Em consulta realizada na rede *Orkut* em 18 de maio de 2009, constatou-se dezenas de comunidades virtuais que abordam o tema da rivalidade entre as duas capitais. Os usuários participantes destas comunidades totalizam mais de dez mil. Além de nomenclaturas triviais a estas comunidades como *Rio X São Paulo*, por exemplo, há algumas que ostentam nomes mais hostis, como *Rio estraçalha São Paulo*; *São Paulo melhor que o Rio*; *São Paulo humilha o Rio*; *São Paulo tem inveja do Rio* e outros mais. Muitas destas comunidades apresentam, por vezes, tópicos que denigrem e/ou ridicularizam a imagem da outra cidade ou de seus habitantes. Vale também ressaltar que esta hostilidade é bilateral, visto que as manifestações de antipatia partem de ambos os grupos.

Outro meio em que este debate sobre a existência de bairrismo entre os dois municípios pode tomar contorno é o esportivo. O torneio de futebol que durante muitos anos perdurou como um dos mais importantes do país e bastante conhecido pelos admiradores de futebol no Brasil transparecia em seu nome esta suposta polarização. O Torneio Rio - São Paulo foi um campeonato interestadual disputado por clubes do Rio de Janeiro e São Paulo. Sua primeira edição aconteceu em 1933 e sua última edição em 2002. A rivalidade entre os times de futebol reforçava e disseminava a idéia de diferenciação entre as duas cidades. E sendo, o futebol o esporte mais difundido no Brasil, há uma tendência de exacerbação da importância da competição esportiva que acaba por adquirir outros contornos e transpor o contexto futebolístico. Neste aspecto, Mourad (1996) reforça o futebol como objeto de estudo da cultura brasileira:

O futebol é o ritual de maior substância da cultura popular brasileira, metáfora privilegiada de nossas estruturas básicas. Estuda-lo é abrir um leque inimaginável de possibilidades temáticas de trabalho, de pesquisa e de conhecimento em torno da realidade brasileira

Velloso (2002) afirma existir no imaginário popular uma rixa entre o município do Rio de Janeiro e o de São Paulo, não existe um consenso entre os estudiosos nem de quando e nem de onde surgiram estas idéias de polarização e diferenciação dos habitantes das duas cidades. No entanto, segundo Melo (2006) desde o século XIX pode-se identificar embates entre as duas elites destas capitais. Com a estagnação da agricultura cafeeira no sul fluminense, a produção é transferida para as terras de São Paulo, que então se torna responsável pelas maiores arrecadações para o orçamento nacional. O poder político continuou localizado na cidade do Rio de Janeiro, capital do Império. Ainda de acordo com Melo (2006), a proclamação da República e a conseqüente formação de alianças e partidos acirrou as tensões entre estes dois pólos.

Não é objetivo deste artigo averiguar particularidades quanto à natureza, existência e dimensões que a discussão da existência ou ausência de *bairrismo* entre as duas cidades. Porém, a busca de informações sobre o referido assunto (Rio *versus* São Paulo) tornou-se necessária na medida em que este trabalho foi elaborado e sua exposição aqui é consequência da observação do discurso de alguns residentes nas duas localidades. Tal apresentação do tema ainda justifica-se pelo fato de que durante a elaboração do *pré-projeto* este foi um dos aspectos motivadores à elaboração do presente texto.

Metodologia da pesquisa de campo

Entre os dias 18/10/2008 e 25/10/2008 foram aplicados cem formulários junto aos transeuntes do Aeroporto de Congonhas e do Terminal Rodoviário do Tietê, ambos na cidade de São Paulo.

A estrutura do formulário foi estratificada em três modalidades de questões. A primeira modalidade objetivou identificar a cidade de residência e a cidade natal dos entrevistados e quais destes já visitaram a cidade do Rio de Janeiro. Os que afirmaram terem visitado o município também foram indagados sobre sua frequência à localidade. Os que responderam ainda não ter ido à cidade foram perguntados sobre o motivo disto.

Seguem a denominação e objetivo das três modalidades no questionário:

- Questões filtro: Identificação dos participantes aptos a responder, pois se determinou que somente residentes e/ou nascidos na cidade de São Paulo deveriam participar da pesquisa. Uma das questões filtro possuiu a importante função de pontuar se o entrevistado já havia visitado ou não o município do Rio de Janeiro, pois foi baseado nas respostas obtidas com esta pergunta que, durante a tabulação dos dados, existiu a divisão dos questionários em Bloco I e Bloco II, sendo estes respectivamente, o de participantes que afirmaram ter visitado a capital do Rio de Janeiro e o de participantes que responderam ainda não tê-lo feito.
- Questões específicas: Indagações feitas somente aos participantes do Bloco I ou do Bloco II.
- Perfil do entrevistado: Esta modalidade interrogou sobre características dos entrevistados, tais como: gênero, idade, grau de instrução, dentre outros.
- Imagem da cidade do Rio: Esta modalidade procurou investigar quais impressões e referências da cidade do Rio de Janeiro percebidas pelos participantes.

A escolha dos locais de aplicação do questionário deu-se pelo fato de ser o Aeroporto de Congonhas e o Terminal Rodoviário Tietê serem as principais vias de locais de embarque dos paulistanos que rumam para a cidade do Rio de Janeiro. Segundo o sítio *Jetsite* são 120 vôos diários que operam na Ponte Aérea. Esta, um acordo firmado desde 1959 entre companhias aéreas para fornecer frequências diárias entre os aeroportos Santos Dumont no Rio de Janeiro e Congonhas em São Paulo. Já o Terminal Rodoviário Tietê ou como oficialmente chamado Terminal Rodoviário Governador Carvalho Pinto registra, de acordo com informações do sítio *Ônibus em Movimento* uma partida de para a cidade do Rio de Janeiro a cada dez minutos.

A escolha dos dois locais também teve como motivação a expectativa de que haveria diferenças de perfil de entrevistados de acordo com o local em que fosse realizada a abordagem. Supunha-se que a comparação e a distinção de perfis com base nos locais revelariam diferentes comportamentos em relação às indagações. Fato este que durante a tabulação das respostas obtidas confirmou-se, porém com nuances mínimas.

Informa-se que os questionários não foram aplicados no interior de ambos os terminais devido a negativa de permissão para aplicação da pesquisa nestes espaços por seus respectivos departamentos de administração. Diante deste fato, a abordagem dos pesquisados foi realizada do lado de fora dos terminais próximos a entrada e/ou saída de pedestres.

Dados os devidos esclarecimentos, faz-se também necessário salientar que os resultados da pesquisa de campo comentados mais adiante apresentarão os dados obtidos com uma abordagem dividida no esquema de blocos anteriormente citado (Blocos I e II), pois desta forma acreditou-se atender melhor as expectativas quanto às conseqüências deste trabalho. É necessário também salientar que se cogitou durante a elaboração do presente artigo, outras maneiras possíveis de análise destes dados e acredita-se felizmente, que diante da diversidade das perguntas do questionário (vide apêndice) e a maneira como este foi elencado, há possibilidades diversas de estudo.

Resultados da pesquisa de campo

A condição fundamental para responder ao questionário proposto foi a de ser residente e/ou natural da capital paulista. A pesquisa apontou que 71% dos entrevistados possuem residência na capital paulista e que 44% afirmaram ter nascido na cidade.

A quantidade dos entrevistados que respondeu já ter visitado a cidade do Rio de Janeiro (49%) ficou muito aproximada da quantidade dos que responderam ainda não tê-lo feito (51%). Estes dados transformaram-se em um dos motivos pela opção da divisão dos resultados em dois blocos, como já explicitado anteriormente.

Dentre os que afirmaram já haver visitado a cidade do Rio de Janeiro (Bloco I) a maior parte não visita o destino com frequência (37%).

A maior parte dos entrevistados que ainda não conhecem o município do Rio de Janeiro (Bloco II) alegaram que tal fato se dá por motivo financeiro (61%). Os motivos culturais e pessoais ficaram empatados (16% cada) e outros motivos apareceram com incidência de 7%.

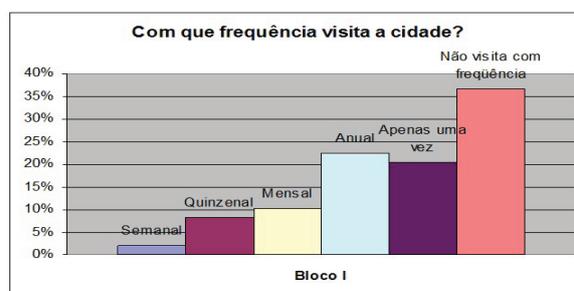


Gráfico I Frequência de visita à cidade do Rio de Janeiro

A amostra totalizou 61% de mulheres e 39% de homens. É interessante reforçar que os questionários foram aplicados de maneira aleatória, porém as mulheres mostraram-se mais dispostas e interessadas em participar da pesquisa. As mulheres também foram maioria em ambos os blocos.

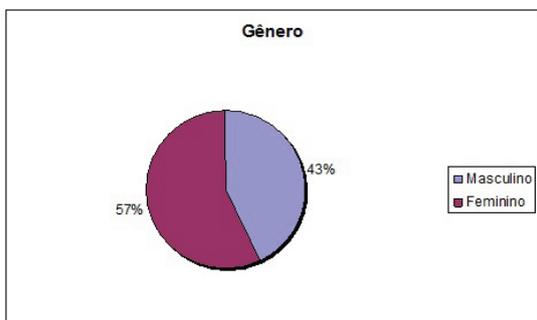


Gráfico II Gênero (Bloco I)

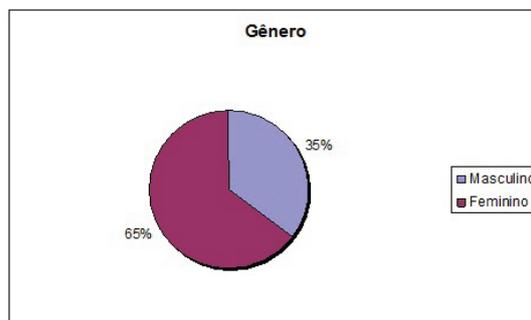


Gráfico III Gênero (Bloco II)

O universo da amostra é composto de pessoas com idade inferior a 60 anos. A faixa etária que mais aparece é a de 25 a 29 anos. Ao distribuir os participantes nos dois blocos verificou-se que se é maior o número de anos vividos, também é maior a possibilidade do entrevistado ter respondido que já visitou a cidade do Rio.

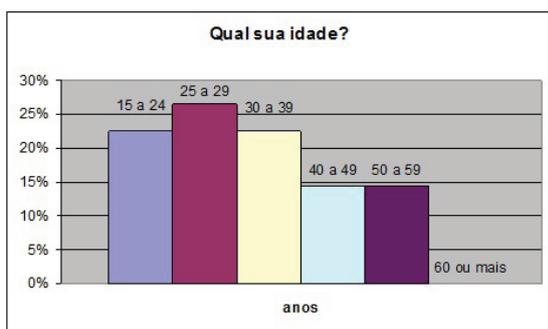


Gráfico IV Idade (Bloco I)

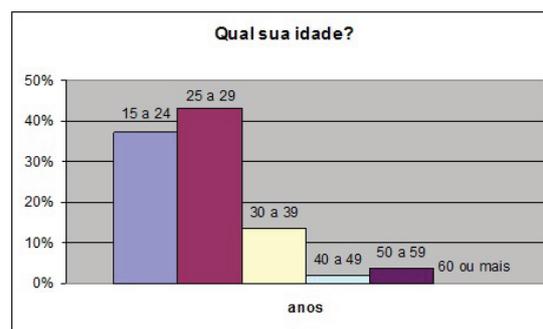


Gráfico V Idade (Bloco II)

Considerando o total da amostra, constatou-se que mais da metade, por conseguinte, a maior parte dos pesquisados (58%) apontou o Ensino Médio como grau de instrução. Este quesito também apontou diferenças entre os dois blocos. Inferiu-se que quase todos os entrevistados que possuem nível Superior Incompleto, Superior Completo ou Pós-Graduação enquadram-se no perfil das pessoas que já foram ao município do Rio de Janeiro.

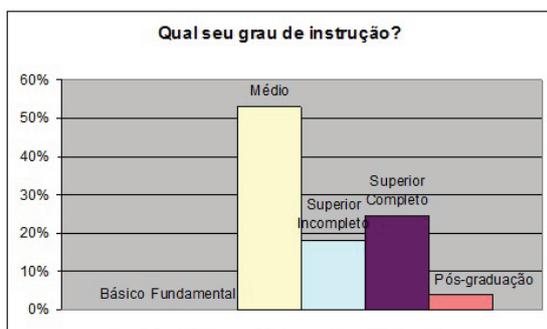


Gráfico VI Grau de Instrução (Bloco I)

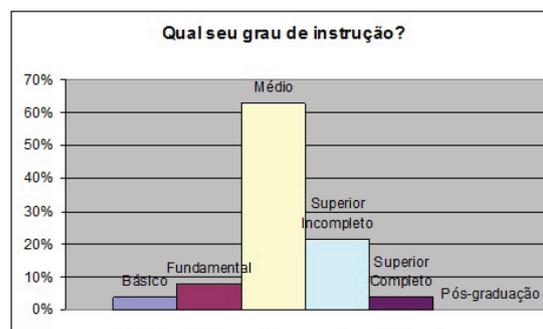


Gráfico VII Grau de Instrução (Bloco II)

A renda familiar do total dos participantes incidiu maioria na faixa que demonstrava renda mensal entre R\$ 1.351,00 e R\$ 2.250,00 (47%). E, como já esperado, a média de renda das pessoas que já conheceram o município do Rio de Janeiro é maior de que as pessoas que responderam ainda não conhecer.

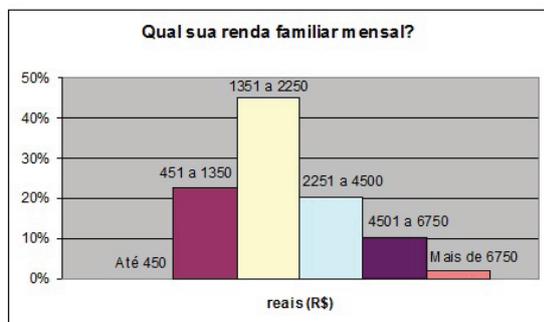


Gráfico VIII Renda familiar (Bloco I)

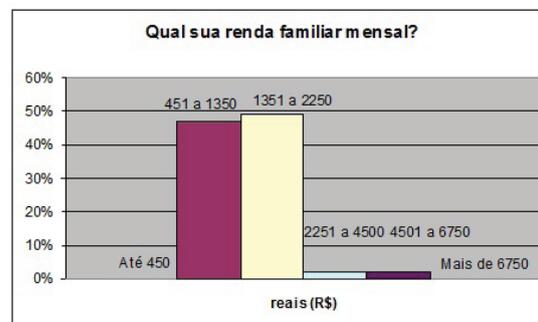


Gráfico IX Renda familiar (Bloco II)

Os assalariados totalizaram maioria (58%). Houve também uma participação expressiva de estudantes (20%). Nesta questão não se percebeu uma relação direta no que tange a composição dos blocos I e II.

A busca de uma investigação sobre a imagem do município do Rio de Janeiro para os paulistanos transformou-se na principal intenção da pesquisa de campo. Percebeu-se praticamente metade das perguntas direcionadas a este tema.

A palavra que mais veio à lembrança dos entrevistados com relação à capital em questão foi *Cristo* (19%), seguida da palavra *praia* (16%). Demais termos também ocorreram na lembrança dos participantes e embora tenham aparecido alguns curiosos e até surpreendentes, estes não obtiveram participação expressiva nos resultados, pois nenhum destes termos superou a marca de 3% do total.

Quanto à proposição da descrição da cidade do Rio de Janeiro em uma palavra, a divisão nos dois blocos demonstra diferenças de opinião. Porém, levando em consideração o total da amostra é interessante ressaltar que 55% proferiram um termo com conotação positiva para descrever a cidade, e que 31% do total respondeu com palavras que não podem ser entendidas como positivas ou negativas. A este tipo de palavra, deu-se a classificação de *Outra*.

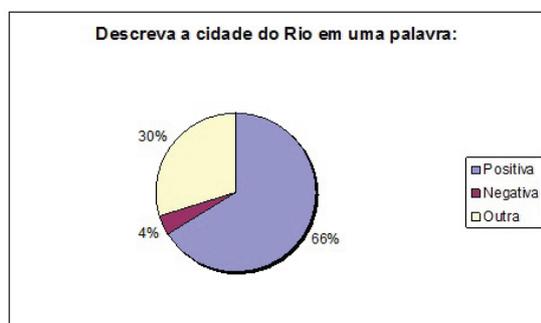


Gráfico X Cidade do Rio em uma palavra (Bloco I)

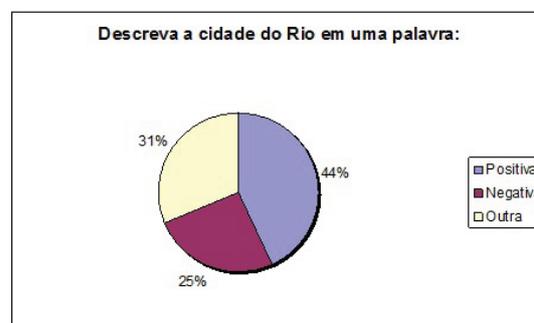


Gráfico XI Cidade do Rio em uma palavra (Bloco II)

No total da amostra e em escala de 0 a 10, a nota mais atribuída a capital fluminense foi a nota 5 (32%). No entanto, é relevante perceber que uma considerável maioria (88%) citou notas iguais

ou maiores que 5. E ainda que 80% dos que pertencem ao grupo das pessoas que ainda não foram à cidade do Rio de Janeiro julgaram o destino com notas iguais ou maiores que 5.

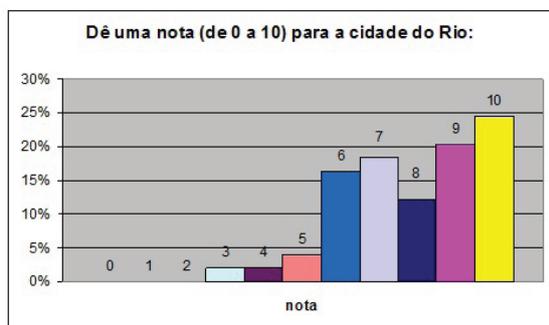


Gráfico XII Nota para a cidade do Rio (Bloco I)

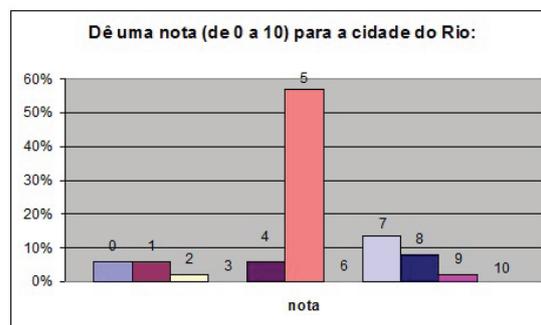


Gráfico XIII Nota para a cidade do Rio (Bloco II)

O principal ponto turístico citado foi o Cristo Redentor (51%), seguido de Copacabana (16%) e Pão de Açúcar (13%).

Os dois blocos apresentaram pontos de vista diferentes quanto à questão da percepção do turismo na capital do Rio de Janeiro. Mais de um quinto (22%) dos participantes do Bloco I, julgou o turismo como excelente. Em contrapartida, no Bloco II não houve nenhuma resposta que apontasse uma percepção excelente.

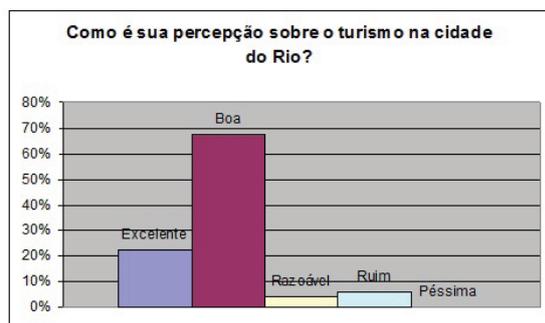


Gráfico XIV Percepção sobre o Turismo na cidade do Rio (Bloco I)



Gráfico XV Percepção sobre o Turismo na cidade do Rio (Bloco II)

A impressão que os entrevistados possuem a respeito da hospitalidade da população carioca, também incidiu diferenças de opinião entre os integrantes dos dois blocos. Contudo, verifica-se que no geral da amostra, a maior parcela (38%) julga ou acredita que a hospitalidade seja boa.

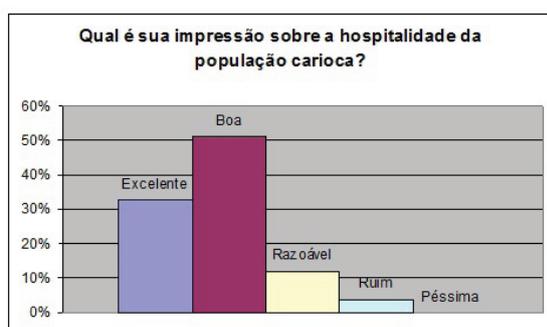


Gráfico XVI Hospitalidade da população carioca (Bloco I)

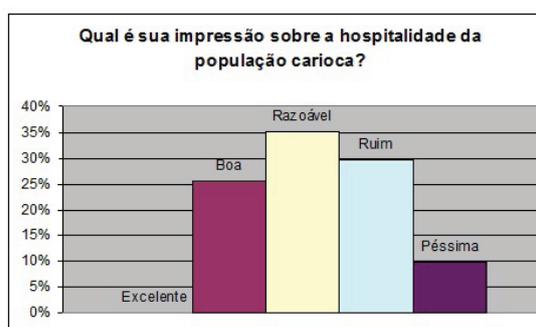


Gráfico XVII Hospitalidade da população carioca (Bloco II)

Durante a pesquisa, as pessoas também foram questionadas sobre sua impressão com relação à segurança na cidade do Rio de Janeiro. As respostas não discordam de que a violência está fortemente associada à imagem da capital fluminense. Embora alguns participantes que afirmaram já ter visitado a cidade tenham qualificado a segurança como boa ou excelente, estes são uma parcela mínima da amostra (8%). Os que demonstraram uma idéia contrária a esta, ou seja, qualificaram a segurança na capital do Rio de Janeiro como ruim ou péssima computam 76% de toda a amostra.

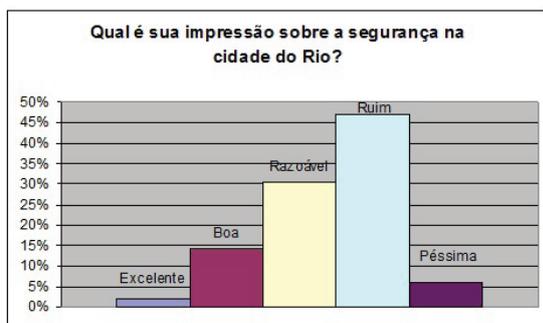


Gráfico XVIII Segurança na cidade do Rio (Bloco I)

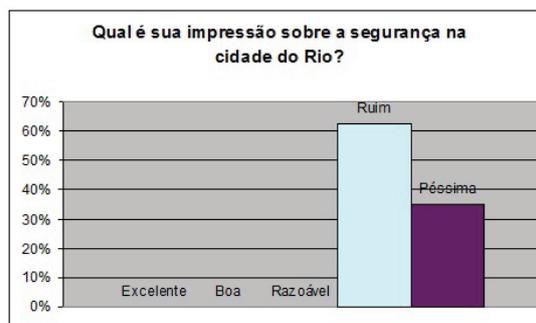


Gráfico XIX Segurança na cidade do Rio (Bloco II)

Mais que a impressão de segurança insuficiente na capital do Rio de Janeiro, os entrevistados em sua maior parte (88%) crêem que a imagem da segurança na cidade é um impeditivo para que os paulistanos visitem-na. Houve pequena variação entre os entrevistados do Bloco I e do Bloco II neste aspecto, sendo respectivamente 84% e 92% que afirmam que a imagem da segurança na capital fluminense é um impeditivo para o turismo de paulistanos.

A percepção da imagem veiculada nos meios de comunicação a respeito do município do Rio de Janeiro, levando em consideração a amostra total, notou-se quase que em unanimidade entre o razoável (30%), o ruim (50%) e o péssimo (19%). Somente um participante da pesquisa declarou a opção *boa* durante as entrevistas.

O *bairrismo* também foi apontado como uma das causas impeditivas para que cidadãos paulistanos visitem a cidade do Rio de Janeiro. Quase três quartos dos participantes da amostra total (74%) julgaram este como um impeditivo. Este número foi maior que o de participantes que afirmaram existir este *bairrismo* ou rivalidade entre a população das duas capitais (66%).

Considerações finais

Na busca pela identificação de fatores que influenciam na motivação de visita dos paulistanos à capital do Rio de Janeiro, o presente trabalho encontrou nas suas diversas fontes de pesquisa e de maneira mais evidente, fatores que interferem negativamente nesta motivação. Dentre estes, maior impedimento apontado pelos participantes para ainda não haver estado no município fluminense é financeiro (61%), logo não se deve ignorar que a melhoria da renda é fator fundamental para aumento da demanda de turistas paulistanos na capital do Rio de Janeiro. As respostas dos entrevistados que ainda não conhecem a cidade do Rio de Janeiro, expõem que as impressões de insegurança também devem ser consideradas como fator desmotivador relevante na viagem, pois as avaliações deste bloco de entrevistados aparecem em sua totalidade como ruins ou péssimas.

No que tange a imagem de um destino, Kotler (1994) analisa esta como a soma de crenças, ideias e impressões que uma pessoa pode ter. É interessante notar neste artigo uma oposição de concepção dessa imagem entre os entrevistados que já passaram pela capital do Rio de Janeiro (Bloco I) e dos entrevistados que responderam sobre a cidade baseados em referências provenientes da mídia, do *boca a boca* e/ou cultura (Bloco II). Esta diferenciação revela que a viagem a capital fluminense costuma modificar positivamente as impressões de paulistanos de maneira geral e/ou específica, visto que foram aqui levantados temas como: hospitalidade da população, percepção do turismo, impressão sobre a segurança e rivalidade histórica.

Este trabalho alcança suas expectativas iniciais ao identificar expressiva quantidade de entrevistados que expõem motivos culturais, pessoais e outros (39%) para ainda não haver conhecido a capital do Rio de Janeiro. A imagem retida por esta parcela de paulistanos está diretamente relacionada a dois eixos importantes de abordagem neste artigo (a imagem da cidade do Rio associada à violência e a ideário de antagonismo entre as duas cidades). Mediante estas informações, é plausível inferir a existência de uma demanda potencial de paulistanos com poder aquisitivo suficiente para realizar viagem à cidade do Rio de Janeiro, mas que retém fatores culturais e/ou pessoais que os desmotivam para tal. E paradoxalmente, obtém-se a informação de que o turista provindo da capital paulista representa 22,62% da ocupação hoteleira na capital fluminense segundo a ABIH-RJ (2008) e que a experiência de viagem dos paulistanos no destino em questão, proporciona mudanças na imagem retida e uma conseqüente melhor avaliação e motivação com relação à capital fluminense.

Melhorias já são notórias no que concerne a veiculação da imagem da cidade do Rio de Janeiro, visto que esta tem recentemente, sido noticiada de maneira positiva na mídia nacional e internacional em vista de seu apelo turístico. Exemplo disto, a eleição do Cristo Redentor como uma das Sete Novas Maravilhas do Mundo e a escolha da cidade para sede dos Jogos Olímpicos de 2016.

Cabe salientar que se desconhece até então, alguma ação direcionada especificamente ao turista oriundo da cidade de São Paulo com vistas à capital do Rio de Janeiro. De maneira que há aqui uma base para que institutos de pesquisa, associações, empresas e demais interessados despertem a possibilidade de desencadear ações maiores a respeito do tema. E que tais intentos podem viabilizar melhorias de infra-estrutura, segmentação de mercado eficiente, planos de marketing bem elaborados e campanhas publicitárias para a demanda de turistas que residem na capital paulista.

Referências bibliográficas

KOTLER, P. **Administração de marketing**. 10 ed. São Paulo: Printice Hall, 2000.

MELO, Victor Andrade. *Eficiência X Jogo de Cintura: Garrincha, Pelé, Néelson Rodrigues, Cinema, Futebol e Construção da Identidade Nacional*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

MURAD, Maurício. *Idos pés à cabeça. Elementos básicos de sociologia do futebol*. Rio de Janeiro: Irradiação Cultural, 1996.

PIZAM, Abraham; MANSFELD, Yoel. *Tourism, crime and international security issues*. England: Wiley, 1995

VELLOSO, Mônica Pimenta. *Modernismo no Rio de Janeiro: Turunas e Quixotes*. Rio de Janeiro: FGV, 1996

_____. A "cidade-voyer" o Rio de Janeiro visto pelos paulistas. 2002. Disponível em: http://www.lpp.uerj.net/forumrio/documentos/008_083.pdf. Acesso em 12 julho 2008.

Sítios da internet

Achei USA: Banco de Dados. Disponível em: http://acheicom/acheiusa/asp/noticias/noticia-ultimas.asp?cd_n=4113 Acesso em 16 maio 2009.

Associação Brasileira da Indústria de Hotéis do Rio de Janeiro: Banco de Dados. Disponível em: <http://www.riodejaneirohotel.com.br/estatisticas/anuario2008.pdf> Acesso em 30 maio 2008

Diário de Notícias: Banco de Dados. Disponível em: http://dn.sapo.pt/inicio/interior.aspx?content_id=989990 Acesso em 16 maio 2009

Estadão: Banco de Dados. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/geral,autoridades-do-rio-criticam-peca-publicitaria-italiana,316088,o.htm> Acesso em 16 maio 2009

Folha Online: Banco de Dados. Disponível em: http://www1.folha.uol.com.br/folha/pensata/vaguinaldo_20010128.htm http://www1.folha.uol.com.br/folha/pensata/vaguinaldo_20010121.htm Acesso em 18 maio 2009

O Globo: Banco de Dados. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/rio/mat/2006/12/28/287211991.asp> http://oglobo.globo.com/rio/ancelmo/reporterdecrime/post.asp?t=seu_ully_sobreviveu_ao_holocausto_mas_nao_violencia_do_rio&cod_Post=105097&a=135 Acesso em 16 maio 2009

NetVasco: Banco de Dados. Disponível em: <http://www.netvasco.com.br/mauoprais/futbr/camprsp.html> Acesso em 18 maio 2009.

Os Números da Internet: Banco de Dados. Disponível em: <http://www.osnumerosdainternet.com.br/orkut-completa-5-anos-com-37-milhoes-de-brasileiros/> Acesso em 07 de novembro de 2009.

Orkut: Banco de Dados. Disponível em: <http://www.orkut.com.br/Main#UniversalSearch.aspx?searchFor=C&q=rio+s%C3%A3o+paulo> Acesso em 16 maio 2009.

Rio Convention & Visitors Bureau: Banco de Dados. Disponível em: http://www.rcvb.com.br/rcvb/acidade/ci_frames.htm Acesso em 18 maio 2009.

Youtube: Banco de Dados. Disponível em: http://www.youtube.com/results?search_type=&search_query=viol%C3%A2ncia+rio+de+janeiro Acesso em 20 novembro 2009.

Apendice A - Formulário de pesquisa de campo

Questões filtro

1. Em que cidade reside? Estado/País

2. Cidade natal: Estado/País

3. Já visitou a cidade do Rio de Janeiro?

Bloco I – Perguntas de 04 – somente para aqueles que responderam “sim” na pergunta 03

4. Com que frequência visita a cidade?

1. Semanal 2. Quinzenal 3. Mensal 4. Anual 5. Foi apenas uma vez 6. Não visita com frequência

Bloco II – Perguntas de 05 – somente para aqueles que responderam “não” na pergunta 03

5. Acredita que o motivo de não conhecer a cidade do Rio seja:

1. Cultural 2. Financeiro 3. Pessoal 4. Outro

Perfil do entrevistado

6. Gênero:

1. Feminino 2. Masculino

7. Qual sua idade?

1. 15 a 24 anos 2. 25 a 29 anos 3. 30 a 39 anos 4. 40 a 49 anos 5. 50 a 59 anos 6. 60 anos ou mais

8. Qual seu grau de instrução?

1. Básico 2. Fundamental 3. Médio 4. Superior Incompleto 5. Superior Completo 6. Pós-graduação

9. Qual sua renda familiar mensal?

1. Até R\$ 450 2. De R\$ 451 a R\$ 1350 3. De R\$ 1351 a R\$ 2250 4. De R\$ 2251 a R\$ 4500 5. De R\$ 4501 a R\$ 6750 6. Mais de R\$ 6750

10. Qual sua ocupação?

1. Assalariado 2. Funcionário Público 3. Autônomo/Liberal 4. Estudante 5. Aposentado/Pensionista 6. Outros

Sobre a imagem da cidade do Rio

11. Sobre a cidade do Rio qual a primeira palavra vem à sua lembrança?

12. Descreva a cidade do Rio em uma palavra:

13. Dê uma nota (de 0 a 10) para a cidade do Rio:

14. Cite um ponto, lugar ou atrativo turístico do Rio:

15. Como é sua percepção sobre o turismo na cidade do Rio?

1. Excelente 2. Boa 3. Razoável 4. Ruim 5. Péssima

16. Qual é sua impressão sobre a hospitalidade da população carioca?

1. Excelente 2. Boa 3. Razoável 4. Ruim 5. Péssima

17. Qual é sua impressão sobre a segurança na cidade do Rio?

1. Excelente 2. Boa 3. Razoável 4. Ruim 5. Péssima

18. Acredita que a imagem da segurança na cidade do Rio é um impeditivo para que paulistanos visitem a cidade?

19. Como é sua percepção sobre a imagem da cidade do Rio veiculada pelos meios de comunicação?

1. Excelente 2. Boa 3. Razoável 4. Ruim 5. Péssima

20. Acredita existir bairrismo/rivalidade entre paulistanos e cariocas?