



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE RORAIMA
Campus Boa Vista

DEPARTAMENTO DE ENSINO DE GRADUAÇÃO
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO

POLYANA GOMES DA SILVA

ROTA TURÍSTICA BR-432 CANTÁ/RORAIMA:
POSSIBILIDADES E ENTRAVES PARA SUA CRIAÇÃO

Boa Vista- Roraima
2014

POLYANA GOMES DA SILVA

**ROTA TURÍSTICA BR-432 CANTÁ/RORAIMA:
POSSIBILIDADES E ENTRAVES PARA SUA CRIAÇÃO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima – IFRR, Câmpus Boa Vista, como requisito obrigatório para obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Orientadora: Prof^a M.Sc. Leila de Sena Cavalcante

**Boa Vista- Roraima
2014**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Biblioteca do Instituto Federal de Roraima – IFRR)

S586 Silva, Polyana Gomes da
 Rota Turística BR-432 Cantá / Roraima: possibilidades e entraves
 Para sua criação/ Polyana Gomes da Silva. – Boa Vista, 2014
 52 p. ; il.

 Orientadora: Prof^ª Msc. Leila de Sena Cavalcante
 Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) Instituto Fe-
 deral de Educação Ciência e Tecnologia de Roraima – IFRR. Curso
 Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo.

 1- Turismo. 2 - Planejamento turístico. 3 - Produto turístico.
 4 - Rota Turística. 5 - Cantá – RR. I – Título. II Cavalcante,
 Leila de Sena (Orientadora),

CDD – 338.4791

POLYANA GOMES DA SILVA

**ROTA TURÍSTICA BR-432 CANTÁ/RORAIMA:
POSSIBILIDADES E ENTRAVES PARA SUA CRIAÇÃO**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi avaliado e aprovado pela Banca Examinadora do Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima - IFRR como requisito obrigatório para obtenção do grau de Tecnólogo em Gestão de Turismo.

Boa Vista, 07 de Outubro de 2014.

Membros da Banca Examinadora:

Profª M.Sc. Leila de Sena Cavalcante
Orientadora

Profª M.Sc. Leila Márcia Ghedin
Membro da Banca

Profª. M.Sc. Márcia Teixeira Falcão
Membro da Banca

Dedico este trabalho especialmente aos meus pais, Vanira Cadete e Paulo Gomes, aos amigos e às pessoas que contribuíram direta ou indiretamente com mais esta etapa em minha vida, além de minha orientadora Leila de Sena Cavalcante e demais professores.

AGRADECIMENTOS

Quero agradecer primeiramente a Deus pelo dom da vida e por me manter firme nas horas em que mais precisei.

Agradecer aos meus pais e familiares, à minha mãe Vanira Cadete por acreditar em meus objetivos e sempre me incentivar aos estudos, por mostrar que devemos ser fortes e aprender a lidar com as adversidades que a vida nos impõe, por ser essa mãe maravilhosa e que a amo muito; ao meu pai Paulo Gomes que, sem dúvida, é umas das pessoas que eu me espelho, por ser um homem guerreiro, por mostrar o caminho certo e acreditar no meu potencial. Aos meus irmãos Maricelma Cadete, Helen Rita e Marcos Hailton, que acompanharam mais esta etapa de minha vida e aos meus sobrinhos, por me proporcionarem tanta felicidade.

Agradecer as pessoas que de qualquer forma me ajudaram direta ou indiretamente. A estas pessoas serei sempre grata.

Agradecer a minha orientadora, Prof^a M.Sc. Leila de Sena Cavalcante, que me apoiou e incentivou na minha pesquisa e que teve um papel fundamental para a minha formação, contribuindo com o seu conhecimento; à coordenadora e professora do curso, Suzana Menezes e demais professores.

Agradecer ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Roraima – IFRR - Câmpus Boa Vista e seus servidores por se preocuparem em oferecer um ensino e atendimento de qualidade a seus alunos.

Aos meus colegas de classe, em especial a Eliane Macedo, que me ajudou em um momento difícil e que sempre serei grata por conhecê-la. Levarei, sem dúvida, grandes amizades, afinal, por 3 anos, compartilhamos momentos especiais e que serão eternos.

O meu muito obrigado a todos!

Suba o primeiro degrau com fé. Não é necessário que você veja toda a escada. Apenas dê o primeiro passo.

Martin Luther King

RESUMO

O município do Cantá, em Roraima, possui atrativos que se destacam no contexto do turismo no Estado. Pensando em incentivar não somente os empreendedores e os órgãos públicos, mas também a própria comunidade local, para investir no turismo e promover o seu desenvolvimento é que se propôs essa pesquisa. Este trabalho teve então como objetivo principal investigar as possibilidades e os entraves para a criação de uma rota turística na BR- 432 no município de Cantá – RR. Tal estudo, caracterizado como exploratório-descritivo, de abordagem qualitativa e quantitativa, utilizou como procedimentos metodológicos as pesquisas bibliográfica, documental e de campo. Para a coleta de dados, foram aplicados questionários junto às agências de turismo receptivo de Boa Vista e realizadas entrevistas com os órgãos responsáveis pelo turismo tanto do município do Cantá como do Estado de Roraima. Após a coleta, os dados foram tabulados, tratados e analisados à luz da teoria. Os resultados da pesquisa demonstraram que é relevante para a pesquisa intercalar tais dados tanto do setor público como o privado, para uma melhor interpretação dos dados coletados e assim chegar a uma conclusão, onde setor público e setor privado de certa forma dependem um do outro para que a prática do turismo venha a se desenvolver na localidade.

Palavras-chave: Turismo. Planejamento turístico. Produto turístico. Rota turística. Cantá - RR.

Resumen

La ciudad de Cantá, en Roraima, ofrece atractivos que se destacan en el contexto del turismo en el Estado. Teniendo en cuenta no sólo animar a los empresarios y agencias gubernamentales, sino también a la comunidad local, para invertir en el turismo y la promoción de su desarrollo se sugiere que esta investigación. Esta investigación se dirige a investigar las posibilidades y los obstáculos a la creación de una ruta turística en la BR-432 en el condado de Cantá - RR. Dicho estudio, que se caracteriza como enfoque exploratorio, descriptivo, cualitativo y cuantitativo, que se utiliza como instrumentos de la bibliográfica, documental y la investigación de campo. Para recopilar los datos, los cuestionarios se aplicaron a las agencias de turismo receptivo Boa Vista y llevaron a cabo entrevistas con los organismos responsables del turismo por lo que la ciudad de Cantá como el Estado de Roraima. Después de la recogida, los datos fueron tabulados, procesados y analizados a la luz de la teoría. Los resultados de la encuesta mostraron que es importante investigar estos datos provisionales, tanto del sector público como del privado, para una mejor interpretación de los datos recogidos y llegar a una conclusión en que el sector público y el sector privado de alguna manera dependen unos de otros para que la práctica del turismo se desarrollará en la localidad.

Palabras-clave: turismo. La planificación del turismo. Producto de Turismo. Ruta turística. Cantá - RR.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Localização do Município do Cantá.....	23
Figura 2 - Serra Grande.....	28
Figura 3 - Bar e Restaurante Sacolejo.....	29
Figura 4 - Rancho do Papito.....	30
Figura 5 - Balneário Medalhas.....	31
Figura 6 - Fazenda Castanhal.....	32
Figura 7 - Comunidade Indígena Tabalascada.....	33

LISTA DE ABREVIACÕES

FUNAI - Fundação Nacional do Índio
IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
MTUR - Ministrio do Turismo
OMT - Organização Mundial do Turismo
PSF - Posto de Saúde Familiar
RR - Roraima
UH - Unidade Habitacional

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
2.1. Turismo: origem, evolução e conceitos.....	15
2.2. Planejamento Turístico.....	16
2.3. Marketing	17
2.4. O Mix de Marketing e o Produto Turístico.....	19
2.5. Rota Turística.....	20
3. CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DE ESTUDO.....	22
3.1. Estado de Roraima.....	22
3.2. Município do Cantá.....	23
4. METODOLOGIA.....	25
5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	27
5.1. Inventário dos atrativos turísticos existentes no trajeto da Rota BR-432 Cantá- RR.....	27
5.2. Opinião das agências de turismo receptivo sobre a criação e comercialização da rota.....	34
5.3. Posicionamento dos órgãos municipal e estadual ligados ao turismo em relação à criação da rota.....	40
5.4. Possibilidades e entraves para a criação da Rota BR- 432 Cantá/ RR.....	47
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	49

REFERÊNCIAS

APÊNDICE

1. INTRODUÇÃO

O Turismo é um segmento que vem crescendo e contribuindo para o desenvolvimento econômico, social e cultural de várias regiões. Para que haja um bom uso dos recursos naturais da região a ser explorada e esse desenvolvimento aconteça, é preciso ter um planejamento turístico que se adeque às necessidades da localidade que se pretende trabalhar.

Para Boiteux e Werner (2003, p. 10), “Planejar um destino turístico significa estruturá-lo para que a atividade possa gerar empregos, renda, consumo e, conseqüentemente, aumentar a qualidade de vida do município”.

O turismo em Roraima vem sendo fomentado e seu progresso tem contribuído com a economia local e cultural do Estado. Contando com atrativos como o Monte Roraima, a Serra do Tepequém e as próprias comunidades indígenas, o turismo em Roraima começa a ter um novo olhar. Por meio de atrativos naturais ricos e únicos, o Estado tem procurado mostrar como esta terra de povos e culturas peculiares conta a sua história no extremo norte do Brasil.

O município de Cantá, localizado a 36 km da capital Boa Vista, é um dos municípios mais novos do Estado de Roraima e possui belezas naturais como a Serra Grande, que oferece trilhas e, no período de inverno, onde se pode observar a cachoeira Véu de Noiva, além de empreendimentos do setor turístico na área de hospedagem e lazer, praticamente todos localizados às margens da BR-432. Assim, entende-se que o município tem grande potencial turístico, o qual desde que planejado, só vem a contribuir com a localidade.

Nesse sentido, tal pesquisa se propôs a responder a seguinte pergunta: Quais aspectos possibilitam e ou impedem a criação de uma rota turística na BR- 432 no município de Cantá?

Para responder a essa questão, traçou-se como objetivo geral investigar as possibilidades e os entraves para a criação de uma rota turística na BR- 432 no município de Cantá – RR, tendo como objetivos específicos: 1) inventariar os atrativos turísticos do município de Cantá, especialmente aqueles existentes no trajeto da rota; 2) verificar a opinião das agências de turismo receptivo de Boa Vista quanto à criação e possível comercialização da rota turística BR-432; e 3) averiguar o posicionamento dos órgãos municipal e estadual ligados ao turismo em relação à

criação da rota.

A escolha desse tema deu-se pela necessidade de averiguar o potencial turístico do município de Cantá e, assim, procurar identificar as possibilidades e os entraves para a criação de uma rota turística na BR-432, levando em consideração o planejamento turístico como uma ferramenta essencial para o desenvolvimento de produtos e localidades turísticos.

O presente estudo se justifica pelo fato de ter como propósito contribuir com o aprimoramento dos conhecimentos da comunidade acadêmica, como estudantes, pesquisadores, além de pessoas que se interessam especialmente sobre a temática “planejamento turístico”.

Para o *trade* turístico, presume-se que essa pesquisa fornecerá um diagnóstico sobre as possibilidades e os entraves para criação de um novo produto turístico, a Rota BR-432.

Vale ressaltar ainda que a comunidade do município de Cantá, principalmente as famílias que já possuem algum vínculo com a área de turismo, ou até mesmo aquelas que pretendam vir a trabalhar neste segmento, terá uma ajuda significativa a partir desse estudo, pois poderá ser beneficiada com o desenvolvimento da rota turística nessa localidade.

Portanto, todos aqueles que estão envolvidos direta ou indiretamente nessa possível criação de uma rota turística no Cantá poderá se beneficiar, especialmente os moradores locais, tendo em vista que estes, de algum modo, serão favorecidos seja a partir da venda de artesanato, de alimentação, seja através da prestação de serviços de hospedagem, de guiamento ou mesmo de apoio.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Turismo: origem, evolução e conceitos.

O Turismo teve início com o *Grand Tour* em meados do século XVI e era destinado aos filhos dos ricos, quando eles tinham como foco viagens para outras cidades em busca do conhecimento. A atividade criava, assim, nas pessoas um desejo de viajar. Então, naquele tempo ainda não se pensava em um turismo planejado e nem que tal atividade poderia se expandir.

Porém, com o então chamado “pai do turismo moderno”, Thomas Cook, que organizou o primeiro tour de viagens em um trem, em 5 de Julho de 1841, levando consigo um grupo de 570 pessoas, que saíram rumo à cidade de Leicester, na Inglaterra, para um congresso, o turismo começou a crescer e de forma mais preparada. Cook foi então o primeiro a realizar uma viagem organizada, o que o tornou também criador das agências de viagens.

Em meados do século XX, o turismo teve um grande avanço, a partir da evolução dos meios de locomoção. Nos anos 80, ocorreu a Conferência de Manila sobre o Turismo Mundial, em que foram detectadas as motivações dos turistas em viajarem e, assim, surgindo novas alternativas para o turismo de massa. Entre o século XX e XXI, o turismo tomou uma proporção tão grande, que acabou por tornar-se uma atividade econômica para os países.

Para um melhor entendimento sobre o turismo, faz-se necessário então entender alguns de seus conceitos.

Uma das mais recentes definições para a palavra Turismo é a de Oscar de La Torre (México), que diz:

O turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas, que fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural (DE LA TORRE, 1992, p. 19).

Nesse conceito, o autor aborda o quanto o turismo é capaz de favorecer o lazer e o bem-estar de um indivíduo ou até mesmo de um grupo de pessoas. Já a Organização Mundial de Turismo – OMT (1994) descreve o turismo como:

Conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do de sua moradia habitual, por um período de tempo contínuo inferior a um ano, com fins de lazer, negócios ou outros motivos, não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado.

Nessa definição, para que seja considerada atividade turística, o período determinado de ausência do indivíduo deve ser inferior a um ano e ainda não haver exercício de atividade remunerada por ele.

2.2. Planejamento Turístico

Fala-se muito em planejamento, mas ao se observar o planejamento é praticado diariamente, seja em casa, no trabalho ou até mesmo na vida pessoal, em especial quando se pretende viajar.

De modo geral, o planejamento nada mais é do que uma visão futura. Planejar significa contribuir para que as tarefas sejam executadas e seus objetivos alcançados.

Segundo Petrocchi (1998, p.19), o planejamento “é a definição de um futuro desejado e de todas as providências necessárias a sua materialização”. O planejamento em si pode diagnosticar problemas futuros e assim criar estratégias para prevenir eventualidades que possam vir a ocorrer em qualquer situação.

Para que seja possível e viável criar algo, um bom planejamento se faz necessário. No turismo, isso não é diferente. Dessa forma, é importante compreender o que é planejamento turístico.

De acordo com Braga (2007, p. 8), planejamento turístico é:

[...] o processo de avaliação de núcleo receptor (comunidade, oferta turística e demanda real) da demanda potencial e de destinos turísticos concorrentes, com o de ordenar ações de gestão pública direcionados ao desenvolvimento sustentável e, conseqüentemente, fornecer direcionamento à gestão privada para que ela estruture empreendimentos turísticos lucrativos com base na responsabilidade socioambiental.

O planejamento turístico tem como um de seus objetivos principais a elaboração de um diagnóstico do que se tem e possa vir a oferecer ao setor turístico de uma determinada localidade. Dessa forma, tem que levar em consideração, no caso de empreendimentos privados como meios de hospedagem, se a rede hoteleira é capaz de suportar uma demanda maior do que o esperado, se os

funcionários estão aptos a receber turistas de outros países, se seus fornecedores também possuem capacidade para atender esses turistas.

Para o setor público, é importante averiguar as condições de infraestrutura básica que possa atender as necessidades dos turistas, como meios de comunicação, transporte público, abastecimento de água e luz, rede de esgoto, saúde e segurança.

O planejamento turístico é uma das ferramentas essenciais para o setor do turismo, pois somente tendo uma visão do que se tem é que se pode tomar decisões que não venham a prejudicar os produtos turísticos que as localidades tenham a oferecer aos seus turistas.

O planejamento turístico é classificado em três tipos: planejamento preventivo, corretivo e misto. Braga (2007, p. 8) define o planejamento turístico preventivo como “[...] aquele que é realizado para estruturar a empresa ou a localidade, visando a desenvolver a atividade turística de forma ordenada ou controlada, de acordo com os ditames de sustentabilidade”.

Ainda de acordo com Braga (2007, p. 9), os planejamentos corretivo e misto são entendidos como: “[...] o planejamento corretivo tem a função de melhorar a situação da atividade turística, otimizando potencialidades e revertendo quadros de insucesso ou decadência. [...] o planejamento misto, conjuga ações preventivas e corretivas [...]”.

O planejamento turístico é importante para o setor, pois é por meio dele que empreendimentos tanto do setor público como privado adquirem condições de agir de maneira que não venham a cometer erros que não possam ser revertidos.

2.3. Marketing

São diversas as histórias sobre as origens do marketing. O que se sabe de concreto, é que o termo só começou a ser efetivamente empregado nos Estados Unidos, no início do século XX, quando surgiram as primeiras instituições para reunir profissionais do setor.

Ruschmann (1995, p. 15) dá a seguinte definição ao marketing:

O marketing é, portanto, muito mais do que a modernização das técnicas de venda: é um conceito voltado para o consumidor. Seu objetivo busca identificar e satisfazer as necessidades dos consumidores. O conceito que o relacionava apenas à venda de bens e serviços está ultrapassado e, atualmente, já é prática normal o fato de que a produção ou o fornecimento de um serviço comece apenas após o conhecimento das necessidades e desejos dos consumidores.

Outra definição de marketing é dada por Kotler, Hayes e Bloom (2002, p. 7):

O marketing é um processo social e gerencial por meio do qual os indivíduos e os grupos obtêm aquilo de que precisam e também o que desejam, em razão da criação e da troca de produtos/serviços de valor com outras pessoas.

A definição contemporânea de marketing engloba a construção de um relacionamento de longo prazo do tipo ganha-ganha, onde indivíduos e grupos alcançam aquilo que pretendem. O marketing surgiu para atender as necessidades de mercado, porém não está limitado aos bens de consumo. É também estritamente usado para "vender" ideias e programas sociais. Técnicas de marketing são aplicadas em todos os sistemas políticos e em muitos aspectos da vida.

No turismo não é diferente. O marketing turístico vem trazendo mudanças no que diz respeito à prestação de bens e serviços.

Krippendorff *apud* Ruschmann (1995, p. 25) afirma que o marketing turístico é:

A adaptação sistemática e coordenada da política das empresas de turismo, tanto privadas como do Estado: no plano local, regional, nacional e internacional, visando à plena satisfação das necessidades de determinados grupos de consumidores, obtendo, com isso, um lucro apropriado.

Assim, o marketing turístico é uma das atividades que o *trade* turístico utiliza para que assim possa promover o crescimento de suas organizações, procurando conhecer e entender as necessidades de seus clientes. De fato, se o turismo não procurar usar os meios para atrair seus clientes ficará difícil que certo produto se torne atrativo para uma determinada região.

2.4. O Mix de Marketing e o Produto Turístico

O Mix de Marketing é entendido como “O conjunto de ferramentas à disposição da gerência para influenciar as vendas” (KOTLER, 2003, p. 151).

O conceito indica um conjunto de variáveis semelhantes a alavancas ou controles que podem ser operados por um gerente de marketing para atingir uma determinada meta. Esse conjunto é formado pelos 4 Ps (Produto, Preço, Praça e Promoção), formulados por McCarthy (1981).

Para o marketing, é essencial considerar todos esses elementos. No entanto, nessa pesquisa, julgou-se importante abordar apenas um deles, o Produto, tendo sido este ainda enfatizado no contexto do turismo.

O produto turístico como é compreendido atualmente, é oriundo do início da década de 50 na Europa Ocidental. Entretanto, é necessário mencionar que seus antecedentes datam de 1850, quando o agente de viagens inglês Thomas Bennett criou o Individual *Inclusive Tour* (IIT). Ao longo do tempo, a definição de produto turístico evoluiu, acarretando em várias modificações.

De acordo com Acerenza (1991, p. 7), “o produto turístico é o conjunto de prestações materiais ou imateriais, que se oferecem com o propósito de satisfazer os desejos ou as expectativas do turista”.

Diferente dos demais produtos a serem vendidos, o produto turístico é caracterizado por um bem intangível, ou seja, só se pode sentir quando está no destino e é vivido pelas experiências.

Segundo Medlik e Middleton *apud* Ruschmann (1995, p. 26), o produto turístico é “a amálgama de elementos tangíveis e intangíveis, centralizados numa atividade específica e numa determinada destinação, as facilidades e as formas de acesso, das quais o turista compra a combinação de atividades e arranjos”.

Para o consumidor, no caso, os turistas, é fundamental que antes de escolher seu destino tenha como base os componentes do produto turístico, considerando assim as atrações, as facilidades e o acesso. Pois, quando se fala em turismo, pensa-se logo em praia, um lugar para descansar, mas para que isso ocorra e que se tenha demanda para os atrativos a serem explorados, é preciso considerar os meios de divulgação usados pelas agências, de como estão captando seus clientes, quais as formas que procuram para atrair seus consumidores.

De fato, o turista não busca apenas atrativos turísticos, eles querem meios de acesso, conforto e qualidade.

Como o produto turístico é um bem intangível e imaterial, faz-se necessário que, por meio de agências e operadoras de viagens, a venda desses produtos ofereça transparência, já que se trata de um bem de consumo abstrato.

2.5. Rota Turística

O Ministério do Turismo (MTur), por meio do Plano Nacional de Turismo, criou o Programa de Regionalização do Turismo, com o intuito de fomentar a atividade turística no país. Na Região Norte, um dos resultados desse programa foi a criação da Rota 174 Amazonas-Roraima, cujo percurso vai da cidade de Manaus, no Estado do Amazonas até o município de Pacaraima, em Roraima, passando assim pelos principais municípios que possuem atrativos turísticos.

A Rota 174 é considerada, portanto, um produto turístico do Estado de Roraima, sendo comercializada por muitas agências da cidade de Boa Vista. Mas o que vem a ser uma rota turística?

Devido à grande dificuldade em encontrar conceitos que abordem exatamente o termo “rota turística”, se utilizará nesse trabalho a definição de “roteiro turístico”, dada pelo Ministério do Turismo, em sua publicação “Roteiros do Brasil”, que diz:

Roteiro turístico é um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro. (MTUR, 2007a, p. 13).

Outra definição, também do MTur, e que merece destaque nesse contexto é a de “roteirização turística”. Segundo o MTur (2007b, p. 15), “a roteirização confere realidade turística aos atrativos que estão dispersos através de sua integração e organização”.

Conforme as citações acima, onde caracteriza o termo roteiro turístico e roteirização turística, ressalta e destaca as potencialidades e a forma de integração que os atrativos turísticos podem proporcionar para o desenvolvimento do turismo, com base nesses dados, é relevante destacar o município de Cantá, como um produto local.

O município de Cantá, local escolhido para essa pesquisa, tem e existe potencial turístico, além de alguns atrativos e serviços que são oferecidos para os turistas. No percurso da rota poderá ser explorado o turismo de aventura, ecoturismo, turismo rural e de lazer.

Entre os atrativos que o município já oferece, pode-se destacar o Balneário Sacolejo, o Rancho do Papito, o Balneário Medalhas, a Fazenda Castanhal e a Serra Grande. A criação de uma rota turística nesse município seria então de suma importância para todos aqueles que já empreendem no município, desde que tal criação seja trabalhada a partir de um planejamento turístico que indique a viabilidade e as possibilidades de sua criação e desenvolvimento.

Para ter acesso a BR-432, no município do Cantá, primeiramente, é preciso trafegar pela BR-401, rodovia que liga a capital Boa Vista ao município de Bonfim. Após a cidade de Santa Cecília, chega-se à entrada da BR-432, que liga ao município do Cantá. Entretanto, vale esclarecer que a BR-432, oficialmente, começa nos entroncamentos da BR-210 e BR-174, acesso pelo município de Caracaraí no KM-0.0, inicial Novo Paraíso (conhecido como 500) até o quilômetro final KM-217,2, onde se chega a BR-401. O percurso total da BR-432 é de 217,2 quilômetros.

A BR-432 tem como um dos fatores positivos, o acesso até o Km 500 Novo Paraíso, localizado no município de Caracaraí e o fato de ser paralela à BR-174. A BR-432 diminui, em relação à BR-174, o trajeto para chegar ao Amazonas em aproximadamente 80 quilômetros.

3. CARACTERIZAÇÃO DO LOCAL DE ESTUDO

3.1. Estado de Roraima

O antigo território do Rio Branco foi disputado por espanhóis, portugueses, holandeses e ingleses desde o início do século XVI. Seus povoados, no entanto, somente começaram a se abrigar no século XVIII, após o extermínio de grande número de indígenas.

De acordo com o IBGE, em 1858, o Governo Federal criou a freguesia de Nossa Senhora do Carmo, transformada no município de Boa Vista do Rio Branco, em 1890. Em 1904, houve grave disputa territorial com a Inglaterra, que tirou do Brasil a maior parte das terras da região do Pirara, pequeno afluente do rio Maú, incorporadas à Guiana Inglesa.

A partir de 1943, foi criado o Território Federal do Rio Branco, cuja área foi desmembrada do Estado do Amazonas. Passou a chamar-se Território Federal de Roraima a partir de 13 de setembro de 1962. Em 5 de outubro de 1988, com a promulgação da nova Constituição do País, o Território foi transformado em Estado da Federação.

O Estado de Roraima tem como capital a cidade de Boa Vista, onde se concentra a maior parte da população, dos órgãos públicos e do comércio. É um dos mais jovens estados da Federação Brasileira e está localizado totalmente no hemisfério norte. Possui limites com a Venezuela (ao norte e noroeste) 958 km; com a República Cooperativista da Guiana (ao leste) 1.922 km; com o Estado do Amazonas (ao sul e oeste) 1.375 km; e com o Estado do Pará (ao sudeste) 160 km.

O nome do Estado de Roraima origina-se das palavras *roro*, *rorá*, que significa verde, e *ímã*, que quer dizer serra, monte, no idioma indígena ianomâmi, formando serra verde, que reflete o tipo de paisagem natural encontrada na região.

3.2. Município do Cantá

O município do Cantá originou-se da então Colônia Brás de Aguiar, que fazia parte do município de Bonfim. A Colônia Brás de Aguiar foi construída com a finalidade, segundo o Ministério da Defesa (2004), de atender a cidade de Boa Vista, com as principais especiarias como a mandioca e o arroz. Devido à proximidade com a Serra do Cantá, acabou ficando conhecida por este nome.

O município do Cantá foi criado pela Lei nº 099 de 17 de outubro de 1995. Localizado no centro leste do Estado de Roraima, limita-se ao norte com o município de Boa Vista e Bonfim; ao sul com o município de Caracaraí; a leste com o município de Bonfim e a oeste com os municípios de Boa Vista, Mucajaí e Iracema (MINISTÉRIO DA DEFESA, 2004).

Figura 1 - Localização do Município do Cantá



Fonte: Google

Em 1 de janeiro de 1997, tomou posse o primeiro prefeito do município, o Sr. Paulo de Souza Peixoto, que administrou o local por oito anos. Atualmente, Roseny de Souza Cruz é o responsável pela administração do município, tendo sido eleita em 2012.

O município conta ainda com 9 vereadores na Câmara Municipal. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística- IBGE (2010), o município conta com uma população de aproximadamente 13.902 habitantes e seu gentílico denomina-se cantaense.

O município é cortado pela rodovia federal BR-432, a qual passa pelas principais vilas do município como a sede, a Vila Central, Santa Rita, Felix Pinto, União e São José. Basicamente, a renda familiar da população advém dos órgãos públicos e da agricultura familiar, causando assim, um grande índice para o aumento da criminalidade e evasão do próprio município. Diante dessa realidade, entende-se que o turismo seria uma saída para que o município se desenvolvesse e assim contribuísse com a comunidade local.

O município tem grande potencial turístico, pois conta com empreendimentos turísticos, como o Haras Cunha Pucá, o Balneário Sacolejo, o Rancho do Papito, o Balneário Medalha, a Fazenda Castanhal, além das belezas naturais da Serra Grande, onde pode ser praticado o ecoturismo. Todos com acesso.

Por outro lado, faz-se necessário salientar que a rodovia BR-432 não está totalmente pavimentada, causando assim, difícil acesso para algumas localidades do município.

4. METODOLOGIA

Esse estudo se caracteriza como exploratório-descritivo, de abordagem qualitativa e quantitativa.

A pesquisa exploratória, de acordo com Dencker (1998, p. 124), “procura aprimorar ideias ou descobrir intuições [...]. As formas mais comuns de apresentação das pesquisas são a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso”.

Já a pesquisa descritiva, segundo Dencker (1998, p. 124), “em geral procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variáveis. Utiliza técnicas padronizadas de coletas de dados como questionários e a observação sistemática”.

Em relação à pesquisa qualitativa, Dencker *apud* Mazzotti (1998, p. 98) define a pesquisa qualitativa como um meio de investigação, onde o pesquisador pretende investigar o seu objeto de estudo.

Já a pesquisa quantitativa, permite a generalização em termos de probabilidade. Dencker (1998, p. 107).

Como procedimentos metodológicos foram adotados a pesquisa bibliográfica (levantamento de livros e artigos científicos sobre o assunto), a pesquisa documental (uso de manuais, relatórios e dados estatísticos) e a pesquisa de campo (*in loco*).

Na pesquisa de campo, para a coleta de dados, foram aplicados questionários (instrumento de coleta de informação, utilizado numa sondagem ou inquérito) junto às agências de turismo receptivo de Boa Vista, cadastradas no CADASTUR/MTUR. A partir das agências de turismo receptivo cadastradas, foram selecionadas três delas para responder aos questionários. Além dos questionários, foram realizadas entrevistas (conversação entre duas ou mais pessoas em que perguntas são feitas pelo entrevistador para obter informações do entrevistado) com o órgão municipal de turismo do Cantá e com o órgão estadual de turismo de Roraima, sendo estes os principais representantes do turismo na esfera pública de interesse para a pesquisa.

A aplicação dos questionários se deu no período de 27 a 28 de Maio de 2014, na cidade de Boa Vista, por meio de correio eletrônico e pessoalmente. Já as entrevistas foram realizadas no período de 07 a 13 de Maio de 2014, na cidade de Boa Vista e no município do Cantá.

Os questionários foram construídos a partir de perguntas abertas e fechadas, as quais buscaram traçar o perfil dos entrevistados e identificar a opinião das agências de turismo receptivo sobre a possível comercialização da rota turística BR-432 Cantá-RR. Já para as entrevistas, foi elaborado um roteiro com perguntas abertas e fechadas, as quais procuraram identificar o perfil dos entrevistados e a opinião dos órgãos públicos sobre a temática e levantar pontos relevantes quanto às possibilidades e entraves para a criação da rota.

Após a coleta, os dados quantitativos foram tabulados e analisados a partir da técnica estatística de distribuição de frequência. Já os dados qualitativos foram dispostos em quadros e analisados a partir da análise de conteúdo.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesse capítulo, apresenta-se a análise e discussão dos resultados obtidos com esse estudo, que teve como objetivo investigar os aspectos que possibilitam e ou impedem a criação de uma rota turística na BR- 432, no município de Cantá - RR. Para uma melhor compreensão, tal capítulo foi estruturado em subitens e com base nos objetivos específicos traçados para esse trabalho.

5.1. Inventário dos atrativos turísticos existentes no trajeto da Rota BR-432 Cantá- RR

O município do Cantá possui atrativos que vem se desenvolvendo ao longo dos anos e, assim, atraindo turistas e contribuindo com a economia local. O município de Cantá- RR tem o clima tropical de savana, com dois períodos bem definidos, que são de verão e inverno.

De acordo com Neves, Nascimento e Rodrigues (2013, p. 4) a vegetação do Cantá é definida como:

[...]O município do Cantá exibe duas formações de vegetação bem distintas: a savana arbustiva e esparsa que recobre parcialmente o solo, esta se encontra espalhada e em maior proporção; a floresta ombrófila densa é encontrada em encontrada em meio a savana, porém domina a porção norte do município. Existe ainda as matas ciliares, que se apresenta pontualmente acompanhando os cursos de água.

Após essa breve caracterização do município do Cantá, descreve-se a seguir os atrativos turísticos dessa localidade, existentes no trajeto da Rota BR-432. É importante lembrar que tal descrição foi feita a partir de adaptações e atualizações do documento “Inventário dos Atrativos e das Potencialidades Ecoturísticas”, elaborado por Doris Ruschmann, em 2001.

Serra Grande

Tipo: Serra com trilhas, vistas panorâmicas e quedas d'água.

Localização: N02°32.108', W060°45.162'.

Distância da sede municipal: Cerca de 20 km em estrada parcialmente pavimentada.

Descrição: Trata-se de um conjunto de montanhas coberto por floresta densa, em bom estado de conservação. Possui flora e fauna expressivas, afloramentos

rochosos, quedas d'água e locais com vistas panorâmicas, favorecendo a prática do ecoturismo e de esportes de aventura, como *trekking*, escalada em rocha, *mountain biking*, e outros que servem de complementação para a prática do ecoturismo. Há trilhas que levam a diversos pontos do alto da serra e também circundando a área.

Condições de acesso: Bom.

Propriedade: O acesso à área da Serra Grande é livre.

Infraestrutura: O local não dispõe de nenhuma infraestrutura. O acesso pode ser feito a partir das Vilas de Serra Grande 1 e Serra Grande 2, de onde saem trilhas em direção ao alto da serra.

Capacidade de recepção: Não determinada.

Estado de conservação: Ótimo.

Figura 2 – Serra Grande



Fonte: Nádia Aleixo

Bar e Restaurante Sacolejo

Tipo: Bar e Restaurante.

Localização: N02°42.013'; W60°36.486'

Distância: Cerca de 4,7 km a partir do início da BR-432 sentido Capital/ Município de Cantá.

Descrição: Bar e restaurante frequentado pela comunidade local e turistas. Possui também um igarapé, chamado de Sucurijú, onde é caracterizado por uma pequena mata ciliar .

Condições de acesso: Regular. Localizado na estrada que dá acesso à cidade.

Propriedade: Particular.

Infraestrutura: Restaurante e bar, quiosques à margem do igarapé.

Capacidade de recepção: No momento da pesquisa não se pôde perceber o fluxo de turistas. O lixo é coletado 2 vezes por semana e/ ou quando tem evento.

Estado de conservação: Regular.

Figura 3 - Bar e Restaurante Sacolejo



Foto: Polyana Gomes

Rancho do Papito

Tipo: Restaurante e Lazer.

Distância: Cerca de 6 km a partir do início da BR- 432, sentido capital/município.

Condições de acesso: Boas. Está localizado na estrada que dá acesso à cidade.

Propriedade: Particular.

Infraestrutura: Restaurante e espaço para lazer. Possui piscina natural, área de convivência, pista de *speedway* e salão para festa. Além de receber os turistas aos finais de semana e feriados, pode também ser alugado.

Capacidade de recepção: No momento da pesquisa, não se pôde perceber o fluxo dos turistas.

Estado de Conservação: Boa.

Figura 4 - Rancho do Papito



Foto: Polyana Gomes

Balneário Medalhas

Tipo: Balneário e Restaurante.

Distância: Cerca de 36,9 km a partir do início da BR-432, sentido capital/município.

Condições de acesso: Boas. Localizado na estrada que dá acesso à cidade.

Propriedade: Particular.

Infraestrutura: Balneário e restaurante, além de oferecer aos turistas serviços de pesque-pague, trilha com 5 km e área para camping.

Capacidade de recepção: No momento da pesquisa, não se pôde perceber o fluxo de turistas.

Estado de Conservação: Ótima.

Figura 5 - Balneário Medalhas



Foto: Polyana Gomes

Fazenda Castanhal

Tipo: Hotel-Fazenda

Distância: Cerca de 70 km a partir da Capital de Boa Vista.

Condições de acesso: Regular. Localizado na estrada que dá acesso à cidade de Cantá.

Propriedade: Particular

Infraestrutura: Possui restaurante, piscina, UH, passeio à cavalo, caminhada, passeio de barco, observação de pássaros, passeio de bicicleta, trilhas, pedalinho, sinuca e pescaria

Capacidade de recepção: O inventário foi feito a partir de dados coletados pela internet.

Estado de Conservação: Ótima.

Figura 6- Fazenda Castanhal



Fonte: Site Fazenda Castanhal

Comunidade Indígena Tabalascada

Tipo: Comunidade indígena.

Distância da sede municipal: Cerca de 30 km.

Descrição: Trata-se de uma aldeia indígena da etnia wapixanas, porém com grande número de macuxis, são receptivos com os não-índios por ter uma proximidade muito grande com os moradores do Cantá, a comunidade ainda tem suas características marcantes como casas de palha.

Condições de acesso: Ótima Sua localização é privilegiada pelo fato de está a margem da BR- 432.

Propriedade: O acesso depende de autorização da FUNAI.

Infraestrutura: Não há infraestrutura para a prática do turismo. A comunidade possui diversas construções no estilo indígena ou seja, feitas a partir de palhas e barro. A comunidade ainda possui de infraestrutura como igreja, posto de saúde, linha telefônica e transporte público como linha de ônibus todos os dias em horários alternado e serviço de táxi.

Estado de conservação: Regular. A aldeia encontra-se relativamente descaracterizada.

Figura 7- Comunidade Indígena Tabalascada



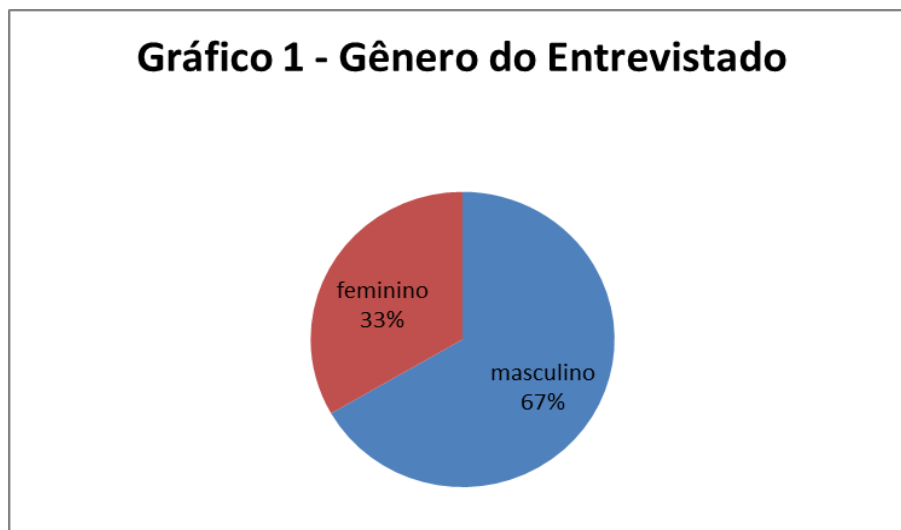
Fonte: Impressões Amazônicas

5.2. Opinião das agências de turismo receptivo de Boa Vista sobre a criação e comercialização da rota

Os dados a seguir referem-se à opinião das agências de turismo receptivo quanto à criação e possível comercialização da rota turística BR-432. Para coletar esses dados, foi aplicado um questionário junto a esses agentes.

Para entender melhor quem são esses agentes de viagens, apresenta-se a seguir o perfil deles.

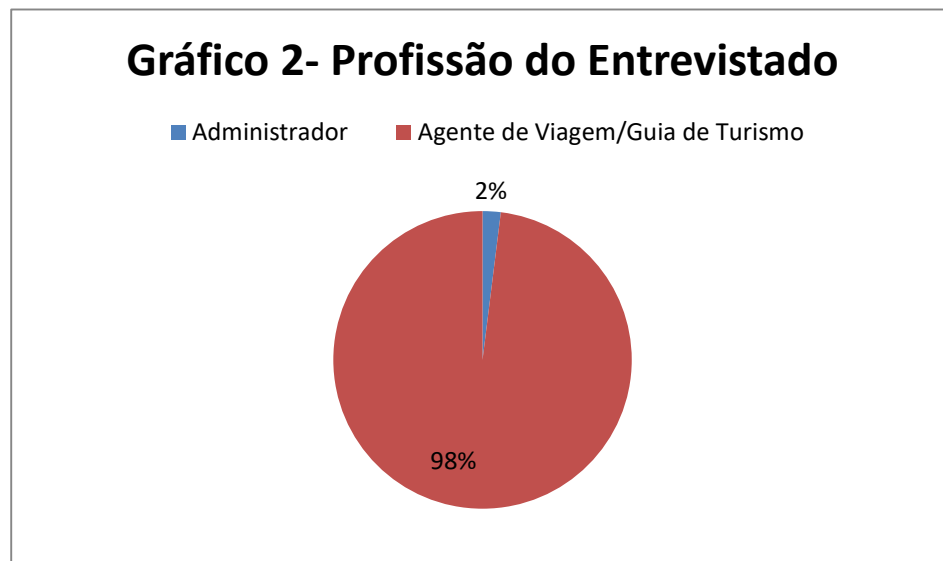
Em relação ao gênero dos entrevistados, de acordo com o Gráfico 1, 67% dos entrevistados são do sexo masculino e apenas 33% do sexo feminino.



Fonte: Pesquisa de campo (2014).

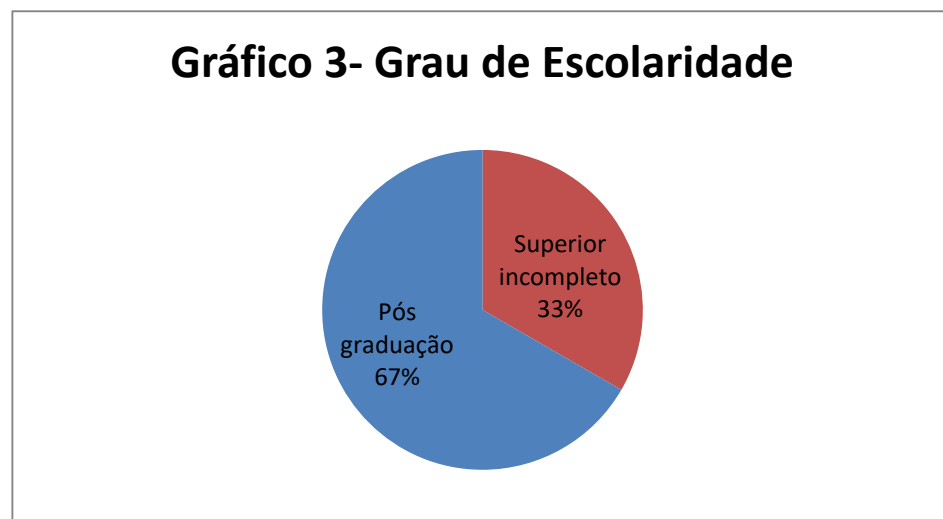
No que se refere à faixa etária dos entrevistados, detectou-se que todos (100%) estão na faixa etária entre 30 a 39 anos.

Quando se perguntou sobre a profissão dos entrevistados, o Gráfico 2 mostra que 98% deles são agentes de viagens e/ou guias de turismo e 2% são administradores. É importante ressaltar que, apesar de agentes e ou guias de turismo, esses profissionais não têm formação na área do turismo, o que pode indicar, de alguma forma, que o *trade* carece de profissionais da área atuando no mercado.



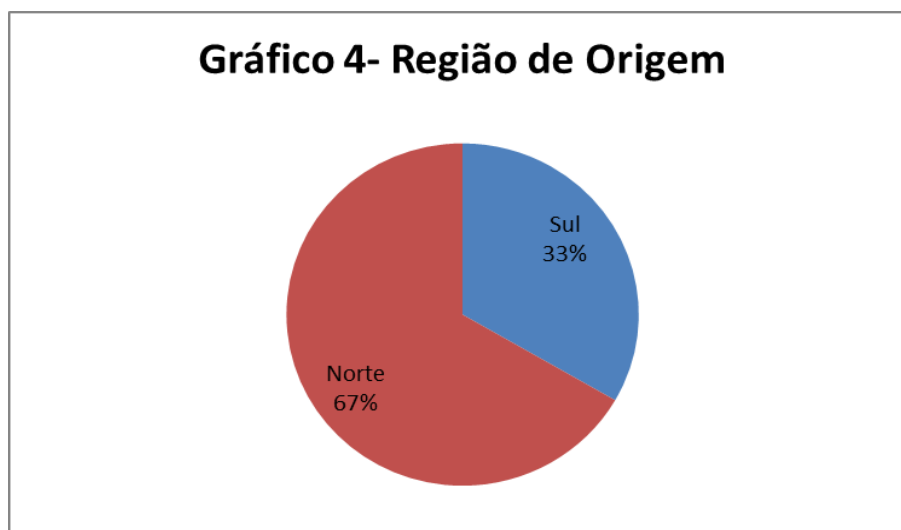
Fonte: Pesquisa de campo (2014).

Quanto ao grau de escolaridade dos entrevistados, o Gráfico 3 mostra que 67% dos entrevistados possuem e/ou estão cursando Pós-Graduação e 33% possuem Nível Superior Incompleto.



Fonte: Pesquisa de campo (2014).

Em relação à região de origem dos entrevistados, de acordo com o Gráfico 4, 67% dos agentes nasceram na região Norte do país, mais especificamente nos estados de Roraima e Rondônia e 33% nasceram na região Sul, especialmente no estado do Paraná.

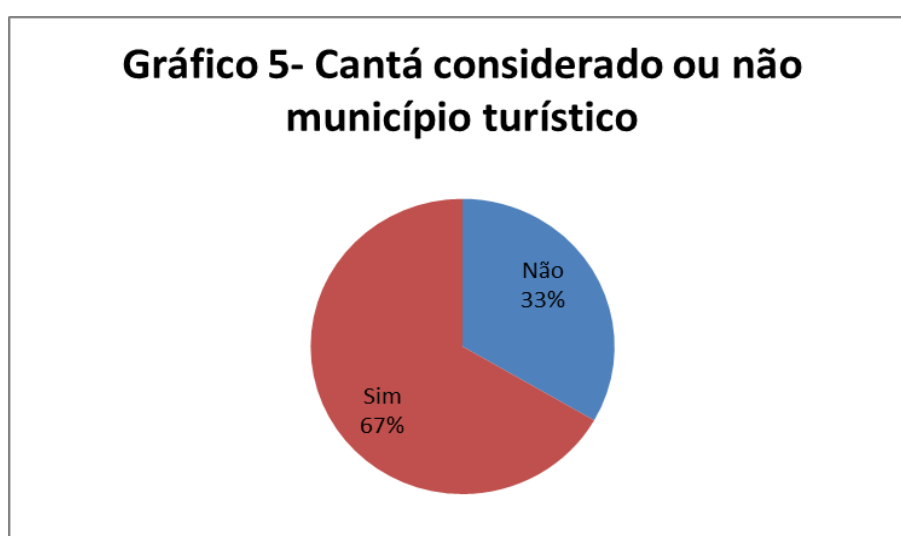


Fonte: Pesquisa de campo (2014)

As perguntas a seguir referem-se à criação e comercialização da rota turística BR-432, Cantá-Roraima.

Quando indagados se o Cantá poderia ser considerado ou não um município turístico, os agentes deram as seguintes respostas, mostradas no Gráfico 5.

Nessa questão, 67% dos entrevistados disseram que consideram o Cantá um município turístico e 33% disseram que não consideram. Os que consideram o município como turístico ressaltam que o perfil dos turistas para a localidade são os amantes da natureza. Por outro lado, os que não consideram, informaram que o município possui apenas um potencial turístico, não sendo turístico ainda.



Fonte: Pesquisa de campo (2014).

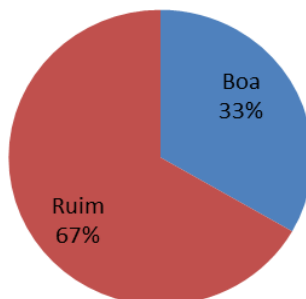
A respeito de quais atrativos e ou empreendimentos os entrevistados conhecem no Cantá, os respondentes afirmaram conhecer os seguintes empreendimentos e atrativos turísticos:

- Fazenda Castanhal
- Rancho do Papito
- Haras Cunha Pucá
- Balneário Sacolejo
- Balneário Medalhas
- Comunidades Indígenas.

Sabe-se que tais empreendimentos têm contribuído com a economia local e estão sendo divulgados no Estado e, assim, tem ajudado a aumentar a demanda local.

Em relação à avaliação das condições da infraestrutura básica do município de Cantá, 67% dos agentes consideram a infraestrutura básica do município como Ruim e 33% avaliam como Boa (Gráfico 6). É importante ressaltar que a infraestrutura básica do Cantá é precária, pois não possui sistema de esgoto adequado em todo o município. No setor da educação, faltam escolas com ensino fundamental e médio em algumas regiões do município e, muitas vezes, não há merenda escolar, o que demonstra um grande descaso nesse setor. Quando se trata de saúde, esta também é uma área preocupante, pois não há hospital no município. Há apenas Postos de Saúde da Família (PSF) que, muitas vezes, não tem medicamentos e materiais básicos para atender a população local. Frequentemente também faltam médicos. Na área da segurança, há uma Delegacia da Polícia Civil na sede, uma na Cidade de Santa Cecília e um batalhão da Polícia Militar na sede do Cantá e outro posto na Vila de Felix Pinto.

Gráfico 6- Condições da Infraestrutura básica do Cantá

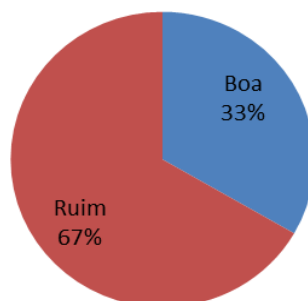


Fonte: Pesquisa de campo (2014).

Quanto à avaliação das condições da infraestrutura turística do município, conforme o Gráfico 7, 67% dos entrevistados consideram as condições da infraestrutura turística do Cantá como Ruim e 33% consideram como Boa. Percebe-se então que o município carece não somente da infraestrutura básica, mas também de infraestrutura turística, como serviços de transporte, alimentação e hospedagem. Para que o turismo se desenvolva em qualquer região, é importante que todos esses elementos estejam agrupados, formando assim uma cadeia produtiva.

O município possui restaurantes e lanchonetes à margem da BR-432, que já atendem a uma demanda advinda principalmente das vicinais do próprio município e algumas pessoas que, de qualquer forma, dependem desse serviço. Referente ao meio de transporte destacam-se as linhas de ônibus que trafegam diariamente e o serviço de táxi, que atende não somente à sede, mas também algumas regiões do município. Por outro lado, o serviço de hospedagem é muito carente, pois na sede do município não tem hotel e/ou pousada para atender os turistas. Somente são encontrados serviços de hospedagem numa pousada na Vila Félix Pinto, que não tem um serviço de qualidade e na Fazenda Castanhal, que oferece boas acomodações, porém apenas com reserva antecipada.

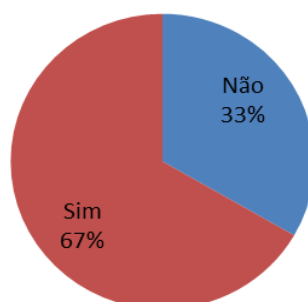
Gráfico 7- Condições da Infraestrutura turística do município



Fonte: Pesquisa de campo (2014).

Referente ao conhecimento dos entrevistados sobre a existência de alguma rota turística no Estado, o Gráfico 8 mostra que 67% dos agentes afirmaram que conhecem alguma rota turística em Roraima e 33% disseram que não. Dos entrevistados que afirmaram conhecer alguma rota turística, a Rota 174 - Amazonas/Roraima foi a mais mencionada.

Gráfico 8- Você conhece alguma rota turística no Estado?

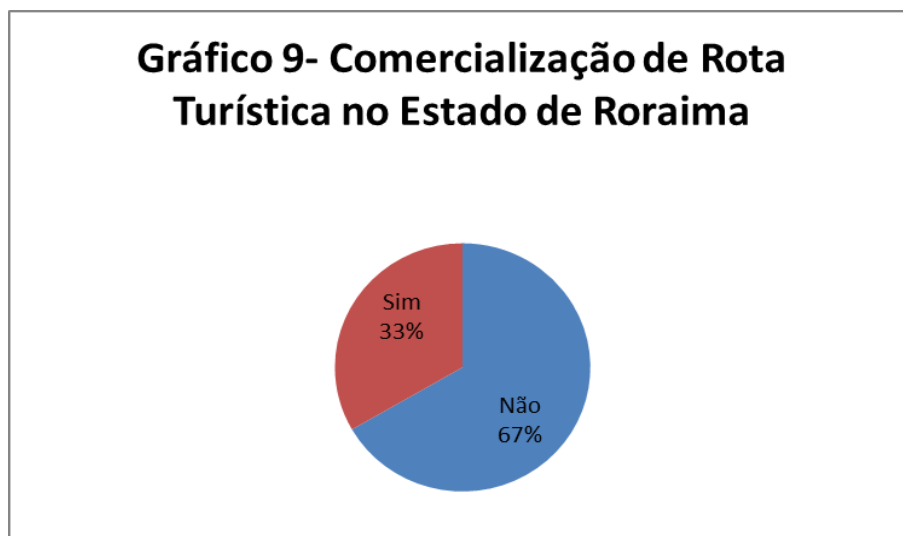


Fonte: Pesquisa de campo (2014).

Em relação ao conceito de “Rota Turística” por parte dos entrevistados, detectou-se que a maioria deles entende que a rota turística é um complexo que ao longo de seu percurso possuem atrativos e tem ponto de saída e chegada.

Sobre a opinião das agências de turismo receptivo no que diz respeito à comercialização de alguma rota turística no estado, no Gráfico 9, vê-se que 67% dos

entrevistados disseram comercializar uma rota turística e 33% disseram que não. Dos 33% que responderam comercializar alguma rota no estado, todos vendem a Rota 174 - Amazonas/ Roraima. Entretanto, os que disseram que não, reconhecem a Rota 174 e consideram que a mesma tem uma demanda muito baixa. Por este motivo não a vendem e preferem comercializar outras rotas fora do estado como a Rota do Vinho, no Rio Grande do Sul.



Fonte: Pesquisa de campo (2014).

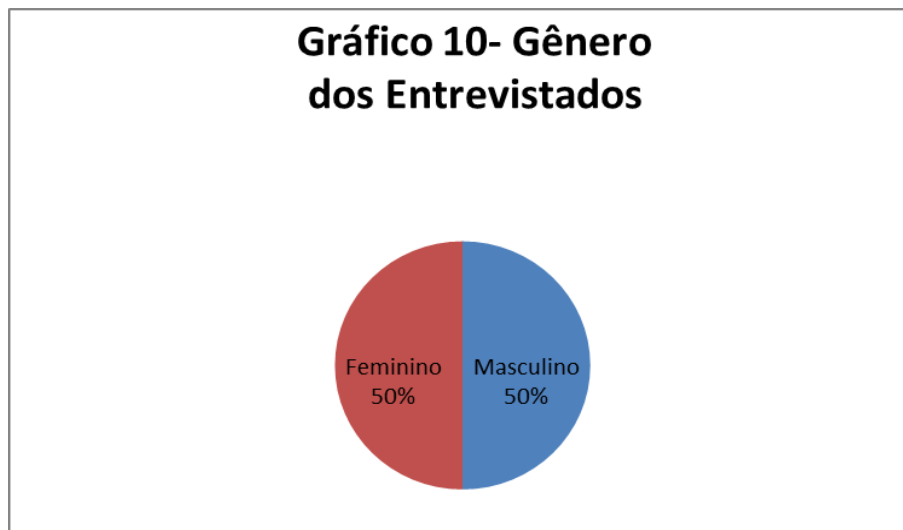
Finalmente, quando indagados sobre a possibilidade de comercializarem a Rota BR-432 Cantá/Roraima, 100% dos agentes responderam que comercializariam tal rota, caso fosse criada, porém, desde que o município passasse a ter infraestrutura básica e turística adequada para atender seus clientes. Segundo os entrevistados, esta rota se destinaria a públicos que gostam de aventura e deveria ser indicada tanto para a comunidade local quanto para pessoas de outras regiões, por haver atrativos naturais diferenciados em seu percurso.

5.3. Posicionamento dos órgãos municipal e estadual ligados ao turismo em relação à criação da rota

Esse subitem trata do posicionamento dos órgãos municipal do Cantá e estadual de Roraima sobre a criação da rota.

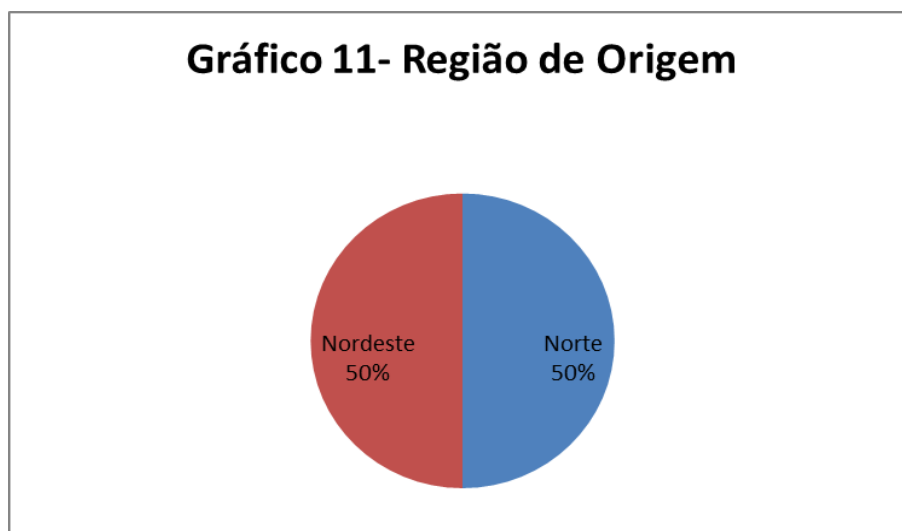
Nas primeiras perguntas da entrevista foi identificado o perfil dos entrevistados.

Em relação ao gênero dos entrevistados, como mostra o Gráfico 10, detectou-se que 50% deles são do sexo Feminino e 50% do sexo Masculino.



Fonte: Pesquisa de campo (2014).

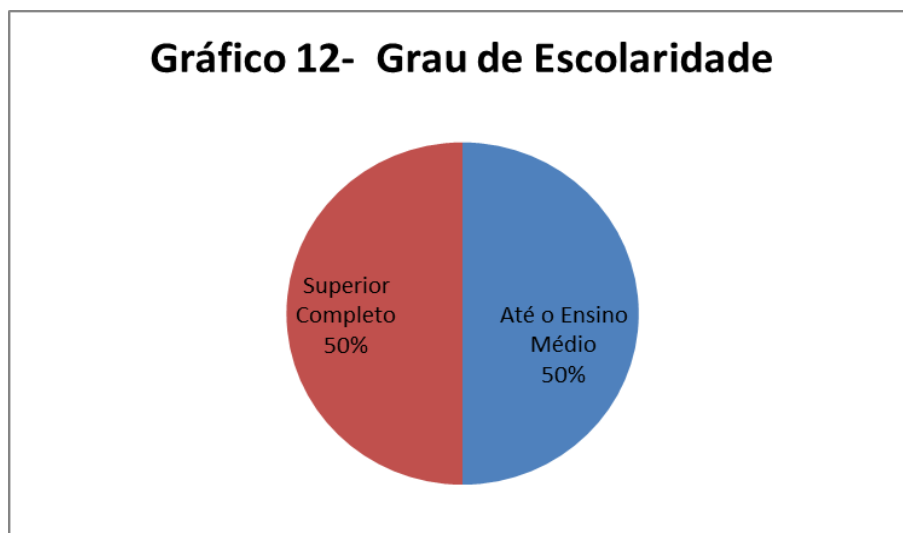
Quanto à faixa etária, comprovou-se 100% deles estão na faixa etária entre 50 e 59 anos. Já em relação à região em que nasceram, conforme o Gráfico 11, 50% deles são da Região Nordeste do país e 50% são da Região Norte, especificamente dos Estados do Amazonas e Maranhão.



Fonte: Pesquisa de campo (2014).

No que se refere ao grau de escolaridade desses entrevistados, 50% deles possuem o Ensino Superior Completo e 50% o Ensino Médio Completo (Gráfico 12). Esses dados causam certa preocupação em relação à falta de qualificação de

profissionais para desempenharem papéis de gestores em determinadas áreas como a do Turismo, que carece de profissionais qualificados a frente de departamentos que competem a este setor.



Fonte: Pesquisa de campo (2014).

Referente à função que esses entrevistados desempenham nos órgãos públicos ao qual pertencem, notou-se que um deles exerce a função de Secretário Municipal de Turismo e o outro de Analista em Turismo.

Após traçar o perfil dos entrevistados, as perguntas a seguir abordam a opinião dos mesmos sobre o turismo no Cantá, seu planejamento e a possibilidade de criação da rota BR-432 Cantá/Roraima.

Quando questionados sobre se consideram o Cantá como um município turístico, como mostra o Quadro 1, os entrevistados afirmaram o seguinte.

Os representantes dos órgãos concordam entre si que o município do Cantá é turístico. O órgão estadual enfatiza a importância do Programa de Regionalização do Turismo, do Ministério do Turismo - MTur para o fomento do turismo no município de Cantá- RR.

Quadro 1 - Cantá considerado um município turístico

ÓRGÃO ESTADUAL	<i>Sim. O Cantá é um município turístico, aliás, os 15 municípios do Estado de Roraima eles fazem parte do Programa de Regionalização do Turismo do Ministério do Turismo e o Cantá tem seus atrativos, então ele é sim considerado um município turístico.</i>
ÓRGÃO MUNICIPAL	<i>Lógico, com certeza.</i>

Fonte: Pesquisa de campo (2014).

Sobre quais atrativos e ou empreendimentos turísticos com potencial os entrevistados conhecem no município do Cantá (Quadro 2), eles afirmaram, em comum, conhecerem a Serra Grande e a Cachoeira Véu de Noiva e ressaltaram que a Serra Grande possui atrativos ecoturísticos como trilhas e observação da fauna e flora existente, além da própria Cachoeira Véu de Noiva. A Fazenda Castanhal proporciona aos turistas várias atividades de entretenimento e lazer e, por fim, o Balneário Medalhas oferece aos turistas o serviço de pesque-pague e banho.

Quadro 2 - Atrativos e Empreendimentos conhecidos pelos entrevistados

ÓRGÃO ESTADUAL	<i>Serra Grande Cachoeira Véu de Noiva</i>
ÓRGÃO MUNICIPAL	<i>Fazenda Castanhal Cachoeira Véu de Noiva Serra Grande Balneário Zé das Medalhas</i>

Fonte: Pesquisa de campo (2014).

Em relação à classificação da infraestrutura básica e turística do Cantá (Quadro 3), vê-se que ambos concordam que tanto a infraestrutura básica quanto turística são precárias e precisam de mais incentivos do poder público para seu melhoramento.

Quadro 3 - Classificação da Infraestrutura básica e turística

ÓRGÃO ESTADUAL	<i>Precisa ser melhorada. Infraestrutura a gente sabe que é bom para a comunidade então vai ser bom para o município, então essa infraestrutura ela tem que ser melhorada, é hotéis restaurantes, lazer equipamentos, serviços de mão de obra isso precisa ser melhorado.</i>
ÓRGÃO MUNICIPAL	<i>Essas são praticamente que zero. Não há um trabalho por parte do serviço público. Na verdade não há um incentivo, não tem uma infraestrutura pra oferecer para o turista. A única infraestrutura que tem é da iniciativa privada</i>

Fonte: Pesquisa de campo (2014).

Sobre a existência de projetos de turismo para o município do Cantá nos órgãos estadual e municipal (Quadro 4), os entrevistados concordam que quase não há projetos para o Cantá, porém o representante do órgão estadual falou sobre o Programa de Regionalização do MTur, que é um alicerce para os municípios. Já o representante do órgão municipal ressaltou que está fazendo um levantamento das potencialidades do município para, a partir daí, começar a elaborar um plano estratégico para o desenvolvimento do turismo no município.

Quadro 4 - Existência de projetos de turismo para o Cantá nos setores públicos

ÓRGÃO ESTADUAL	<i>Na verdade, os 15 municípios são contemplados pelo Programa de Regionalização do Turismo, onde é um alicerce da gestão do Ministério do Turismo. Ele descentraliza os planejamentos, então são realizados oficinas de capacitação, formam-se grupos para compor uma instância de governança. Esses grupos vão ser capacitados para poder fazer um planejamento na área de turismo.</i>
ÓRGÃO MUNICIPAL	<i>Estamos fazendo um levantamento ainda de todo o histórico do município, das potencialidades do município para poder elaborar um plano. Em cima desse plano a gente lançar alguns projetos para o desenvolvimento turístico do município.</i>

Fonte: Pesquisa de campo (2014).

A respeito do conceito de “Rota Turística”, antes de abordar as respostas dos entrevistados, achou-se conveniente destacar o conceito do MTur, que diz:

Roteiro turístico é um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro. (MTUR, 2007a, p. 13).

Ao considerar esse conceito, percebe-se que as respostas dos entrevistados sobre ele foram divergentes (Quadro 5).

Quadro 5 - Conceito de Rota Turística na visão dos entrevistados

ÓRGÃO ESTADUAL	<i>A rota turística é formatada a partir do momento que tem fluxo e uma procura onde se tem uma demanda muito grande. Não é só criar uma rota, você tem que dá pra essa rota toda uma infraestrutura de serviços, de equipamentos e mão de obra.</i>
ÓRGÃO MUNICIPAL	<i>É um percurso por onde se deve andar contemplando e explorando as belezas do município, estado ou país.</i>

Fonte: Pesquisa de campo (2014).

Em relação ao conhecimento dos entrevistados sobre a existência de alguma rota turística no Estado de Roraima (Quadro 6), notou-se que os representantes dos órgãos divergem entre si. O órgão estadual confirma que conhece sim uma rota turística, sendo ela a Rota 174- Amazonas/Roraima, que é contemplada por meio do Programa de Regionalização do MTur. Já o órgão municipal diz que não tem conhecimento da existência de nenhuma rota turística no Estado de Roraima.

Quadro 6 - Conhecimento de alguma rota turística no Estado de Roraima

ÓRGÃO ESTADUAL	<i>A Rota Amazonas – Pacaraima/Roraima, que é vendida no Brasil. Ela já existe, pois foi feito um estudo, só que a sua infraestrutura deixa a desejar.</i>
ÓRGÃO MUNICIPAL	<i>Não. Conhecer na verdade como exercício de fazer turismo não.</i>

Fonte: Pesquisa de campo (2014).

A respeito da opinião dos entrevistados sobre a possível criação da rota turística BR-432 (Quadro 7), os representantes dos órgãos concordam quanto à possível criação da rota turística BR-432 Cantá/Roraima, desde que o município disponha de infraestrutura básica e turística para atender a demanda e possa beneficiar a comunidade em geral.

Quadro 7 - Opinião sobre a possível criação da rota turística BR-432

ÓRGÃO ESTADUAL	<i>Eu acho muito importante criar essa rota, até para beneficiar o município, fomentar o turismo, gerar emprego e renda para a comunidade.</i>
ÓRGÃO MUNICIPAL	<i>Acho ótimo, não só em criar na BR- 432 e sim em todos os lugares que tem acesso dentro do município.</i>

Fonte: Pesquisa de campo (2014).

Referente aos fatores que favorecem a possível criação da rota BR-432 Cantá/Roraima (Quadro 8) , o representante do órgão estadual se deteve a falar de aspectos a serem gerados a partir da criação da rota, como: o aumento da demanda turística no município, capacitação da mão de obra e a geração de renda para o município. Quanto ao representante do órgão municipal, este citou a facilidade do acesso ao Cantá e os seus atrativos.

Quadro 8 – Fatores que favorecem a criação da rota turística BR-432

ÓRGÃO ESTADUAL	<i>Primeiro, a demanda, depois da demanda tem que ter um agenciamento, a capacitação da mão de obra e os serviços que serão oferecidos.</i>
ÓRGÃO MUNICIPAL	- <i>Facilidade de acesso;</i> - <i>Localização estratégica para outros municípios;</i> - <i>Existência de atrativos naturais.</i>

Fonte: Pesquisa de campo (2014).

Sobre os fatores que impedem a criação da rota (Quadro 9), o entrevistado do órgão estadual ressaltou que o fator que pode impedir a criação da rota é somente o desinteresse das agências de viagens em comercializar a mesma. Já o entrevistado do órgão municipal enfatizou apenas a falta de apoio dos órgãos públicos.

Quadro 9 - Fatores que impedem a criação da rota turística BR-432

ÓRGÃO ESTADUAL	- <i>Desinteresse das agências para comercialização da rota;</i> - <i>Falta de perspectiva da comunidade local.</i>
ÓRGÃO MUNICIPAL	- <i>Falta de apoio do poder público.</i>

Fonte: Pesquisa de campo (2014).

É relevante destacar os benefícios que o turismo gera para uma comunidade, partindo do setor público e privado, como infraestrutura, saneamento básico, internet de qualidade, melhoria na saúde e educação, proporcionando assim melhoria na qualidade de vida da comunidade local.

5.4. Possibilidades e entraves para criação da rota turística BR-432 Cantá/RR

Os resultados obtidos com a pesquisa junto ao setor público e ao setor privado representados, nesse estudo, pelas agências de viagens e pelos órgãos públicos oficiais de turismo, permitiu a definição das seguintes possibilidades e entraves para criação da rota turística BR-432 Cantá/RR, como mostra o Quadro 10.

Quadro 10 – Possibilidades e entraves para criação da rota turística BR-432

SETORES	POSSIBILIDADES	ENTRAVES
SETOR PÚBLICO	- Geração de renda; - Aumento da demanda turística; - Facilidade do acesso; - Possui atrativos e ou empreendimentos de turismo.	- Precariedade da infraestrutura básica e turística do Cantá; - Desinteresse de comercialização da rota pelas agências de turismo receptivo; - Falta de apoio para este segmento.
SETOR PRIVADO	- Possui atrativos e ou empreendimentos turísticos; - Interesse de comercializar a rota.	- Falta de infraestrutura básica e turística; - Baixa demanda.

Fonte: Pesquisa de campo (2014).

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho se propôs a investigar os aspectos que possibilitam e ou impedem a criação de uma rota turística na BR-432, no município de Cantá – RR. Para isso, outros objetivos foram determinados e devidamente alcançados, como mostrado no capítulo anterior.

Conforme os objetivos propostos, que procurou investigar as possibilidades e entraves para a criação da rota e, com base nos resultados, viu-se que o estudo relata dados importantes que venham a contribuir para desenvolvimento do turismo no Estado de Roraima.

É importante destacar que as possibilidades encontradas, de fato, ajudarão a fomentar o turismo na região. Conforme os relatos do setor público, além de contribuir com a geração de renda para a comunidade local, os atrativos que o município oferece são bastante propícios para a criação da Rota-432, principalmente devido à facilidade do acesso para os empreendimentos localizados em seu trajeto. Já o setor privado enfatiza ainda que se a criação da rota chegar a se concretizar de forma adequada, contando com o incentivo do poder público, as agências de turismo receptivo de Boa Vista passarão a ter interesse em comercializá-la.

Por outro lado, os entraves que foram encontrados servem para que se tenha um diagnóstico e, a partir dele, o conhecimento sobre que medidas são cabíveis para resolver tais problemas. Os dados fornecidos pelo setor privado mostram que o a infraestrutura básica e turística precárias e a baixa demanda são fatores que impedem diretamente a comercialização da Rota-432. Entretanto, o setor público admite que a falta de infraestrutura é um entrave, porém a falta de interesse das agências também é um agravante para a rota.

Desse modo, é relevante para a pesquisa intercalar tais informações para uma melhor interpretação dos dados coletados e assim chegar a uma conclusão. O setor público e o setor privado, de certa forma, dependem um do outro para que a prática do turismo venha a se desenvolver na localidade.

É importante destacar os benefícios que a criação de uma rota turística pode trazer para o município do Cantá, assim como para suas principais vilas. Benefícios tanto em relação à infraestrutura básica e turística, como também o enriquecimento da economia local, principalmente nas vilas que farão parte desse percurso. Essas

vilas já possuem uma economia gerada pelos turistas/excursionistas que trafegam pela BR- 432, como caminhoneiros e outros viajantes que vão para Manaus via BR- 432.

Vale esclarecer que, no decorrer da pesquisa, houve dificuldades quanto à fundamentação de alguns pontos relevantes. Entretanto, foram atingidos todos os objetivos traçados.

REFERÊNCIAS

ACERENZA, Miguel Ángel. **Promoção Turística: um enfoque metodológico**. São Paulo: Pioneira, 1991.

BOITEUX, Bayard do Coutto; VERNER, Mauricio. **Planejamento e Organização do Turismo: Teoria e Prática**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2003.

BRAGA, Debora Cordeiro. **Planejamento turístico: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 4ª ed. São Paulo: Futura, 1998.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA-IBGE, **Histórico do Município do Canta. 2010**. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br>>. Acesso em: 11 nov. 2013.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA-IBGE, **Histórico do Estado de Roraima**. Disponível em: <http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/dtbs/roraima/boavista.pdf> . Acesso em 08 de Setembro de 2014.

INFOESCOLA. **História de Roraima**. Disponível em: <http://www.infoescola.com/historia/historia-de-roraima/>. Acesso em 08 de Setembro de 2014.

KOTLER, P. **Administração de Marketing: análise, planejamento, implementação e controle**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1998.

KOTLER, Philip; HAYES, Tom; BLOOM, Paul N. **Marketing de Serviços Profissionais: estratégias inovadoras para impulsionar sua atividade, sua imagem e seus lucros**. São Paulo: Manole, 2002

MINISTÉRIO DO TURISMO-MTUR. **Programa de Regionalização do Turismo**. Disponível em: <www.mtur.gov.br>. Acesso em 01 Dezembro de 2014.

MINISTÉRIO DO TURISMO - MTUR. **Programa de Regionalização do Turismo: Roteirização Turística**. Disponível em: <www.mtur.gov.br>. Acesso em 28 de Agosto de 2014.

MCCARTHY, E. J. **Basic Marketing, a managerial approach**. 7ª ed. Irwin, 1981.

NEVES, C.R.L.; NASCIMENTO, E.C.; RODRIGUES, D.D.; Análise da paisagem do município de Cantá-RR. In SIMPÓSIO DE GEOLOGIA DA AMAZÔNIA, 13, 2013, Belém. **Anais** Belém: 2013, p.4

OMT (1994). Organização Mundial do Turismo. **Planejamento do Turismo Regional: Metodologias e Estudos de Caso**. Madrid, OMT, sd. Senac, 2004.

PETROCCHI, Mario. **Turismo: planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 1998.

RUSCHMANN, Doris Van de Meene. **Marketing turístico: um enfoque promocional**. 2ª ed. São Paulo: Papirus, 1995.

SEPLAN- Secretaria do Planejamento, Indústria e Comércio de Roraima. **Inventário dos Atrativos e das Potencialidades Ecoturísticas**. São Paulo: Ruschmann Consultores. 2001, 272 p.

WIKIPÉDIA.

Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%A1>. Acesso em 24 de Agosto de 2014.

APÊNDICE**Questionário aplicado com as Agências de
Turismo Receptivo de Boa Vista**

Data: ____/____/____

Nome da Empresa:

1. Você considera o Cantá um município turístico?

Sim ()

Não () Por quê? _____

2. Quais atrativos/empreendimentos do município do Cantá, você considera com potencial turístico?

3. Como você classificaria as condições da infraestrutura básica existente, atualmente, no município do Cantá?

Péssima () Ruim () Regular () Boa () Ótima ()

4. Como você classificaria as condições da infraestrutura turística existente, atualmente, no município do Cantá?

Péssima () Ruim () Regular () Boa () Ótima ()

5. O que você entende por Rota Turística?

6. Você conhece alguma Rota Turística existente no Estado?

Sim () Qual? _____

Não ()

7. Você comercializa alguma Rota Turística do Estado?

Sim () Para quem (público)? _____

Não () Por quê? _____

8. O que você acha da criação de uma Rota Turística na BR-432/Cantá-RR?

9. Uma vez criada, você comercializaria a Rota BR-432/Cantá-RR?

Sim ()

Não () Por quê? _____

10. Se sim, a qual público você ofereceria este produto? E por quê?

11. Nome do Entrevistado: _____

12. Cargo que ocupa na empresa: _____

13. Gênero:

Masculino () Feminino ()

14. Idade:

() Até 19 anos () 20 a 29 anos () 30 a 39 anos

() 40 a 49 anos () 50 a 59 anos () 60 ou mais

15. Cidade/Estado de origem:

16. Grau de escolaridade:

() Até o Ensino Médio Completo

() Superior Incompleto

() Superior Completo/ Área:

() Pós-Graduação. Área:

Roteiro de perguntas para os Órgãos Públicos

INSTITUIÇÃO: _____

ENTREVISTADO: _____

DATA ____/____/____

1. Você considera o Cantá um município turístico?
2. Quais atrativos/empreendimentos do Cantá, você considera com potencial turístico?
3. Como você classificaria as condições da infraestrutura básica e turística existente atualmente no município do Cantá?
4. No seu órgão, existem projetos de turismo para o município do Cantá ou que contemplem? Se sim, que projetos são esses?
5. O que você entende por Rota Turística?
6. Você conhece alguma Rota Turística existente no Estado? Qual?
7. O que você acha da criação de uma Rota Turística na BR-432/Cantá-RR?
8. Na sua opinião, que fatores favorecem a criação da Rota BR-432/Cantá-RR?
9. E que fatores impedem?
10. Cargo que ocupa na empresa:
11. Gênero:
Masculino () Feminino ()
12. Idade:
() Até 19 anos () 20 a 29 anos () 30 a 39 anos
() 40 a 49 anos () 50 a 59 anos () 60 ou mais
13. Cidade/Estado de origem:
14. Grau de escolaridade:
() Até o Ensino Médio Completo
() Superior Incompleto
() Superior Completo. Área: _____
() Pós-Graduação. Área: _____