



Fortificações como atrativo turístico: um estudo sobre o Museu Forte Defensor Perpétuo, em Paraty (RJ)

The Forts as tourist attraction: a study on Museu Forte Defensor Perpétuo, in Paraty (RJ)

Fortificaciones como atracción turística: un estudio del Museo Forte Defensor Perpetuo en Paraty (RJ)

Karla Estelita Godoy < karlagodoy@id.uff.br >

Doutora em Políticas Públicas e Formação Humana (UERJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil. Professora do Departamento de Turismo, da Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense (UFF), Niterói, RJ, Brasil. Coordenadora do T-Cult, Grupo de Pesquisa Turismo e Cultura (CNPq).

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

GODOY, K. E. Fortificações como atrativo turístico: um estudo sobre o Museu Forte Defensor Perpétuo, em Paraty (RJ). Caderno Virtual de Turismo. Edição especial: Turismo em fortificações. Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, p.34-48, out. 2013.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



PATROCÍNIO



Resumo: O presente texto é oriundo de estudo sobre a demanda turística em museus do Estado do Rio de Janeiro, que vem a ser uma das etapas que integra um projeto de pesquisa cujo objetivo central é identificar o potencial turístico dos museus. Assim, este artigo tem por finalidade apresentar resultados desse estudo, realizado no Museu Forte Defensor Perpétuo, localizado em Paraty, RJ, e, a partir deles, analisar o perfil e a percepção dos turistas em relação às condições do Museu, na qualidade de atrativo turístico. Para tanto, será abordada a relação entre o Museu e a cidade de Paraty, indicando sua relevância como patrimônio cultural, lugar de memória e seu papel perante o turismo da cidade. Descreverá a metodologia empregada no estudo, situando onde a pesquisa se insere no projeto “Turismo e Museus”. Apresentará os dados coletados e discutirá resultados, destacando as condições positivas e negativas encontradas, e apontando caminhos para a solução dos problemas identificados.

Palavras-chave: fortificações; museu; patrimônio cultural; memória; atrativo turístico.

Abstract: This text comes from the study of tourist demand in museums of the State of Rio de Janeiro, which is one of the steps that integrates a research project whose main objective is to identify the touristic potential of museums. Thus, this paper aims to present the results of this study, realized on the Museu Forte Defensor Perpétuo, located in Paraty, RJ, and, from them, to analyze the profile and perception of tourists regarding the conditions of the Museum, as a tourist attraction. It will be dealt with the relationship between the Museum and the city of Paraty, indicating its importance as a cultural heritage, a place of memory and its role in the city's tourism. It will describe the methodology used in the study, showing how the research is inserted on the project called “Museums and Tourism”. Present the data collected and discuss results, highlighting the positive and negative conditions found, and identifying ways to solve the problems identified..

Keywords: fortifications, museum, cultural heritage, memory, tourist attraction.

Resumen: Este texto tiene como base el estudio de la demanda turística en los museos del Estado de Rio de Janeiro, que es parte de una de las etapas que integra un proyecto de investigación cuyo objetivo principal es identificar el potencial turístico de los museos. Así, este artículo tiene como objetivo presentar los resultados de este estudio, realizado en el Museo Forte Defensor Perpétuo, ubicado en Paraty, RJ, y, a partir de ellos, analizar el perfil y la percepción de los turistas sobre las condiciones del Museo, como una atracción turística. Para tanto se abordará la relación entre el Museo y la ciudad de Paraty, indicando su importancia como patrimonio cultural, lugar de memoria y su papel en el turismo de la ciudad. Describirá la metodología utilizada en el estudio, situando la investigación en lo proyecto “Turismo y Museos”. Mostrará los datos recogidos y discutirá los resultados, destacando las condiciones positivas y negativas encontradas e identificando maneras de resolver los problemas encontrados.

Palavras clave: fortificaciones, museos, patrimonio cultural, memoria, atracción turística.

Introdução

O Forte Defensor Perpétuo foi construído na Ponta da Defesa, em Paraty, Rio de Janeiro, em 1703 – mesmo período em que se descobrem as primeiras jazidas de ouro no Estado de Minas Gerais. Integra um conjunto de edificações erguidas com o objetivo de proteger a Baía e o Porto de Paraty, por onde se escoava toda a produção mineira, na época.

A partir do momento em que houve o declínio do Ciclo do Ouro em Paraty, o Forte também foi perdendo gradualmente sua relevância. Ficou em ruínas até 1822, ano em que houve uma reconstrução de sua arquitetura e quando recebeu o nome atual, em homenagem a Dom Pedro I, Imperador e “Defensor Perpétuo do Brasil”.

Dentre sete fortificações construídas na cidade, esse é o único exemplar que sobreviveu. Sua construção, que mais se assemelha a um casario do século XVIII, possui três áreas preservadas: a Casa do Comandante, a ala do Quartel da Tropa e o Quartel dos Inferiores. Em anexo ao Forte, conservam-se ainda a Praça de Armas, a Casa da Pólvora e sua muralha de pedras em alvenaria.

Em 1957, quando não possuía mais utilização militar, o Forte foi tombado¹ e restaurado, três anos depois, pelo IPHAN. Teve, na mesma época, sua jurisdição transferida do Ministério da Guerra para o Ministério da Educação e Cultura, e, hoje, é um dos 30 museus federais administrados pelo IBRAM – Instituto Brasileiro de Museus.

Recentemente, em 2011, o Museu Forte Defensor Perpétuo foi uma das instituições museológicas escolhidas para participar de um estudo acadêmico sobre demanda turística em museus do Estado do Rio de Janeiro, como parte integrante de um projeto de pesquisa² mais amplo cujo objetivo central é identificar o potencial turístico dos museus. Uma das etapas do trabalho³ previa a aplicação de questionários, elaborados com o intuito de identificar o perfil do turista e sua percepção sobre o museu visitado.

Esse recorte de pesquisa, direcionado para o turista, tornou-se um diferencial, uma vez que os estudos existentes sobre pesquisa de público em museus, normalmente não se voltam só para o turista, mas sim para a categoria “visitante”, que inclui moradores da cidade, contingente escolar e turistas em geral. Além disso, raramente são verificadas pesquisas em que tenham sido entrevistados turistas estrangeiros, devido à barreira do idioma e ao fato de que, dificilmente, questionários e demais instrumentos são traduzidos para outras línguas.

Assim, a referida pesquisa se dedicou a inquirir unicamente turistas nacionais e estrangeiros em visita aos museus, a fim de coletar dados quantitativos e qualitativos sobre essa demanda, gerando, portanto, contribuição específica para as áreas da museologia e do turismo.

A partir dos dados coletados na pesquisa, verificou-se que mais de 45% dos turistas, em Paraty, obtiveram informações sobre a existência do Museu Forte Defensor Perpétuo através de fontes oriundas do *trade*⁴ turístico – muito embora fosse mais reconhecido como Forte do que como

1 Segundo a base de dados do Arquivo Noronha Santos, o Forte foi Tombado no Livro Histórico do IPHAN, sob a inscrição nº 318-A, de 9 de janeiro de 1957.

2 O projeto, desenvolvido pelo T-Cult Grupo de Pesquisa Turismo e Cultura, vinculado à Faculdade de Turismo e Hotelaria da Universidade Federal Fluminense (UFF), recebeu fomento à pesquisa, oriundo do CNPq e da FAPERJ, que concedeu bolsas de Iniciação Científica (orientadas pela professora-coordenadora do projeto e autora do presente artigo) e Auxílio Instalação (Nº do Processo: E-26/110807/2012).

3 Maiores detalhes serão apresentados na seção deste artigo, que descreve especificamente os métodos da pesquisa.

4 “O *trade* abrange a infraestrutura básica do turismo – hotéis, agências de turismo, guias, bares e restaurantes, meios de transporte e o comércio voltado para o turismo”. (BARBOSA; ZAMBONI, 2000 apud LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2008, p. 191).

Museu. Mas, de todo modo, isso significa que o local é apontado como um atrativo, cuja visitação é recomendada para turistas.

E, se esse é um dos indícios que inscreve o Museu no *hall* dos atrativos turísticos⁵ de Paraty, considera-se necessário compreender o olhar do turista sobre esse espaço, possibilitando, assim, a identificação de pontos positivos e negativos, que envolvem a relação entre o museu e os turistas que o visitam.

Apesar do caráter exploratório da pesquisa, foi possível diagnosticar uma série de situações que podem vir a contribuir com o plano museológico do Museu, a fim de que se torne cada vez mais qualificado para o turismo. A qualificação é uma via de mão dupla, que tanto atende às necessidades e anseios dos turistas, como deve despertar neles o respeito e a valorização dos espaços visitados.

Assim, este artigo tem por finalidade apresentar os resultados desse estudo realizado no Museu Forte Defensor Perpétuo, e, a partir deles, analisar o perfil e a percepção dos turistas em relação às condições do Museu como atrativo turístico. Para tanto, será abordada a relação entre o Museu e a cidade de Paraty, indicando sua relevância como patrimônio cultural, lugar de memória e seu papel perante o turismo da cidade. Descreverá a metodologia empregada no estudo, situando onde a pesquisa se insere no projeto “Turismo e Museus”. Apresentará os dados coletados e discutirá resultados, destacando as condições positivas e negativas encontradas, e apontando caminhos para a solução de problemas identificados.

O Museu Forte Defensor Perpétuo e sua relação com a cidade de Paraty: patrimônio, memória e turismo

Paraty foi fundada, no século XVII⁶, por portugueses que conheciam a trilha aberta pelos índios Guaianás⁷, que ligava as praias à região ao Vale do Paraíba e que seria posteriormente conhecida como Caminho do Ouro. O Porto de Paraty escoava ouro e pedras preciosas vindos de Minas Gerais, chegando a ser o segundo mais importante do país.

Mas com a abertura do chamado Caminho Novo, que ligava o Rio de Janeiro a Minas, o Porto de Paraty perdeu relevância, fator que veio a influenciar fortemente a economia local.

No século XIX, com o Ciclo do Café, houve um novo impulso no crescimento econômico da cidade. Paraty funcionou, assim, como porto de chegada para as fazendas de café do Vale do Paraíba.

5 Segundo a EMBRATUR (1984, p. 127), atrativo turístico é “todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los [podendo ser] naturais [ou] histórico-culturais; manifestações e usos tradicionais e populares; realizações técnicas e científicas contemporâneas; acontecimentos programados”.

6 “Existem divergências em relação à data exata da Fundação de Paraty. Alguns historiadores definem como o período entre os anos de 1540 a 1560, alegando que já havia um núcleo devotado a São Roque no Morro da Vila Velha (hoje Morro do Forte); outros definem como ano de fundação 1596, quando Martim Corrêa de Sá empreende uma expedição contra os índios guaianás do Vale do Paraíba; alguns outros, de 1600, quando havia um povoamento de paulistas da Capitania de São Vicente; e alguns mais, 1606, quando da chegada dos primeiros meeiros da Capitania de Itanhaém, que, alguns acreditam, venha a ser a origem do povoamento como, a grosso modo, foi definido [no] sistema de Capitânicas Hereditárias a base da exploração dos bens naturais, defesa e fixação do homem à terra no país. De todo modo, pode-se afirmar que, no início do século XVII, além dos índios guaianases, já existia um povoado no local”. (Plano de Desenvolvimento Turístico do Município de Paraty, 2003). Contudo, certos historiadores e pesquisadores consideram oficial o ano de 1667, quando surge a Vila de Nossa Senhora dos Remédios de Paratii.

7 Também conhecidos como Guaianases.

Contudo, depois da criação da Estrada de Ferro, que ligou o Rio de Janeiro diretamente a São Paulo, e através da qual a produção cafeeira começava a ser escoada com mais eficiência, a cidade de Paraty entrou em estagnação, o que durou quase um século (PARATY, 2003). Como a conexão entre Paraty e Rio de Janeiro era feita somente por mar, cuja trajetória era turbulenta, a cidade foi ficando cada vez mais isolada.

No início do século XX, sentiam-se ainda os sinais desse distanciamento. Em Paraty, não chegavam mudanças oriundas dos tempos modernos, como a industrialização. Essa situação gerou consequências negativas ao local, mas, em contrapartida, favoreceu a preservação do seu patrimônio material e imaterial. Assim mais conservadas, as memórias da região se mantiveram expressas na sua arquitetura, nas tradições culturais e na natureza, essa menos agredida pela ação do homem.

Alguns acontecimentos acabaram colocando Paraty, outra vez, no cenário nacional, e a cidade renasceu para uma nova fase. Um desses fatos foi o tombamento da cidade pelo IPHAN, em 1958, como Patrimônio Histórico Nacional, que lhe conferiu importância no contexto cultural e ambiental do país.

Em 1966, por meio do Decreto nº 58.077, o mesmo Instituto eleva a cidade à categoria de Monumento Nacional. No documento, publicado em Diário Oficial, destacou-se a urgente necessidade de assegurar proteção ao acervo natural e arquitetônico da cidade.

O Forte Defensor Perpétuo também já havia sido tombado pelo IPHAN, desde 1957, por ser reconhecido como um importante patrimônio histórico-cultural da cidade. Desde então, alçado a Museu, possui em seu acervo peças legítimas, confeccionadas na Grã-Bretanha, como os canhões “padrão 12 Tiros”, cujo disparo atingia dois mil metros de distância (MUSEU FORTE DEFENSOR PERPÉTUO, 2013). Há também peças oriundas de fazendas na região de Paraty-Mirim, como o tronco de escravos e tambores de Jongô – peças raras dos negros que praticavam essa dança nas fazendas do período colonial. Exibe um tacho de ferro, que servia para cozinhar óleo de baleia e,

desde 1984, expõe objetos de artesanato da região, uma casa de farinha e utensílios de cozinha da casa rural. Este conjunto de exposições constitui-se no Centro de Artes e Tradições Populares de Paraty, criado com o apoio do Instituto Nacional do Folclore e Instituto Histórico de Paraty. (MUSEUS DO RIO, em meio eletrônico).

Segundo o diretor do Museu, Júlio Cezar Neto Dantas, outra parte do acervo existente no Museu Forte Defensor Perpétuo veio da Igreja Matriz, como ferragens e ferramentas usadas na sua construção. (MUSEUS DO RIO, 2013).

Desse modo, o Museu estabelece uma vinculação direta com a cidade de Paraty, uma vez que se constitui um “lugar de memória”, termo cunhado por Pierre Nora (1993) para designar os espaços destinados a guardar memórias e contar histórias, evitando, assim, a perda e a degradação no tempo, ou seja, realizam uma flagrante tentativa de se livrarem do esquecimento.

Nora considera que, como não é possível preservar-se a memória de forma integral, tais lugares funcionariam como âncoras mnemônicas. Esse é o caso dos museus, bibliotecas, arquivos e monumentos, ou seja, espaços que abrigam documentos potencialmente necessários para o trabalho da história e que ampliaram substancialmente a capacidade de memorização do mundo. (NORA, 1993). O Museu Forte Defensor Perpétuo seria, então, um lugar de memória a salvaguardar e expor os bens culturais entendidos como “testemunhos materiais” da história que se deseja contar sobre Paraty, narrada a partir da interpretação de seu patrimônio.

O patrimônio cultural de Paraty parece propiciar uma viagem no tempo. Dadas as circunstâncias históricas já mencionadas, a cidade causa, nos seus visitantes, “a sensação de estar numa pacata vila colonial perdida e cercada por um paraíso natural” (WILK, 1997, p. 44). Essa característica peculiar despertou o interesse do turismo, atraindo empreendedores que, aos poucos, foram transformando Paraty em um promissor produto turístico⁸.

A implementação da Rodovia Rio-Santos (BR-101), ocorrida no período de 1978-1985, inaugurou uma nova fase no município: depois do ouro e do café, o turismo, devido à preservação de seu patrimônio histórico e elementos naturais, passou a constituir, ao lado da agricultura e da pesca, o principal suporte financeiro. (OLIVEIRA, 2004, p. 32).

Mas o turismo gerou benefícios e malefícios à cidade. Como ocorre em qualquer outro destino, quando descoberto, ao mesmo tempo em que os empreendimentos turísticos integram a cidade a uma economia de mercado, modifica radicalmente o cotidiano das comunidades locais, podendo gerar prejuízos praticamente irreversíveis. Como afirma Oliveira (2004, p. 33), “à primeira vista, a atividade turística pode ser considerada estritamente benéfica, imprimindo uma nova dinâmica à economia local que, então, se encontrava em estado de estagnação”. Contudo, na medida em que o turismo cria raízes mais profundas, uma série de impactos na dinâmica da cidade podem ser sentidos.

No caso de Paraty, por exemplo, as construções que estavam localizadas no Centro Histórico começaram a ser compradas ou alugadas por empreendedores, que ofereciam pequenas quantias aos moradores locais, donos dos imóveis, que julgavam estar fazendo um negócio vantajoso, uma vez que a cidade estava mudando. Mas isso, de longe, chegaria perto do lucro que, futuramente, foi gerado com a comercialização de produtos e serviços turísticos na localidade (AZEVEDO, 2013).

Se, por um lado, o turismo propicia a possibilidade de geração de renda para a população, isso se faz à custa de uma contundente desorganização no *modus vivendi* dos nativos. As principais atividades econômicas da região passam a ocupar um papel secundário e cedem lugar aos novos modos de produção de capital estimulados pelo turismo.

Diante desse cenário, Paraty, ao mesmo tempo em que entrou definitivamente para a lista de destinos turísticos mais procurados do país, trava uma batalha contra a marginalização da sua população local e a devastação de seu patrimônio material e imaterial. É, portanto, imprescindível que a atividade turística seja devidamente planejada e haja uma maior conscientização, por parte dos investidores e dos órgãos do turismo que atuam na cidade, sobre suas ações.

Na outra ponta desse contexto, está o turista. Para que esse ator social do fenômeno turístico seja um aliado da preservação da cidade, é necessário que a informação sobre os diversos aspectos relacionados ao local chegue a ele de modo adequado e facilitado. Mas, para que isso e outras estratégias de planejamento do turismo aconteçam, é preciso saber quem é esse turista e quais as impressões que tem da cidade e dos locais visitados, que nele provocam atração turística⁹.

8 O conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos, acrescido de facilidades e ofertado, de forma organizada, por um determinado valor, geram o que se chama de produto turístico.

9 “Pearce (1991) apresentou uma definição operacional de atração turística que compreende um amplo espectro, sendo ‘um dado local com uma característica específica natural ou construída, que é foco da atenção do turista’” (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2008, p. 390).

Dentre os atrativos turísticos, estão atrativos culturais, como o Museu Forte Defensor Perpétuo, foco da pesquisa apresentada nesse artigo.

Entretanto nem todo atrativo considerado turístico estabelece vínculos mais profundos com a história e a cultura da cidade, para além do que se mostra óbvio. Diversos espaços patrimoniais fortificados, por exemplo, guardam, de fato, uma relação estreita com o passado, mas sem necessariamente constituírem novas formas de integração com a cidade em que estão localizados – o que pode torná-los isolados do contexto cultural. Evidentemente, que cada instituição deve fazer as escolhas que melhor lhes convier, mas a tendência contemporânea é que museus e outros espaços patrimoniais criem uma vinculação à dinâmica social, agregando valores mutuamente. A dinâmica em que hoje se insere Paraty não pode prescindir da atenção ao turismo e tudo que dele decorre. Por isso, a pesquisa em curso também se desdobra no sentido de compreender e analisar a integração de um espaço fortificado com a cidade em que se localiza e com os turistas que o visitam, na medida em que considera o Museu Forte Defensor Perpétuo um atrativo turístico, diretamente relacionado à vida cultural da cidade de Paraty.

A metodologia da pesquisa e o projeto “Turismo e Museus”

O estudo realizado no Museu Forte Defensor Perpétuo se caracteriza como uma pesquisa aplicada sobre a demanda turística¹⁰ existente no local, que vem a ser uma das etapas do projeto intitulado “Turismo e Museus”, desenvolvido pelo T-Cult Grupo de Pesquisa Turismo e Cultura¹¹, vinculado à Faculdade de Turismo e Hotelaria, da Universidade Federal Fluminense. Portanto será apresentado, primeiramente, o contexto em que o projeto está inserido, explicitando como surgiu e quais seus pressupostos empíricos, teóricos e metodológicos. Com base nessa explicação, será possível descrever como foi realizada a pesquisa em Paraty, a fim de que se possam, posteriormente, verificar e analisar seus resultados.

O projeto de pesquisa “Turismo e Museus” partiu da premissa de que o número de visitantes em museus nacionais tende a aumentar devido aos megaeventos esportivos que serão sediados em cidades como o Rio de Janeiro, dentre os quais a Copa do Mundo, em 2014, e as Olimpíadas, em 2016. Entendendo que os museus deverão estar preparados para o crescimento dessa demanda indireta, o projeto buscou analisar a situação de instituições museológicas localizadas no RJ, em relação à sua demanda turística e sua capacidade de oferta, a fim de diagnosticar as condições em que se encontram essas instituições e de sugerir ações apropriadas ao seu desenvolvimento, preparação e qualificação para o turismo, frente a esse esperado impacto de público.

Segundo o IBRAM (2013), devido aos incentivos de modernização e ao desenvolvimento de novos produtos e serviços, estima-se que o número de visitantes, que, em 2010/2011, representou 18 milhões ao ano, no total, cresça consideravelmente, sobretudo se for levado em conta o aumento de público gerado indiretamente pelos eventos que serão sediados no país.

¹⁰ “Em turismo, o conceito de demanda compreende os indivíduos cujas necessidades incluem o ‘consumo’ e a experiência de lugares” (LOHAMANN; PANOSSO NETTO, 2008, p. 237).

¹¹ O T-Cult é certificado no Diretório dos Grupos de Pesquisa no Brasil, do CNPq, e seus dados estão disponíveis em: <<http://dgp.cnpq.br/buscaoperacional/detalhegrupo.jsp?grupo=0005613Z6GV4CL>>. Para outros detalhes, também acesse: <<http://gpturismoecultura.blogspot.com.br/>>.

Previendo o crescimento dessa demanda, foi lançado, pelos Ministérios do Turismo e da Cultura, o Programa de Qualificação de Museus para o Turismo (IBRAM, 2010), no sentido de incrementar a atividade no país, a partir da valorização da diversidade cultural brasileira, no âmbito da Política Nacional de Museus (BRASIL, 2003) e do Plano Nacional do Turismo 2007–2010 (BRASIL, 2007).

Os museus podem ser considerados atrativos turísticos e têm-se revelado como fontes potenciais de emprego e de renda para a economia, o que fortalece o turismo. Assim, cada vez mais, compõem um quadro favorável e rentável ao seu desenvolvimento.

Com o devido investimento em infraestrutura museológica e turística, o Programa prevê a ampliação das chances de desenvolvimento do potencial cultural, educativo e turístico dessas instituições. Economicamente, estima-se uma maior arrecadação pelos museus públicos por meio de sua bilheteria, a geração de novos empregos e o “consumo cultural” sustentado através do turismo.

No que tange aos aspectos sociais, a democratização do acesso aos bens culturais, o alargamento da vivência cultural, educacional e científica do país podem vir a ser de forte impacto para a sociedade brasileira como um todo. Não somente turistas (nacionais ou estrangeiros) serão contemplados com tal desenvolvimento, como as próprias comunidades e gerações futuras.

Diante desse contexto, o projeto de pesquisa “Turismo e Museus” se baseou em dois elementos, para elaborar o que chamou de Índice de Qualificação Turística dos Museus (IQTM): 1) no conceito de competitividade turística, desenvolvido e utilizado pela Fundação Getúlio Vargas para avaliar os municípios indutores do turismo brasileiro; 2) nos estudos do Fórum Econômico Mundial, que avaliou a competitividade turística dos países.

Assim, o IQTM foi definido por um conjunto de variáveis compostas por três dimensões: “Percepção da Demanda Turística”, “Infraestrutura” e “Técnica”. A dimensão “Percepção da Demanda Turística” está associada à avaliação feita pelos turistas, em relação à estrutura e aos serviços oferecidos em cada museu. A dimensão “Infraestrutura” é dividida em dois grupos de avaliação: a externa, que diz respeito às condições de acesso e do entorno do museu; e a interna, que está associada à existência e avaliação de serviços prestados (como restaurante/café, lojas, banheiros, acesso à internet etc.) e às condições estruturais do prédio (estética da fachada e conservação de seu conjunto arquitetônico). A dimensão “Técnica” está relacionada com a conservação do acervo (em exposição ou em reserva técnica), com a museografia, e também com as atividades oferecidas especificamente aos turistas (folheteria turística, programa de hospitalidade ao turista, balcão de informações, mediadores ou monitores para as exposições, recursos tecnológicos como áudio-guia, aplicativos para celulares e tablets dentre outros).

O projeto, então, se dividiu em fases, definindo-se como Fase 1 a pesquisa que tratava da primeira dimensão: a “Percepção da Demanda Turística”. E esse foi o estudo primeiramente aplicado nos museus, dentre eles o Museu Forte Defensor Perpétuo, em Paraty.

Seguramente, o projeto “Turismo e Museus” não teria condições de realizar a aplicação da pesquisa em todos os museus do Rio de Janeiro, tendo em vista o elevado custo, o tímido número de pesquisadores envolvidos e o tempo que tal tarefa demandaria. Nesse sentido, adotaram-se critérios para se selecionarem as instituições museológicas a serem pesquisadas. Chegou-se à conclusão de que os museus da esfera federal (IBRAM, 2013), situados no Estado do Rio de Janeiro, seriam os escolhidos, especialmente pelo fato de alguns deles terem sido contemplados, inicialmente, pelo Programa de Qualificação dos Museus para o Turismo, e por representarem parcela significativa dos museus existentes.

Assim sendo, elencaram-se os 13 museus do IBRAM no Estado¹², sendo sete localizados na cidade do Rio de Janeiro, um na cidade de Niterói, um na cidade de Petrópolis, um em Vassouras, um em Cabo Frio e dois em Paraty.

A primeira Fase, então, foi aplicada nos meses de janeiro, fevereiro, junho e julho de 2011, por se entender que esses seriam períodos de maior fluxo turístico. Contou, no todo, com a participação de cerca de 50 alunos-pesquisadores em campo¹³, dentre eles 3 bolsistas de Iniciação Científica, além de voluntários e estagiários.

Nos dias e horas agendados, os pesquisadores aplicaram a pesquisa em cada instituição selecionada, por quatro horas ao dia, em quatro dias distintos, durante dois meses consecutivos, divididos em duas etapas (a primeira em janeiro/fevereiro e a segunda em junho/julho).

Os questionários, com versões em português, espanhol, inglês e francês, eram aplicados aos turistas, assim que terminavam a visitação ao museu. Abordavam-se todos os visitantes, mas vale ressaltar que o questionário era destinado apenas àqueles que se enquadravam no conceito de turista¹⁴, adotado na pesquisa. Como comentado anteriormente, turista seria todo visitante não residente na cidade nem pertencente a grupos escolares. Os visitantes não turistas eram contabilizados em formulário à parte, permitindo que se obtivesse a proporção entre eles.

Com perguntas abertas, semiabertas e fechadas, o questionário foi estruturado, para que, a partir dele, se pudessem obter dados qualitativos e quantitativos, de acordo com os objetivos do projeto.

O primeiro bloco do questionário destina-se a informações sobre a viagem. Identifica dados como: origem do turista, em caso de turista estrangeiro se é a primeira vez no país e na cidade, os meios de transporte utilizados para chegar ao local, o tipo de hospedagem utilizada, o número de pernoites, a intenção de retorno à cidade e ao país nos próximos cinco anos e, em caso positivo, os principais motivos para isso.

O segundo bloco avalia a visita e o museu, a partir de informações como: notoriedade do museu, se é a primeira vez que o visita ou quando foi a última vez em que isso ocorreu, os motivos e o tempo estimado da visita, se foi acompanhado ou só, quais as fontes de informação utilizadas para se descobrir o museu, o nível de satisfação da visita, a intenção de retorno ao museu nos próximos doze meses e os motivos para o retorno, se já visitou museus ou centros culturais nos últimos doze meses e sua frequência, além da especificação dos fatores que dificultam a visita a outros museus e centros culturais.

O terceiro bloco trata do perfil do turista, registrando informações sobre as variáveis socioeconômicas: sexo, idade, estado civil ou situação conjugal, escolaridade, ocupação principal e renda domiciliar média – no caso de turista estrangeiro, o valor poderia ser informado na moeda de seu país de origem. Essa parte também contempla um campo de observações destinado a uma avaliação qualitativa, no qual o turista possui um espaço aberto para dar sugestões sobre a instituição ou qualquer outro ponto que considere relevante, além de fornecer o e-mail para contato, caso deseje informar.

12 O Palácio Rio Negro, em Petrópolis, não estava listado, na época da pesquisa, com uma unidade independente, mas sim vinculado ao Museu da República. Assim, dos 13 museus pertencentes à esfera federal, no Estado do Rio de Janeiro, a pesquisa só não foi realizada no Museu do Açude e no Museu de Arte Sacra de Paraty, por não estarem abertos, devido a obras.

13 Os alunos pesquisadores foram oriundos dos cursos de Bacharelado em Turismo da UFF e de Licenciatura em Turismo (modalidade EAD) da UFRRJ.

14 Consideramos turista o visitante que não residisse na cidade em que o museu se encontra. Os visitantes residentes eram contabilizados, a fim de se obter um controle da proporção entre turista e residente, nos museus pesquisados.

Posteriormente à pesquisa de campo, as informações dos questionários foram sistematizadas em planilhas e ocorreu a tabulação dos dados. Os dados qualitativos, ou seja, as sugestões, observações, críticas e outras informações obtidas, também foram sistematizados e analisados¹⁵.

No Museu Forte Defensor Perpétuo, a coleta de dados em campo se deu nos dias 29 e 30 de janeiro, 26 e 27 de fevereiro, 18 e 19 de junho e em 30 e 31 de julho de 2011. Dos 57 visitantes abordados, apenas 1 era residente, sendo os demais turistas brasileiros e estrangeiros, o que já revela sua preponderância como atrativo turístico. Cumpre destacar que, nos dias 26 e 27 de fevereiro, houve shows gratuitos na cidade de Paraty, em homenagem ao seu aniversário. De 17 a 19 de junho aconteceu o “Festival do Bourbon: Jazz e Blues sob as estrelas”. E, de 29 a 31 de julho, o “IV Festival de Música Tarituba e Samba, Chorinho Paraty”, realizado à noite. Esses eventos, cujas datas coincidiram com os dias de pesquisa, concorreram para que a cidade tivesse um grande contingente de turistas, entretanto não se pode precisar se essa situação gerou uma quantidade maior de visitação ao Museu, por haver uma densidade turística mais marcante, ou menor, pelo fato de os eventos absorverem os turistas.

Os dados de visitação dos museus do IBRAM, em 2011, apontam que o Museu Forte Defensor Perpétuo teve, nos meses em que a pesquisa ocorreu, um mínimo de 16 e um máximo de 37 visitantes ao dia. Assim, pode-se inferir que, durante as horas pesquisadas, a média de entrevistados foi compatível com o número estimado de visitantes, devido às seguintes variáveis: 1) pode ter havido um fluxo maior de turistas em horário diferente do momento de aplicação da pesquisa; 2) dos visitantes acompanhados, apenas um respondia ao questionário; e 3) os dados oficiais levam em consideração tanto turistas, quanto residentes e escolares. Contudo, mesmo sendo a amostra significativa em relação ao universo de visitantes, preferiu-se classificar a pesquisa como exploratória.

Esses são os aspectos metodológicos mais importantes para que se possa compreender o contexto em que se insere a pesquisa sobre o Museu Forte Defensor Perpétuo. Desse modo, é possível avançar para os resultados encontrados e efetuar, a partir deles, as discussões cabíveis.

A pesquisa de demanda turística no Museu Forte Defensor Perpétuo: resultados e discussões

O Museu Forte Defensor Perpétuo é uma instituição aberta ao público, cujo ingresso é gratuito para menores de 5 anos, maiores de 60, servidores do IBRAM, estudantes da rede pública e moradores de Paraty. Às terças e aos domingos também fornece gratuidade ao público em geral, sendo nos demais dias cobrada uma taxa de R\$2,00 pelo ingresso. Seu horário de funcionamento é de terça a sexta, de 9h às 12h e de 13h às 17h. Aos sábados, domingos e feriados, abre de 9h às 12h e de 14h às 17h.

Está situado no Morro do Forte, um pouco afastado do Centro Histórico, embora seu endereço assim o localize, e não possui maiores facilidades de acesso. Turistas entrevistados consideraram a subida cansativa e lamentaram não haver pontos para a venda de água.

Dos turistas entrevistados, cerca de 77% foram brasileiros e 23% estrangeiros, especialmente franceses. Desses, cerca de 62% disseram estar no Brasil pela primeira vez.

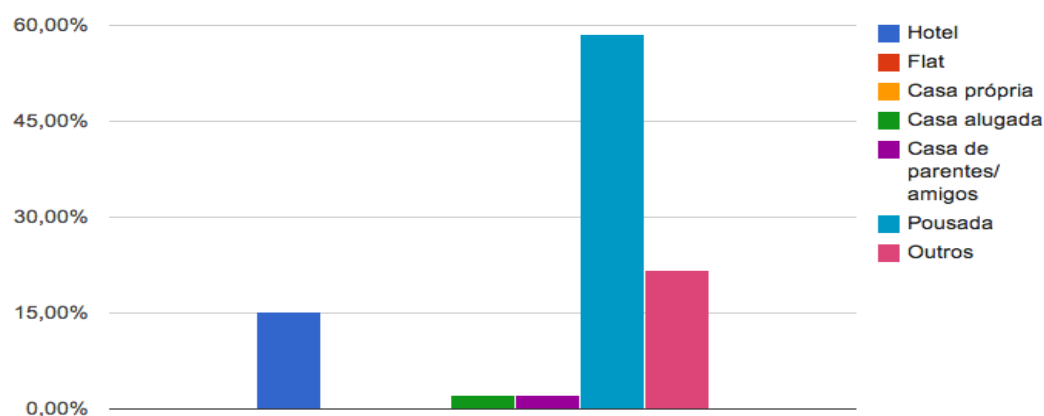
Afirmaram estar na cidade, pela primeira vez, cerca de 41% dos turistas entrevistados, e, dentre os meios de transporte mais utilizados para se chegar à localidade, estão o carro particular, com uma

¹⁵ Tais informações se revelaram extremamente ricas, na maioria dos museus pesquisados.

preponderância de mais de 72%, seguido do ônibus (18%), estando os demais percentuais diluídos entre outras modalidades, como carros alugados e ônibus fretados.

Cerca de 18% dos pesquisados puderam ser incluídos na categoria “excursionistas”, ou seja, aqueles que não estão hospedados na cidade. Dos 82% que se instalaram na cidade, o tipo de hospedagem mais utilizado é a pousada, como se pode ver no gráfico a seguir, sendo importante ressaltar que o tipo “Outros” diz respeito a albergues e acampamentos.

Figura 1. Tipos de hospedagem



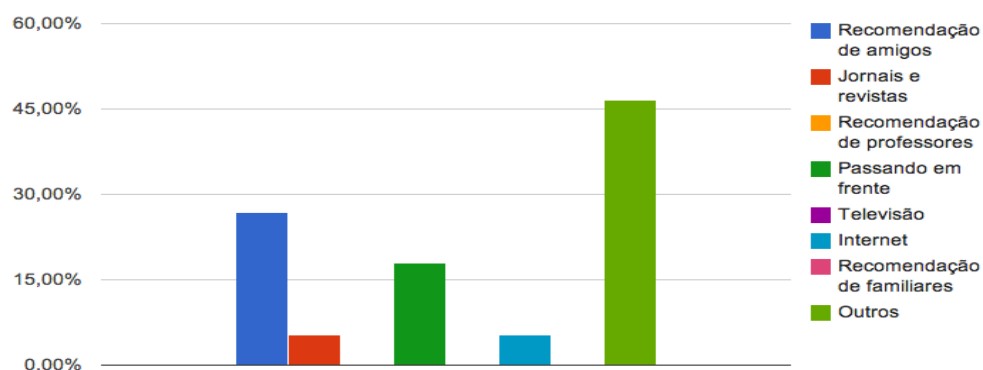
Fonte: Projeto de Pesquisa “Turismo e Museus”, 2011-2013. Grupo de Pesquisa Turismo e Cultura – UFF

Quanto à intenção de retorno à cidade, apenas cerca de 7% manifestaram-se contrários à ideia, e, dos 93% que desejam voltar, o principal motivo pelo qual fariam isso seria o lazer (97%) – que envolve visitação a museus –, seguidos de visita a amigos, atividades pessoais e negócios.

Com relação à visita ao Museu Forte Defensor Perpétuo, cerca de 93% dos turistas o estavam visitando pela primeira vez. Dos 7% que já haviam estado lá, a maioria tinha feito a visita há mais de 5 anos e os demais de 6 a 12 meses.

Cerca de 46% dos turistas obtiveram informações sobre a existência do museu através do trade turístico da cidade (incluído na opção “Outros”), sendo as demais fontes de informação as descritas no gráfico a seguir:

Figura 2. Fontes de Informação



*O respondente poderia marcar mais de uma alternativa.

Fonte: Projeto de Pesquisa "Turismo e Museus", 2011-2013. Grupo de Pesquisa Turismo e Cultura – UFF

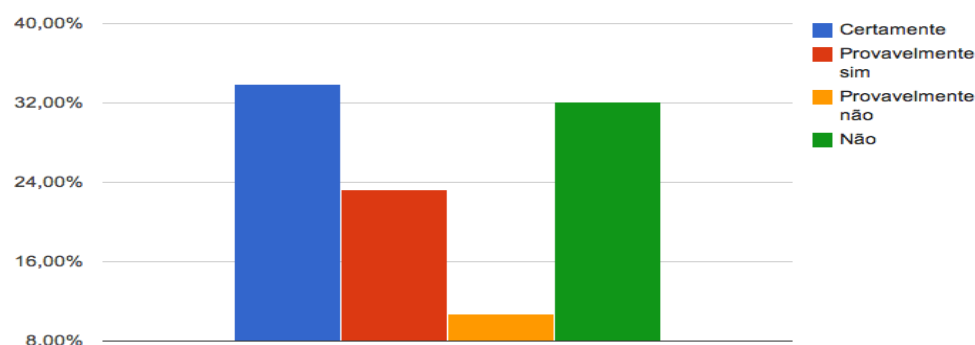
Mais de 70% de todos os entrevistados disseram ter tido conhecimento do Museu, no mesmo dia em que o visitaram, e cerca de 10% a 13% disseram saber de sua existência entre 1 a 5 anos ou há mais de 5 anos.

Os motivos¹⁶ que levaram os turistas a visitarem o Museu variam entre o interesse em conhecê-lo por mera curiosidade (mais de 60%), e também por lazer e entretenimento (22%), pesquisa e estudo (16%), seguidos do interesse pelo tema da exposição ou apenas para acompanhar pessoas ou levar os filhos. O tempo estimado de visita foi majoritariamente de até 30 minutos (para cerca de 85%), e apenas cerca de 15% permaneceram no Museu entre 30 e 60 minutos. A maioria dos turistas entrevistados (mais de 65%) fez a visita acompanhada de 1 pessoa, geralmente do cônjuge (45%). Cerca de 22% estavam acompanhados de 1 a 5 pessoas, sendo esses familiares ou amigos. Não foram identificados grupos de turistas maiores que 10 pessoas, e apenas 3% dos entrevistados estavam fazendo a visita sozinhos.

Cerca de 50% dos turistas demonstraram-se satisfeitos com a visita, seguidos de 31% muito satisfeitos, cerca de 12% poucos satisfeitos e 3% insatisfeitos, fator que se revela bastante positivo. Contudo houve quase um empate em relação às intenções de retorno ao museu, quando cerca de 34% disseram que certamente voltariam, mas 32% afirmaram que não. E dentre os motivos para se voltar, considera-se relevante o fato de que quase 30% o fariam para ver uma nova exposição.

¹⁶ O entrevistado poderia marcar mais de uma resposta.

Figura 3. Intenção de retorno ao museu



Nesse momento, vale destacar o que os turistas apontaram como sendo os fatores que mais influenciaram negativamente sua avaliação sobre o Museu Forte Defensor Perpétuo. Apresentados em ordem de recorrência, temos: 1) Sentem falta de mais informações sobre a história de Paraty; 2) Gostariam de encontrar mais dados sobre a história do Forte Defensor Perpétuo; 3) Esperavam obter maiores e melhores informações sobre o próprio Museu e o conteúdo exposto. Além disso, os turistas desejavam que o Museu tivesse folhetos explicativos, permitisse fotografar¹⁷, oferecesse algum serviço de guiamento ou monitoramento, e que o Museu fosse mais divulgado (cerca de 40% apontaram esse como um fator que dificulta a visita a museus e centros culturais, em geral).

Pode-se considerar o perfil desse turista do Museu Forte Defensor Perpétuo como o de um visitante tipicamente interessado em museus. Cerca de 82% deles visitaram museus e centros culturais nos últimos 12 meses, tendo uma frequência superior a 3 visitas ao ano. Por isso, valeria uma atenção mais destacada para atender às expectativas dessa demanda.

Quanto à idade, os entrevistados variam majoritariamente entre 30/39 anos (35%) e 25/29 anos (25%). Mais de 40% possuem nível superior completo, cerca de 20% ensino médio completo e mais 20% pós-graduação. Cerca de 62% possuem emprego público ou privado, seguidos de 20% de profissionais liberais. A renda familiar média é de mais de R\$4.000,00 para cerca de 38% dos entrevistados, sendo raros os que ganham um salário mínimo ou que não possuem renda.

Dentre vários outros resultados, esses parecem ser os mais relevantes para se compreenderem as condições em que o Museu Forte Defensor Perpétuo se encontra, na qualidade de atrativo turístico, levando em conta a percepção do público de turistas que o visita. E, diante do exposto, a discussão que se faz mais premente é que, apesar de o Museu parecer estar integrado à vida cultural da cidade de Paraty, carece ainda de uma série de iniciativas e de preparação técnica para que venha a ser um atrativo qualificado para o turismo.

Uma vez que o trade turístico parece exercer um papel preponderante para sua divulgação e indicação, poderiam estabelecer-se parcerias, para que fossem solucionados problemas como, por exemplo, o de produção de folheteria turística a ser distribuída em diversos locais da cidade. Além disso, o Museu poderia participar de editais como o do Programa de Qualificação de Museus para o Turismo ou outros do IBRAM, a fim de elaborar seus próprios folhetos informativos, preferencialmente em 3 idiomas (português, francês¹⁸ e inglês), além de incrementar as informações na área de exposição ou em outros espaços do Museu.

17 Permitir ao turista fotografar sem usar o flash da máquina seria uma opção, já que não afeta a conservação dos objetos. Esse procedimento é adotado por inúmeros museus no Brasil e no exterior.

18 Existe uma expressiva visitação de turistas franceses em Paraty.

Um convênio com cursos de formação na área de turismo e com algum departamento municipal específico poderia possibilitar a presença de mediadores, monitores ou guias de turismo, que atendessem especificamente à demanda turística de visitação, pelo menos durante algumas horas ou dias da semana.

Essas e outras ações são relativamente simples e melhorariam as condições de atendimento ao turista, fazendo com que o Museu Forte Defensor Perpétuo se tornasse um atrativo turístico ainda mais qualificado para a cidade de Paraty, para o Estado do Rio de Janeiro e para o país.

Devido à grande extensão do estudo, não é possível, aqui, desdobrar todos os resultados encontrados na pesquisa, contudo se procurou destacar os elementos que mais se evidenciaram, em relação ao museu como atrativo turístico.

Considerações finais

Os Fortes exercem um importante poder de atratividade turística. No caso apresentado, o Forte Defensor Perpétuo, por sua história e ligação com a cidade de Paraty, caracterizou-se como instituição museológica com significativo potencial turístico. A relação entre turismo e museus é próxima e, portanto, é imperativo que ações de apoio aos museus estejam baseadas em informações técnicas e científicas, para que não se tornem apenas iniciativas de cunho político ou meras especulações. Desse modo, considera-se de suma importância a realização de pesquisas que gerem resultados sistematizados, a fim de se conhecer melhor a realidade dessas instituições e a probabilidade de crescimento de sua demanda e de seu potencial para o turismo, favorecendo, assim, a preparação dos museus em relação aos procedimentos necessários para sua adequação progressiva à atividade turística.

Espera-se, portanto, que a parte da pesquisa exposta neste artigo possa gerar contribuições para o Museu Forte Defensor Perpétuo, para outras Fortificações que se tornaram museus e para os órgãos de turismo de Paraty, a fim de que se produzam condições cada vez mais positivas e ajustadas para todos os atores sociais e para a própria cidade.

Referências bibliográficas

AZEVEDO, F.P de. Lembranças fabricadas: a homogeneização do souvenir em Paraty e suas consequências para a comunidade local. Monografia (Bacharelado em Turismo) - Universidade Federal Fluminense, Rio de Janeiro, 2013.

BRASIL. Ministério da cultura. Política Nacional de Museus: Memória e cidadania. Brasília, 2003. Disponível em: <http://museus.ibram.gov.br/sbm/downloads/Pol%C3%ADtica_Nacional_de_%20Museus.pdf>. Acesso em: 30 jan. 2010.

BRASIL. Ministério do turismo. Plano Nacional do turismo 2007-2010. Brasília, 2007.

CARVALHO, R.M.R. Pesquisa do Público dos Jardins do Museu da República. 2009. (Relatório de pesquisa)

EMBRATUR. Inventário da oferta turística: metodologia. Rio de Janeiro: DIPLAN/CEBITUR, 1984.

IBRAM - INSTITUTO BRASILEIRO DE MUSEUS. Os Museus. Disponível em: <<http://www.museus.gov.br/os-museus/>>. Acesso em: 17 jan. 2013.

_____. Programa de Qualificação de Museus para o turismo. Disponível em: <<http://app01.museudoindio.gov.br/main.htm>>. Acesso em: 30 jan. 2010.

LOHMANN, G; PANOSSO NETTO, A. Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Aleph, 2008.

MUSEUS DO RIO. Site Oficial. Disponível em:

<http://www.museusdoriorio.com.br/joomla/index.php?option=com_content&view=article&id=34&Itemid=64#saiba_mais>. Acesso em: 17 jan. 2013.

MUSEU FORTE DEFENSOR PERPÉTUO. Página do Facebook. Disponível em: <<http://www.facebook.com/pages/Museu-Forte-Defensor-Perp%C3%A9tuo/175801322492426?id=175801322492426&sk=info>>. Acesso em: 20 fev. 2013.

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Tradução de Yara Aun Khoury. Revista do Programa de Estudos Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP. (Pós-Graduados em História e do Departamento de História da PUC-SP projeto História: História e Cultura). São Paulo, n.10, dez,1993.

OLIVEIRA, A.C. Turismo e população dos destinos turísticos: um estudo de caso do desenvolvimento e planejamento turístico na Vila de Trindade - Paraty/RJ. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, v.4, n.4, p.31-43, 2004.

PARATY. Prefeitura Municipal. Secretaria de Turismo e Cultura. Plano Diretor de Desenvolvimento Turístico do Município de Paraty. Paraty, 2003.

WILK, C. Parati: uma cidade de outro tempo. Viagem e Turismo. São Paulo: Editora Azul, 1997.

Bibliografia recomendada

SISTEMA BRASILEIRO DE MUSEUS. Disponível em: <<http://museus.ibram.gov.br/sbm/main.htm>>. Acesso em: 17 mar 2010.

ARQUIVO NORONHA SANTOS. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br/ans/inicial.htm>>. Acesso em 17 jan. 2013.