

QUALIDADE NAS ATRAÇÕES DE VISITAÇÃO A PATRIMÔNIO ESTUDO DE CASO: MUSEU PALÁCIO CONDE DOS ARCOS

Ana Beatriz Teixeira

RESUMO

As origens da cidade de Goiás remontam ao século XVIII, com a mineração e posteriormente, com o povoamento do Centro-Oeste brasileiro. O patrimônio cultural que detém foi a razão para ser considerada, pela UNESCO, Patrimônio Cultural da Humanidade. Após o recebimento deste título, a cidade tem atraído inúmeros visitantes. Este trabalho aborda questões do patrimônio e turismo, e principalmente, o nível de satisfação da qualidade dos serviços oferecidos pelo Museu Palácio Conde dos Arcos e, ainda, a expectativa de seus visitantes. Para esta pesquisa, utilizou-se o Modelo SERVQUAL, adotando-se a Escala Likert para medir as atitudes e as expectativas, que respaldaram as sugestões para a melhoria dos serviços oferecidos pelo Museu.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo, Cidade de Goiás, Patrimônio Cultural, Qualidade em Serviços, Expectativas dos Visitantes.

ABSTRACT

The origins of the city of Goiás go back to the 18th century, with mining, and afterward, with the peopling of the Brazilian Mid-West. The cultural heritage that this city has was the reason for its consideration, by UNESCO, to be a Cultural Heritage of Humanity. After receiving this title, Goiás has attracted countless visitors. This work addresses questions of heritage and tourism, and principally, the level of satisfaction of the quality of services offered by the Museum Palacio Conde dos Arcos, and also, the number of expected visitors. For this research, the Model SERVQUAL was used, adopting the Likert Scale to measure the attitudes and the expectations, which answer the suggestions to the betterment of the services offered by the Museum.

KEY-WORDS: Tourism, City of Goias, Cultural Heritage, Quality of Services, Expected Visitors.

1. INTRODUÇÃO

A cidade de Goiás, antiga Vila Boa, localizada a 335 quilômetros de Brasília – a capital do país, recebeu o título de Patrimônio Cultural da Humanidade em 2001. Desde então, vem atraindo turistas, para a cidade, que buscam conhecer o patrimônio cultural existente. Esta é a questão central da pesquisa: conhecer a qualidade nas atrações de visitação a patrimônio, utilizando como estudo de caso o Museu Palácio Conde dos Arcos, que possui um patrimônio histórico preservado.

Justifica-se a escolha do tema pela singular oportunidade de se estudar questões relativas à qualidade utilizando-se o Modelo SERVQUAL que é respaldado pela Escala Likert. Espera-se, ainda, contribuir para oferecer subsídios para ações públicas considerando-se duas questões aparentemente antagônicas: o desenvolvimento turístico e a preservação do patrimônio cultural.

Para entender estas questões e outras que permeiam esta monografia, foram identificados três eixos temáticos: conceitos de qualidade e qualidade em serviços, qualidade para atração de visitação a patrimônio e patrimônio cultural como atrativo turístico.

Inicialmente procurou-se entender as definições de qualidade e qualidade de serviços, bem como o Modelo SERVQUAL que será utilizado para entender aspectos que se referem à qualidade para atração de visitação a patrimônio. O levantamento bibliográfico e documental centralizou-se na questão pertinente ao Museu Palácio Conde dos Arcos, buscando conhecer, sobretudo, dados pertinentes ao fluxo mensal de visitantes, estrutura física e aspectos históricos que permitiram que o conjunto de bens históricos perdurasse num tempo marcado por grandes transformações regionais, sobretudo em razão da transferência da capital brasileira para o Estado de Goiás.

A fundamentação para o estudo das questões da qualidade e qualidade em serviços reforçada pelo Modelo SERVQUAL, foi obtida nas obras publicadas pela Organização Mundial do Turismo e ainda, em Fonseca (1997), Azevedo (1998), Pires (1999), Barreto (2000), Pellegrini (1993), Rodrigues (1997), Choay (1999), entre outros. As obras de Vasconcellos (2006) e Ataíde et al.(2006) estão entre aquelas que contribuíram para fornecer informações sobre qualidade para atração de visitação a patrimônio e patrimônio cultural como atrativo turístico.

A pesquisa de campo foi fundamental em dois aspectos: 1) levantamento dos dados do Museu Palácio Conde dos Arcos; 2) levantamento do nível de satisfação da qualidade e expectativas dos visitantes do referido Museu.

Entende-se , para este estudo, que expectativas se referem ao que se espera que aconteça em relação a uma determinada situação e que atitudes expressam reações negativas ou positivas a respeito, por exemplo, de determinados fatos. No caso da cidade de Goiás existe um título de Patrimônio Cultural da Humanidade e um aumento do fluxo de turistas e a conseqüente visitação a patrimônio, como o Museu Palácio Conde dos Arcos.

Para conhecer o nível de expectativas e satisfação da qualidade dos visitantes do Museu Palácio Conde dos Arcos, utilizou-se o Modelo SERVQUAL adotando-se a Escala Likert para medir atitudes, conforme exposto por Richardson (1999), método que vem sendo muito utilizado em pesquisas recentes de turismo. O trabalho de Tomljenovic e Faulkner (2000) também ofereceu subsídios para a compreensão dos procedimentos e para a aplicação das entrevistas.

Inicialmente foram elaborados itens supostamente correlacionados com a qualidade dos serviços em museus, a partir de literatura específica de turismo. Os temas abrangentes, diluídos no conjunto das questões propostas, correspondem aos seguintes: patrimônio cultural, infra-estrutura, acessibilidade, tangibilidade, confiabilidade, presteza, segurança e empatia. Os questionários foram aplicados aos visitantes do Museu Palácio Conde dos Arcos. Posteriormente, os temas foram redefinidos a partir de segmentações e cruzamentos, tal como aparecem no item referente aos resultados e sugestões.

Esta pesquisa encontrou algumas dificuldades, principalmente com relação à metodologia adotada. A maior dificuldade foi, sem dúvida, a elaboração final da Escala Likert que prevê, conforme Richardson (1999), a atribuição de pontos segundo categorias estipuladas. Numa Escala Likert, as pessoas marcam cada item expresso nas seguintes categorias: MA- muito de acordo; A- de acordo; I- indeciso; D- em desacordo; MD- muito em desacordo. Se a pessoa marca MA em um item positivo recebe um total de 5 pontos, e se marca A recebe 4 pontos, se marca MD recebe 1 ponto. Para itens negativos, a pontuação se inverte, uma resposta MA recebe 1 ponto e uma resposta MD recebe 5 pontos. A pontuação de cada pessoa se obtém somando-se os valores de cada um. Verificou-se, porém, que nenhum dos autores consultados mostra, exatamente, como chegar ao final da pesquisa a partir dos pontos de cada pessoa. Assim, fez-se uma adaptação da Escala Likert, no que se refere à parte final, chegando-se apenas à identificação dos pontos positivos e negativos. Esses, após analisados, mostraram expectativas e satisfações quanto à qualidade dos serviços no Museu e que aparecem relatadas no item pertinente.

Essa pesquisa resultou, sobretudo, de levantamentos bibliográficos e do trabalho de campo, envolvendo observações diretas e visitas regulares à área de estudo, e aplicação de questionários e entrevistas. Envolveu, ainda a busca, seleção e aplicação de metodologias que pudessem contribuir para analisar uma situação original quanto a

satisfação do turista no que se refere à qualidade dos serviços oferecidos pelo Museu Palácio Conde dos Arcos.

2. CIDADE DE GOIÁS – CARACTERÍSTICAS GERAIS E BASES ECONÔMICAS

O município de Goiás está localizado a cerca de 135 Km a noroeste da capital do Estado de Goiás, Goiânia, e a 335 Km de Brasília da capital político – administrativa do Brasil e tem como limites geográficos os municípios de Buriti de Goiás, Faina, Guaraíta, Heitoraí, Itaberaí, Itapuranga, Matrinchã, Mossâmedes e Novo Brasil.

Quatro rodovias passam pelo território do município, sendo três pavimentadas e uma sem pavimentação. Essas rodovias são: BR 070 que dá acesso a centros emissores importantes como Goiânia e Brasília, a GO 164, GO 522 e a GO 429. Dentro do território do município, a BR 070 tem 75 km pavimentados. A GO 164 possui 73 km pavimentados, a GO 522 tem 12 km pavimentados e 25 km sem pavimentação, enquanto que a GO 429 tem 25 Km não pavimentados. Existem dezenas de estradas vicinais municipais, a maioria delas necessitando de serviços de conservação.(Figura 1)

ESTRADAS	PAVIMENTADAS	NÃO PAVIMENTADAS	TOTAL(em Km)
Federais	BR 070	-	75
Estaduais	GO 164 e GO 522	GO 429	110 ⁽¹⁾
Municipais	-	13 rodovias	426 ⁽²⁾
TOTAL	3	14	611

Obs: (1) São 85 Km pavimentados e 25 Km sem pavimentação

(2) Sem pavimentação

Fontes: Prefeitura Municipal de Goiás e AGETOP – GO (2006)

Importante destacar que as rodovias são indispensáveis para o tráfego de pessoas e de mercadorias e imprescindíveis para o deslocamento e acesso de turistas a cidades turísticas, como Goiás. Segundo a AGETOP – Agência Goiana de Transportes e Obras Públicas, Goiás possui uma malha viária considerável, em bom estado de conservação, com acesso aos municípios vizinhos e às principais localidades do Estado e do país. (Figura 2)

Figura 2

Malha viária e distância de Goiânia, municípios vizinhos e principais mercados

MUNICÍPIO	RODOVIAS	DISTÂNCIA*
Brasília	BR 070, GO 070 e BR 060	352 Km
Goiânia	BR 070 e GO 070	135 Km
Anápolis	BR 070, GO 070 e BR 060	165 Km
Itaberaí	BR 070	35 Km
Itapirapuã	BR 070	48 Km
Jussara	BR 070	78 Km
Mossâmedes	BR 070 e GO 164	43 km
Sanclerlândia	BR 070 e GO 164	57 km
Faina	GO 164	69 km
Guaraíta	GO 164 e GO 429	52 km
Heitoraí	BR 070 e GO 156	70 km
Itapuranga	BR 070 e GO 156	51 km

Obs: *por rodovia pavimentada, excentuando-se de Goiás para Guaraíta

Fonte: AGETOP – Mapa Rodoviário de Estado de Goiás (2006)

Tanto no que se refere ao transporte de cargas quanto ao transporte de passageiros, o município dispõe basicamente do sistema rodoviário.

O aeroporto local, instalado próximo à rodovia BR 070, na saída para Itapirapuã, distante 5,5Km da cidade, tem uma pista pavimentada de 1.200 metros de extensão por 30 m de largura. O aeroporto possibilita pousos e decolagens apenas de aviões de pequeno porte e bimotor, e não tem nenhuma infraestrutura além da pavimentação da pista. O relevo, acidentado, formado pela Serra Dourada e a Serra do Faina, pelos Morros São Francisco, Cantagalo e Lajes impossibilita a construção de uma nova pista de pouso capaz de comportar pousos e decolagens de aviões de grande porte. (Prefeitura Municipal de Goiás – dezembro 2006)

O município é banhado por rios pertencentes à Bacia do Araguaia – Tocantins: o Rio Vermelho, que corta a cidade e seus afluentes, pelos córregos Manoel Gomes e o da Prata, além dos ribeirões Bacalhau e Sota.

A vegetação predominante é o cerrado, com uma flora rica e variada. Este bioma possui espécies que vão desde árvores ornamentais (ipê do cerrado), arbustos (flor do cerrado), palmeiras nativas (macaúba, buriti), vegetais que compõe a culinária

goiana (pequi, guariroba), ervas de valor medicinal (arnica, sucupira) até uma infinidade de outras espécies.

Saint-Hilaire, em suas viagens por Goiás no final do século XVIII e início do século XIX (1779-1853), escreveu sobre a grande diferença observada entre a Mata Atlântica e o Cerrado. Comentou esse viajante:

As matas que atravessei na Província de Goiás, embora não percam inteiramente as folhas durante as secas, como as das caatingas... em nada se assemelham às florestas virgens do Rio de Janeiro... não obstante, há nelas belas árvores, que merecem nossa admiração. É bem verdade que se acham isoladas uma das outras, mas os intervalos entre elas são preenchidos por grandes arbustos, agrupados compactamente e de copas entrelaçadas... Ora vêem-se pequenas moitas de bambu, de hastes delgadas e flexíveis, ora diversos tipos de palmeiras, que dão variedade à densa vegetação que os cerca...mesmo quando o capim dos pastos se torna ressequido pelo ardor do sol, sempre se encontra nos brejos um tapete de verdura e até mesmo flores. Ali, ergue-se altivamente o elegante buriti, cuja imponente imobilidade tão bem se harmoniza com a calma daquelas solidões. (SAINT-HILAIRE, 1975, p.38)

A rápida observação de Saint-Hilaire sobre o calor reinante nessa área remete ao clima, pois a vegetação é reflexo das condições climáticas. Segundo o IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, Goiás tem tropical úmido, com temperaturas variando entre 35°C e 15°C, ocorrendo chuvas esparsas no período que compreende entre os meses de dezembro a março.

Os resultados dos dados preliminares do Censo 2000 apontam o município de Goiás, numa área de 3.108 m², com uma população de 27.092 habitantes, sendo que desses 19.773 residem na área urbana e o restante (7.319 habitantes), na área rural. A região é pouco povoada, com uma densidade demográfica em torno de 8,72 hab/Km².. (IBGE –Censo Demográfico 2000)

O saneamento básico é um dos indicadores, freqüentemente, utilizados para avaliar a qualidade de vida da população de uma localidade. Sem atendimento às condições mínimas não se pode pensar em turismo.

As residências urbanas recebem água tratada, sendo que esse serviço atende 95% do município e 89,82% do Estado de Goiás. Apenas como referência, deve-se lembrar que essa proporção é superior a do Brasil (77,62%).

O município está dentro dos padrões considerados pela Organização Mundial de Saúde: um médico e três leitos para cada grupo de 1.000 habitantes. A

cidade de Goiás tem, em média, 940 habitantes/médico e supera o índice da OMS com 6,7 leitos hospitalares/1.000 habitantes.

Outro indicativo de qualidade de vida é a educação. Segundo o IBGE, a taxa de escolaridade no município é de 89,39% para crianças de 7 a 14 anos, estando próxima ao índice do país que é de 89,90%, sendo maior que a do Estado de Goiás (88,90%). Já a taxa de alfabetização do município é de 76,40%, portanto, menor, se comparada a do Estado (86,80%) e a do Brasil (77%). O índice de condição de vida para a educação da cidade de Goiás está próximo aos 52%, sendo considerado insatisfatório, assim como ocorre em todo país.

Outro índice de qualidade de vida é o de renda (0,66), que está abaixo da média do país (0,793) e do Estado de Goiás (0,79), indicando que o município também sofre efeitos da geração de empregos.

Outra questão relevante para indicar qualidade de vida é o sistema de comunicação, entre os quais se destaca a telefonia. Dowbor (1998, p. 194), observa que “as telecomunicações ocupam um lugar central nas infra-estruturas modernas, à medida que se tornam, talvez, o principal eixo de modernização do conjunto da economia, transformando, radicalmente, o conceito espacial das atividades econômicas, sociais e culturais”. Goiás dispõe de sistema de comunicações integrado por correios, telefonia local fixa, telefonia celular, jornal impresso, revista, rádio, tv e internet.

A posição de Goiás na região e, principalmente, a malha viária que garantem a comunicação com outros centros, inclusive com os emissores, contribuiu para o desenvolvimento apoiado na pecuária e, em particular, no turismo.

A economia local sempre esteve ligada ao desenvolvimento regional. Isto vem acontecendo desde a mineração no século XVIII, quando ali se formaram manchas de povoamento. Esta atividade foi substituída já no final do século XVIII pela pecuária.

Durante o Império, a Província de Goiás manteve-se esquecida. Como ressalta Gomes (1974, p.173), “(...) os presidentes que administraram a província foram políticos alheios à vida goiana, por isso não contribuíram para impulsionar a economia baseada na pecuária”

Assim como no período imperial, a economia do período republicano continuou da mesma forma. Somente com a mudança da capital para Goiânia, e, posteriormente, com a construção de Brasília, percebeu-se um maior desenvolvimento local, devido a abertura de rodovias, a conseqüente valorização de terras e a conquista

de novos mercados. Segundo dados do IBGE, 57% da área do município é composta de estabelecimentos agropecuários. (Censo Agropecuário).

A cidade de Goiás, embora beneficiando-se com o desenvolvimento do estado tem, atualmente, sua base econômica frágil, destacando-se a pecuária e, em menor grau, a indústria de transformação, o comércio varejista, a agricultura, a extração mineral e a prestação de serviços. O maior empregador do município é o setor público: Prefeitura Municipal e Governo Estadual. Considerada pelo IBGE uma cidade pólo da região formada por 21 municípios, tem órgãos públicos estaduais e federais instalados no seu território, o que contribui para elevar a renda em circulação no município.

Dados do SEBRAE – GO apontam que o comércio local convive com baixo poder de compra dos consumidores, com a falta de capital de giro, com a baixa capacitação empresarial e da mão – de – obra. Entretanto, os mesmos dados identificam o turismo, no setor de prestação de serviços, como atividade promissora capaz de reverter essa situação na cidade de Goiás.

Vários autores vêm mostrando a relação do turismo com a economia local. Entretanto, deve-se considerar que a capacitação profissional, em alguns casos, não precisa ser muito especializada para cumprir seu papel na geração de empregos.

(...) grande parte dos empregos criados pelo turismo destina-se a proporcionar novas oportunidades à parte da população que vai entrando na idade ativa. (...) Outra característica do emprego no turismo é a fraca qualificação exigida por parte das tarefas desempenhadas. (...) muitos dos trabalhadores provenientes do meio rural encontram fácil adaptação em certas funções turísticas com um esforço de formação relativamente baixo. (CUNHA,1997, p.284):

De acordo com Sersocima, Goiás pode beneficiar-se do turismo, em épocas de temporada e feriados prolongados, quando recebe um número grande de visitantes. *“Dessa forma, Goiás beneficia-se com o comércio e a prestação de serviços no qual se insere o turismo.(...) As épocas de temporada, que incluem as férias letivas de janeiro e julho, bem como feriados prolongados, como Carnaval e Semana Santa, são garantias de movimento turístico”*(SERSOCIMA, p.119).

O turismo é uma atividade econômica que vem crescendo em todo o mundo, contribuindo para o crescimento e desenvolvimento econômico e social das localidades, ampliando mercados de trabalho e gerando uma distribuição de renda. A análise de Arendt é pertinente quando afirma que

O dinheiro gerado na atividade turística multiplica-se pela economia possibilitando: aumento da urbanização; incremento de indústrias ligadas à atividade turística; geração de emprego no setor de serviços turísticos; aumento de investimentos e geração de emprego no setor da construção civil; aumento da demanda por produtos locais; incrementa a entrada de divisas no país receptor e permite aumentar a arrecadação de impostos e taxas.(ARENDIT, 2000, p.86)

A cidade de Goiás, tem no seu patrimônio, condições favoráveis para alavancar o desenvolvimento econômico que pode contribuir para melhorar a qualidade de vida da população. A construção de Brasília e a proximidade com a capital – Goiânia e as rodovias pavimentadas, têm beneficiado o turismo da cidade de Goiás, que em períodos de férias e feriados recebe turistas que vão em busca de atrativos histórico-culturais, remanescentes da origem e evolução do núcleo urbano.

2.1. ORIGEM E OCUPAÇÃO DE GOIÁS

A origem e evolução do núcleo urbano de Goiás foi analisada a partir da literatura existente, principalmente nas obras de Monteiro (1983), Chaim (1987), Palacin (1976), Gomes (1974), Americano do Brasil (1980), Coelho (1999). De um modo geral, as informações se repetem e poucas informações referem-se a fatos singulares. Apenas aparecem referenciados autores que mostraram aspectos relativos à ocupação da região como um todo e a cidade de Goiás.

No estudo da origem do núcleo urbano apenas foram consideradas as informações que pudessem esclarecer aspectos relacionados ao objeto da pesquisa, ou seja, ao patrimônio cultural da cidade de Goiás, no caso o Museu Palácio Conde dos Arcos.

Acreditam-se que foi Manoel Correia, em 1647, o primeiro bandeirante a penetrar o território denominado de Estado de Goiás. Regressando dessa viagem, deixou um roteiro que serviu de guia ao bandeirante Bartolomeu Bueno da Silva.

Monteiro (1983. p.35) observa que *“Tendo ido parar em suas mãos o roteiro de Manoel Corrêa, o primeiro devassador das terras dos Guaiazes, resolveu ir em busca das riquezas que dizia-se, lá havia em grande quantidade”*.

As bandeiras que iam em direção a Goiás saíam de São Paulo em busca de índios, cada vez mais escassos. Com frequência chegavam ao extremo norte de Goiás por meio de canoas, seguindo cursos dos rios Paranaíba, Tocantins e Araguaia. Outro tipo de expedição era a dos jesuítas que desciam do Pará em busca de índios para

segurança da conquista do território, mas nem os habitantes nem os jesuítas vinham para se fixar em Goiás criando povoações.(Gomes, 1974, p.62)

Embora ocorresse a caça ao índio, havia o propósito de se encontrar ouro, a respeito do qual eram abundantes as lendas e os boatos. Segundo autores como Chaim (1987), Gomes (1974), Coelho (1999), no período entre 1682 e 1684, Bartolomeu Bueno da Silva chefiou uma expedição e chegou, então, em Goyaz, nome originário de uma tribo indígena que habitava a região – a Goyá. Viajando pelos sertões, esse bandeirante descobriu os Goya e para saber onde estava o ouro e usou uma estratégia: queimar ao aguardente, em um prato, às margens das águas do Rio Vermelho, ameaçou queimar todos os rios e córregos, caso os índios não lhe mostrassem as minas auríferas. Por esse motivo e por ter um olho cego é que foi apelidado de Anhangüera, que tem vários significados, dentre eles Diabo Velho. Os índios se renderam, mas não lhe entregaram o ouro.

Em 1722, o filho de Anhangüera, Bartolomeu Bueno da Silva Filho, organizou uma bandeira para procurar ouro e retornou ao sertão, estabelecendo no ano de 1725 os primeiros arraiais no atual Estado de Goiás: Ferreiro, Ouro Fino, Barra e Sant’Anna. Este último que era o centro das transações e movimentações das minas da região. Fundado em 1727 e elevado à freguesia em 1729. (CHAIM, 1987, p.27)

Outra referência relevante para a cidade de Goiás está na obra de Coelho que contextualiza a elevação do Arraial à Vila:

Em 1736, a necessidade de um maior controle na cobrança de impostos, de uma fiscalização maior com relação ao contrabando, além de defesa e posse do território nas disputas com a colonização espanhola, levou o rei de Portugal, através de Carta Régia, a determinar a fundação de uma vila destinada a sediar a administração de uma nova Capitania, a das minas de Goiás, a ser desmembrada de São Paulo..(COELHO, 1999, p.13)

Estas questões são significativas para esta pesquisa por que registram dois momentos decisivos para Goiás. Surgiu, então, Vila Boa de Goiás, instalada em 25 de julho de 1739. Existem referências nas obras de Chaim, Coelho e Gomes sobre a origem do termo Boa da antiga Vila Boa de Goiás. Segundo estes autores esse termo derivou de “Buena” em homenagem a Bartolomeu Bueno. Aos índios Goyá, os primeiros habitantes, refere-se a designação final.

A fundação da vila deu início a um novo estágio na evolução urbana de Vila Boa com a consolidação do traçado urbano a partir da construção de obras relevantes: Capela de Sant'Anna(1727), Igreja Nossa Senhora do Rosário(1734).

Em 8 de novembro de 1744 foi criada por alvará a Capitania Geral, separando a Comarca de Goiás da de São Paulo, tendo Vila Boa como a capital da província. Porém somente em 8 de novembro de 1749 o primeiro governador, o Capitão General Dom Marcos de Noronha, Conde dos Arcos, tomou posse. A partir desse período o espaço urbano expandiu-se e se firmou com as diversas obras realizadas. O levantamento realizado para esta pesquisa identificou o patrimônio construído, bem como suas respectivas datas: Casa de Fundação do Ouro(1750), Quartel da Tropa da Linha (1751), Palácio Conde dos Arcos(1755), Igreja São Francisco de Paula(1761), Casa de Câmara e Cadeia Pública(1761), Chafariz da Carioca(1772), Chafariz da Cauda da Boa Morte(1778), Igreja Nossa Senhora da Boa Morte(1179), Ermida de Santa Bárbara(1780), Igreja de Nossa Senhora do Carmo(1786), Igreja de Nossa Senhora D'Abadia(1790), Igreja de Nossa Senhora da Lapa(1796). Esta última foi levada pelas águas em uma enchente, no ano de 1839.

Esta breve menção ao patrimônio construído nesse período mostra a preocupação com ordenamento do território.

Ainda conforme Coelho,

(...) a partir da implantação da vila, com a demarcação do espaço da praça, com seus principais edifícios e pelourinho, percebe-se uma constante preocupação por parte dos administradores no sentido de se manterem ordem e regularidade na conformação urbana desse núcleo. (...)Entretanto, a tentativa mais contundente no sentido de definir o traçado e a conformação da capital goiana vai acontecer em 1782, sob a orientação do governados Luiz da Cunha Menezes. Elaborou-se um plano de expansão da vila, em que se definiam regras para novas construções urbanas e mesmo para as possíveis obras de reforma e manutenção. (COELHO, 1999. p.20)

Observam-se melhorias no núcleo urbano de Vila Boa com a construção de edifícios a partir de 1760, principalmente, no final do século XVIII, que coincide com o período em que o ouro se torna escasso.

Com a decadência do ouro, o crescimento e a expansão de Vila Boa se processou lentamente. Nesse período efetivou-se, porém, uma mudança no modo de vida da população. Ao contrário dos primeiros moradores, que apenas se preocupavam

com o enriquecimento rápido e com a volta aos seus lugares de origem, os habitantes de Vila Boa ao criarem raízes, contribuíram para a estruturação de uma vida urbana.

Durante todo o século XIX várias foram as tentativas de ordenação do espaço urbano. A chegada da Corte Real ao Rio de Janeiro, em 1808, fugindo de Napoleão, e a Proclamação da Independência e do Império em 1822, pondo fim ao regime colonial, foram acompanhadas de profundas modificações nas economias regionais que, também, repercutiram no atual Estado de Goiás.

O século XIX foi expressivo para o desenvolvimento da cidade de Goiás. Dessa época resultaram manifestações artísticas e culturais e para a construção de obras públicas de grande importância para a sociedade: Hospital de Caridade São Pedro de Alcântara(1826), Lyceu de Goiás(1846), Teatro São Joaquim(1857), Mercado Municipal(1857), Cemitério São Joaquim(1858), Gabinete Literário Goiano(1864), Matadouro Municipal (1882).

Em 1823, a Secretaria de Negócios do Império, através de portaria, elevou Vila Boa à categoria de cidade, com nome de Goiás e criou o município, integrando a província de Goiás. Vila Boa passou a ser capital da Província e isto se estendeu até 1937, já na República. (CHAIM, 1987, p.37)

Coelho observa que, com o advento da República, os presidentes, nomeados pelo Imperador, foram substituídos pelos governadores eleitos, reforçando o poder oligárquico das famílias e o isolamento da cidade. São desse período, edificações isoladas como o colégio Santana (1889), Coreto da Praça (1906), Cruz do Anhangüera (1918) e o Fórum (1922).

Outras questões que devem ser analisadas, pois repercutiu na evolução do núcleo urbano são aquelas referentes à construção de Goiânia, como cidade planejada, e a de Brasília.

A construção de Goiânia para ser futura capital de Goiás começou a ser planejada, a partir da Revolução de 1930, pelo interventor nomeado Pedro Ludovico Teixeira, nomeado por Getúlio Vargas. Foram apregoadas à sua péssima localização geográfica em relação a outros centros, a falta de água e esgotos, bem como a falta de recursos para resolver esses problemas para que Goiás pudesse desempenhar o papel de capital do Estado. Por estas razões, a cidade planejada foi construída, em 1933 definiu-se a mudança da capital e, em 1937, efetivou-se a transferência político - administrativa de Goiás para Goiânia. Nessa época, a cidade de Goiás passou por um novo estágio, perdendo a função administrativa, o que se refletiu em todos os setores da vida urbana.

Uma parcela significativa da população acompanhou a mudança da capital, provocando esvaziamento demográfico de Goiás. (PALACIN, 1976, p.19-20)

De certo modo, Coelho considera esta mudança como positiva para preservar o patrimônio edificado, ao afirmar que:

Com a mudança da capital para Goiânia, a cidade de Goiás entrou em um processo de semi - abandono, com o desaparecimento de inúmeros edifícios residenciais. Entretanto, é bem provável que seja exatamente esse fato – o de deixar de ser capital – o grande responsável pela conservação, ainda nos dias de hoje do grande acervo com características setecentistas lá encontrado. (COELHO, 1999, p.23)

A concepção da construção de Brasília acontece ainda no período republicano, quando o Congresso Nacional introduziu na Constituição de 1891 a idéia de instalar o centro político - administrativo brasileiro na região Centro – Oeste. A inauguração de Brasília, em 1960, contribuiu para que o estado de Goiás se desenvolvesse econômica e socialmente e houvesse uma expansão do interior do Brasil.

Segundo Palacin (1976), a construção de Brasília teve a virtude de divulgar o Estado de Goiás. A abertura de estradas possibilitou as comunicações estaduais e, também, com o resto do país. Isto estava de acordo com a campanha da “marcha para o oeste”, lançada pelo Governo Federal.

Três conclusões transparecem desta análise: a formação do patrimônio histórico, o esvaziamento da cidade de Goiás e a definição de centros emissores.

1º - A formação de patrimônio histórico a partir dos diferentes momentos ligados à evolução do núcleo urbano. O primeiro, o período colonial que resultou nas edificações militares (quartel), religiosas (igrejas) e de serviços públicos (chafarizes e casa de fundição). O segundo período, o Imperial, que resultou principalmente em obras públicas como hospital, escola, teatro, matadouro, cemitério e outros. Finalmente, o período republicano, com as edificações isoladas já referidas.

2º - O esvaziamento de Goiás ocorreu quando a capital do Estado que ela sediava foi transferida para Goiânia. Goiás, perdendo a função político – administrativa, perdeu a força política.

3º - A definição de centros emissores de turistas que, posteriormente, procurariam a cidade de Goiás, decorreu do crescimento da nova capital - Goiânia e, principalmente, do desenvolvimento de Brasília, a nova capital do Brasil. A transferência da capital de Goiás, considerada negativa no momento em que ocorreu, transformou-se, posteriormente, num fator positivo que pode contribuir para o

desenvolvimento turístico local. A proximidade com a capital estadual e federal, por outro lado, foram e continuam sendo benéficas, pois disponibilizaram infra – estrutura, principalmente, de acesso, que é fundamental para o desenvolvimento turístico.

Embora continue uma pequena cidade, a antiga Vila Boa de Goiás, graças aos remanescentes de diferentes épocas que registram momentos da ocupação de seu espaço, recebeu o título em 2001 de Patrimônio Cultural da Humanidade.

2.2. CONCEITOS DE QUALIDADE E QUALIDADE EM SERVIÇOS

Há inúmeras definições de qualidade na literatura, não havendo um consenso entre os autores. Paladini (2000, p. 24), salienta que para se ter um conceito correto da qualidade deve-se envolver dois elementos:

1. a qualidade envolve muitos aspectos simultaneamente, ou seja, uma multiplicidade de itens. Essa seria a componente “espacial” do conceito;
2. a qualidade sofre alterações conceituais ao longo do tempo, isto é, trata-se de um processo evolutivo. Essa seria a componente “temporal” do conceito.

De acordo com Kotler (2000), qualidade é a totalidade dos atributos e características de um produto ou serviço que sejam capazes de satisfazer as necessidades declaradas ou implícitas dos consumidores.

Slack et al (1997), abordam o termo qualidade em duas dimensões na visão da operação é atender todas as especificações de produção em conformidade com as expectativas dos consumidores. Na visão do consumidor qualidade é atender as expectativas dos consumidores individualmente, por possuírem expectativas diferentes devido ao conhecimento individual e as experiências passadas. Além disso, ao receberem um serviço cada consumidor percebe de maneira diferente.

O conceito de qualidade em serviço é decorrente do conceito geral de qualidade, e de acordo com Las Casas (1995, apud FARAH, 2003), serviço de qualidade é aquele em que o cliente fica satisfeito com os resultados obtidos, de acordo com suas expectativas. Para o autor, superar as expectativas do cliente é a obtenção da excelência em serviços.

Para Cobra (2001, p.160) “a qualidade de um serviço tem duas dimensões: uma instrumental, que descreve os aspectos físicos do serviço e a outra diz respeito aos aspectos funcionais, relativa aos aspectos intangíveis ou psicológicos do desempenho dos serviços”.

A qualidade percebida pelos consumidores em relação a um serviço, está diretamente ligada à natureza técnica e as qualidades de desempenho. Um serviço pode ser considerado bom, na percepção dos consumidores, se o seu desempenho corresponde as suas expectativas, (COBRA, 2001).

Qualidade percebida é resultado da confrontação das expectativas do serviço esperado com os resultados obtidos determinando o grau de satisfação do consumidor. Slack et al (1997) destaca três possíveis relações entre expectativas e percepções dos consumidores:

- Expectativas > Percepções: a qualidade percebida é pobre.
- Expectativas < Percepções: a qualidade percebida é boa.
- Expectativas = Percepções: a qualidade percebida é aceitável.

De acordo com Soares (1994 apud FARAH, 2003), quanto maior for a expectativa criada pelo cliente, mais é exigido da empresa prestadora de serviços. Em contra partida, a qualidade aumenta à medida que o cliente percebe o que lhe é oferecido, essa definição pode ser representada pela seguinte equação: $QUALIDADE = PERCEPÇÃO - EXPECTATIVA$

Sendo assim, aumentando a expectativa a qualidade diminui, e aumentando a percepção a qualidade aumenta. Quanto mais o cliente perceber que suas expectativas estão sendo atendidas, mais ele fica satisfeito e agrega qualidade ao serviço que esta sendo oferecido.

Segundo Giansi e Correia (1994), identificar os critérios pelos quais os clientes avaliam os serviços, é uma maneira de compreender melhor as suas expectativas. Estes critérios devem refletir os fatores que determinam a satisfação do cliente.

A razão de ser de uma empresa prestadora de serviços é a satisfação do cliente. Um cliente satisfeito volta a comprar o serviço, já um cliente insatisfeito além de não comprar mais o serviço sai falando mal da empresa. (COBRA, 2001).

Para Kotler (2000 p. 58) “Satisfação consiste na sensação de prazer ou desapontamento resultante da comparação do desempenho (ou resultado) percebido de um produto em relação às expectativas do comprador”. Quando o desempenho não atende as expectativas, o cliente fica insatisfeito, quando o desempenho atende as expectativas, o cliente fica satisfeito e o desempenho supera as expectativas do cliente ele fica encantado.

As empresas estão em busca da excelência, ou seja, superar as expectativas do cliente. Os clientes meramente satisfeitos estão sujeitos a mudarem de fornecedor na primeira proposta que lhe oferecerem qualquer vantagem, já os clientes altamente satisfeitos estão menos propensos a mudarem. (KOTLER, 2000).

Em virtude disso é de grande importância avaliar o grau de satisfação do cliente, levando em consideração o índice de satisfação e de insatisfação do serviço prestado. É importante lembrar que os índices são subjetivos e variam no tempo, e medem tanto o que é errado com também o empenho do serviço. Por isso, deve-se ter bastante cuidado na interpretação dos resultados de uma pesquisa de satisfação do cliente. (COBRA, 2001).

De acordo com Denton (1990, apud RIBEIRO), para se oferecer efetivamente serviços de qualidade e alcançar a satisfação do cliente, as empresas precisam aplicar doze princípios:

1. Visão Gerencial: a alta administração precisa ter habilidade em comunicar-se e expor de forma clara os objetivos da organização, definir como as coisas devem ser feitas com estratégias adequadas. Deve ter características que imponha respeito e arranque admiração dos colaboradores, para que eles possam querer executar os desejos da alta administração.

2. Desenvolver um nicho estratégico: criar e desenvolver um serviço único que permita sair a frente da concorrência.

3. A alta administração deve demonstrar apoio: a gerência deve demonstrar comprometimento com a qualidade através de ações, adotando uma política participativa ouvindo sugestões de todos os níveis. Treinando, motivando e valorizando seus funcionários.

4. Entender o seu negócio: os gerentes e demais funcionários além de suas tarefas precisam conhecer as tarefas dos outros, para entender o processo como um todo e melhor desenvolver-se para atingir o objetivo final.

5. Aplicar os fundamentos operacionais: a confiabilidade está condicionada a capacidade de gerenciamento operacional, deve-se selecionar bem as técnicas de produção, os projetos e adotar um rigoroso controle de qualidade.

6. Entender, respeitar e monitorar o cliente: a perspectiva do cliente deve fazer parte da cultura da empresa, que deve estar sempre aprimorando seus serviços. Precisa-se conhecer bem o cliente e ouvi-lo de forma ativa, conhecendo suas atitudes, preferências e desejos.

7. Usar tecnologia apropriada: no setor de serviços, o que determina se uma tecnologia é apropriada é a forma como é utilizada. A tecnologia pode ser uma forma importante de se melhorar a qualidade do serviço.

8. Necessidade de inovar: os gerentes precisam estar atentos às questões fundamentais dos serviços e procurando desenvolver novas formas de fornecê-los. Desenvolver pesquisas acerca de novos serviços para se diferenciar no mercado.

9. Contratar as pessoas certas: para o fornecimento de bons serviços precisa-se de pessoas dispostas a resolver problemas e cordialidade com os clientes, para tanto é preciso contratar as pessoas certas e investir em treinamento.

10. Fornecer treinamento com base no perfil: empregados bem treinados fazem a tecnologia funcionar. Treinamento com base no perfil é focar o desenvolvimento para melhorar a qualidade em serviço.

11. Definir padrões, medir desempenho e agir: primeiramente deve-se definir metas, para posteriormente medir o desempenho e comparar com os padrões. Se houver diferença entre o que se consegue desenvolver com o que se espera, significa que algo precisa ser melhorado.

12. Estabelecer incentivos: a alta administração deve desenvolver e apoiar programas de incentivo e recompensa efetivo, que atinja toda organização para se conseguir um comprometimento eficaz de todos colaboradores e obter-se sucesso.

Estes princípios, se efetivamente aplicados e adaptados, poderão contribuir com a qualidade para atração de visitação a patrimônio.

2.3. QUALIDADE PARA ATRAÇÃO DE VISITAÇÃO A PATRIMÔNIO

Muitos estudiosos acreditam que a qualidade nos serviços está intimamente relacionada à satisfação do consumidor e vêem a qualidade como resultado quando as expectativas dos clientes são alcançadas.

Uma maneira amplamente usada para compreender os julgamentos dos clientes a respeito da qualidade de serviços procura lacunas entre suas expectativas e sua percepção do serviço que eles receberam.

Esta linha de pesquisa forma a base do Modelo SERVQUAL, desenvolvido e melhorado por Zeithaml, Berry e Parasuraman. Usando a Escala Likert, mede as expectativas e registra as percepções após a execução dos serviços.

O modelo SERVQUAL utiliza-se das seguintes cinco dimensões:

- 1.Tangibilidade: facilidades físicas, equipamentos, aparência da equipe;
- 2.Confiabilidade: habilidade da organização em prestar um serviço comprometido com a segurança e pontualidade;
- 3.Receptividade: boa vontade do prestador de serviços para ajudar aos clientes;
- 4.Segurança: conhecimento e cortesia dos funcionários, habilidade para inspirar confiança;
- 5.Empatia: nível de cuidado e atenção individual dada aos clientes/visitantes;

Segundo Zeithaml, Berry e Parasuraman (1997, p.56), à medida que o desempenho excede as expectativas, a qualidade do serviço aumenta e vice-versa. Dessa maneira, a fundamentação teórica do SERVQUAL reside nos desvios do desempenho, ou seja, das expectativas das características do serviço.

Na maioria das construções históricas que são patrimônio, os visitantes são acompanhados por um guia ou monitor. Isto é importante, pois estes fornecem informações que ajudam o visitante a aproveitar o passeio, bem como seguir a seqüência predeterminada pelos espaços internos e exposições.

Outra questão relevante para a visita a patrimônio é o local se tornar seguro para visitar, equipado com sinalização, áreas de estacionamento para veículos, instalações e suprimentos de banheiro.

Sabe-se que tudo isso requer investimentos financeiro, de pessoal e administrativo, um desafio para manter o equilíbrio entre preservar um local para o futuro e torna-lo acessível para apresentar a visitantes.

Até mesmo em museu a atitude de “por que se preocupar com os visitantes: eles vêm de qualquer maneira” está mudando.

Para se fornecer um serviço de qualidade, torna-se necessário considerar aspectos diversos como os colaboradores, instalações complementares, segurança, limpeza, dentre outros.

Dessa forma, o desafio de gerenciar qualidade num Museu é chegar a um denominador comum entre o que pensam o visitante e o que pode ser disponibilizado pelo próprio Museu, de acordo com suas condições reais de administração. Assim, o patrimônio cultural torna-se um atrativo turístico, contribuindo com a sua preservação e com o desenvolvimento turístico local.

2.4.PATRIMÔNIO CULTURAL COMO ATRATIVO TURÍSTICO

Este item faz breves considerações sobre questões do patrimônio cultural com base na legislação brasileira e nas idéias de vários autores. Aborda, ainda, a relação entre o patrimônio e o turismo, especialmente o turismo cultural.

O patrimônio e sua preservação dependem, evidentemente, de normas de controle de competência governamental. A atuação do Governo se faz com base na legislação e na regulamentação visando promover e proteger o patrimônio cultural. A legislação acaba também definindo o patrimônio cultural, como será analisado a seguir.

No Brasil, a defesa dos bens culturais foi manifestada, pela primeira vez, pela Carta de 1934 que firmou a proteção ao patrimônio cultural na Constituição. Pires observa que o conceito de patrimônio começou a ser elaborado no período do Governo Getúlio Vargas (1930-1945). O Estado, incentivado pelos pioneiros da arquitetura moderna no Brasil, incumbiu-se da tarefa de preservar o patrimônio cultural, em 1937, o SPHAN – Serviço do Patrimônio Histórico, Artístico e Nacional. Em 1970, este organismo foi transformado em Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional - IPHAN. Até hoje a preservação, por meio de tombamento, está presente na atuação desse órgão.

Sem entrar em detalhes sobre os critérios de prioridade dos bens tombados, convém lembrar com relação início das idéias de preservação, que como observa Vieira, “(...) nessa oportunidade seria ressaltada a herança colonial, compreendida como a mais pura expressão da cultura nacional. Tal concepção seria endossada pelos órgãos oficiais de defesa do patrimônio através da exaltação do barroco mineiro e da reverência às cidades históricas de minas”.

Exemplo disso é Ouro Preto, que foi em 1932, oficialmente reconhecida pelo Governo Federal como “Monumento Nacional”.

No Brasil, a Constituição Brasileira de 1988, determina que o poder público juntamente com a comunidade devem promover e proteger o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventário, registro, vigilância, tombamento, desapropriação e de outras formas de acautelamento e preservação. O artigo 216 define o patrimônio cultural brasileiro como:

- II - os modos de criar, fazer e viver;
- III - as criações científicas, artísticas e tecnológicas;
- IV – as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;
- V – os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

Já em 1964, a Conferência Geral da UNESCO em sua 13ª sessão, ocorrida em Paris no dia 19 de novembro, definia os bens culturais de grande importância para o patrimônio cultural de cada país, como “(...) as obras de arte e de arquitetura, os manuscritos, os livros e outros bens de interesse artístico, histórico ou arqueológico, os documentos etnológicos, os espécimes – tipo flora e fauna, as coleções científicas e as coleções importantes de livros e arquivos musicais”.

Como bem enfatizou Marly Rodrigues,

Negar o direito à memória é, ao mesmo tempo, não reconhecer o grupo ao qual está relacionado o bem cultural e não apoiar os processos desenvolvidos no interior desses grupos no sentido de se reconhecerem como construtores da história, passo de grande importância para que suas vozes imponham nas decisões de caráter coletivo.

Na literatura pesquisada, autores como Azevedo (1998), Esperança (1999) também definiram patrimônio. Esperança resgata o termo romano *Patrimonium* que “...dizia respeito à legitimidade familiar envolvida na herança, em particular sobre os seus direitos de propriedade e posse. A expressão define, na origem, a relação particular entre o grupo, juridicamente definido, e os bens materiais concretos que se agrupam sob o nome patrimônio”.

Já Azevedo (1998) considera o patrimônio como “... conjunto de bens herdados, construídos e/ou em construção. Envolve o “tempo tríplice”, mesclando temporalidades diferentes: passado, presente e futuro”. Há, portanto, concordância entre as idéias desses autores.

O tombamento é, dentre as formas de promoção dos bens culturais por ato administrativo, a medida mais concreta para proteger o patrimônio. Na literatura geral sobre patrimônio e turismo, vários autores como Pires (2000), Pellegrini (2000), e no senso jurídico Milaré (2000), demonstraram a preocupação de organismos brasileiros e internacionais de adotarem medidas para a proteção dos valores naturais e culturais.

O tombamento tem sido o primeiro passo para se efetuar a salvaguarda do patrimônio, porém este ato não visa isolar o bem patrimonial, sacralizá-lo, paralisando-o. Ao contrário, o bem deve ser colocado à disposição e ser útil à comunidade local.

Não há como negar o papel preventivo da limitação à especulação que o tombamento desempenha, entretanto, observa-se a necessidade de criação de incentivos ao proprietário, do bem protegido, adequados à preservação.

Milaré afirma que “não basta proibir, por meio de leis e regulamentos, condutas e práticas prejudiciais a preservação do patrimônio cultural. São necessários instrumentos outros que completem e subsidiem o tratamento legal, partindo-se do pressuposto que não há preservação sem a cooperação e os recursos das comunidades”. Nesse aspecto, observa-se que a participação e o envolvimento da população são considerados essenciais para o sucesso da conservação.

Milaré conclui que a defesa e conservação do patrimônio pode ser feita de duas maneiras: a primeira, baseada no trabalho individual e coletivo, de estudo, do conhecimento e da preocupação em não permitir que destruam ou danifiquem o patrimônio; a segunda, de responsabilidade dos governantes, seria através das leis e com o tombamento dos edifícios, objetos e monumentos considerados de maior importância histórica e cultural.

A preocupação com a preservação do patrimônio cultural não é isolada, mas mundial. A consciência da necessidade de adotarem medidas para a salvaguarda desse patrimônio tem sido evidenciada por organismos internacionais, como a UNESCO, que promovem acordos e convenções por meio de cooperação, de diretrizes de políticas protecionistas e da criação de fundos de assistência. A UNESCO vem se destacando na qualificação de lugares considerados como Patrimônio Cultural da Humanidade, o que será analisado com mais detalhe no item correspondente.

A preservação do patrimônio envolve investimentos que, nem sempre, existem nessas localidades. Uma das formas para se obter recursos financeiros, e que vem sendo amplamente utilizado no mundo inteiro, é a visitação de pessoas do próprio local ou de turistas.

Milaré aponta instrumentos como a conscientização e a preservação do bem patrimonial por meio da educação ambiental e dos estímulos econômicos advindos da isenção fiscal, de financiamentos subsidiados, de incentivo à utilização de edifícios históricos para fins comerciais ou institucionais, com benefícios fiscais e criação de fundos destinados à preservação. A conservação é um instrumento que torna possível transformar o bem tombado em atrativo para visitação.

A transformação do patrimônio num produto pode garantir a visitação. Dessa idéia partilha Choay (1999, p.56), quando diz que a “indústria patrimonial para

muitos Estados, regiões e municipalidade, significa a sobrevivência e o futuro econômico”.

Barreto (2000) considera que o turismo com base no legado cultural é aquele que tem como principal atrativo o patrimônio cultural e permite que a comunidade se engaje no processo de recuperação da memória coletiva, de reconstrução da história, de verificação das fontes. Permite, também, que membros dessa comunidade adquiram consciência do papel que sua cidade representa em determinado cenário e determinada época.

O turismo cultural teve o seu incremento a partir de 1979, com a Carta do Turismo Cultural, estabelecida em Bruxelas, definindo-se como “(...) aquela forma de turismo que tem por objeto, entre outros, a descoberta dos monumentos e locais de interesse. Exerce nestes um efeito positivo, na medida em que contribui – para satisfazer os seus próprios fins – para a sua preservação e proteção”. Dessa maneira, o turismo cultural pode contribuir para salvaguardar o patrimônio, que se constitui em produto turístico, que por sua vez arrecada proventos que ajudam na conservação e no desenvolvimento local.

As considerações sobre os benefícios do turismo cultural remetem ao turismo em geral. Beni (1998, p.31) considera o turismo uma atividade que contribui para o desenvolvimento. “Por efeito do aumento da oferta turística (alojamento, estabelecimentos de alimentação, indústrias complementares e outros), eleva a demanda de emprego, repercutindo na diminuição de mão-de-obra subutilizada ou desempregada”. Por meio dos impostos diretos e indiretos, o turismo, também, proporciona geração de renda para o setor público que pode ser revertida em serviços e obras públicas para a comunidade.

Entretanto, é importante considerar que somente poderá existir um aumento da oferta turística se houver demanda que justifique esse investimento. No que se refere ao turismo cultural, o turista espera vivenciar outras culturas, porém necessário se faz colocar a sua disposição infra-estrutura básica, serviços públicos, serviços turísticos e atrativos turísticos capazes de assegurar a sua permanência na localidade.

As razões que levam o turismo a ser um fator de desenvolvimento e expansão econômica foram enumerados por Cunha (1997., p.284):

1) O turismo somente é viável quando existem valores locais que garantam a sua vocação turística;

2) Acarreta transferência de rendimentos, quando o turista consome bens ou se utiliza de serviços produzidos localmente;

3) Cria condições para que órgãos públicos implantem infra-estrutura básica e de serviços públicos e permite a instalação de outras atividades, na localidade, através da iniciativa privada;

4) Contribui para a dinamização e modernização da produção local, criando oportunidades de empregos e melhor distribuição de renda.

Segundo Barreto (2000, p.17), a “(...) idéia não é manter o patrimônio para lucrar com ele, mas lucrar com ele para conseguir mantê-lo”. Dessa maneira, o turismo cultural contribui para salvaguardar o patrimônio, que se constitui em produto turístico, que por sua vez, arrecada proventos que ajudam na sua conservação.

3.METODOLOGIA

Para a classificação da pesquisa, tomou-se como base a apresentada por Vergara (2006), que qualifica quanto aos fins e quanto aos meios.

Quanto aos fins, a pesquisa foi descritiva porque visa descrever através dos dados coletados e tabulados por meio de questionários, satisfações, percepções, fatores determinantes da qualidade em serviços.

Quanto aos meios, a pesquisa foi bibliográfica e de estudo de caso. Bibliográfica porque para a fundamentação teórico-metodológica do trabalho foi realizada investigação sobre os seguintes assuntos: conceito de qualidade em serviços, patrimônio cultural, qualidade para atração da visitação a patrimônio, entre outros descritos no referencial teórico.

A investigação também foi realizada através de um estudo de caso, pela necessidade de uma maior profundidade e detalhamento, visto que se fez necessário estudar o Museu concedente da pesquisa, com a finalidade de se obter generalizações, que envolvem dados que se referem aos visitantes, funcionários, procedimentos internos (mesmo que implícitos e informais).

O universo da pesquisa compreendeu 76 visitantes do Museu palácio Conde dos Arcos, onde foi realizada a presente pesquisa, em dezembro de 2006.. Foi utilizada a amostragem não probabilística, por não apresentar fundamentação matemática ou estatística, dependendo, unicamente, de critérios estabelecidos pelo pesquisador. Gil

(1999, p.101). Desta forma, a amostra foi composta por 10% do total do universo. Levou-se em consideração a média de visitação mensal (760 visitantes) do Museu.

A pesquisa foi realizada com visitantes que apresentaram disponibilidade em responder ao questionário. Estes foram selecionados de maneira intencional até o limite de 76 (setenta e seis).

Os dados foram coletados mediante observação *in loco* no Museu pesquisado, conforme metodologia, pesquisas bibliográficas de livros e portais de periódicos na internet. E também através de um questionário composto de 18 (dezoito) questões, sendo todas fechadas.

O questionário preenchido pela pesquisadora, foi elaborado de forma a identificar as expectativas dos visitantes do Museu Palácio conde dos Arcos em relação a qualidade dos serviços oferecidos pelo Museu. (Anexo A)

Respaldado pelo Modelo SERVQUAL, o método de pesquisa utilizado foi a Escala Likert. Considerada uma escala que determina a existência de uma ou mais atitudes no grupo de itens considerados, proporciona maior manifestação de opinião ou atitudes acerca da afirmativa enunciada. Dessa maneira, foram inseridas nas afirmativas do questionário itens concernentes ao Modelo SERVQUAL, como a tangibilidade, confiabilidade, receptividade, segurança e empatia. Itens importantes para avaliar o nível de qualidade e satisfação dos serviços oferecidos pelo Museu Palácio Conde dos Arcos.

Em uma Escala Likert, os entrevistados escolhem uma das alternativas seguintes: (MA) muito de acordo, (A) acordo, (I) indeciso, (D) em desacordo, (MD) muito em desacordo. Numa pontuação que varia de 1 a 5 pontos, os itens positivos recebem uma pontuação maior, ao contrário dos itens negativos que obtêm uma pontuação menor.

Likert desenvolveu a metodologia de medição das atitudes, isto é, a escala de atitudes. Esta técnica parte do princípio que podemos medir as atitudes através das respostas verbais dos indivíduos, ou seja, das opiniões e avaliações que os sujeitos efetuam acerca de uma determinada situação. Neste âmbito, propõe-se ao sujeito uma série de proposições padronizadas e solicita-se o grau de acordo com cada uma delas. O conjunto de respostas obtidas indicará a direção e a intensidade da atitude.

A Escala de Likert é adequada quando procuramos avaliar o grau de concordância relativamente a uma determinada questão, pois é a mais abrangente devido à sua composição.

Visando facilitar a sistematização das informações coletadas, os indicadores subjetivos puderam ser estruturados em questionários com uma escala ordinal de preferências, visto que a Escala Likert, envolve uma afirmação apresentada juntamente com uma escala em que o entrevistado pode concordar inteiramente, concordar, não perceber mudanças, discordar, ou discordar completamente. Vale ressaltar que a Escala Likert dá a intensidade relativa da opinião dos informantes, embora não forneça valores às lacunas. A preferência por esse tipo de escala se deve ao fato de que escalas mais desagregadas, em geral, aumentam a complexidade da avaliação sem aportar qualidade adicional à informação obtida.

Após coletados, os dados foram analisados de maneira qualitativa e quantitativa (tabulação estatística das respostas do questionário), para que possibilitasse fornecimento de respostas ao problema proposto, e num sentido mais amplo, se comparasse as respostas obtidas nos questionários com a bibliografia pesquisada no referencial teórico e também com as observações coletadas no estudo de caso.

Para facilitar a análise e interpretação dados obtidos, os mesmos foram tabulados, eletronicamente, através do Software Microsoft Excel, para posterior ilustração por meio de gráficos.

As dificuldades do método foram consideradas diante da resistência por parte os sujeitos da pesquisa ao se recusarem a responder o questionário ou de deixarem algum item do questionário em branco, sem respostas.

4.RESULTADOS E SUGESTÕES

O Museu Palácio Conde dos Arcos foi construído, em 1755, para servir de residência e Palácio de Despachos dos Governadores. No decorrer do séc. XIX, o Palácio passou por várias modificações, entre 1809 e 1820 teria sido reedificado. Em 1854/1855 foi construído um grande refeitório. Em 1867, foi construído o terraço lateral e, em 1886, foi realizada uma reforma geral em todo o edifício, com modificações na fachada, alterada em seus elementos característicos. Outras modificações ocorreram no séc. XX, alterando-se os espaços internos, com demolições e acréscimos de paredes, abertura de vãos e divisão de cômodos. Até a mudança da capital para Goiânia em 1937, o Palácio Conde dos Arcos serviu como residência dos Governadores, passando, a partir daí, a sediar a Prefeitura Municipal. Em 1961, passou a ser considerado monumento

histórico, e atualmente, por ocasião do aniversário da cidade (26 de julho), serve de sede provisória ao Governo Estadual que para lá se transfere todos os anos.

A origem do termo museu remonta à palavra grega *mouseion*, ou casa das musas, que na Antiguidade clássica era o local dedicado ao saber e ao deleite da filosofia. As musas, na mitologia grega, eram as nove filhas que Zeus gerara com Mnemosine, deusa da memória. Segundo Vasconcellos (2006, p.14), “As musas possuíam criatividade e grande memória, além de serem dançarinas, poetisas e narradoras que ajudavam os homens a esquecer as ansiedades e as tristezas cotidianas. Neste sentido, as obras de arte expostas no *mouseion* tinham mais a intenção de agradar às divindades que propriamente serem abertas á contemplação e admiração de possíveis visitantes”.

Percebe-se que os museus estão relacionados ao ato de colecionar, portanto, coleções que podem ser tanto de origem religiosa como profana. O museu trata de preservar traços da memória da humanidade para que as gerações presentes e futuras possam deleitar-se com o gozo e o aprendizado da sua contemplação.

Ainda, de acordo com Vasconcellos (2006), os museus mais visitados na Europa e nos Estados Unidos contam com exposições que são renovadas constantemente, bem como com recursos humanos especializados no atendimento de diferentes segmentos de público: turistas, terceira idade, crianças, portadores de necessidades especiais.

Estes museus possuem em suas instalações bibliotecas, livrarias, lojas de souvenirs, restaurantes, cafeteria que contribuem para que essas instituições sejam referências culturais e de lazer para os turistas.

Porém, ainda persiste uma visão que identifica os museus como “locais de coisas velhas”, onde ainda encontram-se exposições herméticas que não contribuem para o entendimento de suas mensagens.

O objetivo principal da realização da pesquisa com aplicação do questionário foi de levantar as expectativas e atitudes dos visitantes quanto à qualidade dos serviços oferecidos pelo Museu Palácio Conde dos Arcos. Assim, obteve-se os seguintes resultados:

No item que se refere à conservação do patrimônio, de forma unânime, todos os entrevistados responderam estarem muito de acordo. Isto demonstra que o patrimônio vem sendo conservado de maneira satisfatória.

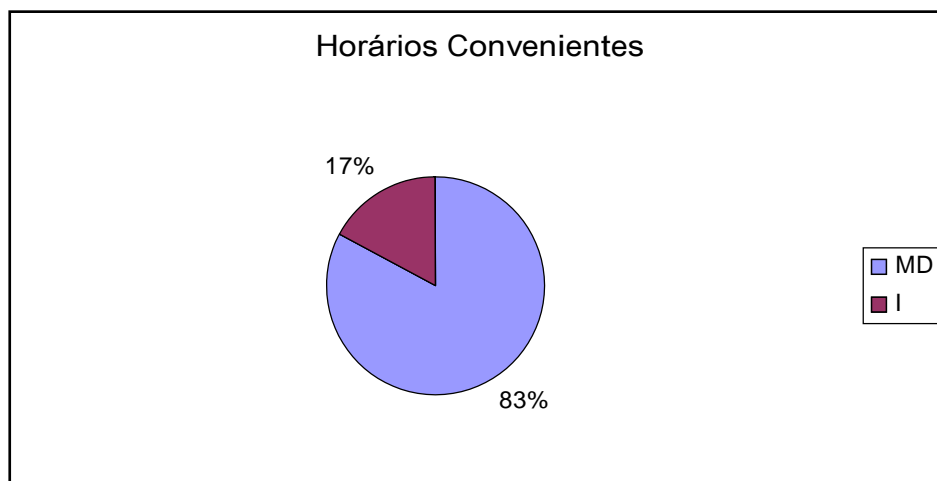


Gráfico 1

Fonte: a autora (2007)

Os visitantes quando abordados se o Museu é aberto em horários convenientes, 82,89% (63) responderam estarem em muito desacordo e o restante, 17,11% (13) demonstraram-se indecisos. Este item reflete a insatisfação dos visitantes quanto ao horário de funcionamento do Museu. De acordo com levantamentos realizados, muitas são as reclamações dos visitantes, pois verificou-se que o Museu funciona de terça a domingo das 8:00 às 14:00 horas, impossibilitando uma flexibilização no horário de visita. Este item é ratificado pela afirmativa de que os turistas reclamam dos horários de visita dos museus, que de forma unânime, todos disseram estar em muito de acordo.

Quando questionados se ao chegar ao Museu são informados, antecipadamente, sobre as diferentes instalações e atrações disponíveis, todos os visitantes responderam, negativamente, em muito desacordo. Vale ressaltar que não há iniciativa por parte dos guias do Museu em estar passando informações antes do guiamento iniciar. Não é disponibilizado, aos visitantes, um roteiro que será efetivado no guiamento. Percebe-se um distanciamento nas atitudes dos guias do Museu, não havendo a preocupação com a satisfação de quem está sendo guiado. Isto reflete o descontentamento do visitante, a inércia nas opções de atendimentos, a falta de preparo dos guias e monitores do Museu.

No item que se refere aos problemas com a sinalização, de forma unânime, todos os entrevistados responderam estarem em muito de acordo, ratificando a questão do Museu não possuir nenhum tipo de sinalização interna ou externa.

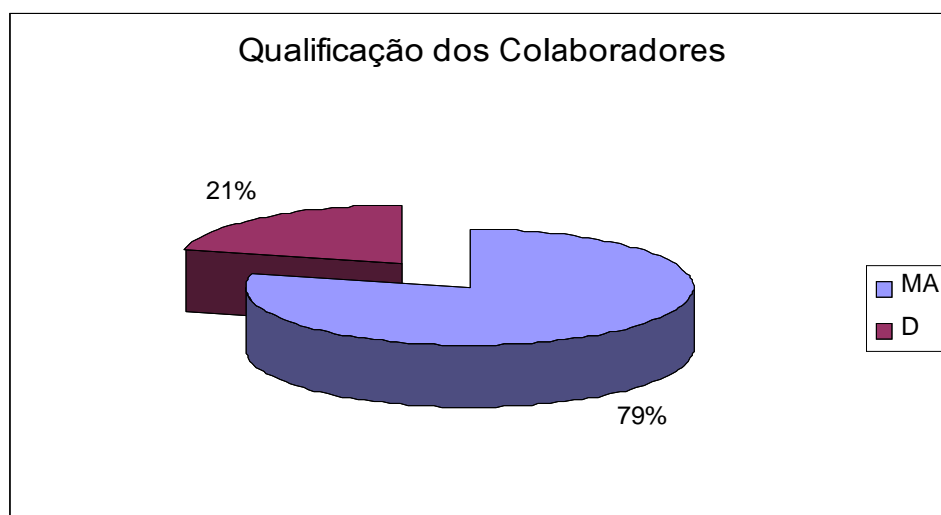


Gráfico 2
Fonte: a autora (2007)

Quando abordados com a afirmação de que os colaboradores do Museu devem ser mais qualificados e preparados, 78,94% dos visitantes disseram estar em muito de acordo e 21,06% disseram estar de acordo. Estes percentuais apontam para as questões relativas à receptividade, empatia e confiabilidade, necessitando de uma atenção maior por parte dos administradores do Museu.

No que tange às instalações para visitantes portadores de necessidades especiais e para crianças, detectou-se a falta de infra-estrutura, apontada por todos os visitantes abordados.

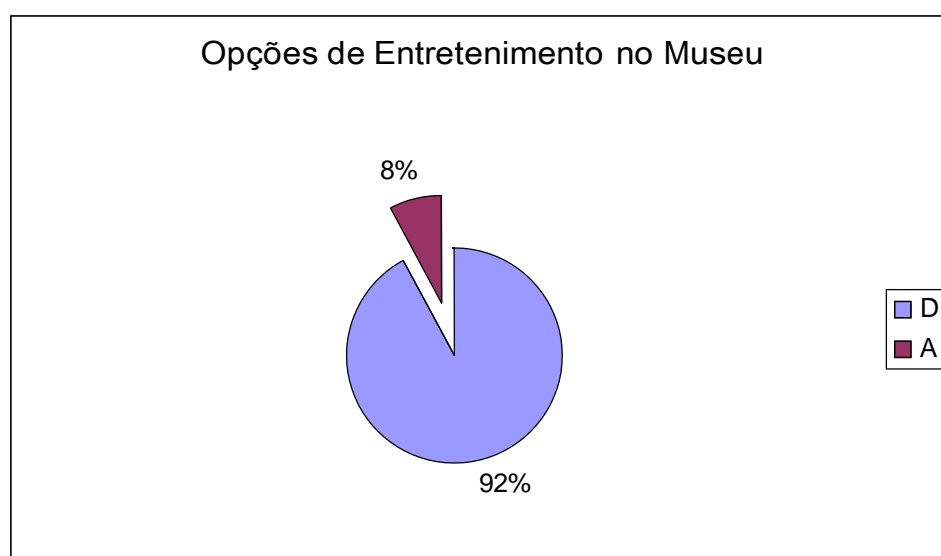


Gráfico 3
Fonte: a autora (2007)

Quanto a afirmação de que o Museu oferece muitas coisas interessantes para se conhecer, 92,1% dos visitantes responderam estar em desacordo, e somente 7,9 em acordo, demonstrando que este atrativo cultural não tem aguçado o interesse do visitante. Este item deve ser revisto de maneira a descobrir opções que estimulem ao visitante divulgar positivamente o Museu e retornar outras vezes.

Estando em muito de acordo, todos os visitantes afirmaram que o turista deve zelar pelos atrativos e, ainda, que deve contribuir com sugestões para melhorar o atendimento no Museu Palácio Conde dos Arcos.

Ratificando a questão de que os colaboradores devem ser mais qualificados, todos os visitantes responderam que estes mesmos colaboradores devem prestar serviços de qualidade. Isto indica a percepção dos visitantes apontando a necessidade de qualificação dos colaboradores para melhorar a qualidade dos serviços.

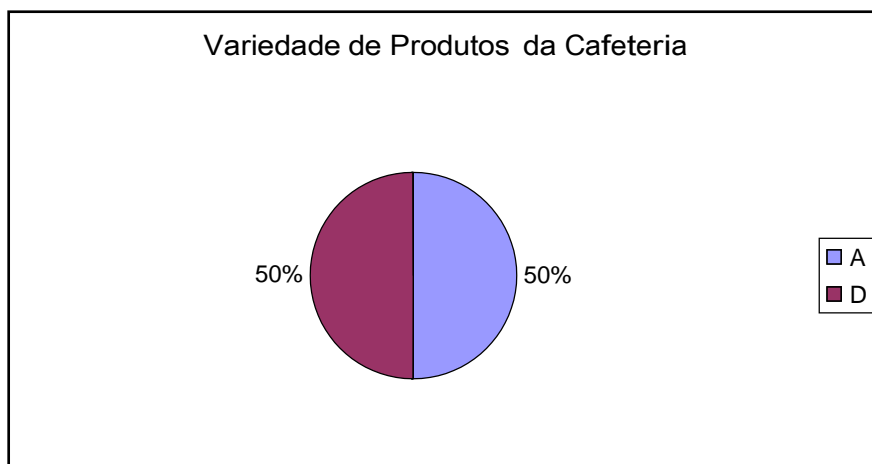


Gráfico 4
Fonte: a autora (2007)

No item que se refere à cafeteria, de forma igualitária, 50%, demonstraram estar em acordo de que esta oferece uma grande variedade de produtos; os outros 50% apontaram estar em desacordo. Percebe-se que este tipo de serviço deve priorizar o atendimento e a variedade de produtos que devem ser oferecidos ao visitante.

Outro item importante que revela a satisfação do visitante é a relação de respeito mútuo que deve existir entre a comunidade e o turista. A qualidade dos serviços é percebida pelo nível de satisfação do visitante.

Na afirmação de que o município estaria preparado para receber turistas, 76,31% apontaram estar de acordo, o restante, 23,69%, demonstraram indecisos, demonstrando que o município necessita de um planejamento turístico efetivo. Todos os visitantes, ainda reafirmaram que com o dinheiro que com o dinheiro que deixa, o turista ajuda a melhorar a cidade.

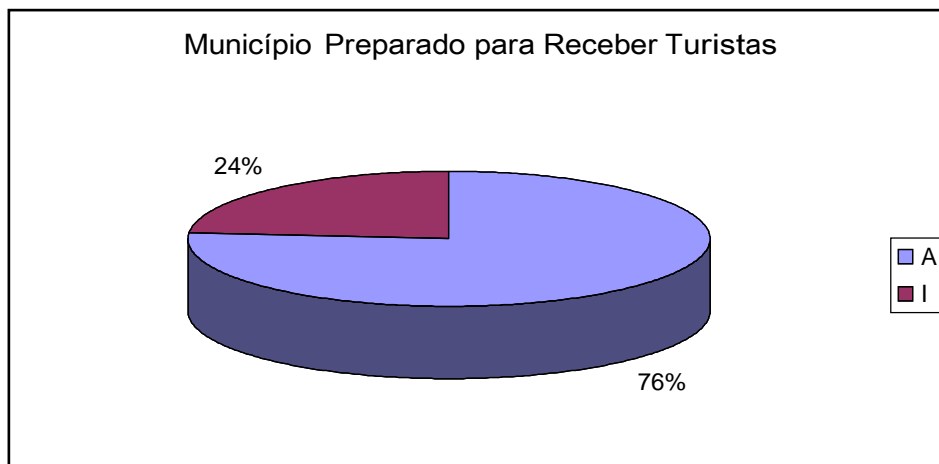


Gráfico 5
Fonte: a autora (2007)

Todos que responderam aos questionários afirmaram estar em muito de acordo de que o turista gosta de visitar igrejas e museus e, também, afirmaram que a receptividade é positiva, reafirmando a questão relativa ao preparo do município para receber turistas.

Após as análises dos resultados, algumas sugestões para aprimorar a qualidade nas atrações de visitação a patrimônio, no caso, o Museu Palácio Conde dos Arcos estão elencadas a seguir:

a) O Museu deve participar com a comunidade e operadoras de turismo, do planejamento, buscando integrar-se aos circuitos do turismo cultural. É necessário um diálogo dos profissionais do museu com os profissionais de turismo para definir soluções que respeitem tanto o patrimônio quanto os turistas.

b) Criação e implementação de cursos e programas de formação e treinamento de pessoal em todos os níveis de ensino. Isto possibilitará formar profissionais multidisciplinares, capacitados para trabalhar na coordenação e no desenvolvimento de projetos turísticos e patrimoniais.

c) Planejadores de turismo juntamente com o pessoal do Museu devem avaliar o impacto dos visitantes e regular o uso turístico dos museus. O uso adequado do patrimônio em exposição contribuiria para a sua preservação.

d) Instituir uma relação harmônica entre o Museu e o turismo cultural, no sentido de atender a todos os aspectos constitutivos do museu, como infra-estrutura, qualidade da coleção, sistemas de informação e comunicação, atividades educativas e de exposição, funcionários e relação com o entorno.

e) O Museu deve se integrar ao roteiro turístico, ter uma administração que priorize os monitores treinados, biblioteca atualizada e eficiente, banheiros, bebedouros higiênicos, estacionamento, dependências com segurança.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo aborda a qualidade nas atrações de visitação a patrimônio, no caso, o Museu Palácio Conde dos Arcos, situado na cidade de Goiás, considerada, no ano de 2001, Patrimônio Cultural da Humanidade. O incremento do turismo já pode ser notado pelos turistas que têm expectativas a propósito desta atividade e da qualidade dos serviços prestados.

As breves considerações iniciais analisam a cidade de Goiás, suas características e bases econômicas e revelam uma cidade de pequeno porte, com cerca de 27.092 habitantes que vivem basicamente, da pecuária, da indústria de transformação e do turismo. Das características geográficas as mais significativas são aquelas referentes ao sítio onde se instalou o núcleo urbano e a posição.

Verificou-se que na cidade de Goiás, embora, no passado, tenha se beneficiado do caminho para Goiás, permaneceu à margem do desenvolvimento que se processou no centro-oeste brasileiro, nos séculos XIX e XX, desta vez, comandado pelas rodovias. Assim, se no passado, a posição foi positiva para a comunicação com outras áreas por meio do Caminho de Goiás e, num outro período, deixou-a à margem do progresso, atualmente o acesso é positivo pois se reflete na chegada de turistas, principalmente vindos de centros emissores regionais, como Brasília e Goiânia.

A análise das informações obtidas mostra que a origem e a ocupação da cidade de Goiás estão ligadas ao contexto regional. Ao povoamento do centro-oeste brasileiro, principalmente à mineração, deve a cidade de Goiás sua origem.

O estudo da origem e ocupação do espaço urbano, da distribuição das edificações e dos períodos em que foram construídas, foi relevante para detectar a presença do patrimônio histórico-cultural, mas não explicava a preservação deste conjunto de bens. Verificou-se que a posição periférica ao desenvolvimento do centro-

oeste brasileiro que a cidade passou a ocupar após a mudança da capital do Estado para Goiânia retardou a expansão urbana da pequena cidade e, conseqüentemente, contribuiu para preservar o patrimônio arquitetônico.

Posteriormente, discutiu-se conceitos de qualidade e qualidade em serviços, buscando-se entender questões da qualidade nas atrações de visitação a patrimônio. A parte referente à qualidade dos serviços oferecidos pelo Museu Palácio Conde dos Arcos revelou aspectos interessantes, alguns óbvios e outros pouco conhecidos, que podem contribuir para subsidiar ações da administração do Museu.

Analisou-se, também, o patrimônio cultural como atrativo turístico e a preocupação dos organismos internacionais, como a UNESCO, com a preservação.

Verificou-se que muitas são as obras que se referem a questões gerais do patrimônio e turismo, especificamente, da oferta, mas são poucos os estudos que enfatizam a interação entre patrimônio e turismo.

Embora exista independente do turismo, o patrimônio cultural vem sendo incorporado à oferta turística de inúmeros países. Verificou-se que as relações do turismo com o patrimônio são muito estreitas, principalmente na sua inclusão como atrativo e na possibilidade de sua preservação com os recursos econômicos advindos dessa atividade. Vários autores referem-se à força do turismo como instrumento de preservação do patrimônio e dos valores culturais.

A pesquisa mostrou que o crescimento do turismo é uma realidade e que se deve ao título de Patrimônio Cultural da Humanidade.

Verificou-se que o turista poderá interferir no modo de vida das pessoas, dando sugestões para melhorar o atendimento, o que pode ser considerado numa perspectiva positiva ou negativa, dependendo do foco da análise.

Percebeu-se o Museu Palácio Conde dos Arcos precisa ser estruturado, de forma a adaptar-se às expectativas dos visitantes, adequando-se seus horários de visitação, qualificando seus colaboradores, considerando as diversidades das pessoas de forma a contribuir com o acesso dessas pessoas à inclusão cultural.

Sabe-se que o turista que se desloca a Goiás gosta de visitar museus e igrejas, portanto, poderia ser oferecido instalações melhores com banheiros, bebedouros higiênicos, sinalização de forma a direcionar e instruir o visitante e obter o uso adequado do Museu.

Tudo isso viabilizaria a integração deste patrimônio aos circuitos do turismo cultural, fazendo com que uma equipe multidisciplinar planejasse adequadamente, respeitando a capacidade de uso do Museu, o próprio patrimônio e os visitantes.

Finalmente, espera-se que este trabalho possa contribuir para o entendimento de pequenas cidades dotadas de patrimônios culturais que, num certo momento, são alcançadas pelo turismo e podem ser transformadas, priorizando a qualidade dos serviços prestados.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AMERICANO DO BRASIL, Antônio. Pela história de Goiás. Goiânia: UFG, 1980.
- ANDRADE, Maria Margarida. Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- ARENDIT, Ednílson José. Introdução à economia do turismo. 2ed. Campinas, SP: Alínea, 2000.
- AZEVEDO, Júlia. Turismo, cultura, patrimônio. In: COROLIANO, Luzia (Org). Turismo com ética. Fortaleza: UECE, 1998.
- BARRETO, margarita. Turismo e legado cultural. Campinas, SP: Papyrus, 2000.
- BAZIN, Germain. A arquitetura religiosa barroca no Brasil. 2.vol. Rio de Janeiro: Record, 1983.
- BENI, Mário Carlos. Análise estrutural do turismo. São Paulo: Senac, 1998.
- BERTRAN, Paulo. Notícia geral da capitania de Goiás. Goiânia/Brasília:UCG/UFG/Solo, 1997.
- BRASIL. Constituição do Brasil (1988).2.ed.Brasília: Horizonte Editora, 1988.
- CHAIM, Marivone Matos. Sociedade Colonial: Goiás 1749-1822. 2.ed. Goiânia: Secretaria de Cultura de Goiás, 1987.
- CHOAY, Françoise. A alegoria do patrimônio. Lisboa: Ed. 70, 1999.
- COELHO, Gustavo Neiva. Guia dos bens imóveis tombados em Goiás. Goiânia: Instituto de Arquitetos do Brasil, 1999.
- COBRA, Marcos. Estratégias de marketing de serviços. São Paulo: Editora Cobra, 2001.
- CUNHA, Licínio. Economia e política do turismo. Portugal: Mc Graw Hill, 1997.

DOMINGUES, Celestino M. Dicionário técnico de turismo. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1990.

DOWBOR, Ladislau. A reprodução social: propostas para uma gestão descentralizada. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

ESPERANÇA, Eduardo Jorge. Patrimônio: comunicação, políticas e práticas culturais. Lisboa: Veja, 1999.

FEILDEN, Bernard M. Os princípios da conservação. O Correio da UNESCO, maio 1981, p.27.

FONSECA, Maria Cecília Londres. O patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil. Rio de Janeiro: URFJ/IPHAN, 1997.

GOMES, Modesto. Estudos de história de Goiás. Goiânia: Gráfica do Livro Goiano, 1974.

GIANESI, Irineu, e CORREA, Henrique Luiz. Administração estratégica de serviços. São Paulo: Atlas, 1994.

GUIMARÃES, Virgínia R. Vila Boa. Goiânia: Secretaria de Estado da Cultura e Desporto, 1986.

KOTLER, Philip. Marketing para o século XXI. São Paulo: Futura, 2000.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi. Marketing. São Paulo: Atlas, 1995.

MILARÉ, Edis. Direito do ambiente: doutrina, prática, jurisprudência, glossário. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 2000.

MONTEIRO, Ofélia Sócrates do Nascimento. Goiaz coração do Brasil. Brasília: Ed. Senado Federal, 1983.

OMT. Lo que todo gestor turístico debe saber: guía práctica para el desarrollo y uso de indicadores de turismo sostenible. Madrid: OMT, 1995.

_____. Seguridad en turismo: medidas prácticas para los turistas. Madrid: OMT, 1997.

_____. Estudios y perspectivas en turismo. Madrid: OMT, 2000.

_____. Código mundial de ética e turismo. Madrid: OMT, 1999.

PALACIN, Luiz. Fundação de Goiânia e desenvolvimento de Goiás. Goiânia: Oriente, 1976.

PALADINI, Edson Pacheco. Gestão da qualidade: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

PARASURAMAN, A. Servqual Qualimetria: medição de desempenho da qualidade em serviços através do gap model e excelência em marketing: competitividade através da qualidade em serviços. In: Seminário Internacional Qualidade Em Serviços. São Paulo: IM&C, 1997.

PARENT, Michel. O conceito de herança mundial. São Paulo; O Correio da Unesco Outubro, 1988, p.32-36.

PELLEGRINI FILHO, Américo. Ecologia, cultura e turismo. Campinas, SP: Papirus, 1993.

_____. Turismo cultural em Tiradentes: estudo de metodologia aplicada. São Paulo: Manole, 2000.

PIRES, Mário Jorge. Lazer e turismo cultural. Barueri, SP: Manole, 1999.

_____. Levantamento de atrativos históricos em turismo: uma proposta metodológica. In: LAGE, Beatriz H. G. Ee MILONE, Paulo (Org). Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000, p. 109-116.

RODRIGUES, Adyr. Balastrieri (Org) Turismo e desenvolvimento local. São Paulo: Hucitec, 1997.

RODRIGUES, Marly. De quem é o patrimônio? Um olhar sobre a prática preservacionista em São Paulo. Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Brasil, Rio de Janeiro: MINC/SPHAN, nº24, p.195-203, 1996.

RICHARDSON, Roberto Jarry et al. Pesquisa social – métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

SAINT-HILAIRE, Auguste de. Viagem a província de Goiás. Rio de Janeiro: Itatiaia Editora, 1975.

TOMLJENOVIC, Renata e FAUKNER, Bill. Turismo y residentes de tercera edad en un costa Del sol. In: Annals of Tourism Research en Español. Vol.2 n.1, p.22-46, 2000.

URRY, Jonh. O olhar do turista. São Paulo: Studio Nobel / SESC, 1996.

VARINE-BOHAN, Hügues. Patrimônio Cultural: A experiência internacional – Notas de aula. São Paulo: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, 1974.

VASCONCELLOS, Camilo de Mello. Turismo e museus. São Paulo: Aleph, 2006.

VERGARA, Sylvia Constant. Gestão de pessoas. São Paulo: Atlas, 2006.

YAZIGI, Eduardo et al. Turismo: espaço, paisagem e cultura. São Paulo: HUCITEC, 1996.

TRABALHOS NÃO PUBLICADOS

SERSOCIMA, Eliana. Laços solidários nas comunidades rurais do município de Goiás (1900-1994). Dissertação apresentada ao programa de mestrado em História das Sociedades Agrárias da Universidade Federal de Goiás. Goiânia, UFGO, 1995.

VIEIRA, Débora Dutra. Patrimônio cultural e a memória da metrópole: requalificação urbana e lazer no Brasil. Dissertação apresentada ao programa de mestrado em Turismo: Planejamento e Gestão Ambiental e Cultural da UNIBERO. São Paulo: UNIBERO, 2000.

ANEXO A – QUESTIONÁRIO VISITANTE

A qualidade do Museu Palácio Conde dos Arcos é percebida de diversas maneiras. Faça um (X) na alternativa que melhor representa seu acordo ou desacordo com a atitude e expectativa expressa em cada item. Sua opinião é muito importante.

MA – Muito de acordo

A – Acordo

I -Indeciso

D – Desacordo

MD – Muito Desacordo

1. O patrimônio está conservado.

MA A I D MD

2. O Museu é aberto em horários convenientes.

MA A I D MD

3. Os visitantes são informados, inicialmente, sobre as diferentes instalações e atrações disponíveis no Museu.

MA A I D MD

4. No Museu não há placas indicativas para orientar os turistas.

MA A I D MD

5. Os funcionários do Museu devem ser mais qualificados e preparados.

MA A I D MD

6. O Museu considera as necessidades dos visitantes portadores de necessidades especiais.

MA A I D MD

7. O interior do Museu oferece muitas coisas interessantes para se conhecer.

MA A I D MD

8. O turista deve zelar pelos atrativos.

MA A I D MD

9. O turista deve dar sugestões para melhorar o atendimento no Museu

MA A I D MD

10. Os colaboradores do Museu devem prestar serviços de qualidade.

MA A I D MD

11. O Museu possui instalações para crianças.

MA A I D MD

12. A cafeteria oferece uma grande variedade de produtos.

MA A I D MD

13. A comunidade deve respeitar o turista.

MA A I D MD

14. Os turistas reclamam dos horários de visita dos museus.

MA A I D MD

15. O município está preparado para receber turistas.

MA A I D MD

16. Com o dinheiro que deixa, o turista ajuda a melhorar a cidade.

MA A I D MD

17. O turista gosta de visitar igrejas e museus.

MA A I D MD

18. O turista é bem-vindo à cidade de Goiás.

MA A I D MD