

PERCEPÇÃO DOS VISITANTES EM RELAÇÃO À GESTÃO DO ESPAÇO CULTURAL TANCREDO NEVES EM CARUARU-PE

Norberto Stori; Romero de Albuquerque Maranhão

Universidade Presbiteriana Mackenzie

Resumo: A gestão de bens culturais no Brasil é um tema ainda pouco estudado na academia e carente de uma política pública embasada na diversidade social e na preservação, construção e reconstrução de espaços públicos. Assim, a conjugação entre as atividades turísticas e a visitação dos espaços culturais em diversos países do mundo tem resultado em experiências positivas no sentido da promoção do desenvolvimento sustentável recomendado pelas conferências internacionais que se ocupam da proteção e preservação dos bens culturais da humanidade, bem como uma ferramenta essencial para avaliar a gestão destes espaços. Desta forma, este estudo teve como objetivo analisar as percepções dos visitantes em relação à gestão do Espaço Cultural Tancredo Neves, no município de Caruaru-PE, a partir dos comentários publicados no portal TripAdvisor. O método compreendeu levantamento bibliográfico e coleta de dados empíricos por meio do portal TripAdvisor. Os resultados apontam que 90% dos visitantes vêem o espaço como um atrativo cultural para apreciar os costumes, hábitos e manifestações do povo nordestino, e também, como uma oportunidade de conhecer um pouco da economia do município que já foi importante polo têxtil do nordeste. Todavia, algumas opiniões divergem e apresentam aspectos negativos em relação à gestão do espaço, dentre os quais se destacam: a falta de segurança e conservação; acessibilidade precária para deficientes físicos; e pouco atrativo para o público infantil. Conclui-se que a gestão de espaços culturais implica atitudes muitas vezes silenciosas e de pouca visibilidade em curto prazo, mas que quando implementadas podem gerar resultados satisfatórios e visíveis para a sociedade.

Palavras-chave: Turismo; Caruaru; Interdisciplinaridade; Nordeste.

INTRODUÇÃO

A importância da gestão dos bens culturais pelas organizações públicas e privadas tornou-se um fator estratégico¹ na contemporaneidade, pois, além de fortalecer laços culturais, resgata o exercício da cidadania, amplia as relações territoriais e possibilita a difusão de conhecimentos. Neste contexto, ressalta-se que a apreensão das formas de gestão, conteúdo e funcionamento dos museus e centros culturais, bem como o reconhecimento da sua importância são fundamentais para a sociedade e suas gerações futuras (AMARAL, 2003; FONSECA, 2005).

A gestão de bens culturais no Brasil é um tema ainda pouco estudado na academia e carente de uma política pública embasada na diversidade social e na preservação, construção e reconstrução de espaços públicos. Assim, a conjugação entre as atividades turísticas e a

¹ - O termo estratégia é um conceito militar bastante antigo, definido pela aplicação de forças contra determinado inimigo. O termo se origina da palavra grega *strategos* do qual se deriva o significado “a arte do general”, ou ainda, *a ciência dos movimentos guerreiros fora do campo de visão do general* (OLIVEIRA, 2002 p. 192). Já em termos organizacionais trata-se de mobilizar recursos para atingir objetivos, mediante utilização, pela alta administração, de um plano, uma direção ou um curso de ação para o futuro.

visitação dos espaços culturais em diversos países do mundo tem resultado em experiências positivas no sentido da promoção do desenvolvimento sustentável recomendado pelas conferências internacionais que se ocupam da proteção e preservação dos bens culturais da humanidade, bem como uma ferramenta essencial para avaliar a gestão destes espaços.

Neste sentido, os mecanismos de informação, inventário, registro e catalogação dos bens culturais constituem um passo importante para a preservação. Desta forma, este estudo teve como objetivo analisar as percepções dos visitantes em relação à gestão do Espaço Cultural Tancredo Neves, no município de Caruaru-PE², a partir dos comentários publicados no portal TripAdvisor.

Convém registrar que o TripAdvisor fornece aos gestores e pesquisadores uma nova fonte de informações relacionadas à percepção da qualidade do serviço, e ao nível de satisfação dos consumidores (YE *et al.*, 2014; ZHOU *et al.*, 2014; KUCUKUSTA, 2017). O conteúdo originado pelos consumidores em *sites* como TripAdvisor, Booking e Expedia (parceiros do TripAdvisor) tem sido objeto de estudos nacionais e internacionais (STRINGAM *et al.*, 2010; LIMBERGER *et al.*, 2014; RHEE e YANG, 2014; LIMBERGER *et al.*, 2016; BANERJEE e CHUA, 2016).

METODOLOGIA

A abordagem da pesquisa foi quantitativa e qualitativa (análise de conteúdo) e os dados obtidos foram lançados em um banco de dados. O método compreendeu levantamento bibliográfico e coleta de dados empíricos por meio do portal TripAdvisor.

O *site* TripAdvisor foi escolhido como fonte de dados para a pesquisa por disponibilizar os dados requeridos e por sua fama, pois é a maior comunidade de troca de informações sobre viagens do mundo, tendo recebido mais de 500 milhões de avaliações nos últimos 15 anos, estando presente em mais de 49 mercados (TRIPADVISOR, 2017).

A técnica utilizada para a coleta de dados é a análise documental, também chamada de pesquisa documental, que é baseada na prévia existência de dados secundários, o uso de informações já publicadas e disponíveis. Esses dados podem ser registros internos de uma empresa, dados publicados em periódicos, livros, etc. Assim como, os dados secundários

² - Conhecida como a Capital do Agreste, Caruaru é a maior cidade do interior de Pernambuco, com uma população de 342.328 habitantes, segundo o IBGE, sendo o quarto município mais populoso do Estado. Nos últimos anos, a cidade tem avançado bastante no que diz respeito ao desenvolvimento urbano e a economia. Caruaru possui um acervo cultural extremamente rico e diversificado, das suas terras surgiram músicos, escritores, artistas e artesãos, como Mestre Vitalino, que incluiu Caruaru no cenário cultural internacional.

utilizados previamente existentes no *site* TripAdvisor.com são avaliações disponíveis de usuários. Quiroga *et al.* (2014), Gândara *et al.* (2013) já utilizaram o site TripAdvisor.com como ferramenta para coleta de dados.

Foram levantados um total de 53 avaliações do *site* TripAdvisor, de pessoas que visitaram o Espaço Cultural Tancredo Neves entre os meses de fevereiro de 2012 e agosto do ano de 2018, sendo todas as avaliações no idioma português, coletadas no mês de setembro de 2018.

ESPAÇO CULTURAL TANCREDO NEVES

O Espaço Tancredo Neves, edificado em 1935, possui uma arquitetura de grande valor histórico. Em 1988, após a restauração, passou a ser denominado Espaço Cultural. Na área interna abriga pavilhão de exposições e feiras, sede da Fundação e Cultura, Secretaria de Turismo, museus e unidades culturais. Na área externa, foi implantado o Pátio de Eventos Luiz Gonzaga, com a Vila do Forró - réplica de um típico vilarejo do interior - onde se concentra grande parte dos eventos da cidade, tais como: São João e comemorações natalinas.

Destaca-se que fazem parte do Espaço Cultural Tancredo Neves: o museu Luiz Gonzaga; o museu do Barro de Caruaru – Espaço Zé Caboclo; Espaço Elba Ramalho; e o museu da Fábrica de Caroá.

O museu Luiz Gonzaga fica instalado no Bloco B do Espaço Cultural (térreo) e reúne em 3 salas, uma coleção de fotografias, documentos, troféus, roupas, discos e instrumentos musicais que pertenceram ao Rei do Baião. As duas salas seguintes são dedicadas aos festejos juninos da "Capital do Forró", com abordagem dos eventos, folguedos, artistas regionais, gastronomia e a devoção aos santos padroeiros da época.

Já o Espaço Zé Caboclo, instalado no 1º andar do Bloco B, possui em seu acervo, cerca de 2.300 peças, considerado por especialistas, como um dos mais importantes museu brasileiro do gênero. O espaço é constituído por cinco ambientes:

- Sala Ceramistas do Alto do Moura³ - mostra representativa dos principais ceramistas de barro e de seus familiares.
- Sala Mestre Vitalino⁴ e Família - acervo composto por 67 peças originais do Mestre Vitalino, o mais destacado ceramista popular brasileiro e da produção de seus descendentes.

³ - O Alto do Moura é um bairro do município de Caruaru, reconhecido pela Unesco como o maior Centro de Artes Figurativas das Américas, praticamente toda casa é ateliê e todo morador é artesão.

⁴ - Vitalino Pereira dos Santos - Mestre Vitalino (1909-1963), nasceu no distrito de Ribeira dos Campos, nas cercanias da cidade de Caruaru. Casou com Joana Maria da Conceição, segundo contam, era tímido, cordial, amigo de todos, fala amável, franzino, pele áspera queimada de sol, cabelo escovinha, bigode raso, católico

- Coleção Abelardo Rodrigues - composta de importantes exemplares de outros pólos cerâmicos do Nordeste, a exemplo, Tracunhaém, Petrolina, Goiana e outros.
- Sala de Exposições Temporárias e Atividades Educativas - espaço destinado às mostras de cerâmica com temas como Natal, Via Sacra e São João, além de exposição de vários gêneros.
- Pinacoteca Pintora Luísa Cavalcanti Maciel - localizada no hall do Museu, reúne significativo acervo de artistas locais enfocando a cerâmica.

O Espaço Elba Ramalho instalado em área anexa ao Museu do Forró, reuni fotografias, troféus, figurinos e adereços de shows, discos de ouro, LP'S e outros objetos que contam a trajetória artística da cantora, reunidos pelo Fã Clube Ave de Prata.

Outro anexo ao Espaço é o museu da Fábrica de Caroá, responsável por contar a história da antiga Fábrica, fundada em 1935, e uma das impulsionadoras da economia da cidade. O acervo é composto por painéis que contam a trajetória da fábrica, da vida do Coronel José de Vasconcellos, seu fundador, e expositores explicativos do processo da retirada da fibra do caroá, inclusive com fotografias.

“A Fábrica de Caroá trouxe para a cidade o desenvolvimento industrial a partir do beneficiamento do algodão e da fibra do Caroá para fabricação de sacos de estopa, barbantes, tecidos, fios para velas e outros derivados. Além da geração de emprego e renda, a fábrica ainda inovou trazendo energia elétrica para a cidade, através de uma produção auto-sustentável que gerava excedente para os habitantes locais.” (FUNDAÇÃO DE CULTURA E TURISMO DE CARUARU, 2018).

Há, também neste museu, a exposição do maquinário utilizado na confecção do tecido como a metradeira (figura 1), fiadeira, teste de resistência do fio, carretilhas, bobinas e depósitos de couro para guardar os carretéis. Ainda no acervo há o mobiliário da sala do presidente da fábrica, relógio-ponto, telefone e máquina de datilografia.

tradicional, devoto de Padre Cícero e festeiro. Como muitos, era analfabeto, pois, praticamente, não existiam escolas na região. Vitalino desde criança brincava modelando com as sobras de barro de sua mãe. Voltado para o lúdico, fazia bichos: cavalos, bodes, vacas etc. Com o passar do tempo, já com mais idade, passou a abordar outros temas em seus trabalhos. Assim começou o registro em barro, do homem do agreste nordestino, através de cenas do cotidiano rural: sua gente, usos e costumes.

(83) 3322.3222

contato@conadis.com.br

www.conadis.com.br



Figura 1. Metraidadeira - utilizada para medir, revisar e enrolar qualquer tipo de tecido em canudos ou tabuleiros.

Fonte: <http://museusdecaruaru.blogspot.com/p/museu-da-fabrica-de-caroa.html>

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir das 53 avaliações foi possível identificar que 66% dos visitantes são do sexo masculino e 34% do sexo feminino. Além disso, 79% dos respondentes classificaram o espaço com conceitos excelente e muito bom, enquanto 13% acharam razoável e 8% entendem que o espaço é ruim ou horrível, conforme figura 2.

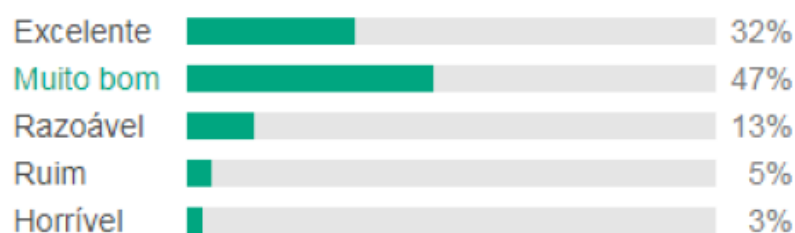


Figura 2. Classificação dos visitantes em frequência.

Fonte: Dados da pesquisa.

Há uma predominância de visitas nos meses compreendidos entre junho e agosto (n=23), de acordo com dados registrados na figura 3. Tal ocorrência está relacionada ao período festivo de São João, pois a cidade realiza comemorações durante todo o mês de junho, e também por conta das férias de julho.

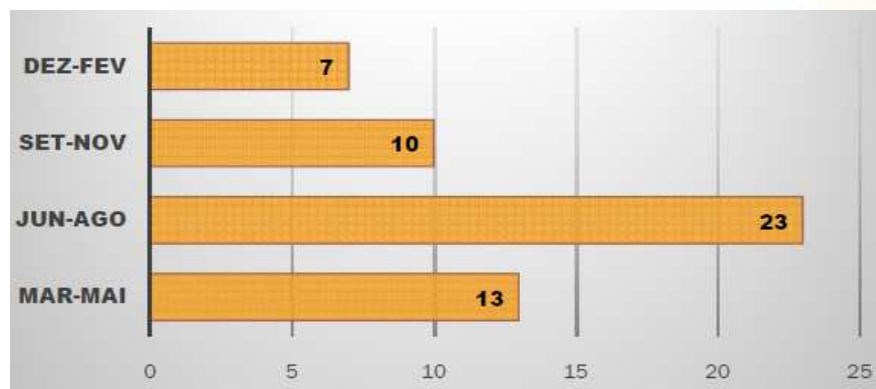


Figura 3. Verificação dos meses com maior número de visitantes.

Fonte: Dados da pesquisa.

A maior proporção de visitantes é da região nordeste (n=21), seguida da região sudeste (n=15), conforme as informações da figura 4. Convém mencionar que 76% dos visitantes da região nordeste são oriundos de cidades do Estado de Pernambuco. Os turistas da região sudeste são majoritariamente dos Estados de São Paulo (46%) e Rio de Janeiro (33%). Além disso, foi constatado que 15% dos turistas não informaram no *site* suas origens e não identificamos avaliações de turistas vindos do exterior.

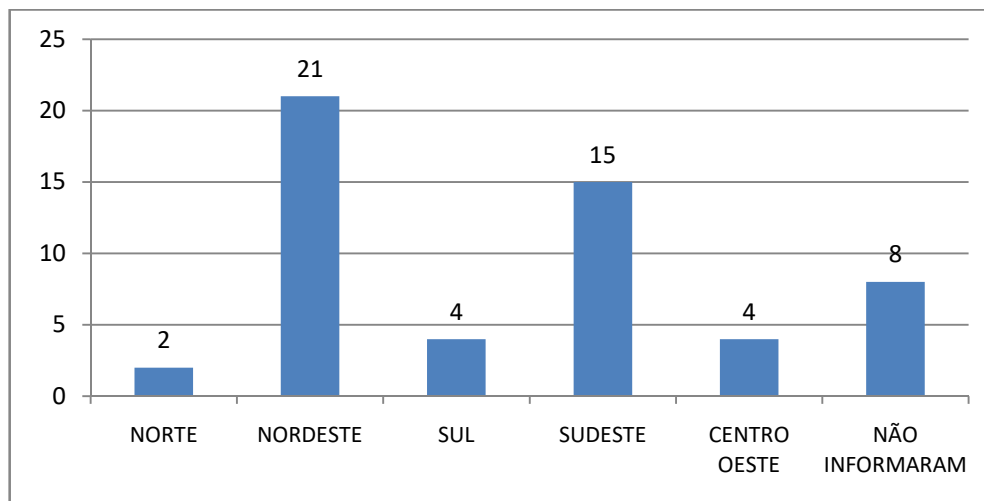


Figura 4. Verificação dos meses com maior número de visitantes.

Fonte: Dados da pesquisa.

Os resultados apontam que 90% dos visitantes vêm o espaço como um atrativo cultural para apreciar os costumes, hábitos e manifestações do povo nordestino, e também, como uma oportunidade de conhecer um pouco da economia do município que já foi importante pólo têxtil do nordeste.

“Local turístico que mostra parte da cultura de Caruaru. Bom lugar para conhecer um pouco mais da história da cidade.”

“Um espaço cultural maravilhoso e muito grandioso nunca visto. O Folclore é vivo e intenso neste local e existe um museu no local. Na época das festas juninas é muito movimentado. considerado a capital do forró.”

“Trata-se das instalações de uma antiga fábrica de Caroá que faliu e encerrou as atividades na década de 1970. Apresenta quadros contando a história da fábrica e algumas máquinas industriais. Um fato interessante é a manutenção de um barril com fios de Caroá e um saco de fibra de Caroá exposto. O acervo é pequeno e creio ser uma visita desinteressante para quem não curte muito esse tipo de assunto e, em especial, para crianças. Como fica próximo do Museu do Forró e do Barro, no Pátio do Forró, acho que vale a pena conferir.”

Além disso, mais de 80% das opiniões estão relacionadas aos festejos de São João, pois Caruaru é reconhecida como a capital do Forró e o berço de algumas manifestações folclóricas.

“A maior festa de São João acontece nesse espaço. Também reúne alguns museus. É uma edificação da antiga fábrica da Caroá, prédio muito bonito e bem conservado e sua área externa está o pátio Luiz Gonzaga. É muito interessante ir lá. Gostei de tudo.”

Todavia, algumas opiniões divergem e apresentam aspectos negativos em relação à gestão do espaço, dentre os quais se destacam: a falta de segurança e conservação; acessibilidade precária para deficientes físicos; e pouco atrativo para o público infantil.

“simplesmente não tem o que se ver, a não ser que vc queira informações na prefeitura, um lugar mal conservado, desprezado pela prefeitura e que serve apenas de depósito de entulhos.”

“Um espaço dentro de uma antiga fábrica, que abriga museus, exposições e alguns eventos na cidade. Poderia estar melhor conservado.”

“A acústica não é boa e não existe acessibilidade para portadores de necessidades especiais visto que o local somente tem escadas, salvo engano. Locais para comprar bebida e comida desorganizados e insuficientes. Não é um bom lugar para eventos.”

“Já foi o tempo que esse espaço proporcionava um ambiente a se frequentar. Hoje em dia não dispõe de um mínimo de segurança pra os que frequentam.”

“...lugar muito perigoso, cheguei a presenciar um policial falando que sobre as condições precárias e falta policiais nas ruas. A nossa própria guia nos avisou que seria perigoso só não achei que fosse tanto.”

Convém destacar que em atrativos turísticos considera-se importante a segurança, pois mostra zelo e cuidado por parte do destino para com o visitante. A segurança faz com que o

turista se sinta livre de qualquer perigo para consumir o atrativo, conforme Berkley e Gupta (1994). No caso do espaço cultural em análise, a questão da segurança seja um fator negativo que possa impactar significativamente a imagem do atrativo e diminuir o número de visitantes.

Outro ponto que merece a atenção dos gestores é a questão da acessibilidade, pois todos os indivíduos, independentemente de sua origem, classe social, experiência prévia, condição congênita, aquisição de deficiência ou quaisquer outros fatores socioeconômicos que os identifiquem como minorias, têm o direito de usufruir das manifestações e bens culturais. Já que o acesso à cultura é um direito do cidadão, preconizado na Declaração Internacional de Direitos Humanos (1948), em seu artigo 27: *“Todo ser humano tem o direito de participar livremente da vida cultural da comunidade, de fruir das artes e de participar do progresso científico e de seus benefícios”*.

Assim, promover a acessibilidade nos espaços culturais para pessoas com deficiência e novos públicos e propiciar a eles o protagonismo, é trabalhar pela garantia do direito de participação de todo cidadão na vida cultural da comunidade.

CONCLUSÃO

Conclui-se que a gestão de espaços culturais implica atitudes muitas vezes silenciosas e de pouca visibilidade em curto prazo, mas que quando implementadas podem gerar resultados satisfatórios e visíveis para a sociedade. Todavia, essas atitudes prescindem do envolvimento da coletividade, de identificação da comunidade local por meio de cursos de educação patrimonial e conscientização.

Para que os espaços culturais possam oferecer um serviço de qualidade que satisfaça os visitantes, é preciso que se auto avaliem para criar um bom conceito sobre suas atividades e identificar quais áreas precisam de melhorias (MAHER *et al.*, 2011). Pois, os gestores de espaços culturais, também, devem compreender e se atentarem para a necessidade de atrair visitantes e outros clientes (GOSLING *et al.*, 2014).

Sugere-se a continuidade da pesquisa e a realização de estudos para identificar os aspectos positivos e negativos da hospitalidade em Caruaru; para compreender como os turistas percebem a acessibilidade urbana (infra-estrutura) no centro histórico de Caruaru; e para avaliar a gestão pública do patrimônio cultural da cidade sob a ótica do visitante.

O tema não se esgota aqui, pois outras reflexões podem ser propostas. Sugerimos explorar mais a parte qualitativa da abordagem teórico-metodológica e, também, a utilização

de outras plataformas de dados e/ou redes sociais, dentre elas o *Google* e o *Facebook*. Os interessados em replicar este tipo de pesquisa devem prescindir que a avaliação é um fim em si e, somente deve ser realizada com objetivos bem definidos, visando responder questões específicas e reunir dados que permitam um melhoramento contínuo.

REFERÊNCIAS

AMARAL, E. L. G. Reflexões sobre o papel educativo dos museus. **Revista Humanidades**, Fortaleza, v. 18, n. 1, p. 9-16, jan./jun. 2003.

BANERJEE, S.; CHUA, A. Y. K. In search of patterns among travellers' hotel ratings in TripAdvisor. **Tourism Management**, v. 53, p. 125-131, 2016.

BERKLEY, B. J.; GUPTA, A. Improving service quality with information technology. **International Journal of Information Management**, v. 14, n. 2, p. 109-121, 1994.

DECLARAÇÃO UNIVERSAL DE DIREITOS HUMANOS. 1948. Disponível em: <http://portal.mj.gov.br/sedh/ct/legis_intern/ddh_bib_inter_universal.htm>. Acessado em 11 de dezembro de 2018.

FONSECA, M. C. L. **O patrimônio em processo: trajetória da política federal de preservação no Brasil**. 2. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ; IPHAN, 2005. 294 p.

FUNDAÇÃO DE CULTURA E TURISMO DE CARUARU. **Museu da Fábrica de Caroa**. 2018. Disponível em: http://visitecaruaru.com.br/pt/Aonde_Ir/Museus/65/. Acessado em 21 de dezembro de 2018.

GÂNDARA, J. M. G.; BREA, J. A. F.; MANOSSO, F. C. Calidad de la experiencia en los hoteles termales de Galicia, España: Un análisis a través de la reputación online. **Estudios y perspectivas en turismo**, Espanha, v. 22, n. 3, p. 492-525, 2013. Disponível em: <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5131404>>. Acessado em 21 de dezembro de 2018.

GOSLING, M.; COELHO, M.; RESENDE, M. P. D. L. Qualidade Percebida e Intenções Comportamentais de visitantes em Museus: uma proposta de modelo. **Turismo-Visão e Ação**, v. 16, n. 3, p. 656, 2014.

KUCUKUSTA, D. Chinese travelers' preferences for hotel amenities. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 29, n. 7, p. 1956-1976, 2017.

LIMBERGER, P. F., ANJOS, F. A. D., MEIRA, J. V. D. S.; ANJOS, S. J. G. D. A satisfação na hotelaria pelo TripAdvisor: uma análise da correlação entre os critérios de avaliação e satisfação geral. **Tourism & Management Studies**, v. 10, n. 1, p. 59-65, 2014.

LIMBERGER, P. F.; MEIRA, J. V. S.; AÑAÑA, E. S.; SOHN, A. P. L. A qualidade dos serviços na hotelaria: um estudo com base nas online Travel Reviews (OTRS). **Turismo - Visão e Ação**, v. 18, n. 3, p. 690-714, 2016.

MAHER, J. K.; CLARK, J.; MOTLEY, D. G. Measuring Museum Service Quality in Relationship to Visitor Membership: The Case of a Children's Museum. **International Journal of Arts Management**, v. 13, n. 2, p. 29, 2011.

OLIVEIRA, D. P. R. **Planejamento Estratégico: Conceitos, metodologia e práticas**. São Paulo: Atlas, 2002.

QUIROGA, R. M.; MONDO, T. S.; CASTRO JÚNIOR, D. F. L. Reputação online como instrumento para melhoria de serviços: um estudo na hotelaria de Garopaba e Imbituba – Santa Catarina. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 2, n. 1, p. 95-112, 2014. Disponível em: <<http://www.periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/5476/0>>. Acessado em 15 de dezembro de 2018.

RHEE, H. T.; YANG, S. B. How does hotel attribute importance vary among different travelers? An exploratory case study based on a conjoint analysis. **Electronic Markets**, v. 25, n. 3, p. 211-226, 2014.

STRINGAM, B. B.; GERDES J.J.; VANLEEUEWEN, D. M. Assessing the importance and relationships of ratings on user-generated traveler reviews. **Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism**, v. 11, n. 2, p. 73-92, 2010.

TRIPADVISOR. **Sobre O TripAdvisor**. 2017. Disponível em: <<https://tripadvisor.mediaroom.com/br-about-us>>. Acessado em 15 de setembro de 2018.

YE, Q.; LI, H.; WANG, Z.; LAW, R. The influence of hotel price on perceived service quality and value in e-tourism: an empirical investigation based on online traveler reviews. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, v. 38, n. 1, p. 23-39, 2014.

ZHOU, L.; YE, S.; PEARCE, P. L.; WU, M. Y. Refreshing hotel satisfaction studies by reconfiguring customer review data. **International Journal of Hospitality Management**, v. 38, p. 1-10, 2014.