

EVANDRO TORRES CANTIERO

**MUSEU PARANAENSE COMO ATRATIVO TURÍSTICO HISTÓRICO
CULTURAL DE CURITIBA**
Perfil e Proposições

CURITIBA
2001

**MUSEU PARANAENSE COMO ATRATIVO TURÍSTICO HISTÓRICO
CULTURAL DE CURITIBA**
Perfil e Proposições

Trabalho de Especialização apresentado ao
Curso de Planejamento e Gestão do
Turismo, do Departamento de Turismo,
Setor de Ciências Humanas, Letras
e Artes da Universidade Federal do Paraná.

Orientadora: Prof^ª. Deise Maria Fernandes Bezerra.

CURITIBA
2001



Mônica EC

[Signature]

Prof. Miguel Bahl

Coordenador do Curso de Especialização
em Planejamento e Gestão do Turismo
UFPR - Matric. 09535

Em memória dos meus pais,
Sérgio Cantiero e
Maria Elisa Torres Cantiero.

Mestra é a Vida
que nos ensina,
pacientemente, cada dia,
como debelar o fogo,
afugentar os raios
e acalmar as tempestades.
Sua lição mais dura não diz
da força que verga o cosmo
nem do poder que faz parar o Sol.
Seu ensinamento mais nobre,
e docemente cruel, é o da semente
que, para nascer, deixa-se rasgar,
sangrar e se despojar por dentro.

Ananda de J. Alves

AGRADECIMENTOS

À Maria de Paula Machado, secretária do Curso de Pós-graduação em Turismo, por ser uma pessoa fabulosa e maravilhosa, que me apoiou e incentivou toda a minha permanência em Curitiba, transformou-se em uma segunda Mãe, o meu muito obrigado, e que Deus à abençoe.

À minha Mãe e ao meu Pai, que sempre estiveram presentes em minha caminhada, incentivando e apoiando os meus sonhos e estudos.

À professora e orientadora Deise Maria Fernandes Bezerra, pela paciência e apoio dado para conclusão deste trabalho.

À coordenação do Curso de Especialização em Planejamento e Gestão do Turismo, ao coordenador, professor Miguel Bahl e demais professores.

Aos amigos verdadeiros de classe, que estiveram sempre presente nas horas que mais precisei.

À coordenação e aos funcionários do Museu Paranaense.

Aos vigilantes da UFPR, André e Adilson.

Às coordenações da: Secretaria de Estado da Cultura, Fundação Cultural de Curitiba e Companhia de Desenvolvimento de Curitiba.

Às Agências: Esatur Agências de Viagens Ltda, Nova Vida Turismo e Passagens Ltda, Giselletur Turismo Ltda e Millennium Tour Operator.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	01
 CAPÍTULO I	
TURISMO: DIMENSÕES E PERSPECTIVAS	02
1.1 O Fenômeno Turístico	02
1.2 A Oferta Turística.....	04
1.2.1 Atrativos Turísticos.....	05
• Atrativos Naturais.....	05
• Atrativo Histórico Cultural.....	07
• Manifestações e Usos Tradicionais e Populares.....	07
• Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas	08
• Acontecimentos Programados	08
1.2.2 Equipamentos e Serviços Turísticos	09
• Meios de Hospedagens.....	09
• Serviços de Alimentação.....	10
• Recreação e Entretenimento.....	10
• Estabelecimentos Noturnos	11
• Outros Serviços Turísticos	11
• Informações Turísticas.....	11
• Comércio Turístico	11
• Oportunidades Especiais de Compra.....	11
• Cerimônia e Ritos de Religião, Cultos e Seitas.....	12
• Complexos Turísticos.....	12
1.2.3 Infra-estrutura de Apoio ao Turismo.....	12
• Serviços Públicos.....	12
• Infra-estrutura Básica.....	13
1.3 A Demanda Turística e suas Novas Perspectivas.....	14
1.4 A Oferta e a Demanda Turística na Cidade de Curitiba.....	18
 CAPÍTULO II	
MUSEUS E PATRIMÔNIO CULTURAL.....	22
2.1 Patrimônio Cultural e sua Preservação	22
2.2 Os Museus como Atrativo Turístico	24
2.3 O Museu Paranaense.....	26
2.3.1 Histórico	27
2.3.2 Sedes.....	28
• Características Arquitetônicas.....	28

2.3.3 Estrutura.....	30
• Exposição de Longa Duração	30
• Exposição de Curta Duração	30
CAPÍTULO III	
MUSEU PARANAENSE: PESQUISAS REALIZADAS	33
3.1 Pesquisa 01: Agências de Turismo Receptivo de Curitiba	33
3.2 Pesquisa 02: Responsabilidade sobre Museus	35
3.3 Pesquisa 03: Museu Paranaense e Perfil	37
• Visitantes e suas Características Frente aos Museus.....	41
• Visão Externa do Museu Segundo a Ótica de seus	
• Visitantes.....	44
• Fatores Relevantes quanto à Estrutura Interna e Externa	
• do Museu	46
CAPÍTULO IV	
PROPOSIÇÕES AO MUSEU PARANAENSE	50
4.1 Estruturação Física/Administrativa	50
4.2 Estruturação de um Plano de Marketing.....	51
4.3 Estruturação dos Serviços.....	53
CONCLUSÃO	55
REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA	56
ANEXOS	57
Anexo 01 – Aresta: Arquitetura e Restauo Ltda	58
Anexo 02 – Questionário: Aplicado aos Órgãos	62
Anexo 03 – Questionário: Aplicado às Agências de Turismo	64
Anexo 04 – Questionário: Aplicado aos Visitantes do Museu Paranaense	66



MUSEU PARANAENSE

INTRODUÇÃO

O presente trabalho analisa o Museu Paranaense como Atrativo Turístico Histórico Cultural de Curitiba, destacando sua potencialidade turística e propondo ações que visem melhorar sua imagem como Museu, possibilitando a atração de um número maior de visitantes. Sendo assim, procura-se rever sua estrutura física, propor novos meios de divulgação (marketing), e sua integração, Museu & Visitante.

Os principais fatores que levaram a elaboração deste trabalho, foi a falta de cultura e interesse à visitação de Museus, destacada por uma grande parcela da sociedade que não os frequenta, desta forma, foi proposto também, uma investigação sobre o Marketing ao qual este inserido, tanto o Museu Paranaense como a cidade de Curitiba no geral, a qual foi classificada e dividida em Atrativos Naturais e Atrativos Históricos Culturais, ou seja, fazer uma melhor investigação na divulgação da Curitiba como a Capital Ecológica, e qual vem sendo suas conseqüências para o Turismo.

Sendo assim, no primeiro capítulo será visto o Turismo e suas novas perspectivas em relação à oferta e demanda turística. Enfoca-se também, o Atrativo Histórico Cultural na ótica da oferta e demanda turística, tanto no geral como para a cidade de Curitiba.

No capítulo II, será destacada a preservação e qual o significado do Patrimônio Cultural para a sociedade. Inserido neste contexto, apresentam-se os Museus, onde o Museu Paranaense se coloca também como um patrimônio cultural, analisando assim sua estrutura e forma de apresentação à sociedade e ao turista.

No capítulo III, serão discutidas e apresentadas as pesquisas e entrevistas feitas com os setores ligados ao Turismo e aos Museus, assim como o perfil dos visitantes do Museu Paranaense, destacando suas responsabilidades e opiniões sobre a estrutura física e administrativa do mesmo.

No capítulo IV, serão apresentadas propostas para o Museu Paranaense, com base nos resultados das pesquisas efetuadas, visando assim, melhorar a apresentação do Museu, tanto para o Turista como para o Curitibano.

CAPÍTULO I

TURISMO: DIMENSÕES E PERSPECTIVAS

Neste capítulo será abordado algumas definições sobre Turismo e sua estrutura em relação aos núcleos receptores, oferta e demanda. Identifica-se também as denominações de Turismo segundo características de alguns autores aos quais foram citados ao longo do capítulo. Estarão sendo analisados os Atrativos Turísticos, divididos e classificados em Naturais, Históricos Culturais, Manifestações e Usos Tradicionais e Populares, Realizações Técnicas Científicas Contemporâneas e Acontecimentos Programados; os Equipamentos e Serviços, bem como a Infra-estrutura de Apoio ao Turismo.

1.1 O Fenômeno Turístico

O conceito básico de Turismo, esta relacionado com viagens, embora não são todas as viagens que possam ser consideradas como Turismo. A OMT – Organização Mundial do Turismo, define o Turismo como (IGNARRA, 1998 p. 23): “ O deslocamento para fora do local de residência por um período superior a 24 horas e inferior a 60 dias, motivados por razões não econômicas “.

Esta definição serve para padronizar o conceito de Turismo em vários países membros.

Em referência a estes deslocamentos motivados por razões econômicas, caracterizados como Turismo de negócios, encontram-se definições que estão excluídas das denominações de Turismo. Mesmo assim, estas viagens são responsáveis por uma considerável ocupação dos meios de transportes, hotéis, estruturas de entretenimento e eventos, locação de veículos, entre outros, são considerados como parte integrante da atividade turística. Com isso, utiliza-se o termo, Turismo de Negócio e/ou Turismo de Eventos.

Em relação ao visitante, ele é considerado excursionista quando não pernoita na localidade turística, à qual viaja e permanece menos de 24 horas na localidade que não seja sua residência.

Definição de Turista segundo a ONU – Organização das Nações Unidas – 1945 (IGNARRA, 1998 p. 25):

Toda pessoa, sem distinção de raça, sexo, língua e religião, que ingresse no território de uma localidade diversa daquela em que tem residência habitual e nele permaneça pelo prazo mínimo de 24 horas e máximo de 6 meses, no transcorrer de um período de 12 meses, com finalidade de Turismo, recreio, esporte, saúde, motivos familiares, estudos, peregrinações religiosas ou negócio, mas sem propósito de imigração.

Caracterizado assim o conceito de Turismo, ele também poder ser classificado de acordo com a amplitude das viagens em (IGNARRA, 1998 p. 26):

- a) local, quando ocorre entre municípios vizinhos;
- b) regional, quando ocorre em locais em torno de 200 ou 3000 Km de distância da residência do Turista;
- c) doméstico, quando ocorre dentro do país de residência do turista;
- d) internacional, quando ocorre fora do país de residência do turista (intracontinental ou intercontinental).

De acordo com a direção do fluxo turístico o turismo pode ser classificado como:

- a) turismo emissivo (fluxo de saída de turistas que residem em uma localidade);
- b) turismo receptivo (fluxo de entrada de turistas em uma localidade).

Os turistas também podem ser classificados de várias formas segundo Cohen (IGNARRA, 1998 p. 26):

- a) existenciais - são aqueles que buscam a paz espiritual, através da quebra de sua rotina cotidiana;
- b) experimentais - são aqueles que querem conhecer e experimentar modos de vida diferentes;
- c) diversionários - aqueles que buscam a recreação e o lazer organizado, preferencialmente em grandes grupos;
- d) recreacionais - aqueles que buscam entretenimento e relaxamento para recuperação de suas forças psíquicas e mentais.

Mc Intosh (IGNARRA, 1998 p. 26), também procurou classificar os turistas. Para este autor os turistas são classificados em:

- a) aloccêntricos: aqueles que têm motivos educacionais e culturais, políticos ou de divertimentos caros como jogos de azar e que viajam individualmente;
- b) quase aloccêntricos: aqueles que são motivados por eventos esportivos, religiosos, profissionais e culturais;
- c) mediocêntricos: aqueles que são motivados pela busca do descanso, quebra de rotina, aventuras sexuais e gastronômicas e tratamento de saúde;
- d) quase psicocêntricos: aqueles que viajam motivados pela busca de status sociais;
- e) psicocêntricos: aqueles motivados por campanhas publicitárias.

O Turismo ou o turista pode ser classificado em Turismo individualizado ou em Turismo de massa.

O turismo individualizado se caracteriza pela maior indiferença em relação aos níveis de gastos, busca destinações mais distantes e exóticas, procura os meios de transportes mais cômodos, se hospeda em hotéis luxuosos e procura os restaurantes mais famosos.

O Turismo de massa, ao contrário, se caracteriza por utilização de agências de viagens para a aquisição de pacotes, procura destinações mais próximas, viagens com duração curta, transportes mais baratos, hotéis econômicos, prefere destinações mais conhecidas, escolhe os períodos de férias escolares.

Essa divisão do turismo comporta, naturalmente, exceções.

Considerado este movimento turístico, em suas mais variadas formas, destaca-se o principal elemento para que ele venha acontecer, a destinação turística, ou seja, a oferta turística.

1.2 A Oferta Turística

Por oferta turística entende-se o conjunto de elementos que conformam o produto turístico. Estes elementos isolados, possuem pouco (ou nenhum) valor

turístico, ou não possuem utilidade alguma para a atividade de Turismo. Sendo assim, se agrupados, compõem o que se denomina de Produto Turístico.

Desta forma, a oferta turística é composta por um conjunto de elementos ao qual pode ser divididos em (IGNARRA, 1998 p. 48):

- a) atrativos turísticos;
- b) equipamentos e serviços turísticos;
- c) infra-estrutura de apoio ao Turismo;

1.2.1 Atrativos Turísticos

Com relação ao atrativo turístico, destaca (IGNARRA, 1998 p. 48):

Os atrativos estão relacionados com as motivações de viagens dos turistas e a avaliação que os mesmos fazem desse elementos. É bastante usual que elementos que compõem o cotidiano das pessoas que residem em determinada localidade não lhes chamem a atenção e se mostrem extremamente atrativos para os visitantes que não participam desse cotidiano.

O atrativo turístico possui, via de regra, maior valor quanto mais acentuado for seu caráter diferencial. O turista procura sempre conhecer aquilo que é diferente de seu cotidiano. Assim, aquele atrativo que é único, sem outros semelhantes, possui maior valor para o turista.

Desta forma, cabe destacar a definição de Atrativo Turístico, segundo a ótica de Mário Carlos Beni (BENI, 1998 p. 271): “ Todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse turístico que motiva o deslocamento de grupos humanos para conhecê-los “.

Sendo assim, classifica-se e dividi-se os atrativos turísticos em: Naturais, Histórico Culturais, Manifestações e Usos Tradicionais e Populares, Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas, Acontecimentos Programados.

• Atrativos Naturais

Segundo Mário Carlos Beni (BENI, 1998 p. 271), Atrativos Naturais classifica-se como:

Estão localizados no espaço físico-geográfico constituindo o que se convencionou chamar de paisagem, na qual não houve a intenção do homem, ainda que ele possa a qualquer momento modificá-la. Serão apontados por seus valores qualitativos para uso no Turismo.

São eles:

- Montanhas
- Picos/Cumes
- Serras
- Montes/Morros/Colinas

- Planaltos e Planícies
- Chapadas/Tabuleiros
- Patamares
- Pedras Tabulares
- Vales
- Rochedos

- Costas ou Litoral
- Praias
- Restingas
- Mangues
- Baías/Enseadas
- Sacos
- Cabos e Pontas
- Falésias/Barreiras
- Dunas

- Terras insulares
- Ilhas
- Arquipélagos
- Recifes/Atóis

- Hidrografia
- Rios
- Lagos/Lagoas/Represas
- Praias fluviais/Lacustre

- Pântanos

- Quedas-d'água

- Fonte Hidrominerais ou Hidrotermais

- Parques

- Reservas de Flora e Fauna

- Grutas/Cavernas

- Furnas
- Área de Caça e Pesca
- **Atrativo Histórico Cultural (BENI, 1998 p. 276):**

São manifestações sustentadas por elementos materiais que se apresentam sob a forma de bens imóveis ou móveis. Para os bens imóveis deverão ser considerados apenas aqueles ditos fixos, entendendo-se por bens móveis fixos aqueles pertencentes ou não a coleção ou acervo, que estejam em exposição permanentes no mesmo local.

São eles:

- Monumentos
- Arquitetura Civil
- Arquitetura Religiosa/Funerária
- Arquitetura Industrial/Agrícola
- Arquitetura Militar
- Ruínas
- Esculturas
- Pinturas
- Outros Legados
- Sítios
- Históricos
- Científicos
- Instituições Culturais de Estudo, Pesquisa e Lazer
- Bibliotecas
- Arquivos
- Institutos Históricos e Geográficos
- **Manifestações e Usos Tradicionais e Populares**

São todas as práticas culturais tidas como específicas do local ou região que as integram, ou, idênticas a forma nacional, como: atividades cotidianas e festivas de ordem sacra ou profana, de características popular ou folclórica, definidos como objetos de apreciação ou participação turística.

São eles:

- Festas, comemorações e atividades
- Religiosas

- Populares e folclóricas
- Cívicas
- Gastronômicas Típica
- Artesanato
- Feiras e Mercados
- **Realizações Técnicas e Científicas Contemporâneas**

São todas as obras, complexos científicos ou tecnológicos próprios a exploração das áreas de mineração, agricultura, pecuária, ou da indústria e outras instalações, as quais estimulem o seu aproveitamento com recurso de atração turística. Estas, só podem ser inventariadas, aquelas onde é permitida a visitação pública.

- Exploração de Minério
- Exploração Agrícola e/ ou Pastoril
- Fazendas-modelo
- Estações Experimentais
- Exploração Industrial
- Obras de Arte e Técnica
- Centros Científicos e Técnicos
- Zoológicos/Aquários/Viveiros
- Jardins Botânicos e Hortos
- Planetários
- **Acontecimentos Programados**

São acontecimentos organizados visando o intercâmbio, assim como à divulgação de materiais científicos e técnicos, tanto para à comercialização de produtos como para o desenvolvimento e práticas de atividades desportivas e culturais, e até mesmo assistenciais, denominadas como: congressos e convenções, exposições e feiras, competições desportivas e realizações diversas que estimulem o Turismo.

- Congressos e Convenções
- Feiras e Exposições: comerciais, industriais e agropecuárias

Realizações diversas:

- Desportivas
- Artísticas/Culturais
- Sociais/Assistenciais
- Gastronômicas/Produtos
- Festas Etno-Culturais-Religiosas
- Feiras de Antigüidades e Mercados de Achados

1.2.2 Equipamentos e Serviços Turísticos

A oferta de Atrativos, tanto Naturais como Histórico Culturais, está vinculada a uma série de outros equipamentos de sustentação, os quais completam as atividades turísticas, ambas são importantes e exercem fator de peso para que o Turismo venha acontecer e a localidade se firmar como um polo receptivos. Observa-se assim, alguns exemplos de equipamentos e serviços, e o que representam segundo a visão de Mário Carlos Beni (BENI, 1998 p. 299):

Representam o conjunto de edificações, de instalações e serviços indispensáveis ao desenvolvimento de atividades turísticas. Compreendem os meios de hospedagem, serviços de alimentação, de entretenimento, de agenciamento, de informações e outros. Serviços Turísticos abrangem os meios de hospedagem, agências, centros de informações, sistemas de animação, guias e outros.

Dividem-se em:

• Meios de Hospedagem

- Hoteleiros – Estabelecimento classificados
- Hotel (padrão)
- Hotel de Lazer
- HR – Hotel – Residência ou suite service
- HC - Hotel – Clube
- HS – Hotel de sauna/Spa
- HF – Hotel Fazenda
- EC – Eco Hotel
- Htt – Hotel em terminal de transporte
- Lodge (alojamento individual isolado)
- M – Motel
- TS – Timeshare

- Hoteleiros – Estabelecimentos não classificados
 - Extra-hoteleiro
 - P – Pensão
 - PE – Pensionato
 - CF – Colônia de férias
 - HO – Hospedarias
 - AT – Albergue de Turismo
 - PO – Pousada
 - PA – Parador
 - AH – Apart-hotel
 - F – Flat
 - AF – Acampamento de férias
 - AT – Acampamento turístico (camping)
 - IL – Imóvel locado
 - SR – Segunda residência
 - QL – Quartos leitos (avulsos) em casa de família ou estabelecimento não convencionais de alojamento
 - AR – Alojamento de turismo rural
-
- **Serviços de Alimentação**
 - Restaurantes
 - Bares, cafés, lanchonetes
 - Casas de chás, confeitarias
 - Cervejarias
 - Casas de sucos e sorvetes
 - Quiosques de praia ou campo
-
- **Recreação e Entretenimento**
 - Áreas de lazer e instalações desportivas
 - Terminais de turismo social e de lazer (ou também terminais balneários)
 - Parque de diversões
 - Parques, jardins e praças
 - Clubes
 - Pistas de esqui, patinação e motocross
 - Estádios
 - Ginásios
 - Hipódromos
 - Autódromos
 - Kartódromos
 - Marinas
 - Mirantes
 - Belvederes
 - Parques temáticos, entre outros

- **Estabelecimentos Noturnos**

- Boates e danceterias
- Casas de espetáculos
- Casas de samba e gafieiras
- Escolas de samba
- Cinemas
- Teatros
- Outros locais de espetáculos públicos

- **Outros Serviços Turísticos**

- Agências de viagens e turismo
- Agências de viagens
- Transportadoras turísticas

- **Informações Turísticas**

- Centros de informação turística
- Centrais de informação turística
- Posto de informação turística
- Locadora de imóvel
- Locadora de veículos
- Atendimento a veículos
- Postos de gasolina
- Oficinas de serviços autorizados e concessionárias de veículos nacionais e importados

- **Comércio Turístico**

- Lojas de artesanato e souvenirs

- **Oportunidades Especiais de Compra**

- Centros comerciais (shopping centers)
- Galerias de arte
- Antiquários
- Butiques
- Casas de câmbio
- Bancos
- Locais de convenções e exposições
- Centros de convenções
- Parques e pavilhões de exposições
- Auditórios
- Outros

- **Cerimônias e Ritos de Religiões, Cultos e Seitas**

- Cristã
- Budista
- Islâmica
- Judaísmo
- Afro-americanas
- Magia e ocultismo
- Novos movimentos religiosos nas sociedades ocidentais
- Sociedades secretas
- Entidades e clubes de serviços
- Representações diplomáticas
- Embaixadas
- Consulados
- Escritórios comerciais

- **Complexos Turísticos**

Entende-se por complexo turístico, os empreendimentos de grande envergadura, os quais apresentam serviços e instalações variadas, como; meios de hospedagem, condomínios, equipamentos de esporte, lazer, entre outros. Geralmente estão localizados em áreas delimitadas, onde já existem uma natural vocação recreacional.

1.2.3 Infra estrutura de Apoio ao Turismo

- **Serviços Públicos**

Ainda dentro da oferta turística, cabe destacar o conjunto de serviços públicos, que são necessários ao ato de consumo turístico. Sendo assim, não adianta uma localidade ter bons atrativos e serviços se não coloca alguns serviços básicos como por exemplo:

Serviços Públicos de Apoio ao Turista

Serviços: Tipos

- **Transportes:** Táxi, ônibus, metrô, teleférico, bonde, trem, transporte aquático, aeroporto, estação ferroviária, estação portuária.
 - **Serviços bancários:** Agências bancárias, caixas eletrônicos, serviços de câmbio.
 - **Serviços de saúde:** Farmácias, pronto socorros, hospitais.
 - **Serviços de segurança:** Polícia turística, serviços de salva-vidas.
 - **Serviços de informação:** Posta de informação turística, sinalização turística, mapas e guias turísticos locais.
 - **Serviços de comunicação:** Postos telefônicos, orelhão, rádio e televisão, disponibilidade de fax e internet.
 - **Serviços automobilísticos:** Postos de abastecimento, oficinas mecânicas, borracheiro, lojas de autopeças, lojas de conveniências.
 - **Comércio turístico:** Lojas de artesanato, lojas de produtos típicos.
-

Sendo assim, esta lista não esgota todos os tipos de serviços públicos existente como apoio ao turista. Em resumo, cada segmento de turista exige e utiliza um conjunto de serviços que consideram importante e necessário. Desta forma, segundo (IGNARRA, 1998 p. 58): “ Os serviços públicos são muito importantes para a viabilizar fluxos turísticos em uma destinação turística e diferem dos serviços turísticos por não ter nos turistas os seus únicos usuários. São serviços de suma importância para a população local, mas que também possuem grande utilidade para a população visitante “.

- **Infra Estrutura Básica**

Em relação a infra estrutura básica de uma destinação turística, é considerada elemento fundamental para a viabilização desta atividade. A infra estrutura é considerada um pré requisito para o desenvolvimento turístico. Sendo assim, são considerados:

Infra Estrutura Básica

Infra estrutura: Tipos

- **Acessos:** Rodovias, ferrovias, fluviovias, terminais de passageiros.
 - **Saneamento:** Captação, tratamento e distribuição de água; coleta, tratamento e despejo de esgoto; coleta e tratamento de lixo.
 - **Energia:** Produção e distribuição de energia.
 - **Comunicações:** Rede de telefonia comum e celular, antenas de captação de rádio e televisão, serviços de correios.
 - **Vias urbanas de circulação:** Implantação, conservação, sinalização.
 - **Abastecimento de gás:** Distribuição.
 - **Controle de poluição:** Ar, água, som.
 - **Capacitação de recursos Humanos:** Formação e aperfeiçoamento de mão-de-obra.
-

Sendo assim, esta lista também não esgota todos os tipos de infra estrutura básica indispensável para o desenvolvimento do Turismo. Entre os exemplos citados, o de maior importância se concentra no que diz respeito a Capacitação de Recursos Humanos, ou seja, o Turismo é uma atividade econômica de prestação de serviços, e que tem nos Recursos Humanos seu principal elemento para o seu desenvolvimento. Um bom atendimento ao turista é um dos principais fatores de avaliação do produto, onde existe locais que possuem potencialidade turística, mas não conseguem se desenvolver devido a ausência de investimento na Capacitação de Recursos humanos.

Para o desenvolvimento do turismo, este necessita de uma infinidade serviços e profissionais especializados.

1.3 A Demanda Turística e suas Novas Perspectivas

Neste tópico será destacada as mudanças de comportamento da sociedade, devido é claro aos avanços dos transportes, meios de comunicação e

do tempo livre, revertendo assim para um aumento na demanda, ou seja, pelo Turismo. Destaca-se também os principais países emissores, segmentos da sociedade e serviços correlatos a eles.

O Turismo é um fenômeno da sociedade contemporânea que apresenta elevadas taxas de crescimento. Apresentadas estatísticas que colocam esse setor entre os com maiores taxas de crescimento nas últimas décadas:

Taxas de Crescimento do Turismo Internacional		
Período (%)	Variação de Crescimento (%)	Taxa Anual de Crescimento
1950 – 1960	174,2	10,6
1960 – 1970	139,2	9,1
1965 – 1970	46,9	8,1
1970 – 1980	73,4	5,7
1975 – 1980	29,3	5,3
1980 – 1990	59,4	4,8
1985 – 1990	39,8	6,9
1990 – 1996	29,5	4,4

Fonte: OMT – Organização Mundial do Turismo – 1997.

Várias são as causas desse crescimento no comportamento contemporâneo. Entre eles, pode-se citar o aumento da renda per capita da população dos países desenvolvidos, principalmente após a Segunda Guerra Mundial. Nota-se que os países mais emissores de turistas, são os mais ricos e desenvolvidos do planeta.

Principais Países Emissores de Turismo do Mundo

Países	1998 Gastos com Viagens para o Exterior (em mn \$EEUU)
Estados Unidos	74.240
Itália	30.427
França	29.700
Espanha	29.585
Reino Unido	21.295
Alemanha	16.840
China	12.500
Áustria	12.164
Canadá	9.133
Austrália	8.575

Fonte: OMT – Organização Mundial do Turismo – 1998.

Outro fator relacionado ao crescimento do turismo, é o desenvolvimento dos transportes, principalmente o aéreo, o qual encurta o tempo e o espaço de viagem, utilizando equipamentos mais confortáveis, econômicos, velozes e com maior capacidade no transporte de passageiros.

Com efeito, a inegável evolução dos meios de comunicação tornou-se um fator de peso para o crescimento do Turismo. A evolução tecnológica das comunicações, possibilitou o conhecimento de outras regiões, países e culturas, criando assim um desejo de viajar. As comunicações facilitaram também os sistemas de informações turísticas que operacionalizam de forma ágil a comercialização dos produtos turísticos.

Outro fator que explica o desenvolvimento turístico, esta relacionado com o intenso processo de urbanização de cidades e principalmente de grandes centros. O surgimento dos grandes centros (as metrópoles) acarreta em seus habitantes um modo de vida mais estafante. Os problemas criados por estes grandes centros referentes a transportes, poluição, violência urbana fazem com que as pessoas busquem outros ambientes para a recuperação de suas energias. Estes por sua vez, acabam fugindo nos finais de semana e feriados prolongados para a montanha, casa de parentes no interior, para as praias, para o verde.

Isto vem explicar o aumento e desenvolvimento de redes de serviços turísticos em um raio de 100 Km em torno destes grandes centros.

Outro fator, e que talvez seja o de maior importância, está vinculado ao crescimento do tempo livre. Sintomas da sociedade moderna, vêm mostrando elevados níveis de crescimento. A implantação de novas tecnologias no trabalho e a diminuição da jornada de trabalho, hoje predominante em 40 horas semanais, onde existem países com 30 horas semanais, colaboram para aumentar deste tempo livre.

Sendo assim, estes processos criam uma demanda turística, a qual é resumida em: "Pessoas que se deslocam temporariamente de sua residência habitual, sejam por propósito recreativo, ou por alguma outra necessidade e razão, utilizando a prestação de alguns serviços básicos".

Esta demanda acaba se revertendo em milhões de consumidores, ao qual são constituídos por inúmeros segmentos:

Segmentação da Demanda Turística

Critérios de segmentação
Segmentos

Idade	Infantil Juvenil Tradicional
Formas de acompanhamento	Individual
Nível de renda do turista	Popular
Geográfico	LocalRegional
Duração da viagem	Excursionismo
Motivação da viagem	Negócios Visita a Parentes Esportes
Local da viagem	Praia Estações de Esqui

Meio de transporte Rodoviário
Hípico

Fonte: (IGNARRA, 1998 p. 36).

Esse segmentos não são estanques e excludentes. A viagem muitas vezes pode ser fruto de várias motivações. Sendo assim, a destinação turística deve satisfazer mais de um segmento da demanda, senão corre o risco de se tornar vulnerável à concorrência.

Esta demanda turística pode ser segmentada em: demanda efetiva e demanda potencial. A demanda efetiva, é aquela que já consome um determinado produto turístico. A demanda potencial é aquela que tem tudo para ser consumida mas não a faz por alguma razão. Uma razão pode ser o desconhecimento do produto (IGNARRA, 1998 p. 37).

Em relação a este desconhecimento do produto turístico (potencial), cabe destacar o papel das Agências de Turismo na divulgação destes produtos, promovendo e dessiminando para a demanda a oferta dos Atrativos Turísticos em potencial da cidade de Curitiba (ao qual se encaixa o Museu Paranaense em sua divulgação e conhecimento).

1.4 A Oferta e a Demanda Turística na Cidade de Curitiba

Em referência à oferta turística, destaca-se a cidade de Curitiba, conhecida como a Capital Ecológica, denota tanto Atrativos Naturais como Histórico Culturais, desta forma, cabe ressaltar alguns Atrativos que a cidade oferece a seus moradores, bem como para seus visitantes, firmando-se assim como um pólo receptivo:

Atrativos Naturais

- Parque Barigüi
- Parque Passaúna
- Parque São Lourenço
- Parque Tanguá
- Parque tingüi

- Bosque do Alemão
- Bosque João Paulo II
- Bosque de Portugal

- Jardim Botânico
- Ópera de Arame
- Passeio Público
- Pedreira Paulo Leminski
- Universidade Livre do Meio Ambiente
- Zoológico
- Entre outros

Atrativos Histórico Culturais

- Museu Alfredo Andersen
- Museu de Arte do Paraná
- Museu do Automóvel
- Museu de Arte Contemporânea do Paraná
- Museu do Expedicionário
- Museu Paranaense

- Teatro Guaíra
- Teatro Paiol

- Praça Garibaldi
- Praça do Japão

- Praça das Nações
- Praça Osório
- Praça Rui Barbosa
- Praça Santos Andrade
- Praça Tiradentes
- Praça Zacarias

- Centro Cívico
- Feiras
- Largo da Ordem
- Memorial Árabe
- Pedras Filosóficas
- Rua das Flores
- Rua 24 horas
- Ruínas de São Francisco
- Santa Felicidade
- Torre das Mercês
- UFPR, entre outros

Desta forma, observa-se que a cidade de Curitiba possui um número considerável de Atrativos, bem como equipamentos e serviços, ao qual asseguram a sua demanda. São todos os anos milhares de turistas que vem conhecer Curitiba pessoalmente, seus 52 m2 de área verde por habitante, 12 parques, 13 bosques, teatros, atrações gastronômicas, entre outros. Cuidar desta oferta no geral, é de fundamental importância para a cidade assegurar-se como polo receptivo.

Sendo assim, cabe destacar também pesquisa feita pela Paraná Turismo, à qual revela os Atrativos Turísticos mais visitados de Curitiba (ressaltando que existe uma maior citação dos Atrativos Naturais):

Atrativos Turísticos mais Visitados em Curitiba

Atrativos	Números
Jardim Botânico	179
Ópera de Arame	153
Parque Tanguá	86
Parque Barigüi	77
Shoppings	70
Estação Plaza	66
Parques (Tropeiros, Ingleses, Barreirinha, Passaúna, São Lourenço)	62
Rua 24 horas	45
Santa Felicidade	43
Linha Turismo	34
Rua XV de Novembro	33
Passeio Público	32
Largo da Ordem	29
Parque Regional do Iguaçu – Zoológico	27
Praças (Rui Barbosa, Osório, Carlos Gomes, Tiradentes, Japão)	23
Parque Tingüi	18
Torre Mercês (Telepar)	18
Bosque Alemão	15
Bosque João Paulo II	15
Pedreira Paulo Leminski	15
Universidade Livre do meio Ambiente	15
Teatros (Guaíra, Paiol)	13
Cidade	11
Museus (Paranaense, Egípcio, Municipal)	11
Bares	8
Catedral Basílica Menor de Curitiba	8
Memoriais (Ucraniano, Árabe, Chico Mendes, de Curitiba)	7
Centro Cívico	6

Farol do Saber	6
Litorina e Trem	6
Universidade Federal do Paraná	6
Centro Histórico	5
Estádio Joaquim Américo (Atlético)	3
Relógio das Flores	2
Casas Noturnas	2
Hípicas	2
Igrejas	2
Palácio Cristal	2
Estação Rodoferroviária	2
Adegas	1
Biblioteca Municipal	1
Feira “Raças e Pedigrees”	1
Ruas da Cidadania	1
Ruínas de São Francisco	1
Templo Rosa Cruz	1

Fonte: Estudo da Demanda Turística de Curitiba – Paraná Turismo/Departamento de Estatística – 2000.

Para se confirmar a existência de uma maior procura por Atrativos Naturais do que por Atrativos Histórico Culturais, pode ser observado o quadro comparativo com relação ao fator de indução da viagem:

Fator de Indução da Viagem (quando à Turismo, %)			
	Fev/90	Ano/1995	Fev/00
Atrativos Naturais:	18,4	34,5	45,5
Atrativos Hist/Cult:	7,5	29,7	18,5

Fonte: Estatísticas do Paraná – Paraná Turismo/Departamento de Estatística - 2000.

Desta forma, destaca-se que existe uma demanda considerável no que diz respeito a procura por Atrativos Naturais, ficando para um segundo plano a procura pelos Atrativos Histórico Culturais, o qual é nosso objeto de estudo. Nota-se que a porcentagem com relação aos Atrativos Histórico Culturais vem decrescendo, havendo desta forma, um maior investimento em sua divulgação, aumentando assim a sua demanda.

CAPÍTULO II

MUSEU E PATRIMÔNIO CULTURAL

Neste tópico será abordado o que é Patrimônio Cultural e sua importância para o Turismo e para sociedade como um todo, visando desta forma uma preservação e conscientização e também sua valorização como um Atrativo. Será visto os Museus, e em especial o Museu Paranaense, objeto desse trabalho.

2.1 Patrimônio Cultural e sua Preservação

O Patrimônio Cultural de um determinado local pode vir a se constituir em um Atrativo Turístico, Natural ou Histórico Cultural.

Com relação ao Atrativo Natural, este é determinado pelas condições geográficas, as quais estabelecem diferenciação e dão singularidade a uma região ou país. Seu aproveitamento é determinado por um conjunto desenvolvimentista de políticas de turismo e sua capacidade material e humana. Sendo assim, muitos são os valores a serem explorados: clima, paisagem, rios, montanhas, praias, fauna, flora, entre outros.

O Atrativo Natural é importante quando inserido no cenário geográfico do habitat humano. Desta forma, torna-se a base do produto turístico, quando inserido na vida social, cultural e econômica, como uma necessidade criada, inerente ao ambiente. O Atrativo Natural, assim como o agreste, devem ser autenticamente conservados, ao mesmo tempo que arquitetonicamente trabalhados. Sendo assim, a elaboração e utilização do Atrativo Natural deve integrar o contexto sócio-cultural do homem que habita o determinado espaço, com uma programação dimensionada e em sintonia com o objeto proposto.

Em relação aos Atrativos Histórico Culturais, estes por sua vez, são elementos criados ou desenvolvidos pela atividade humana, ou seja, tudo o que o homem produz, instituições, padronizações materiais ou conceituais, comportamentos e idéias. Estes valores Culturais, são parte integrantes e fundamentais do Patrimônio Turístico.

Sendo assim, estes valores Culturais, caracterizam o homem em seu meio, os fatos históricos, tradições, manifestações artísticas, tudo isso, representa a carga Cultural e Histórica de determinada localidade, região, ou país.

Este Patrimônio Cultural é dividido da seguinte forma (SARTOR, 1977 p. 32):

- a) Monumentos Históricos: edificações, castelos, fortalezas, ruínas, templos.
- b) Localidades Históricas, por identificação com acontecimentos ou por guarda de mostras: campos de batalha, museus, escavações, memórias, galerias, arquivos, monumentos, bibliotecas, bairros, ruas.
- c) Arte Popular: arquitetura primitiva, artesanato, folclore, gastronomia.
- d) Manifestações Tradicionais: festas populares e religiosas, acontecimentos desportivos, romarias, exposições.
- e) Fatores Técnicos ou Industriais: Indústrias e Fábricas, especialmente quando de transformação de produtos regionais, grandes portos, realizações urbanas marcantes (Brasília, os Metrô de Paris e Moscou).

O Turismo é hoje uma atividade integrante da vida global de uma localidade, manifestada no modo de viver dos habitantes da comunidade. Seus usos, costumes e nível de vida, são transmitidos pelos fundamentos das suas concepções sócio-culturais, históricas e em geral, artísticas em particular. Desta forma, a carga das tradições e das novas tecnologias, resumem o comportamento humano do núcleo receptivo, seus valores, sua educação, seu modo de vida. Fundamentada neste valores, a oferta turística passa a representar a parte mais substancial do Patrimônio no setor.

Em relação ao Patrimônio Cultural, este desperta o interesse não só do Turismo, como da sua própria coletividade. Sua preservação é de fundamental importância, não só para a comunidade em que esta inserida, como para as futuras gerações. Sendo assim, o Turismo tem papel importante na propagação desta preservação, bem como os Órgãos responsáveis.

No Brasil, são vários os fatores que explicam não só a perda como o esfacelamento dos bens Patrimoniais. Cabe assim, uma maior conscientização a

respeito da importância da memória nacional, regional e local, bem como a implantação de uma educação ambiental, tanto para a Sociedade como para as Autoridades Públicas. Para esta última, será preciso evidenciar a importância do desenvolvimento sustentável e do ecodesenvolvimento, para assim, expor as vantagens políticas vindas do cumprimento e aprovação de legislação específica a preservação dos bens ou Atrativos Naturais/Históricos Culturais, bem como o incentivo à produção cultural (festivals, exposições e concursos estudantis, valorização da História local/regional, etc). Feita assim esta conscientização e este trabalho de base, parece lógico que como consequência, as atividades de Turismo viriam logo após. Com tudo isso, o que se prioriza, é a conscientização e preservação dos bens patrimoniais, visando para as atividades de Turismo e lazer em âmbito interno.

2.2 Os Museus como Atrativo Turístico

Como Atrativo Histórico Cultural, enquadram-se os Museus, sendo assim, entende-se que são elementos desenvolvidos ou criados pela atividade Humana, à qual identifica-se neste tópico.

Nestes dois últimos séculos, os Museus foram crescendo e adquirindo maior amplitude, e abrangendo sempre novos interesses. Das exposições de coleção à objetos materiais, os Museus, conquistaram o interesse do público, aguçando sua curiosidade e tornando-se em uma valorosa fonte de estudo e investigação, onde, hoje, é peça fundamental dentro da sociedade, científica, histórica, humana e cultural. Tornou-se laboratório de investigação e centro de educação pública. O Museu hoje é vivido como a demonstração concreta da vida cultural, artística, social e econômica de uma sociedade, de uma localidade, ou seja, o homem no seu meio. Além de conservar os objetos, é fonte de estudos e pesquisa, atração e curiosidade.

No início, os Museus obedeciam regras naturais, fixavam-se em áreas específicas: Museu de Arte, Museu de Ciência, Museu Histórico, só mais tarde surgiram as exposições com finalidades educativas. Hoje, modernamente falando, o Museu adquiriu uma abertura de interesses que envolve muitos campos, por exemplo: o Museu de Arte, onde antes se fixava nas Artes Plásticas, hoje é aberto

a todas as formas e estilos da criação humana: música, dança, decoração, cinema, drama. Bem como para Museus de Artesanato, Científicos e Industriais, Museus Históricos, entre outros.

Quanto às instalações dos Museus, elas se apresentam das mais variadas possíveis, do prédio histórico restaurado, ao adaptado e sem sentido algum, dos prédios novos, específicos e funcionais, construídos com finalidade própria. Desta forma, todos devem oferecer condições mínimas de um bom funcionamento, conservação dos objetos e segurança, proporcionar espaço adequado para estudos e pesquisas, bem como dar aos visitantes condições de observação e apreciação dos objetos.

Com referência a esta Museuologia de hoje, Lourdes Fillini Sartor diz (SARTOR, 1977 p. 66):

A Museologia, hoje, é uma ciência. Porém, os Museus do Estado e do País em geral ainda enfrentam sérios problemas, tanto os que já existem quanto os embrionários, relativamente aos aspectos técnicos para a criação, conservação das peças, especialmente no que se refere à preservação da originalidade, no caso de restaurações; sistemas de adequação dos prédios, sistemas de segurança e funcionabilidade geral do Museu. Conseqüentemente, os recursos humanos para estes setor são os mais carentes possíveis. Existem os afisionados, os que criam gosto e tornam-se autodidatas e alguns poucos, muito raros, que atingem alguma especialização.

Para o Turismo hoje, o Museu é um Atrativo de real valor. Em várias partes do mundo, encontram-se exemplos importantes e que representam bem o valor do Museu. Muitos Museus são famosos e visitados por milhares de pessoas, turistas e estudiosos, que estabelecem um contato com a arte e a cultura, sob um ambiente histórico, informativo e técnico de uma nação e da própria humanidade. De fato, o Museu ainda é uma das melhores formas de preservar o acervo histórico e os significados da vida social, política, econômica, cultural e artística de uma localidade, de uma nação.

2.3 O Museu Paranaense

Neste tópico, será abordada as características gerais do Museu Paranaense, sua inauguração e fundação, suas sedes, exposições e estrutura, no decorrer destes 124 anos de existência:

“ O Museu Paranaense é o primeiro fundado no Paraná e o terceiro mais antigo do Brasil. Foi inaugurado em 25 de setembro de 1876, nas dependências do então Mercado Municipal, no Largo da Fonte, atual Praça Zacarias. Seus fundadores foram o desembargador Agostinho Ermiliano de Leão e o médico José Cândido da Silva Murici.

O Museu Paranaense, tem como objetivo revelar a História do Paraná, desde a pré-história até o presente e facilitar o reconhecimento da identidade paranaense, por meio de exposições de curta e longa duração.

Seu acervo possui 197.100 peças que referem-se à arqueologia, etnologia e à História do Paraná. O material arqueológico abrange restos da ocupação humana no território paranaense desde 8000 ^a C. Continua no período histórico com vestígios arqueológicos e etnológicos sobre as missões jesuítas, as cidades espanholas e os índios Caingangue e Guarani.

A esses registros acrescenta-se o acervo histórico que marca a presença do luso-brasileiro no litoral no século XVII, organiza a defesa do território e sobe para o planalto em busca de ouro e índio. No planalto nos séculos XVII e XVIII, o acervo mostra a ocupação do território através dos caminhos, o comércio do gado e do mate.

Do século XIX, os objetos revelam a face da Província do Paraná com a emancipação política, a imigração e as guerras fronteiriças.

No século XX, políticos, intelectuais e artistas paranaenses representam as novas vertentes abrigadas pelo Estado do Paraná “. (1)

(1) Fonte: Folder – Museu Paranaense 2000.

2.3.1 Histórico

No século XIX, exposições nacionais e internacionais eram organizadas na Europa e na América como meios dos países estabelecerem relações comerciais e industriais, bem como instrumento de divulgação de suas políticas.

Em relação ao Brasil, este expunha produtos originários de sua província. Para sua organização, formavam-se comissões provinciais, que movimentavam as vilas, as quais forneciam e enviavam produtos à capital da província. Tal comissão condicionava os produtos, elaboravam o texto e enviava-os para à capital do Império, a qual se encarregava de realizar a exposição nacional, ou eram enviados para as exposições internacionais.

Sendo assim, em janeiro de 1874, o desembargador Agostinho Ermelino de Leão e o médico José Cândido da Silva Murici, que integravam comissão encarregada de preparar materiais para as exposições, propuseram a criação de um Museu Agrícola e um jardim de aclimação no Paraná. A proposta recebeu apoio oficial, e em 25 de setembro de 1875, foi criada a Sociedade de Aclimação.

Em 25 de setembro de 1876, foi inaugurado o Museu Paranaense, com um acervo de 600 objetos, compreendendo artefatos indígenas, moedas, pedras, conchas, insetos, raridades, colibris e borboletas, tomando-se assim, o primeiro Museu do Paraná e o terceiro do Brasil. (2)

Em 1882, o Museu passou da esfera particular para a esfera provincial.

Em 1937, o Museu Paranaense elaborou uma nova proposta, diferente daquela a sua criação. Deixava de ser apenas um depósito dos produtos do Paraná para se transformar no maior centro de instrução popular.

Na década de 1940, o acervo do Museu Paranaense cresceu com as pesquisas em História Natural e a área de História se diversificou.

Em 1956, efetivou-se o projeto de desmembramento do acervo, criando-se o Museu de História Natural.

Atualmente, o Museu Paranaense realiza estudos nas áreas de arqueologia, História, etnologia e numismática, e procura cada vez mais ampliar seu acervo histórico, com intenção de viabilizar exposições e publicações.

(2) Fonte: Internet – www.museupr.org.br

2.3.2 Sedes

A primeira sede do Museu Paranaense se deu no Largo da Fonte (atual praça Zacarias), inaugurado em 25 de setembro de 1876 (diretor: Agostinho Ermelino de Leão, 1876 à 1886).

A primeira mudança de sede do Museu Paranaense foi para o prédio da Assembléia Legislativa, à Rua Dr. Muricy com Cândido Lopes, em 1890, onde hoje se encontra a biblioteca Pública do Paraná (diretor: Agostinho Remelino de Leão, 1892 à 1901).

A Segunda mudança do Museu Paranaense deu-se para o salão (teatro) Tívoli, à Rua São Francisco, em 1913 (diretor: Alfredo Romário Martins, 1902 à 1928).

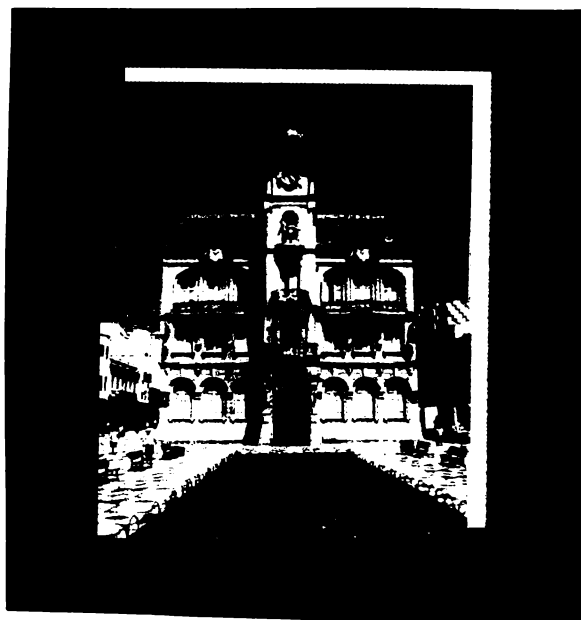
Sua terceira mudança se deu para à Rua Buenos Aires, esquina com benjamim Lins, em 1928 (diretor: Alfredo Romário Martins, 1902 à 1928).

A quarta mudança, foi para à Rua 13 de maio, entre as Ruas Barão do Serro Azul e Riachuelo (em imóvel particular) em 1965, (diretora: Marília Duarte Nunes, 1963 à 1967).

A quinta mudança, foi sua transferência para o antigo Paço Municipal, à Praça Generoso marques, em 1973, (diretor: Oldemar Blasi 1967 à 1983). Atualmente continua sendo sua sede, tendo como diretor: Jayme Antônio Cardoso, 1995 à 2001.

• Características Arquitetônicas

Inaugurado em 24 de fevereiro de 1916, foi construída para ser sede da Prefeitura Municipal de Curitiba. A arquitetura do prédio é eclética, com elementos de Art Nouveau (anexo 01). As colunas de entrada são suportadas por dois atlantes, representando os poderes municipais, tendo acima uma estátua feminina que representa a cidade. A torre é ornamentada com o escudo das armas do município e cabeças de leão. Foi tombado pelo instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN, em 10 de outubro de 1984.



Fonte: Fotos – Folder/Museu Paranaense 2000.

2.3.3 Estrutura

Ao visitar o Museu Paranaense, o visitante tem a oportunidade de conhecer a História paranaense. Sendo esta sua principal função, materializar a História do Paraná, a qual obedece projeto orientado pelo Plano Diretor, aprovado pelo Conselho Estadual de Cultura, em 1996.

O Museu Paranaense, é o primeiro Museu do Paraná e o terceiro do Brasil, fundado em 1876. Seu acervo trata da ocupação do território paranaense, cuja a estrutura esta organizadas em três pavimentos.

A exposição do Museu Paranaense está dividida em duas. A primeira exposição, considerada de longa duração, trata da ocupação do território paranaense, e está organizada em três pavimentos. A Segunda exposição, são consideradas de curta duração, que aprofundam temas sugeridos nas exposições de longa duração, que aprofundam temas sugeridos nas exposições de longa duração, utilizando as salas do andar térreo, denominadas Agostinho Ermelino de Leão e José Cândido da Silva Muricy (fundadores do Museu), são elas:

- **Exposição de Longa Duração**

Neste circuito de exposição são tratados: ocupação do território paranaense pelos indígenas desde 8.000^a C., passando pelas reduções indígenas organizadas pelos espanhóis, ocupação luso-brasileira, constituição do Império do Brasil e da Província do Paraná; sua organização , aspectos, quotidianos, conflitos do século XIX e início do Século XX.

- Ocupação do território paranaense.
- Trajetória das sedes do Museu Paranaense.
- Grupos tribais do Brasil.

- **Exposição de Curta Duração**

São aprofundados temas ligados a exposição de longa duração. Estas exposições são organizadas nas salas laterais do andar térreo, denominadas Agostinho Ermelino de Leão e José Cândido da Silva Muricy, fundadores do Museu.

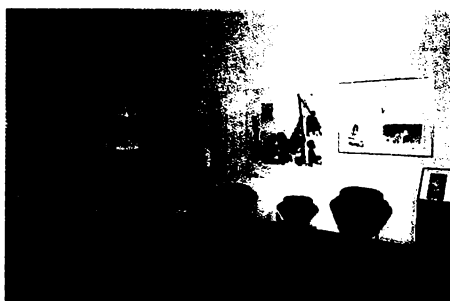
Com relação ainda a sua estrutura, o Museu Paranaense possui um setor educativo ao qual organiza visitas monitoradas para escolas, mediante a um contato prévio através de telefone: (41) 322-5595 ou 323-1411.

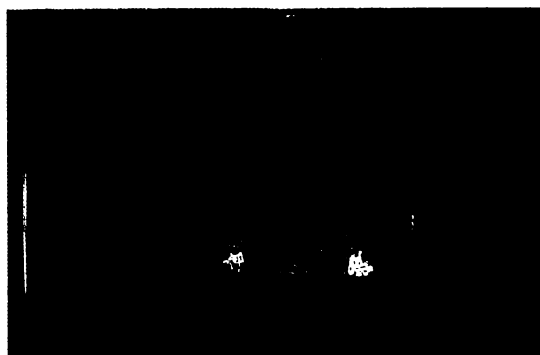
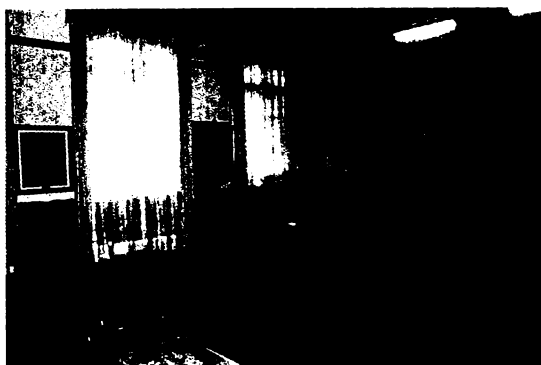
- Horário de funcionamento:
 - Terça à Sexta-feira, das 9:30 às 17:30 h.
 - Sábados e domingos, das 10:00 às 16:00 h.
 - Segunda-feira, das 13:30 às 17:30 h. (apenas as exposições de curta duração, no andar térreo).

O Museu Paranaense possui uma biblioteca em suas dependências, a qual é especializada em arqueologia, etnologia e História do Paraná.

O Museu Paranaense localiza-se na Praça Generoso Marques, s/n, Curitiba – Paraná, Telefones: (41) 323-1411, 322-8570, Fax: 222-5824.

Para obter mais informações sobre o museu Paranaense, só acessar: www.pr.gov.br/museupr





CAPÍTULO III

MUSEU PARANAENSE: PESQUISAS REALIZADAS

Neste capítulo, será feito o relato das três pesquisas que foram realizadas para a confecção do presente trabalho.

3.1 Pesquisa 01: Agências de Turismo Receptivo de Curitiba

Esta pesquisa foi realizada no mês de janeiro com o objetivo de identificar qual a porcentagem de procura dos visitantes de Curitiba em relação aos Atrativos e, onde o Museu Paranaense esta inserido, e qual a posição das Agências com relação a estes fatores, e o que poderia ser feito.

No entanto, destaca-se que a primeira viagem programada, com partida e retorno, que teve início com o Inglês Thomas Cook, em 1841 na Inglaterra. Mas realmente, seu impulso foi acentuado com a fase industrial e o desenvolvimento dos meios de transporte e comunicação.

Denota que hoje, as Agências de Turismo, enquadram-se como Empresas modernas e que estão espalhadas ao redor do mundo, desempenhando importante papel no desenvolvimento e expansão do Turismo.

O papel das Agências de Turismo segundo Lourdes Fellini Sartor (SARTOR, 1977 p. 36): “ São empresas comerciais, cuja atividade primeira consiste em realizar viagens, vendendo os serviços receptivos, as agências voltadas, no todo ou em parte, para o atendimento dos turistas, nos núcleos receptores. Exercem dois papeis principais: o de organização da viagem em todo seu itinerário e o de intermediação entre os clientes e os prestadores de serviços “.

As Agências de Turismo, além de prestarem inúmeros serviços ao turista (vender e reservar passagens, providenciar alimentação, transporte, troca de moedas, entre outros), sua tarefa atualmente, inerente ao bom desempenho do turista, exerce certa influencia sobre a demanda, colaborando na elaboração do produto. As Agências ao cuidar dos interesses e direitos do turista, influi na orientação dos fluxos e equipamentos da oferta. Sendo assim, suas atividades influem nos dois sentidos.

Correlatos ao papel das Agências, foram feitas entrevistas com agências de Turismo receptivo de Curitiba (3), visando identificar qual seria a maior procura entre os Atrativos: Naturais ou Histórico Culturais. Para melhor entendimento, segue anexo do questionário utilizado (anexo 02).

Sendo assim, foi possível constatar que 82,5% dos clientes destas Agências, procuram por Atrativos Naturais, sobrando 17,5% para Atrativos Histórico Culturais, estes dados tendem a confirmar o relatório expedido pela Paraná Turismo, editado no Capítulo I, p. 21. Ligados a isto, foi perguntado se consideravam que existia uma melhor divulgação da Curitiba Ecológica em vez da Curitiba Histórica Cultural, 100% disseram que sim e 0% que não. Sendo assim, 100% disseram que falta uma maior divulgação dos Atrativos Histórico Culturais por parte dos Órgãos responsáveis. Desta forma, foi possível constatar que existe uma maior procura e divulgação dos Atrativos Naturais em relação aos Atrativos Histórico Culturais.

Com relação ao Museu Paranaense, foi questionado qual seria a porcentagem dos visitantes que procuram pelo Museu, 12,5% foi a média encontrada entre as Agências. Todos concordaram que falta uma maior divulgação do Museu Paranaense, e sugeriram várias alternativas para a sua divulgação.

Este segmento de mercado foi investigado, pois relata bem o que vem ocorrendo no setor turístico de Curitiba, sendo assim, é de fundamental importância seu papel na divulgação da Curitiba, tanto Natural como Histórico Cultural. Desta forma, existem algumas falhas a serem sanadas com relação aos Atrativos Histórico Culturais e do Museu Paranaense, destacadas por estas agências, inclusive fazem várias sugestões para amenizar os problemas de divulgação do Museu Paranaense:

(3) Agências entrevistadas: Esatur Agências de Viagem Ltda.
Nova Vida Turismo e Passagens Ltda.
Giselletur Turismo Ltda.
Millennium Tour Operador.

- Divulgação em folders, propagandas em mídia, TV;
- Divulgação nos Hotéis da cidade;
- Divulgação em jornais, revistas especializadas, escolas da cidade e região metropolitana;
- Propaganda em rádio, TV e jornais, divulgação com folders aos agentes.

3.2 Pesquisa 02: Responsabilidade sobre Museus

Neste tópico estará sendo abordada entrevista com Órgãos responsáveis pela preservação e divulgação do Patrimônio Cultural da cidade de Curitiba. Estas entrevistas foram realizadas no mês de janeiro de 2001.

Nestas últimas décadas, tem se dado muita atenção para com a preservação do Patrimônio Cultural, Histórico e Artístico do homem.

A proteção ao monumento tem ganhado forças e transformando-se em uma atividade à vencer o tempo e acrescentar riqueza cultural e turística para o mundo atual.

Lourdes (SARTOR, 1977 p. 36) acrescenta que : “ Recentemente na Europa, denominou-se o slogan: Dar um futuro para o passado. Motivando desta forma, a restauração de várias construções e locais históricos, em numerosas localidades “.

No Brasil, a conscientização e preocupação com a preservação do Patrimônio Histórico vem ganhando adeptos e começa a traçar algumas perspectivas. Vinculados assim, os poderes públicos, historiadores e estudiosos, a imprensa, técnicos envolvidos no setor turístico, todos empenhados e conscientes na importância que esta preservação representa para o Patrimônio Cultural, Artístico, Histórico e Turístico.

Em relação a estas transformações que estão delineando novas formas de pensar da sociedade sobre o Patrimônio Cultural, pesquisou-se os setores públicos envolvidos nesta perspectiva de preservação do Patrimônio Cultural da cidade de Curitiba.

Desta forma, foram entrevistados setores ligados ao Turismo e Patrimônio Cultural (Atrativo Histórico Cultural): Secretaria do Estado da Cultura (Órgão Estadual), Fundação Cultural de Curitiba (Órgão Municipal de Cultura) e Companhia de Desenvolvimento de Curitiba (Órgão Municipal de Turismo). (4)

Pretende-se aqui identificar os principais problemas enfrentados por estes Órgãos e qual sua visão frente aos novos ajustes da sociedade, referentes ao Turismo, e como vêem os Museus hoje, vinculados a sua preservação.

De uma forma geral, os três Órgãos caracterizaram os mesmos problemas, tanto em relação a uma melhor preservação e conscientização, como sobre os problemas advindos de financiamentos e investimentos, quer do setor público como do privado, sendo assim, estarão sendo esboçados os três Órgãos. Para melhor entendimento, segue anexo do questionário utilizado (anexo 03).

Todos caracterizaram que o maior problema vem sendo a falta de verbas, tanto para a preservação, promoção de eventos e exposições, como na necessidade da contratação de funcionários. Devido a isto, os Museus vêm tentando cumprir o seu papel, falta uma maior divulgação para a atração dos visitantes, bem como uma falta de inovação na apresentação dos Museus, faltando assim um investimento em tecnologia, e isto requer verbas e interesses por parte dos Estados e Municípios. Constatam que existe uma maior divulgação da Curitiba Ecológica, com seus Atrativos Naturais, do que a Curitiba Histórica Cultural.

Sendo assim, foi diagnosticado que existe muito a ser feito por estes Órgãos, mas que ao mesmo tempo estão presos e limitados as verbas destinadas às suas responsabilidades, não diferente, encontram-se as próprias instituições neste mesmo processo, assim como o Museu Paranaense. Para minimizar alguns problemas financeiros foram propostas algumas alternativas pelos entrevistados:

(4) Entrevistas: SECRETARIA DE ESTADO DA CULTURA, COORDENADORIA DO SISTEMA ESTADUAL DE MUSEUS, entrevistada: Suzana Loba, Coordenadora.

FUNDAÇÃO CULTURAL DE CURITIBA, entrevistada: Nilza Knechtel Procopiak, Consultora de Artes Visuais da Fundação Cultural de Curitiba.

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO DE CURITIBA
Entrevistado: Gustavo Nabrzecki, Planejador Turístico.

- Promover programas para grupos especiais;
- Fazer uma ampla divulgação, de todas as formas, para assim, despertar para a importância da preservação; para preservar tem que conhecer;
- Publicações em jornais, ao qual não é muito divulgado;
- Promover eventos e exposições interativas;
- Promover uma maior divulgação (em todos os setores), para acabar com o mito de que Museu só tem velharia;
- Prestar uma maior informação da oferta turística Histórica Cultural pelos Órgãos competentes.

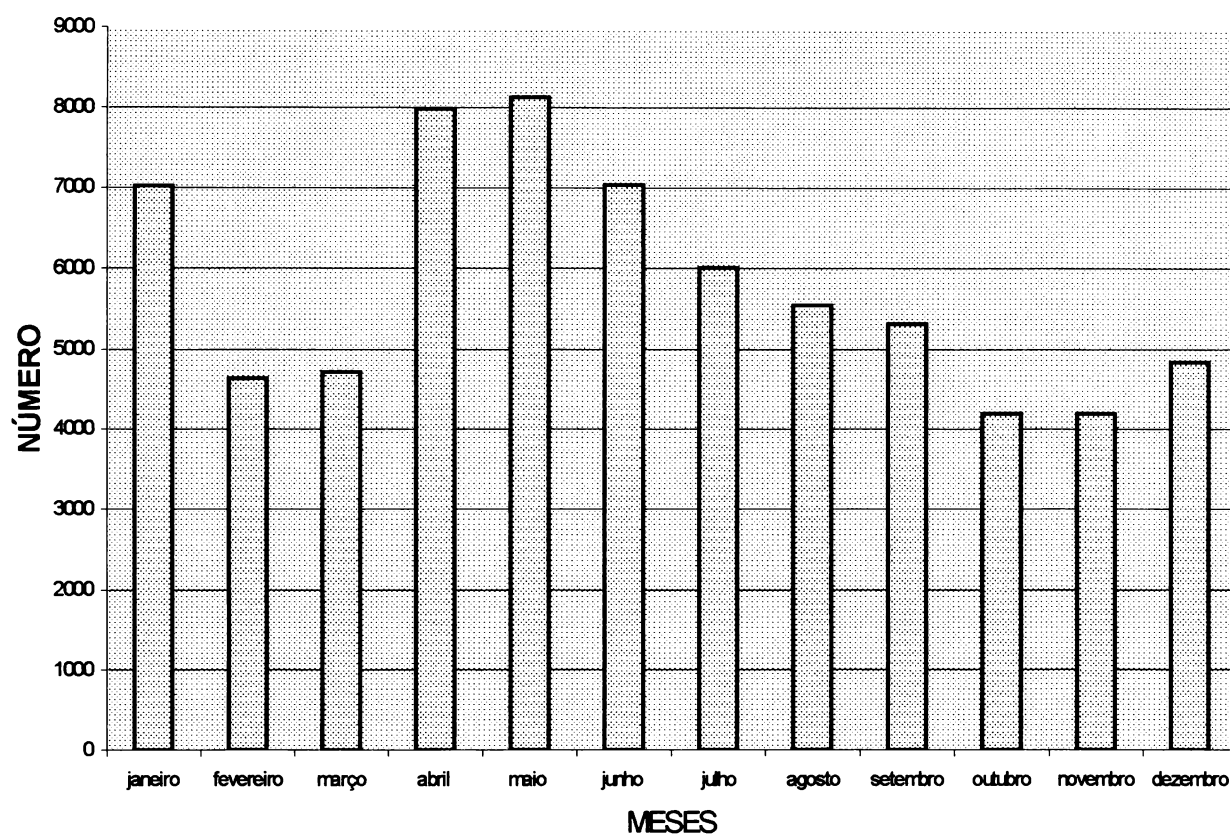
3.3 Pesquisa 03: Museu Paranaense e Perfil

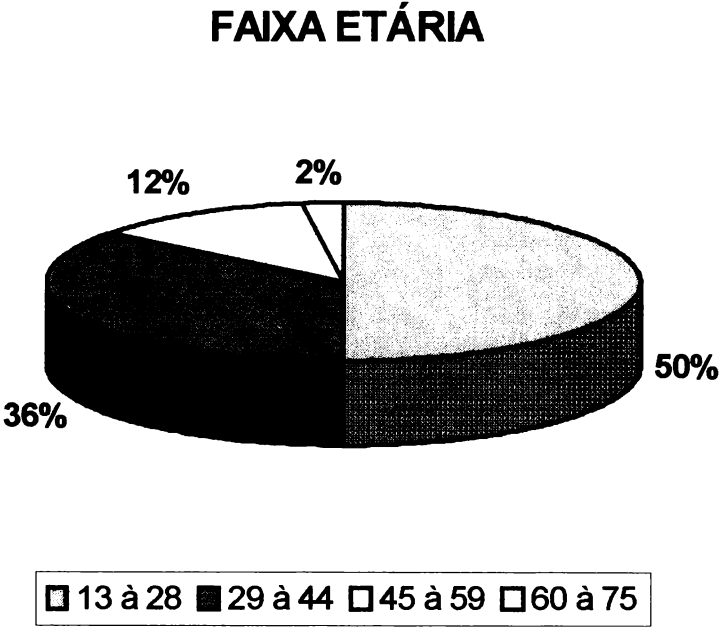
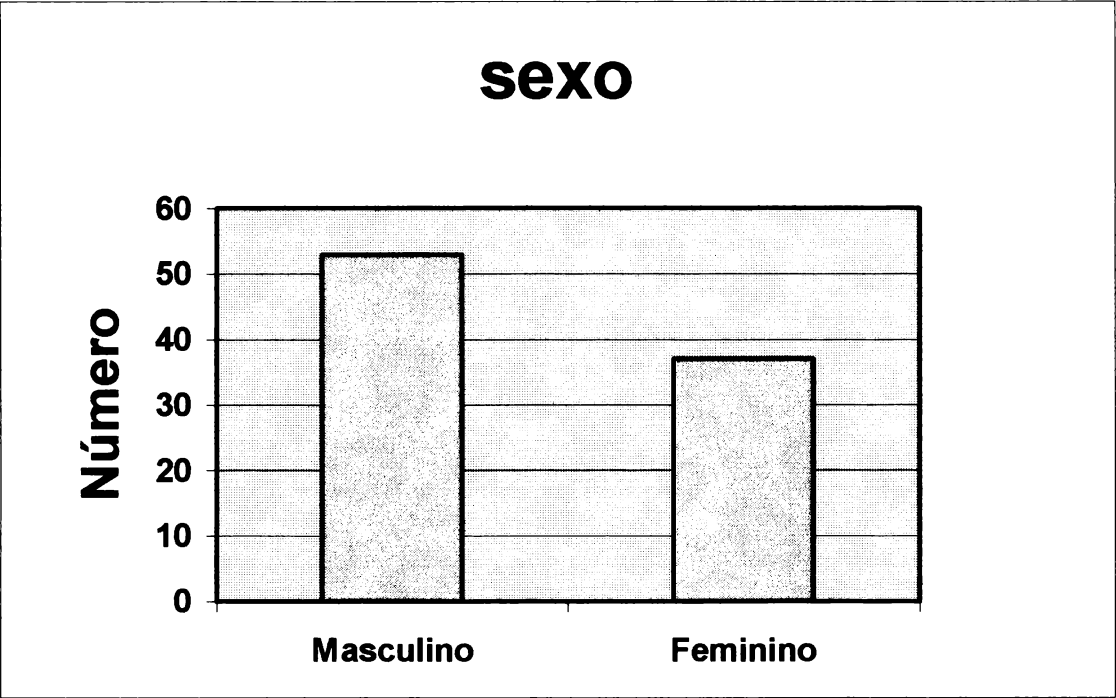
Esta pesquisa foi realizada com os visitantes do Museu Paranaense nos mês de dezembro, janeiro e fevereiro, para assim identificar o perfil deste visitante

e qual sua opinião em relação a estrutura do Museu como um todo. Desta forma, pode-se avaliar melhor sua estrutura e justificar melhor as propostas feitas ao Museu. Para melhor entendimento, segue anexo do questionário utilizado (anexo 04).

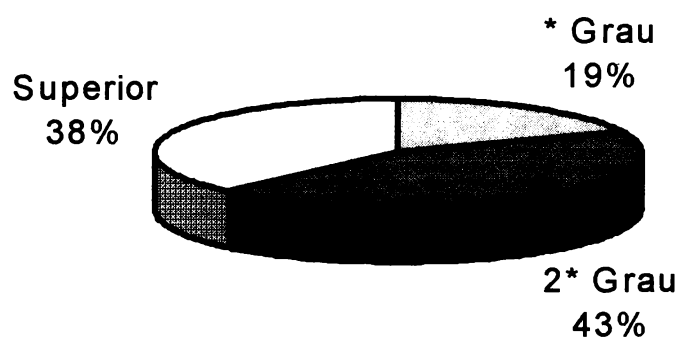
Nos seis primeiros gráficos, identifica-se o perfil do visitante do Museu Paranaense. Notamos que seu fluxo de visitantes durante o ano de 2000 foi considerável e que tem um grande potencial para se transformar em um Atrativo Turístico. Sendo assim, identifica-se que, a maioria dos visitantes é do sexo masculino, com idades de 13 à 28 anos, com 2* grau completo, procedentes de Curitiba e região metropolitana, com um renda média de 1 à 5 salários mínimos.

VISITANTES DO MUSEU PARANAENSE - 2000

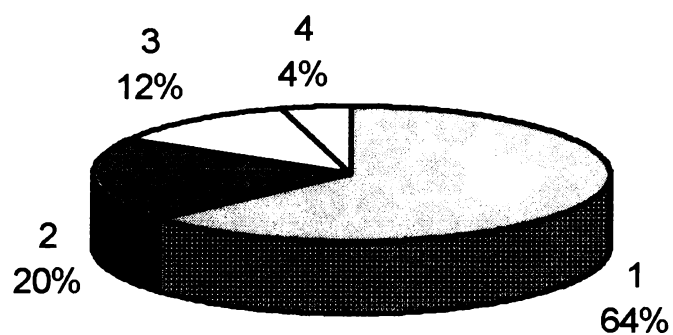




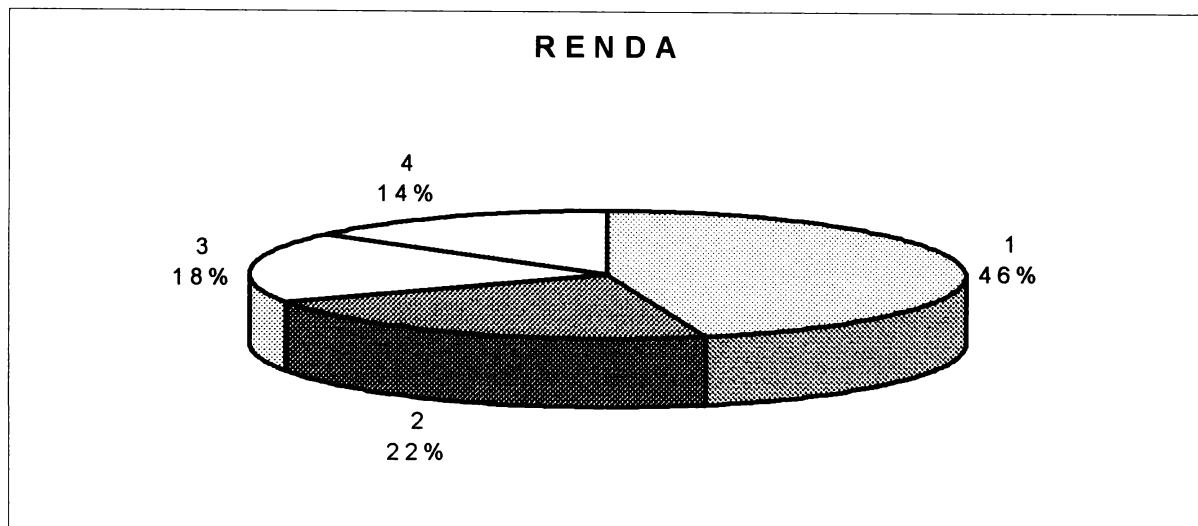
ESCOLARIDADE



CIDADE ONDE RESIDE:



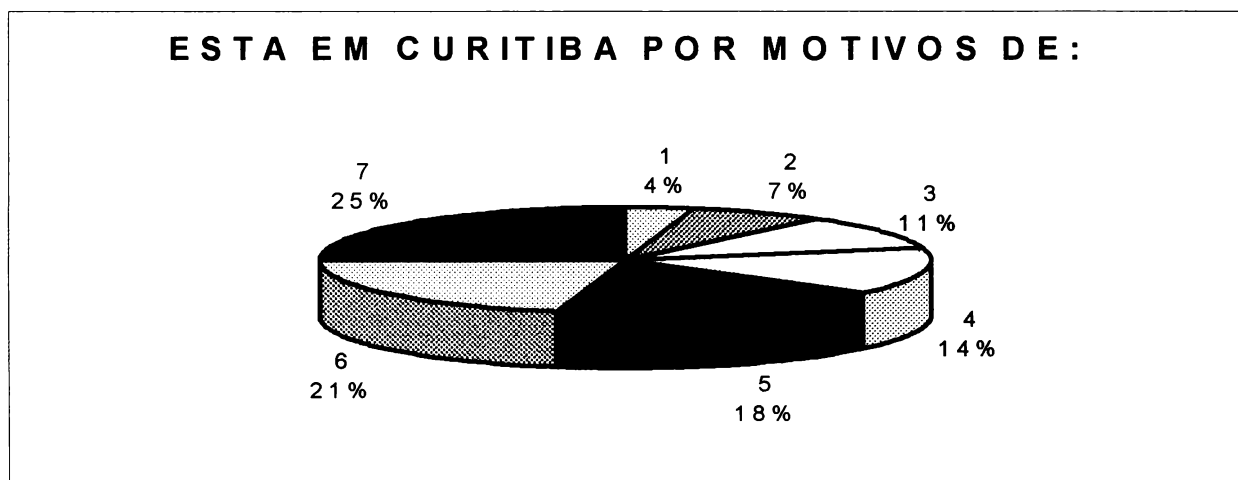
- 1) CURITIBA E REGIÃO METROPOLITANA
- 2) ESTADO DO PARANÁ
- 3) OUTROS ESTADOS
- 4) OUTROS PAÍSES



- 1) 1 à 5 SALÁRIOS MÍNIMOS
- 2) 6 à 10 SALÁRIOS MÍNIMOS
- 3) SUPERIOR à R\$ 1.500,00
- 4) NÃO RESPONDERAM OU NÃO POSSUEM RENDA

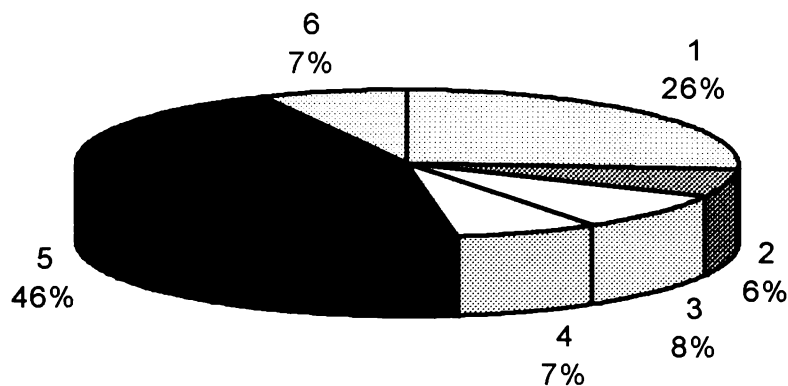
• **Visitantes e suas características frente aos Museus.**

Os próximos 5 gráficos, denotam as características dos visitantes frente aos Museus, ao qual destacamos que, a maioria é residente de Curitiba e em segundo lugar estão de férias, visitam esporadicamente Museus, possuem interesses dos mais variados possíveis, a maioria visita-o com seus familiares e ficaram sabendo da existência do Museu Paranaense das mais variáveis formas



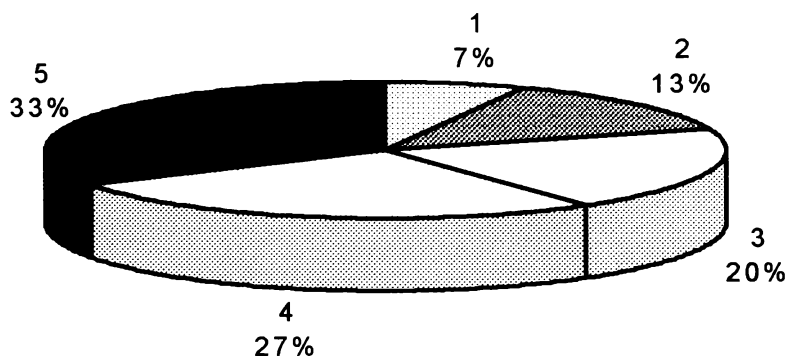
- | | |
|-------------|-----------------------|
| 1) TRABALHO | 4) PASSAGEM |
| 2) FÉRIAS | 5) ESTUDO |
| 3) PESSOAL | 6) RESIDE EM CURITIBA |

COM QUE FREQUÊNCIA VISITA MUSEUS:



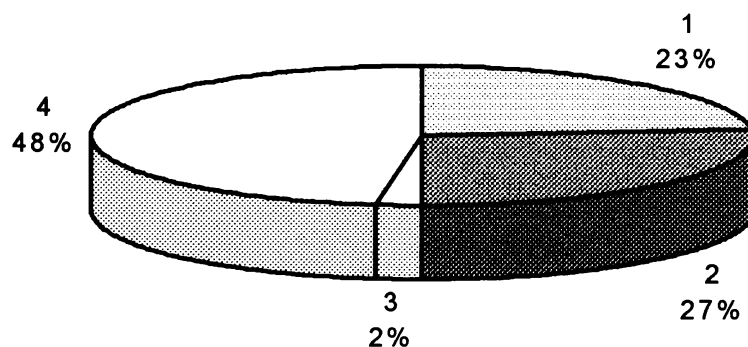
- 1) SÓ QUANDO VIAJA
- 2) UMA VEZ POR MÊS
- 3) VÁRIAS VEZES NO MÊS
- 4) UMA VEZ POR ANO
- 5) ESPORADICAMENTE
- 6) NÃO COSTUMA VISITAR MUSEUS

MOTIVOS PARA VISITAR UM MUSEU:



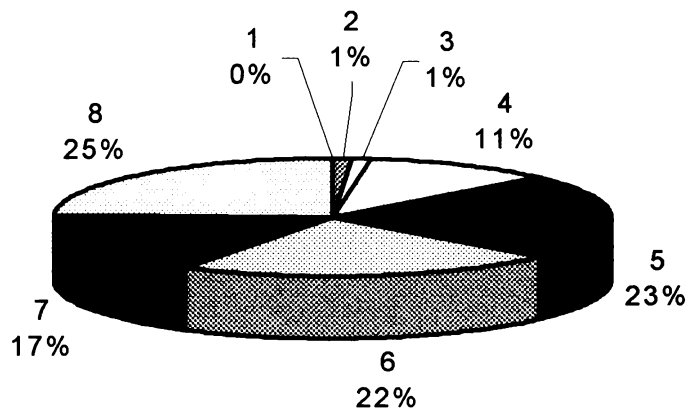
- 1) INTERESSE EM CONHECER OUTRAS CULTURAS
- 2) APERFEIÇOAR O NÍVEL DE CONHECIMENTO
- 3) CURIOSIDADE
- 4) AFINIDADE
- 5) OUTROS

GERALMENTE VISITA MUSEUS:



- 1) Sozinho
- 2) Amigos
- 3) Excursão
- 4) Familiares

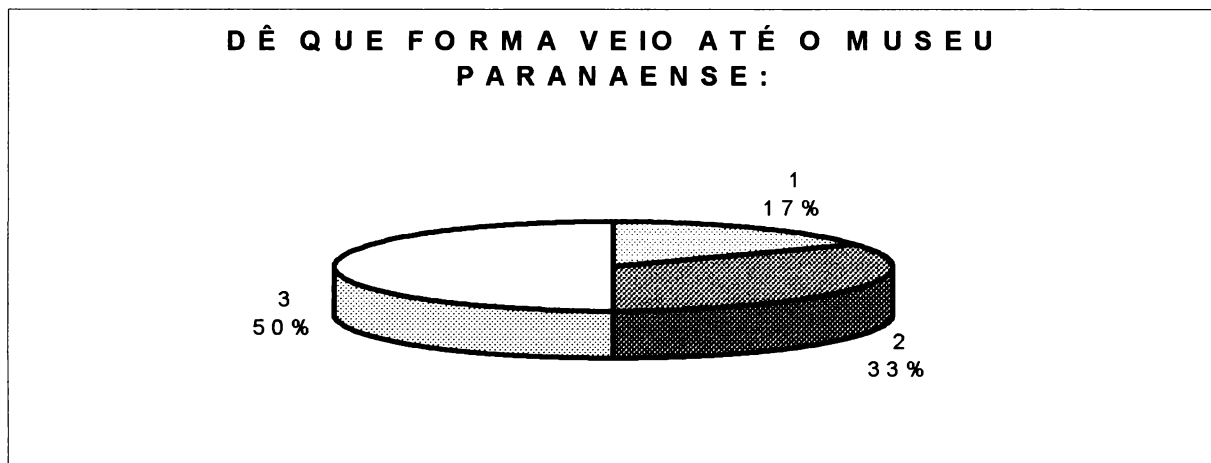
COMO FICOU SABENDO DA EXISTÊNCIA DO MUSEU PARANAENSE:



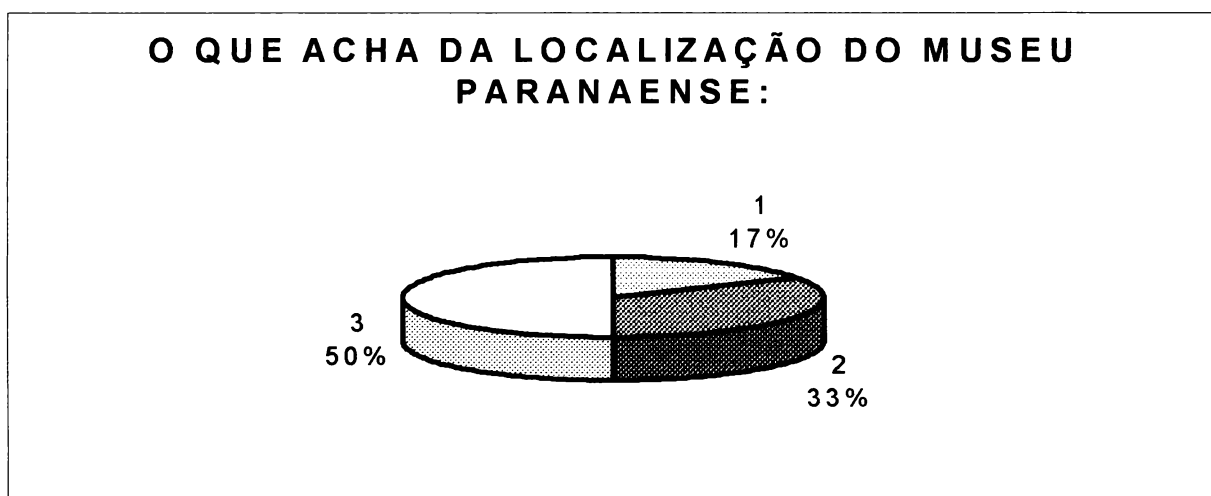
- 1) Agência de viagem
- 2) Guias
- 3) Internet
- 4) Escola
- 5) Pais e familiares
- 6) Amigos
- 7) Meios de comunicação
- 8) Outros

- **Visão externa do Museu Paranaense segundo a ótica de seus visitantes.**

Aqui foi comparada a estrutura externa do Museu Paranaense, sendo destacado a localização, segurança, estacionamento, e transporte utilizado para locomoção até o Museu, assim como se visitaram algum outro Atrativo Turístico próximo ao Museu. A maioria chegou até o Museu caminhando, acha-o bem localizado e com uma boa segurança, quanto ao estacionamento da área, as respostas foram as mais diversas, referente a visitação a outros pontos turísticos próximos ao Museu, a maioria disse não ter visitado nenhum.

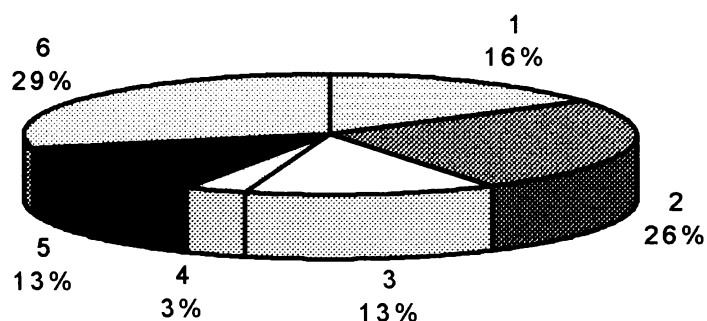


- 1) Caminhando
- 2) Carro
- 3) Ônibus



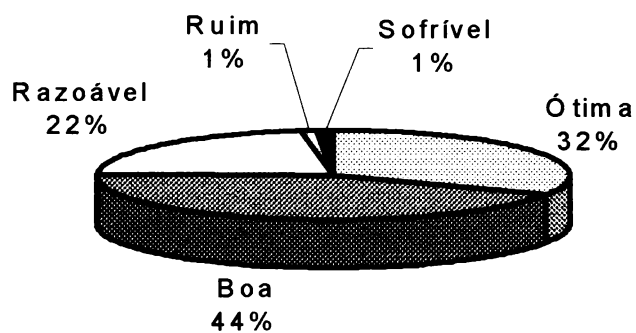
- 1) Bem localizado
- 2) Escondido em relação a outros pontos turísticos
- 3) Dificil localização por parte do turista

QUANTO AO ESTACIONAMENTO DA ÁREA:



- 1) De difícil acesso
- 2) De fácil acesso
- 3) Número reduzido de estacionamento na área
- 4) O Museu Paranaense poderia possuir estacionamento
- 5) Não responderam

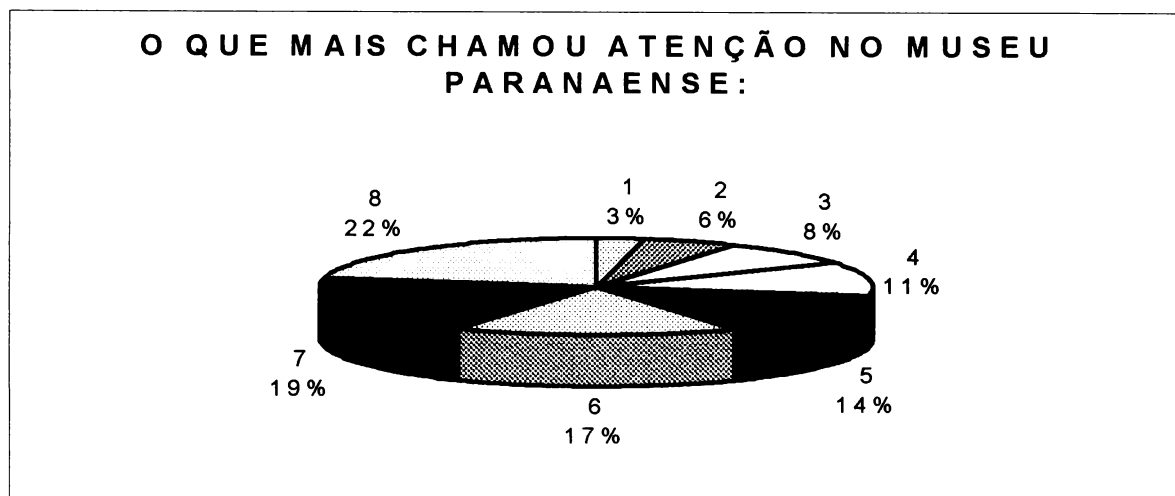
QUANTO À SEGURANÇA DA ÁREA;



- 1) Ótima
- 2) Boa
- 3) Razoável
- 4) Ruim
- 5) Sofrível

- **Fatores relevantes quanto à estrutura interna e externa do Museu Paranaense.**

Nestes últimos gráficos, identifica-se a opinião do visitante do Museu Paranaense, seguidas de algumas observações feitas por estes, positivas e negativas, frente a sua estrutura e forma de apresentação.



- 1) Prédio
- 2) Acervo no geral
- 3) Disposição das peças no geral
- 4) Limpeza
- 5) Disposição da temática
- 6) Segurança
- 7) Estado de conservação das peças
- 8) Outros



- 1) Sim
- 2) Não
- 3) Não responderam

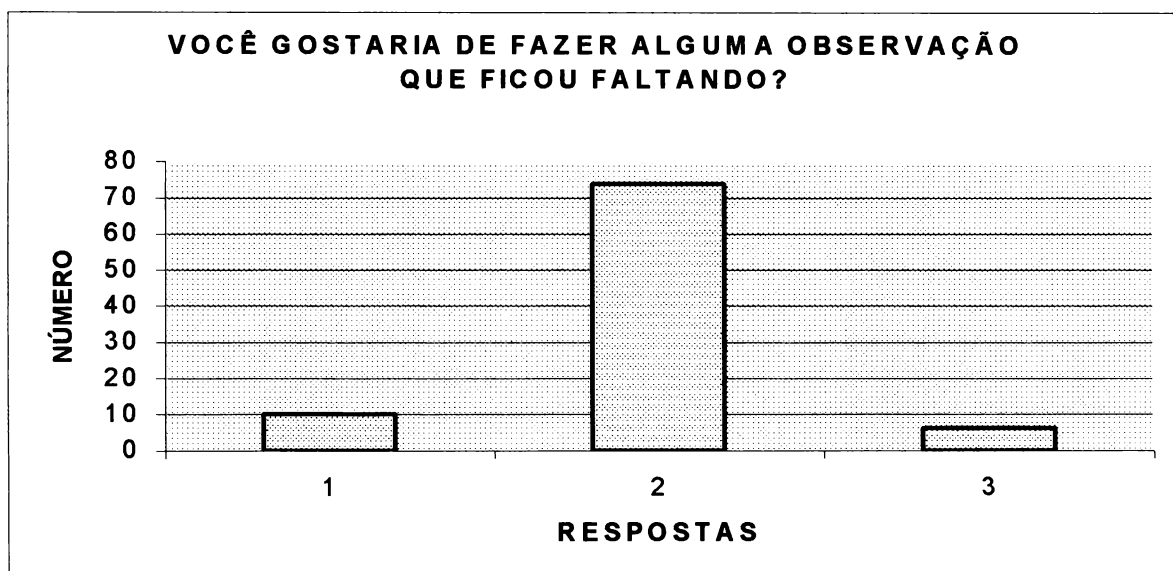
- Falta mais cultura, fotos antigas
- O Museu introduz o visitante à questões de interesse, mas não há material disponível sobre certos assuntos
- Falta a História do interior do Paraná
- Falta estudos e pesquisas, nossa história deve ser ainda descoberta



- 1) Sim
- 2) Não
- 3) Não responderam

Em caso afirmativo, qual ?

- Catedral
- Largo da Ordem Museu de Arte Contemporânea
- Memorial
- Museu do Capedicionário
- Museu Alfredo Arnlenesen
- Museu da Imagem e do Som
- Passeio Público
- Praça 19 de dezembro
- Rua das Flores
- Universidade Federal do Paraná, Parque Barigüi



- 1) Sim
- 2) Não
- 3) Não responderam

Observações:

- Maior preservação
- Mais escultura chamaria mais a atenção
- Folder dos assuntos tratados pelo Museu
- Elevador para pessoas idosas, mais acesso
- Evolução cultural
- Melhor sistema de iluminação, instalar ar condicionado e desligar as luzes mais fortes
- Falta muito a ser ampliado, estudado, pesquisado e resgatado
- Espaço dedicado a escravidão e religião
- Banheiros
- Ala explicando o que foi o prédio

O que acrescentaria no Museu Paranaense para melhorá-lo ?

- Excelente
- Manter seu espaço físico
- Instalações sanitárias acessíveis
- Mais cultura indígena
- Folder, resumos: Revolução Federalista, Contestado
- Mais objetos antigos
- Simpatia, alguém lhe explicando algumas curiosidades

- Mais sobre a História da Música
- Mais fotos, esculturas locais, artesanato
- Alguém disponíveis para dar informações sobre o Museu e suas curiosidades
- Iluminação, melhorar
- Funcionários especializados para informações, guias
- Nada, esta ótimo como esta
- Explicação com guia e vídeo explicativo
- Recursos de multimídia
- Mais freqüência nos temas em exposição
- Pinturas de autores regionais
- Outro prédio, aumentar o acervo
- Banheiros
- Conservação do prédio
- Peças da época dos diferentes povos que colonizaram o Paraná
- Concerto de música, utilizando o salão
- História das cidades do Paraná, as que surgiram à pouco tempo
- Sessões audiovisuais sobre a História do Paraná
- Mais sobre a cidade de Curitiba
- Mais peças antigas para resgatar mais a nossa cultura
- Uma melhor e maior descrição sobre a História de cada objeto ou evento
- Outras peças que conte mais sobre a História do Brasil Império
- Mais pessoas para segurança, manutenção, conservação e reparos no geral e das peças
- Mais material sobre a Curitiba antiga
- O Museu deveria ter mais divulgação, para que as pessoas o conheçam
- Higiene externa
- Mais peças abordando outros assuntos
- Limpeza da algumas peças

O que removeria do Museu Paranaense para a sua melhora ?

- Pintura externa
- Investir em um maior acervo
- As salas administrativas do último andar
- O mau cheiro ao redor do Museu, colocaria a Guarda Municipal
- Arte indígena de outros estados, acrescentaria só a cultura paranaense
- Tirar o cheiro de mofo
- Removeria a escada, pois pessoas paraplégicas não tem acesso aos andares superiores
- Prostitutas que ficam ao redor do Museu, espanta os visitantes

No Geral, dê uma nota de 0 à 10 para o Museu Paraense:

- A nota média obtida foi: **8,75**

CAPÍTULO IV

PROPOSIÇÕES AO MUSEU PARANAENSE

Como foi explicitado nos capítulos anteriores, aqui serão deixadas algumas proposições, fundamento base deste trabalho. Estarão sendo utilizados as análises bibliográficas, entrevistas e pesquisas realizadas, conclusões e análise encontradas no decorrer da elaboração do trabalho, para assim propor propostas e meios alternativos para a reciclagem e apresentação do Museu Paranaense a sociedade e principalmente para o seus visitantes.

Cabe ressaltar a importância deste trabalho, devido ao Museu Paranaense estar inserido no contexto social e turístico da cidade de Curitiba, e também por ser um Patrimônio Cultural de uma nação, desta forma, busca-se o seu desenvolvimento, tanto em sua forma de apresentação ao público como em sua estrutura no geral, bem como uma conscientização e preservação das partes integrantes.

Sendo assim, foram feitas várias propostas a serem utilizadas pelo Museu Paranaense, bem como exemplos de Museus que utilizam-se de recursos variados em sua forma de apresentação como de meios alternativos e inovadores. Vejamos então algumas destas proposições a serem feitas tanto para o Museu Paranaense, como para os Órgãos responsáveis pela sua projeção:

4.1 Estruturação física/administrativa

*** Restauração e conservação da sua faixa externa;** em pesquisa feita, isso foi muito citado pelos entrevistados, também consideram que foi ela que chamou atenção à visita do Museu.

É de fundamental importância para a apresentação do Museu Paranaense a sua restauração externa, primeiro por ser considerado um Museu e por ter todo um histórico em relação ao prédio. Segundo, por ser considerado um Atrativo Histórico Cultural da cidade de Curitiba, e terceiro, o Museu vem mostrar e contar a riqueza do povo paranaense e sua trajetória até os dias atuais.

- * **Melhoramento da infra estrutura;** foi destacada a melhoria das instalações sanitárias.

Destaca-se também a melhoria em relação a acessibilidade quanto aos pavimentos do Museu, ao qual possui elevador somente a partir do primeiro andar, dificultando o acesso de deficientes e pessoas mais velhas.

Outro fator, é com relação a iluminação das peças em exposição, onde em muitos os casos ficam expostas a uma intensidade de luz muito forte, prejudicando tanto a peça como o visitante, e em outros casos, existe uma ausência de luminosidade.

- * **Recursos Financeiros para o Museu Paranaense;** com a venda e confecção de souvenirs, reproduções , réplicas, catálogos e no oferecimento de cursos e palestras aos visitantes e público em geral. Busca-se desta forma, tanto o marketing do Museu como parcerias para suas propostas culturais.

Correlatos a isto, pode-se propor a cobrança de uma taxa de visitação (valor simbólico) e equipamentos de oferta alimentar (tercerização de cafés e restaurantes), integrados no espaço museal, que deixa uma porcentagem de seu faturamento para o Museu, além de atrair grandes quantidades de públicos.

- * **Criar Parcerias na Contratação de Estagiários;** tanto para atender as necessidades do Museu, em sua estrutura de estudos e pesquisas científicas, como para atender as necessidades dos visitantes com relação à guias (pessoas especializadas na comunicação do acervo do Museu).

4.2 Estruturação de um plano de Marketing

- * **Distribuição de material especializado;** em pesquisa feita, citam a ausência de material auto explicativo, dos pavimentos e peças em exposição, ou seja, folder mais detalhado (histórico do prédio e das peças, contando a História e qual era a sua utilização no meio social, histórico dos períodos aos quais a sociedade foi passando, até os dias atuais).

* **Melhor divulgação do Museu Paranaense nos Meios de Comunicação;** como por exemplo, rádio, TV, jornais, revistas especializadas, prestando assim esclarecimentos e entrevistas. Embora o Museu Paranaense esteja divulgado na internet e guias turísticos, estes meios tiveram uma porcentagem insignificante na pesquisa aplicada (se compararmos aos outros meios citados, ver gráfico p. 43), revertendo assim para um melhor direcionamento de sua divulgação.

* **Divulgação do Museu Paranaense nas Agências de Turismo;** proporcionando às agências materiais e folder para melhor desenvolvimento de seu trabalho. Realizando tour de familiarização.

* **Divulgação do Museu Paranaense nos Hotéis da Cidade;** distribuindo materiais (folder, volantes, guias etc) para a atração dos hóspedes.

* **Divulgação do Museu Paranaense nas Escolas;** procurando desta forma resolver o problema de sazonalidade durante o ano (visando uma educação e conscientização em relação ao papel do Museu Paranaense e a preservação do Patrimônio Cultural).

* **Participação do Museu Paranaense em Feiras, Exposições e Eventos;** levando suas propostas e peças para fora do seu espaço museal, interagindo e despertando para a importância do Museu e de sua preservação, bem como convidado para um visita mais completa (o Museu poderá abranger vários outros temas correlatos as suas propostas, bem como deste ambiente a ser exposto, possuindo assim, uma infinidade de alternativas a sua participação).

* **Divulgação do Museu Paranaense em Empresas;** levando assim a proposta do Museu Paranaense para fora de seu espaço museal, promovendo seu marketing e interagindo com a sociedade, buscando desta forma também, parcerias para suas propostas vigentes e futuras (exposições, eventos, encontros, seminários, entre outros).

* **Expor na frente do Museu Paranaense suas propostas enquanto Museu;** expondo fotos e objetos que despertem aos transeuntes a importância do Museu Paranaense, tanto como um Patrimônio Cultural como para a sua divulgação como Atrativo Turístico.

* **Expor a Evolução Paranaense, nos Atrativos Turísticos mais Visitados de Curitiba;** convidando-os a uma visita mais completa ao Museu Paranaense (uma divulgação).

* **Criação de um Roteiro Cultural para a Cidade de Curitiba;** incluindo o Museu Paranaense e outros Atrativos Histórico Culturais da cidade, proporcionando assim, uma melhor divulgação do Museu Paranaense e se firmando como um Atrativo turístico.

* **Inclusão do Museu Paranaense na Rota da Jardineira;** desenvolvendo assim, meios alternativos de Turismo ecoculturais, procurando desenvolver e mostrar a parte Histórica Cultural da cidade, divulgando menos a Curitiba como a Capital Ecológica.

4.3 Estruturação dos serviços

* **Contratação de guias especializados;** em pesquisa feita, destacaram a falta de pessoas especializadas para apresentação e esclarecimento de cada pavimento do Museu Paranaense. Entende-se que o Museu Paranaense é auto-didata, mas o que acontece, é que os visitantes querem interagir com o ambiente visitado. Desta forma, isto ira se refletir em um melhor entendimento do que se viu e ouviu, cumprindo assim a proposta do Museu Paranaense.

* **Criação de Visitas Monitoradas para Grupos Específicos;** atuando assim, sobre grupos que possuam as mesmas características, para os quais serão desenvolvidos trabalhos e apresentações específicas, sendo marcadas com antecedência estas visitas.

*** Desenvolver Meios Alternativos de Interação na Sala de Exposição;** onde o visitante poderá participar e entender o que esta sendo exposto (recursos de multimídia, TV, vídeo, retro projetor, entre outros).

CONCLUSÃO

Ao se analisar o Museu Paranaense como um Atrativo Histórico Cultural, verifica-se que sua estrutura é mal utilizada como um Atrativo Turístico, caracterizada por sua fraca divulgação, sendo isso fácil de ser comprovado em entrevistas e pesquisas feitas (Agências de Viagens e visitantes do Museu), assim como pelos dados obtidos da Paraná Turismo, a qual nos revela uma maior atração pelos Atrativos Naturais.

Desta forma, para tentar reverter este quadro, foram feitas algumas propostas no capítulo IV, direcionadas aos Órgãos por uma melhor adaptação e alavancagem do Museu Paranaense como um Atrativo.

A partir dos problemas identificados na pesquisa foram feitas propostas: uma reestruturação em sua forma de apresentação ao público, como das partes física-administrativa, marketing, e serviços oferecidos, contribuindo assim, não só para a sua divulgação, como para a atração de parceiros de alguns segmentos da sociedade, contribuindo em muito para com a proposta do Museu. Este trabalho não se encerra aqui, pois para cada uma das propostas deverá ser feito projetos específicos, determinando responsabilidades, planos, ações, custos etc.

Em resumo, foram deixadas algumas proposta a serem discutidas e redirecionadas, tanto pelos Órgãos competentes como pela sociedade como um todo, desenvolvendo assim meios e alternativas para resolver seus problemas e necessidade, utilizando as propostas que melhor se adaptem a seus segmentos, procurando assim, cada vez mais, viver melhor e oferecer ao turista a e população uma Curitiba digna de primeiro mundo.

Repensar e reverter o quadro de apresentação e divulgação do Museu Paranaense à sociedade, é de fundamental importância, não só para o Turismo como para a sociedade Curitibana, conscientizando, tanto para a preservação do Patrimônio Cultural como da História local e regional.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARRETO, Margarita. **Turismo e Legado Cultural**: as possibilidades do planejamento. Campinas, SP: Papirus, 2000. (Coleção Turismo).

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: SENAC, 1998.

FILHO, Américo Pellegrini. **Ecologia, Cultura e Turismo**. 3º ed. Campinas, SP: Papirus, 1999. (Coleção Turismo)

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Pioneira, 1998.

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar. **Turismo teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

PAIVA, Maria das Graças de Menezes V. **Sociologia do Turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1995. (Coleção Turismo)

RUSCHMANN, Doris. **Marketing Turístico**. 4º ed. Campinas, SP: Papirus, 1999. (Coleção Turismo)

RUSCHMANN, Doris. **Turismo e Planejamento Sustentável**. 5º ed. Campinas, SP: Papirus, 1999. (Coleção Turismo)

SARTOR, Lourdes Fellini. **Introdução ao Turismo**. CO – Edição: UCS/Est. 1977.

REVISTA VEJA. Aventura, sim, mais sem risco. São Paulo: n. , p. 76 - 77, novembro 2000.

REVISTA INFORMA TUR. Linha Turismo. Curitiba: Ano XII - n. 134, p. 11, janeiro 2001.

INTERNET: Site - <http://www.pr.gov.br/museupr>

ANEXOS

Anexo 01 - Aresta: Arquitetura e restauro Ltda

Anexo 02 - Questionário: Aplicado aos Órgãos

Anexo 03 - Questionário: Aplicado às Agências de Turismo

Anexo 04 - Questionário: Aplicado aos visitantes do Museu Paranaense

ANEXO 01

Aresta: Arquitetura e Restauro Ltda

I. ARQUITETURA ECLÉTICA

"A queda progressiva dos preconceitos críticos levou a historiografia arquitetônica a reavaliar, no final do século passado, o Barroco e, no atual, o Neoclassicismo (sobre o qual pesavam ainda a censura da crítica romântica e idealista), o Art Nouveau e o ecletismo (considerados pelo Movimento Moderno "inimigos" a serem derrotados).

Dois fatos - pelo menos na Europa - estimularam estes estudos e interesses renovados: a ampliação do problema da proteção e restauração do patrimônio histórico-monumental para as estruturas urbanas e edifícios do século XIX; e a crise do Movimento Moderno que levou a uma revisão dos princípios desta disciplina e a uma reflexão crítica em cujo alicerce se encontram, exatamente a cultura e a cidade do século passado.

Podemos dizer até que Neoclassicismo e Ecletismo, hoje, constituem o centro de interesses de áreas, como a universitária, por exemplo, onde as decisões operacionais e de projeto arquitetônico e urbanístico amadurecem.

Aos poucos, a adoção pela crítica de termos como clássico e romântico; o aprofundamento do significado da imitação; a descoberta de que havia uma dialética constante entre razões da arquitetura e razões éticas, sociais e políticas e de que existia uma clientela - a burguesia em ascensão - nos levaram a interpretar o período com uma unidade.

Foi a clientela burguesa que exigiu (e obteve) os grandes progressos nas instalações técnicas, nos serviços sanitários da casa, na sua distribuição interna, que solicitou uma evolução rápida das tipologias nos grandes hotéis, nos balneários, nas grandes lojas, nos escritórios, nas bolsas, nos teatros, nos bancos e nas imponentes estruturas administrativas.

A cultura arquitetônica deleitou-se, por mais de cem anos, com o fato de ter acolhido os mais variados elementos lexicais, extraíndo-os de todas as épocas e regiões, recompondo-os de diferentes

maneiras de acordo com os princípios ideológicos, nos quais podem ser distinguidos, pelo menos, três correntes principais: a da Composição Estilística, baseada na adoção imitativa coerente e "correta" de formas do passado; a do Historicismo Tipológico, voltado, predominantemente, a escolhas apriorísticas de cunho analógico que deveriam orientar o estilo quanto à finalidade a que se destinava cada um dos edifícios; a dos pastiches compositivos que, com uma maior margem de liberdade, "inventava" soluções estilísticas historicamente inadmissíveis e, às vezes, beirando o mau gosto (mas que, muitas vezes, escondiam soluções estruturais interessantes e avançadas).

(1)

* Extrato de textos do arquiteto Luciano Patetta, professor de História da Arquitetura na Faculdade de Arquitetura da Politécnica de Milão.

É comum, e com razão, ligar-se o neoclassicismo ao processo de europeização arquitetônica do Brasil, embora algumas realizações nacionais daquela corrente formal já aparecessem entre nós, por via portuguesa, desde fins do século XVIII.

O período que medeia entre a proclamação da República e a revolução de 1930, conhecido como Primeira Republica, corresponde, no campo da arquitetura, ao ecletismo, compreendendo profundas modificações na configuração do espaço das cidades brasileiras mais importantes. No afã de incorporar o país nos padrões arquitetônicos e urbanos de cunho europeu, desenvolveu-se uma campanha permanente em favor do progresso e da civilização, que toma a França como parâmetro superior.

2. DADOS HISTÓRICOS DO MUSEU PARANAENSE

A construção do imóvel teve início em 1914, e foi inaugurado a 24 de fevereiro de 1916, para servir de sede da prefeitura municipal; a autoria do projeto é atribuída ao engenheiro Cândido de Abreu.

Em 3 de fevereiro de 1948, o edifício passou a se chamar oficialmente "Paço da Liberdade". Em 10 de julho do mesmo ano, o prédio foi integrado ao Patrimônio Histórico do Município de Curitiba. O tombamento do prédio a nível estadual é de 1966 (inscrição nº 06, no Livro de Tombo Histórico).

A prefeitura municipal ocupou o prédio até 1969 quando se transferiu para o Centro Cívico. Até outubro de 1970, o edifício abrigou o Projeto Rondon e, naquele ano, se iniciaram os trabalhos de restauração e adaptação para a função atual de sede do Museu Paranaense.

O acervo do Museu Paranaense foi tombado a nível estadual em 1972, com inscrição sob o nº 84 do Livro do Tombo Histórico. O tombamento do acervo a nível federal é do ano de 1941, com inscrições nos seguintes livros:

- . a- Livro de Tombo Histórico, inscrição nº 161;
- . b- Livro de Belas Artes, inscrição nº 231;
- . c- Livro de Tombo Arqueológico, inscrição nº 13.

2.1 Características da construção

A base do edifício é um retângulo em cujos lados menores se erguem duas fachadas, tendo a principal o destaque de uma torre quadrada. A construção de alvenaria de tijolos tem três pavimentos que, desde o nível da calçada até a cornija, atingem 15 m de altura, havendo ainda a mansarda e um terraço com três metros de altura. Apresenta cobertura em quatro águas.

Dois héracles suportam as colunas da entrada do prédio; essas esculturas representam os poderes municipais, legislativo e executivo. O nicho, que se encontra logo acima, contém uma estátua feminina vestida com túnica, representando a cidade de Curitiba.

Completa a ornamentação da torre, um escudo com as armas do município e cabeças de leão, símbolos da força. As três faces da torre mostram relógios movidos a eletrecidade. Nas diversas fachadas há sacadas semi-circulares. Os degraus da entrada são de granito.

ANEXO 02

Questionário: Aplicado aos Órgãos

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ – CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PLANEJAMENTO E GESTÃO DO TURISMO.

Nome da Secretaria: _____

Nome do entrevistado: _____

Posição: _____

1) Qual sua opinião sobre Museus e como os vê hoje ?

R. _____

2) Você acha que os Museus como parte integrante da sociedade vem cumprindo seu papel ?

R. _____

3) Você acha que não existe um hábito na sociedade brasileira na visitaç o de Museus ? Quais seriam as causas ?

R. _____

4) Você acha que falta uma melhor divulga o dos Museus ? Marketing ?

R. _____

5) O que voc  acha que poderia ser feito para atrair mais visitantes e conscientizar a sociedade brasileira para a import ncia dos Museus ?

R. _____

6) Quais vem sendo as  ltimas resolu es da secretaria sobre o Museu Paranaense ? Pr dio, investimentos, outros.

R. _____

7) Quais s o os  rg os que esta institui o administra na promo o de exposi es e eventos ? E quem financia ?

R. _____

Os colegas do Curso de P s-gradua o em Turismo agradecem a sua aten o e colabora o.

ANEXO 03

Questionário: Aplicado às Agências de Turismo

QUESTIONÁRIO

Os alunos do Curso de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná estão realizando uma pesquisa sobre o Museu Paranaense como Atrativo Turístico Histórico Cultural de Curitiba. Com esse objetivo, solicitamos sua colaboração respondendo corretamente as seguintes questões:

Nome da Agência: _____

1) Quais são os atrativos mais procurados pelos clientes em sua Agência ?

Atrativos Naturais: ____% Atrativos Culturais: ____%

Naturais: _____

Culturais: _____

2) Qual seria a porcentagem dos visitantes que procuram o Museu Paranaense para visitaçaõ ?

R. ____%

3) Você indica a visitaçaõ ao Museu Paranaense ? Porquê ?

R. _____

4) Você acha que falta uma maior divulgaçaõ dos Atrativos Culturais por parte dos Órgãos responsáveis ?

R. _____

5) Você acha que falta uma melhor divulgaçaõ do Museu Paranaense nos meios de comunicaçaõ como Atrativo Turístico ? Em sua opiniãõ o que poderia ser feito ?

R. _____

6) Você considera que exista uma melhor divulgaçaõ da Curitiba Ecológica do que a Curitiba Cultural ?

() Sim () Não

Os colegas do Curso de Pós-graduação em Turismo agradecem a sua atençaõ e colaboraçaõ.

ANEXO 04

Questionário: Aplicado aos visitantes do Museu Paranaense

QUESTIONÁRIO

Os alunos do Curso de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná estão realizando uma pesquisa sobre o Museu Paranaense como atrativo turístico histórico cultural e sua utilização e visitação, tanto pelos Curitibanos como pelos turistas. Com esse objetivo, solicitamos sua colaboração, respondendo corretamente às seguintes questões:

- 1) Sexo: () masculino () feminino
- 2) Idade: _____ anos
- 3) Escolaridade: () 1º grau () 2º grau () superior, curso: _____
 () completo ou () incompleto
- 4) Cidade onde reside: _____
- 5) Sua renda é:
- () de 1 à 5 salários mínimos
 () de 6 à 10 salários mínimos
 () superior à R\$ 1.500,00
- 6) Esta em Curitiba por motivos de:
- () trabalho () resido em Curitiba
 () férias
 () pessoal
 () familiares
 () passagem
 () estudo
- 7) Com que frequência visita Museus:
- () só quando viaja
 () uma vez por mês
 () várias vezes no mês
 () uma vez por ano
 () esporadicamente
 () não costuma visitar Museus
- 8) Qual o principal motivo para visitar um Museu:
- () interesse em conhecer outras culturas
 () aperfeiçoar o nível de conhecimento
 () curiosidade
 () afinidade
 () outros: _____

9) Geralmente visita Museus:

- ☐ sozinho
- ☐ amigos
- ☐ excursão
- ☐ familiares
- ☐ outros: _____

10) Como ficou sabendo da existência do Museu Paranaense:

- ☐ agência de viagem
- ☐ guias
- ☐ internet
- ☐ escola
- ☐ pais e familiares
- ☐ amigos
- ☐ meios de comunicação (TV, jornal, revista, etc)
- ☐ outros: _____

11) Dê que forma veio até o Museu Paranaense:

- ☐ caminhando
- ☐ carro
- ☐ carro alugado
- ☐ ônibus
- ☐ táxi
- ☐ moto
- ☐ bicicleta
- ☐ outros: _____

12) O que acha da localização do Museu Paranaense ?

- ☐ bem localizado
- ☐ difícil localização
- ☐ escondido em relação a outros pontos turísticos
- ☐ difícil localização por parte do turista
- ☐ outros: _____

13) Quanto ao estacionamento da área:

- ☐ de difícil acesso
- ☐ de fácil acesso
- ☐ número reduzido de estacionamento na área
- ☐ número reduzido de estacionamento particular
- ☐ falta de segurança
- ☐ o Museu Paranaense poderia possuir estacionamento
- ☐ outros: _____

14) Quanto a segurança da área:

- ☐ ótima
- ☐ boa
- ☐ razoável
- ☐ ruim
- ☐ sofrível

15) O que mais chamou atenção no Museu Paranaense: (assinale apenas 1 alternativa)

- ☐ prédio
- ☐ acervo no geral
- ☐ disposição das peças
- ☐ limpeza
- ☐ sinalização
- ☐ disposição da temática
- ☐ segurança
- ☐ estado de conservação das peças
- ☐ outros: _____

16) O que acrescentaria no Museu Paranaense para melhorá-lo ?

R. _____

17) O que removeria do Museu Paranaense para a sua melhora ?

R. _____

18) Você acha que o Museu Paranaense representa bem a História do Paraná ?

☐ sim ☐ não

Em caso negativo, por quê ?

R. _____

19) Visitou algum outro ponto turístico ou histórico próximo ao Museu Paranaense ?

☐ sim ☐ não

Em caso afirmativo, qual: _____

20) No GERAL, dê uma nota de 0 à 10 para o Museu Paranaense: NOTA _____

21) Você gostaria de fazer algumas observação que ficou faltando ?

☐ sim ☐ não

R. _____

Os colegas do Curso de Pós-graduação em Turismo agradecem a sua atenção e colaboração

