



## **Avaliação do potencial turístico do Centro Cultural São Francisco de João Pessoa/PB sob a ótica do turismo patrimonial**

*Evaluation of the tourist potencial of the São Francisco Cultural Center in João Pessoa, Brazil from the perspective of heritage tourism*

**Lis Vieira Araújo Silva Franco<sup>1</sup>**  
**Elídio Vanzella<sup>2</sup>**

**RESUMO:** A presente pesquisa se desenvolveu sob a perspectiva do turismo patrimonial com foco no Centro Cultural São Francisco, um complexo franciscano de construção secular localizado no Centro Histórico de João Pessoa (PB), tombado pelo Instituto do Patrimônio Artístico Nacional (IPHAN) em 1952. O estudo teve como objetivo avaliar o gerenciamento patrimonial do Centro Cultural São Francisco para o desenvolvimento da atividade turística por meio da análise da matriz Market Appeal-Robusticity. A utilização desta metodologia teve como base o modelo proposto por du Cros (2001) e possibilitou observar a relação entre o valor histórico/sociocultural e sua respectiva utilização

---

1 Mestrado (em andamento) no Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de São Paulo (USP). Bacharel em Hotelaria pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Tecnóloga no Curso Superior Técnico em Gastronomia pela Faculdade Internacional da Paraíba (FPB). E-mail: lisvieira.academico@gmail.com Lattes: <http://lattes.cnpq.br/9136611008848890>

2 Doutor em Modelos de Decisão em saúde (Estatística) - Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Mestrado em Modelos de Decisão em saúde - Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Especialista em Gestão de Pessoas - Instituto de Educação Superior da Paraíba (IESP). Graduado em Administração de empresas - Instituto de Educação Superior da Paraíba (IESP). Professor - Unifuturo, João Pessoa PB. Professor - Education Without Borders Program. Coordenador de Linha de Pesquisa - GCET (Grupo de Cultura e Estudos em Turismo). Email: [elidiovanzella@gmail.com](mailto:elidiovanzella@gmail.com) Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5801337645136921>

para o mercado turístico. Os principais resultados demonstraram que o patrimônio em questão é adequado para desenvolver a atividade turística sem apresentar riscos que comprometam seus aspectos estruturais e culturais. Esse estudo pode contribuir diretamente com a conscientização do trade turístico acerca da efetiva inclusão do Centro como atrativo em roteiros locais, já que o bem é considerado uma das principais referências coloniais do país.

**Palavras-chave:** Patrimônio Cultural; Turismo Patrimonial; Turismo Histórico; Matriz Market Appeal-Robusticity.

**ABSTRACT:** This research was developed from the perspective of heritage tourism with a focus on the São Francisco Cultural Center, a Franciscan complex of secular construction located in the Historic Center of the city of João Pessoa (PB, Brazil), listed by the National Institute of Artistic Heritage (Instituto do Patrimônio Artístico Nacional - IPHAN) in 1952. Thus, the study aimed to verify the heritage management of this Cultural Center for the development of tourism through the analysis of the Market Appeal-Robusticity matrix. The model proposed by du Cros (2001), made it possible to perceive the relationship between the historical/sociocultural value and its respective operation for the tourist market. The main results demonstrated that the heritage in question is suitable for developing tourism activities without compromising the space structurally or culturally. This study can directly contribute to raising awareness among the tourism trade regarding the effective inclusion of the center as an attraction in all local itineraries, since the property is considered one of the main colonial references in Brazil.

**Keywords:** Cultural Heritage; Heritage Tourism; Historic Tourism; Market Appeal-Robusticity Matrix.

## 1. INTRODUÇÃO

De acordo com o Artigo 216 da Constituição Brasileira de 1988, constitui-se como bens patrimoniais culturais, todos os elementos de natureza material ou imaterial que refletem a identidade das comunidades neles representados. Tal definição vem corroborando com as declarações estabelecidas pela UNESCO, a partir da criação da Convenção do Patrimônio Mundial, instrumento fundamental para manter o legado cultural de grupos sociais.

Aproximando-se do campo do turismo, os bens patrimoniais culturais desempenham papel essencial no desenvolvimento da atividade, sendo considerados importantes atrativos nos destinos (LOHMANN e PANOSSO NETTO, 2017). Ao avaliar a utilização desses bens como atrativos turísticos, vários elementos são levados em consideração, como por exemplo seu valor cultural, potencial de mercado e fragilidade, que poderão resultar em medidas específicas para garantir um uso sustentável dos mesmos (du CROS, 2001).

No Brasil, a gestão de bens patrimoniais encontra-se associada ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), que desde 1937 vem identificando formas de expressão, criações científicas, artísticas e tecnológicas, obras, objetos, documentos, edificações, além de muitos outros elementos de valor para a cultura brasileira.

Em relação ao campo de investigação desta pesquisa, tem-se o Centro Cultural São Francisco, localizado na cidade de João Pessoa, no estado da Paraíba (PB), que foi reconhecido como patrimônio pelo IPHAN, em 1952. Atualmente, o complexo arquitetônico é administrado pela Arquidiocese da Paraíba, agindo em parceria com o IPHAN para garantir sua preservação. O conjunto franciscano, composto por Convento e Igreja de Santo Antônio e Casa de Oração e Claustro da Ordem Terceira de São Francisco, é símbolo do período colonial (Brasil Colônia, de 1530 a 1822) no Estado.

Levando em consideração os aspectos apresentados, a pesquisa teve o objetivo de avaliar o gerenciamento patrimonial do Centro Cultural São Francisco, para o desenvolvimento da atividade turística, por meio da tradução e validação da escala Market Appeal-Robusticity, produzida por Hilary du Cros (2002).

A escala mencionada é utilizada como recurso avaliador da administração de bens patrimoniais em várias partes do mundo (LI e LO, 2004, BURURESCU, 2013, STAFA et al. 2018), porém a falta de versões na língua portuguesa tem sido uma barreira para sua efetiva utilização. Sendo assim, a presente pesquisa pretende não apenas contribuir no âmbito científico, ampliando as possibilidades metodológicas de pesquisa na área, mas também produzir resultados precisos acerca do gerenciamento patrimonial no Centro Cultural São Francisco.

## 2. PATRIMÔNIO CULTURAL E O TURISMO NO CENTRO CULTURAL DE SÃO FRANCISCO, ESTADO DA PARAÍBA (PB)

A concretização de um bem como patrimônio é um processo agregado de valores. O valor patrimonial é considerado uma característica a ser atribuída por indivíduos que tem interesse sobre o bem, transmitindo suas necessidades e desejos baseados no contexto social vivido (SPENNEMANN, 2006; TORRE, 2013). A partir do momento que o bem passa a receber o status patrimonial, começa-se a despertar o interesse e a motivação de pessoas para conhecê-lo, conseqüentemente tornando-se um potencial componente do turismo que se origina ou já é desenvolvido no local (ALVAREZ et al., 2016; LETHIAMÄKI et al., 2018).

Nesse sentido, o turismo patrimonial é compreendido como a atividade turística voltada para contemplação de bens e fenômenos que carregam a essência do passado de uma comunidade (PROHASK, 2015; TIMOTHY, 2011). Segundo Fletcher et al. (2018), esse tipo de turismo é consolidado quando a motivação turística está diretamente associada aos bens.

A relação estabelecida entre a atividade turística e a integridade desses bens é delicada, exigindo uma série de medidas para garantir sua perpetuação (du CROS, 2001). Nesse sentido, vale evidenciar dois conceitos relativamente semelhantes, porém, distintos quando se trata do manejo do patrimônio cultural: preservação e conservação. Preservação refere-se ao tratamento do bem, na perspectiva de mantê-lo estável, mais próximo de como foi encontrado, enquanto conservação se refere a um tratamento mais flexível, onde é possível haver algumas modificações que não comprometam a cultura e os valores presentes no patrimônio (HOWARD, 2003; HARISSON, 2010; UNESCO, 2018).

Assim como foi mencionado anteriormente, no Brasil o patrimônio cultural fica sob responsabilidade do IPHAN. Há oito décadas, o instituto tem sido um importante órgão, zelando pela conservação e salvaguarda dos bens patrimoniais. Na Paraíba, o IPHAN buscou tombar, primeiramente, o acervo colonial, refletido nas Igrejas e construções militares.

O município de João Pessoa é conhecido por ser a cidade mais oriental do continente americano, conseqüentemente, da parte continental do Brasil. A conquista dos portugueses, espanhóis e índios Tabajaras contra os franceses e índios Potiguaras, representou a oportunidade perfeita para o estabelecimento de uma base na capitania da Paraíba (SILVA, 2009). Com intuito de defesa, foram estabelecidas fortificações transmitindo um cunho mais militar à vila que estava se originando, sendo conhecida por Filipéia de Nossa Senhora das Neves (VANZELLA e BRAMBILLA, 2022; SILVA, 2009).

Entre 1588 e 1589, o Frei Melchior, em conjunto com outros frades, fundaram o primeiro espaço Franciscano na Paraíba, conhecido por Convento de Santo Antônio. O projeto consistia em um espaço destinado a abrigar frades que realizavam atividades religiosas determinadas pela Ordem (GOVERNO DO ESTADO DA PARAÍBA, 1990). O Convento é composto pelo pátio central do claustro, ornamentado com azulejos policromados portugueses e amplos cômodos que antigamente eram utilizados como

alojamentos pelos frades. Detalhes são percebidos, tanto na área interna com as carrancas de pedra que ornaram as escadas, quanto na área externa, com as grandes janelas e balaústres.

A região, palco de numerosos conflitos com os holandeses no século seguinte, foi sofrendo modificações com o passar do tempo, até chegar à configuração atual. A construção da Igreja de São Francisco foi a principal delas. Símbolo da Igreja Católica, é composta pelo adro (espaço externo), guarnecido com o monumental cruzeiro de calcário entalhado com águias. Os azulejos, tipicamente portugueses, trazem seis representações da via sacra e encontram-se dispostos pelo espaço, juntamente com outros ornamentos como o Leão de Fô, uma figura de inspiração oriental. Na fachada, é notável os traços barrocos exibidos através da abundância de detalhes, ressaltados também na galilé (estrutura coberta localizada na entrada do templo), sendo essa uma característica marcante da arquitetura franciscana (GOVERNO DO ESTADO DA PARAÍBA, 1990).

No seu interior, encontra-se a Capela Dourada também conhecida por Casa de Oração. Sua arquitetura detalhista exibe grande quantidade de ouro que, de acordo com Oliveira (2003), transmitia em sua essência a consolidação territorial portuguesa. A Capela Ordem Terceira também se encontra integrada ao Conjunto Franciscano. Sua construção tem início em 1704, e, assim como a Igreja de São Francisco, ela apresenta uma arquitetura barroca, destacando elementos artísticos do estilo rococó (OLIVEIRA, 2003; GOVERNO DO ESTADO DA PARAÍBA, 1990).

Atualmente, o IPHAN é responsável por garantir a proteção do Conjunto Franciscano da Paraíba. Tombado em 1952 (Processo nº 063-T-38, Inscrição nº 407 do Livro de Belas Artes), o conjunto é considerado “uma das expressões mais valiosas do patrimônio histórico e artístico nacional” (GOVERNO DO ESTADO DA PARAÍBA, 1990, p.31).

Na cidade de João Pessoa, o turismo patrimonial concentra-se na região do Centro Histórico devido ao vasto número de patrimônios tombados na localidade. Em relação ao Centro Cultural São Francisco, a atividade turística teve início após sua última grande restauração, ocorrida em 1990, quando se encerra boa parte das atividades religiosas no local. Atualmente, o Centro Cultural São Francisco funciona de terça-feira a domingo, das 9h00 às 15h00, com ingresso no valor de R\$ 10,00 (inteira), incluindo visita guiada em português, inglês e espanhol.

Em relação à visita turística, de acordo com o Instituto de Planejamento, Estatística e Desenvolvimento (INDEP), em 2021, o Centro Cultural São Francisco ocupou a quarta posição no Centro Histórico de João Pessoa, apresentando um percentual de 44,86%. Em contrapartida, nota-se uma discrepância de 26,17% em relação ao primeiro lugar, ocupado por outro patrimônio que se encontra relativamente próximo (INDEP, 2022).

Levando em consideração os aspectos patrimoniais e turísticos apresentados, optou-se por aplicar a escala desenvolvida por du Cros (2002) no Centro Cultural São Francisco, a fim de verificar a possibilidade de utilização dessa metodologia em bens patrimoniais no Brasil.

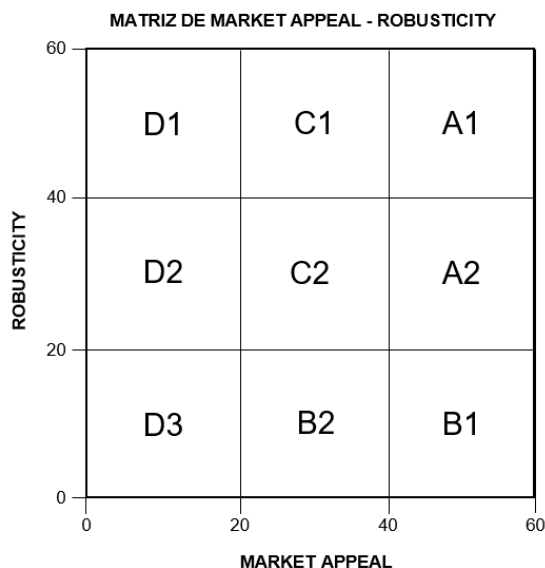
### 3. ESCALA MARKET APPEAL-ROBUSTICITY POR HILARY DU CROS (2002)

A escala Market Appeal-Robusticity foi desenvolvida por Hilary du Cros (2002), após a pesquisadora identificar uma carência na estruturação do turismo, especialmente quando se trata do patrimônio cultural, o qual requer uma atenção especial, tendo em vista que se trata de um recurso muitas vezes vulnerável e não renovável, contendo o passado e memória de uma comunidade.

A autora estabelece que é necessário haver uma priorização em gestões que promovam equilíbrio entre dois fatores, conservação e mercantilização, os quais poderão garantir um aproveitamento sustentável do patrimônio como atrativo turístico. Sendo assim, foi desenvolvido um modelo de matriz, a fim de verificar a relação entre a conservação e a mercantilização dos bens patrimoniais dentro do setor turístico.

A matriz (Gráfico 1) apresenta dois eixos: Robusticity e Market Appeal. O primeiro eixo encontra-se relacionado ao gerenciamento, conservação e valor do patrimônio, enquanto o segundo eixo trabalha os elementos necessários para viabilização do mesmo para a atividade turística. O ponto de relação entre esses dois eixos é disposto em um dos nove quadrados presentes na matriz.

GRÁFICO 1: MATRIZ DE MARKET APPEAL – ROBUSTICITY



FONTE: Traduzido de du Cros (2001) e adaptado pelos autores (2022).

A interpretação dos quadrados, segundo du Cros (2001) é apresentada com a seguinte concepção: os quadrados A1 e A2 apresentam alto nível de Market Appeal e alto/moderado nível de Robusticity, são considerados ideais para o desenvolvimento da atividade turística, tendo em vista que requerem poucas ações protetivas e não

sofreram muitos impactos negativos, especialmente do turismo de massa; já os quadros B1 e B2 referem-se a alto/moderado nível de Market Appeal e baixo Robusticity, apresentam alguns desafios de gestão, pois é necessário estabelecer medidas para que o patrimônio não seja danificado com a atividade turística. Por outro lado, os quadros C1 a C2 possuem alto/moderado nível de Robusticity e moderado nível de Market Appeal, podem investir na introdução de estratégias que auxiliem o desenvolvimento de mercado, tornando-se um atrativo turístico mais visitado. Por último, os patrimônios que se encontram nos quadros D1, D2 e D3 apresentam baixo nível de Market Appeal, são considerados pouco significativos para a atividade turística. A autora ainda ressalta que mesmo se encontrando nessa última classificação, é importante preservar o patrimônio, tendo em vista que são extremamente necessários para compreensão do passado, especialmente no âmbito acadêmico.

Portanto, a utilização da matriz Market Appeal-Robusticity contribui não apenas para o direcionamento de uma gestão mais sustentável, mas também para verificar a potencialidade do patrimônio como atrativo turístico da região, auxiliando na valorização cultural da comunidade em foco.

#### 4. PERCURSO METODOLÓGICO

Para o desenvolvimento desta pesquisa, inicialmente foram selecionados os itens presentes na escala desenvolvida por du Cros (2002), preservando as 27 questões distribuídas em quatro construtos: Apelo de mercado; Necessidade e design de produto; Importância cultural; Robustez.

Em seguida foi realizada a tradução da escala (quadro 1), a qual encontrava-se na língua inglesa. Através da técnica de back-translation, os 27 itens foram traduzidos para o português e validados por um Professor Doutor em Turismo, bilíngue, cujas pesquisas encontram-se voltadas a métodos quantitativos.

QUADRO 1: TRADUÇÃO DOS ITENS DA ESCALA MARKET APPEAL-ROBUSTICITY

SETOR TURÍSTICO
<p><b>APELO DE MERCADO:</b></p> <p><b>1.Ambientação:</b> Péssima (0)   Adequada (2-3)   Boa (4)   Excelente (5)</p> <p><b>2.Conhecimento da região:</b> Nenhum (0-1)   De certa forma (2-3)   Extensivo (4-5)</p> <p><b>3.Importância e símbolo nacional:</b> Absolutamente não (0)   De certa forma sim (1-3)   Certamente sim (4-5)</p> <p><b>4.Lugar memorável:</b> Absolutamente não (0)   De certa forma sim (1-3)   Certamente sim (4-5)</p> <p><b>5.Presença de elementos que se destacam dentre outros patrimônios:</b> Absolutamente não (0)   De certa forma sim (1-3)   Certamente sim (4-5)</p> <p><b>6.Apelo de elementos (ex: eventos) para fomentar a atividade turística:</b> Absolutamente não (0)   De certa forma sim (1-3)   Certamente sim (4-5)</p>

**7.Fomenta a visitação de outros patrimônios na região:**

Absolutamente não (0) | De certa forma sim (1-3) | Certamente sim (4-5)

**8.Reconhecido como atividade turística:**

Absolutamente não (0) | De certa forma sim (1-3) | Certamente sim (4-5)

**9.Associação a cultura da comunidade da região:**

Absolutamente não (0) | De certa forma sim (1-3) | Certamente sim (4-5)

-----  
**NECESSIDADE E DESIGN DE PRODUTO:**

**10.Acesso ao patrimônio:**

Difícil acesso (0) | Acessível (1-2) | Excelente acesso (3)

**11.Acesso dentro das instalações:**

Difícil acesso (0) | Acessível (1-2) | Excelente acesso (3)

**12.Acesso a outros atrativos a partir do patrimônio:**

Difícil acesso (0) | Acessível (1-2) | Excelente acesso (3)

**13.Comodidades (serviços oferecidos no patrimônio):**

Péssima (0) | Adequada (2-3) | Boa (4) | Excelente (5)

**PARA O SETOR TURÍSTICO:**

Baixo apelo = 0-20 | Apelo moderado = 21-40 | Alto apelo = 41-60

**GERENCIAMENTO DO PATRIMÔNIO CULTURAL**

**IMPORTÂNCIA CULTURAL:**

**14.Valor estético:**

Baixo (0) | Médio (1) | Alto (2)

**15.Valor histórico:**

Baixo (0) | Médio (1) | Alto (2)

**16.Valor educacional:**

Baixo (0) | Médio (1) | Alto (2)

**17.Valor social:**

Baixo (0) | Médio (1) | Alto (2)

**18.Valor científico/potencial de pesquisa:**

Baixo (0) | Médio (1) | Alto (2)

**19.Singularidade do patrimônio:**

Comum (0-1) | Raro (2) | Único (3)

**20.Experiência como destino turístico:**

Péssima (0-1) | Boa (2-3) | Excelente (4)

-----  
**ROBUSTICITY:**

**21.Fragilidade:**

Pouco frágil (0-1) | Relativamente frágil (2-3) | Muito frágil (4)

**22.Estado de conservação:**

Péssimo (0) | Razoável (1) | Bom (3-2) | Excelente (4)

**23.Plano de gestão/gerenciamento**

Péssimo (0) | Razoável (1) | Bom (3-2) | Excelente (4)

**24.Segurança e monitoramento:**

Péssimo (0) | Razoável (1) | Bom (3-2) | Excelente (4)

**25.Envolvimento com entidades privadas:**

Péssimo (0) | Adequado (1-4) | Excelente (5)

**26.a) Possibilidade de impacto negativo por alto fluxo de visitação em relação a estrutura do patrimônio:**

Alta possibilidade (1) | Média possibilidade (2-4) | Baixa possibilidade (5)

**b) Possibilidade de impacto negativo por alto fluxo de visitação em relação ao estilo de vida e cultura da comunidade local:**

Alta possibilidade (1) | Média possibilidade (2-4) | Baixa possibilidade (5)

**27.a) Possibilidade de impacto negativo interferência para promover alta visitação em relação a estrutura do patrimônio:**

Alta possibilidade (1) | Média possibilidade (2-4) | Baixa possibilidade (5)

**b) Possibilidade de impacto negativo interferência para promover alta visitação em relação ao estilo de vida e cultura da comunidade local:**

Alta possibilidade (1) | Média possibilidade (2-4) | Baixa possibilidade (5)

**PARA O GERENCIAMENTO DO PATRIMÔNIO CULTURAL:**

**Frágil/baixo valor cultural = 0-20 | Moderado valor cultural = 21-40 | Alto valor cultural = 41-60**

FONTE: Desenvolvido pelos autores, 2022.

As questões foram inseridas em um formulário, que foi distribuído de forma online, no mês de agosto de 2022, destinados a uma amostra por conveniência. Essa amostra foi composta por brasileiros que já visitaram o Centro Cultural São Francisco, pelo menos uma vez, totalizando 120 respostas, sendo 113 válidas. Os dados foram baixados do Google Forms em formato de xlsx e importados para o Excel para serem analisados.

A análise desdobrou-se na esfera da estatística descritiva, sendo utilizado o cálculo de ranking médio. Os resultados obtidos em cada item foram somados dentro dos seus respectivos construtos, e posteriormente enquadrados dentro da pontuação estabelecida pela autora (Frágil/baixo valor cultural = 0-20 | Moderado valor cultural = 21-40 | Alto valor cultural = 41-60; Baixo apelo = 0-20 | Apelo moderado = 21-40 | Alto apelo = 41-60).

$f_i$  = frequência observada de cada resposta para cada item

$x_i$  = valor de cada resposta

Os resultados provenientes dos construtos foram agrupados de acordo com seu eixo de pertencimento (Market Appeal ou Robusticity) e alinhados dentro da matriz proposta pela autora. A interpretação do ponto de encontro desses resultados foi realizada de acordo com os parâmetros estabelecidos pela autora e discutidos na sessão posterior.

Por fim, também foi realizado uma visita guiada no local, que ocorreu no dia 20 de agosto de 2022, objetivando coletar mais evidências que pudessem sustentar os resultados produzidos através dos questionários, a fim de verificar a eficácia da escala. Para isso, foi utilizada observação sistemática, a qual consiste na observação de elementos selecionados baseada em aspectos previamente estruturados (FLICK, 2009), focando especialmente nos elementos do construto “Necessidade e Design de Produto” e também no comportamento dos visitantes, que compunham o grupo, verificando suas reações e atitudes perante o exposto na visita.

## 5 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para o processo de verificação dos dados, optou-se por, primeiramente, analisar cada seção separadamente, a fim de discorrer mais informações sobre o patrimônio, apresentando resultados consistentes para validação da escala.

A análise teve início pela seção Setor Turístico, em que verificou-se aspectos positivos referentes ao apelo de mercado, revelando que, de forma geral, o Centro Cultural São Francisco fomenta a atividade turística em razão de elementos arquitetônicos, sociais e culturais. Na seguinte seção (Necessidade e Design de Produto) ainda da mesma constante, duas das três questões sobre acessibilidade obtiveram respostas medianas, em relação ao acesso ao Centro e a outros patrimônios a partir do mesmo. Em contrapartida, o acesso dentro das instalações foi tido como excelente. É importante ressaltar que a acessibilidade às Pessoas com Deficiência (PcD) ainda é precária no local, faltando, por exemplo, rampas de acesso no adro na Igreja de São Francisco. É pertinente levantar tais pontos para que sejam implementados em futuros projetos de retrofit<sup>3</sup>, a fim de garantir a visita de todos.

Ainda em visita ao local, notou-se que boa parte dos visitantes se encontravam vinculados à passeios promovidos por agências de turismo receptivo que, em geral, incluem o destino dentro do pacote de citytour. Dessa forma, pode-se assumir que muitos desses turistas visitam o patrimônio por conveniência, fazendo uma relação com a teoria proposta por Lehtimäki et al (2008), o qual estabelece ser uma característica comum dentre os visitantes de espaços patrimoniais.

As comodidades também foram verificadas, demonstrando certa fidelidade nas respostas dos questionários. Os visitantes apontaram como adequadas para as necessidades, apresentando apenas toaletes, estacionamento interno e centro de informações.

Ao analisar o resultado proveniente dos questionários, foi realizado o cálculo de ranking médio, obtendo os coeficientes de cada item, os quais somados resultam na pontuação daquela seção. Dessa forma, o eixo Market Appeal pontua 48 pontos (Quadro 2), refletindo bons aspectos para desenvolvimento do patrimônio como atividade turística.

QUADRO 2: RESULTADO DO EIXO MARKET APPEAL DISTRIBUÍDA DE ACORDO COM AS QUESTÕES DA SEÇÃO “SETOR TURÍSTICO”

Questões	Apelo de Mercado									Necessidades e Design de Produto				Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Resultado	4	4	4	5	4	5	4	5	4	2	3	2	2	48

FONTE: Desenvolvido pelos autores, 2022

3 Retrofit refere-se a técnica arquitetônica utilizada em bens patrimoniais, a fim de adaptá-los às necessidades vigentes da sua utilização (Vieira, 2019).

Quanto à segunda seção, Gerenciamento do Patrimônio Cultural, as análises tiveram início pelo construto “Importância Cultural”. Como foi mencionado no referencial teórico, o valor do bem é fator de extrema importância para estabelecer algum fenômeno como elemento patrimonial. Dessa forma, faz-se necessário verificar a relevância do Centro Cultural São Francisco sob a ótica estética, histórica, educacional, social e científica. Para os cinco contextos, o Centro foi tido como de alto valor, demonstrando a importância patrimonial do local.

Quando se trata da singularidade, a maior parte dos respondentes indicou o Centro como patrimônio “único”, o que reforça a visão do arquiteto francês Germain Bazin, que afirma ser “uma das mais belas composições arquiteturais da América Latina” (GOVERNO DO ESTADO DA PARAÍBA, 1990, p. 31). Ainda nessa parte, a experiência turística no Conjunto Franciscano foi tida apenas como boa que, por mais abrangente que essa resposta seja, no turismo patrimonial, muitas vezes a falta de conhecimento, ou até mesmo a omissão de informações, podem ser responsáveis por gerar falhas na interpretação do visitante sobre o local, afetando então sua experiência turística (HARRISON, 2010; MENESES, 2013).

Em relação à última análise do questionário, tem-se “Robusticity”. Nesse construto, o gerenciamento patrimonial entra em evidência, destacando a preservação do ambiente. Quando se trata de conservação de materiais patrimoniais, uma das primeiras características levantadas é a fragilidade. Apesar dessa característica, em geral, ser definida por especialistas, é importante que o visitante tenha noção dela, pois, em muitos casos, determina seu valor e tratamento. De acordo com o resultado da pesquisa, os respondentes consideram que o Centro Cultural São Francisco é razoavelmente frágil.

Assim como a fragilidade, o estado de conservação também é um ponto analisado pelos visitantes. Em relação ao Centro Cultural São Francisco, eles responderam que o patrimônio se encontra em bom estado. Ao longo do tempo, o espaço passou por alguns reparos e restaurações, a fim de preservar ao máximo sua essência, sem trazer modificações para a arquitetura original. Em visita ao local, foi possível perceber algumas dessas ações restauradoras agregadas aos elementos originais. Na Figura 1, é possível notar os detalhes do entalhamento restaurados sem cobertura dourada (destacados com cor rosa) em meio aos originais (destacados com cor azul) da Capela Dourada.

FIGURA 1: DETALHE DA RESTAURAÇÃO DA CAPELA DOURADA



FONTE: Desenvolvido pelos autores, 2022

Quanto ao gerenciamento, o Centro Cultural São Francisco é gerido pela Arquidiocese da Paraíba, com participação de outras instituições governamentais, do estado e do município, e com o IPHAN, que vem assegurando sua proteção patrimonial de acordo com as condições estabelecidas pela UNESCO. De acordo com os respondentes, o plano de gestão do Centro Cultural São Francisco foi considerado bom.

Desde 2020, muitos projetos governamentais não estão mais em vigor, especialmente após a pandemia da Covid-19, porém o complexo franciscano ainda é palco para a realização de eventos e outras atividades. O envolvimento entre entidades públicas/privadas e o Centro Cultural São Francisco foi avaliado pelos respondentes como adequado, demonstrando não impactar negativamente o patrimônio. Dentre esses eventos, destacam-se os concertos da Orquestra Sinfônica Municipal de João Pessoa (gratuitos ao público), as numerosas celebrações matrimoniais privadas e alguns encontros religiosos.

As últimas duas questões do questionário procuraram verificar a opinião dos respondentes com relação aos possíveis impactos em virtude do grande fluxo de visitação e potenciais interferências (em geral, estruturais) no patrimônio. Ambas as questões foram divididas em duas perspectivas: impactos na estrutura do patrimônio e impactos ao estilo de vida e cultura da comunidade local. As respostas, embora imparciais, revelaram maior possibilidade de impacto na estrutura do patrimônio do que no estilo de vida da população.

Por fim, a seção Gerenciamento do Patrimônio Cultural pontua 43 pontos (Quadro 3) e, assim como a seção Apelo de Mercado, refletem boas perspectivas acerca do potencial patrimonial e seu gerenciamento na cidade de João Pessoa.

QUADRO 3: RESULTADO DO EIXO ROBUSTICITY DISTRIBUÍDA DE ACORDO COM AS QUESTÕES DA SEÇÃO “GERENCIAMENTO DO PATRIMÔNIO CULTURAL”

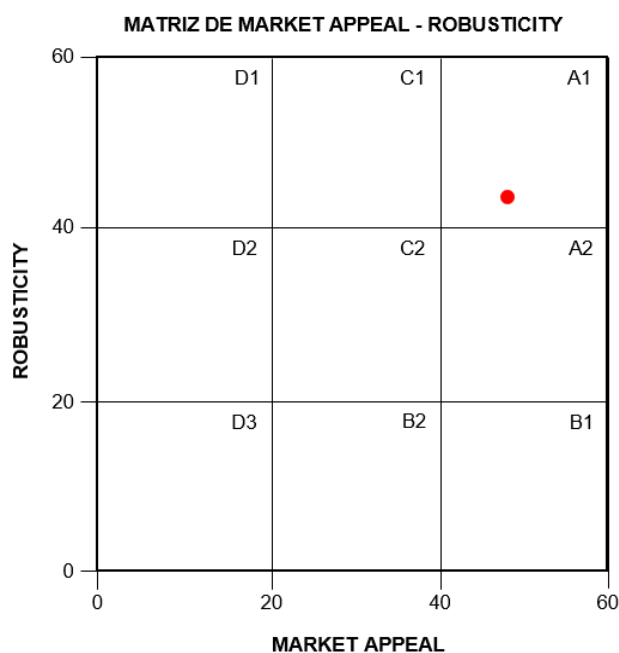
Questões	Importância Cultural							Robusticity								Total	
	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26		27		
													a	b	a		b
Resultado	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	4	43

FONTE: Desenvolvido pelos autores, 2022

A partir dos dados obtidos com as duas seções, seguindo o somatório de pontos indicados pela autora da escala, Hilary du Cros (2002), é possível determinar que o Centro Cultural São Francisco se insere ao quadrante A1 da matriz Market Appeal – Robusticity (Gráfico 2). A positiva localização do patrimônio na matriz indica que o centro possui uma alta atratividade para desenvolvimento do turismo patrimonial, além de expressar um alto nível de resiliência, podendo se adaptar para atender as

necessidades do público sem afetar sua essência patrimonial.

GRÁFICO 2: MATRIZ MARKET APPEAL – ROBUSTICITY PARA O CENTRO CULTURAL SÃO FRANCISCO



FONTE: Desenvolvido pelos autores, 2022

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio dos dados obtidos é possível estabelecer que o Centro Cultural São Francisco apresenta comprovado potencial para o desenvolvimento do turismo patrimonial. A matriz Market Appeal – Robusticity demonstrou que, na percepção dos visitantes, o patrimônio não apenas é relevante para a cultura local, quanto também seu gerenciamento é adequado para desenvolver a atividade turística sem representar riscos que comprometam seus aspectos estruturais e culturais.

Em contrapartida, levando em consideração as estatísticas presentes no referencial teórico em relação à visitação ao centro, demonstram haver uma diferença percentual de mais de 25% entre a visita o de outros patrimônios e o Centro Cultural São Francisco, o que poderia ser revertido por meio de incentivos e da promo o do Centro, levando em conta que suas localiza es são próximas. A importância de realiza o dessas a es promocionais justifica-se pela necessidade de manter o Centro ativo a fim de garantir não apenas sua preserva o, como também sua utiliza o sustentável, tanto no âmbito turístico, quanto social, educacional e científico

que, revelados através do método, confirmam ser extremamente valiosos.

Dessa forma, a utilização do modelo matriz Market Appeal – Robusticity representou uma oportunidade proveitosa, especialmente na perspectiva científica, tendo em vista a complexidade de comprovação da relevância patrimonial e seu respectivo potencial mercadológico. Considera-se também que a metodologia, além de possibilitar a compreensão da relação entre mercado versus potencialidade, pode auxiliar no desenvolvimento de projetos para viabilizar o patrimônio como atividade turística, tendo em mente que, a partir dos resultados obtidos no questionário, é possível ter uma noção das suas forças e fraquezas.

Considerando os resultados obtidos com esse estudo, pode-se afirmar que o objetivo de avaliar o gerenciamento patrimonial do Centro Cultural São Francisco para desenvolvimento da atividade turística foi alcançado, trazendo resultados satisfatórios através da utilização da matriz Market Appeal – Robusticity. Destaca-se que os resultados da pesquisa comprovaram a importância da preservação do Centro para que as próximas gerações também possam entrar em contato com esse rico acervo colonial da cultura brasileira.

## REFERÊNCIAS

- ALVAREZ, M. D. et al. Heritage Tourism Destinations: Preservation, Communication and Development. Boston: CABI, 2016.
- BRASIL. Constituição 1988. Constituição da República Federativa do Brasil: promulgada em 5 de outubro de 1988.
- BURURESCU, I. Planning of Tourism and Cultural Tourism Heritage Management in Historic Towns. Proceedings of International Conference on Tourism (ICOT 2013). Chipre, 2013, p. 105-118.
- du CROS, H. A New Model to Assist in Planning for Sustainable Cultural Heritage Tourism. International Journal of Tourism Research, 2001. p. 165-170
- du CROS, H. Cultural Tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management. Binghamton: The Haworth Press, 2002.
- FLETCHER, J. et al. Tourism: Principles and Practice. 6ª. ed. Harlow: Pearson, 2018.
- FLICK, U. Introdução à pesquisa qualitativa. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- GOVERNO DO ESTADO DA PARAÍBA. Quatro séculos de arte sacra: Igreja de

São Francisco, o Convento de Santo Antônio e a Capela da Ordem Terceira. João Pessoa: Bloch Ed, 1990.

HARRISON, R. Understanding the politics of heritage. Manchester: University Press, 2010.

HOWARD, P. Heritage: Management, Interpretation, Identity. Londres: Bloomsbury Academic, 2003.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). João Pessoa, s.d. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/>>. Acesso em: Agosto 2022.

INSTITUTO DE PLANEJAMENTO, ESTATÍSTICA E DESENVOLVIMENTO DA PARAÍBA (INDEP). Pesquisa Anual de Desenvolvimento do Turismo na Região Metropolitana de João Pessoa. João Pessoa: Fecomércio PB, 2022.

LETHIAMÄKI, M. et al. Cultural Heritage Tourism: Potential, Impact, Partnership and Governance. Lithuania: Versus Aureus, 2008.

LI, Y.; LO, R. L. B. Applicability of the market appeal—robusticity matrix: a case study of heritage tourism. *Tourism Management*, 2004. p. 789-800.

LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. *Tourism Theory: Concepts, Models and Systems*. Londres: CABI, 2017.

MENESES, J. N. *História & Turismo Cultural*. Autêntica Editora, 2013.

OLIVEIRA, C. M. S. *O Barroco na Paraíba*. João Pessoa: IESP/Editora Universitária, 2003.

PROHASKA, S. *The Promise of Heritage Tourism*. Nacional Trust for Historic Preservation, 2015.

SILVA, J. F. *Progresso e Destruição na cidade da Parahyba: Cidade dos Jardins*. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2009.

SPENNEMANN, D. H. R. Gauging Community Values in Historic Preservation. *CRM: The Journal of Heritage Stewardship*, 2006. p. 6-20.

STAFSA, et al. The Application Of Market Appeal-Robusticity Matrix: A Case Study Of The Archaeological Heritage Of Lenggong Valley, Perak, Malaysia. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 2018.

TIMOTHY, D. J. *Cultural Heritage and Tourism: an introduction*. Bistol: Channel View Publications, 2011.

TORRE, M. Values and Heritage Conservation. *Heritage & Society*, 2013. p. 155-166.

UNESCO. Interpretation of sites of memory. World Heritage Centre. Coreia do Sul. 2018.

VANZELLA, E.; BRAMBILLA, A. Parahyba do Norte: Diários da Hotelaria. João Pessoa: Editora do CCTA, 2022.

VIEIRA, J. Q. A Segurança Contra Incêndio em Edificações de Valor Patrimonial: Proposta de Retrofit no Centro Cultural de São Francisco/PB. Natal, v. I, 2019.

Recebido em: 29-03-2023.

Aprovado em: 04-10-2024

**TS**