ESTUDO COMPARATIVO ENTRE A PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA REAL DE DIAMANTINA - MG E OS REGISTROS DE DEMANDA NOS LIVROS DE ASSINATURA DOS MUSEUS

Jéssica Nascimento

RESUMO: O presente artigo pretende realizar um estudo comparativo entre a Pesquisa de Demanda Turística Real (PDTR) e os registros dos livros de Assinaturas dos museus de Diamantina - MG, referentes ao ano de 2013. A partir de uma contextualização atual da cidade como produto turístico, propõe-se verificar se a análise dos registros de visitantes dos museus é uma fonte válida para estudo de demanda turística. Com os resultados dessa análise, serão apresentadas sugestões de melhorias e novas alternativas para próximas pesquisas de demanda de Diamantina. Este estudo poderá servir de base para uma futura análise mais aprofundada da origem dos visitantes dos museus e a partir daí, será ampliada a fonte de pesquisa para estudos de divulgação da cidade como destino turístico em locais emissores, e consequentemente, seu desenvolvimento.

Palavras-chave: Pesquisa de Demanda; Análise; Diamantina; Destino Turístico.

ABSTRACT: This work intends to conduct a comparative study between the Actual Tourist Demand Research in Diamantina - MG and Region, and the records of Signature books in Diamantina museums, in 2013. From a current context of the city as a tourism product, it is proposed to check if the analysis of the museums visitors records is a valid source for the study of tourism demand. The results of this analysis will be present suggestions for improvements and new alternatives for future researches of Diamantina demand. This study may serve as a basis for a future in-depth analysis of the origin of visitors to museums and from there, will be expanded the source of research to publicize the city as a tourist destination in local issuers, and consequently, its development.

Keywords: Demand Research, Analysis, Diamantina; Touristic Destination.

INTRODUÇÃO

O turismo ocupa hoje uma posição de suma importância na sociedade contemporânea, tanto pelo lado financeiro quando trabalhado sobre o olhar comercial, quanto pela necessidade que as pessoas têm de viajar e se dar ao direito do lazer. Os destinos turísticos têm se atentado à importância da atividade, principalmente pelo caráter econômico que a segue, além de uma atenção pública a mais dada às localidades em função do turismo. Nessa lógica, a área tem proporcionado novas fontes de renda, motivações para preservação do meio ambiente e consequentemente, a geração de empregos, considerando que a atividade está relacionada a vários setores, inclusive o de serviços.

Tendo conhecimento da importância que o turismo exerce numa determinada localidade, faz – se necessária à aplicação de uma pesquisa de demanda nos destinos turísticos, que identifique o perfil do turista frequente dos mesmos e também as falhas existentes na oferta, uma vez que seus resultados servirão para um planejamento estratégico de desenvolvimento turístico na cidade. Com esse planejamento, os gestores locais tem uma fonte de consulta autêntica que os auxilia a estruturar melhor seus produtos turísticos.

Em Diamantina-MG é feita semestralmente desde 2009 a Pesquisa de Demanda Turística Real, realizada pelo Curso de Turismo da UFVJM. São gerados relatórios técnicos que são publicados *online* e disponibilizados virtual e gratuitamente para consulta a pesquisadores, empresários relacionados aos serviços turísticos, órgãos públicos e outras entidades que se interessarem.

Com a intenção de explorar novos métodos de pesquisa e descobrir novas fontes de dados, o presente artigo pretende realizar um estudo comparativo entre a Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina e Região (PDTR) e os registros dos livros de assinaturas dos museus de Diamantina, referentes ao ano de 2013. A partir de uma contextualização atual da cidade como produto turístico, propõe-se verificar se análise dos registros de visitantes dos museus é uma fonte válida para estudo de demanda turística. Com os resultados dessa análise, serão apresentadas sugestões de melhorias para próximas pesquisas de demanda de Diamantina.

TEORIA DE DEMANDA

O conceito de demanda está diretamente ligado ao consumo e representa a procura do consumidor por determinado produto. Para identificarmos o que é demanda na economia, é preciso saber que:

> A demanda ou procura por um determinado bem ou serviço será conceituada como a quantidade que um indivíduo ou mercado estará disposto a contratar ou adquirir dentro de um intervalo de tempo. Desse modo, podemos destacar que a demanda se refere a um fluxo , ou seja, ela só tem sentido se se referir à demanda dentro de um determinado intervalo de tempo (mês, semana, dia etc.) (MARIANO, 2006).

O turismo, quando visto como uma atividade econômica do setor de serviços, refere-se ao consumo dos produtos turísticos, mas, além disso, há uma procura pela experiência de estar em um lugar novo. A demanda turística é definida pelo total de pessoas participando em atividades turísticas, quantificado como o número de chegadas ou saídas de turistas, valor em dinheiro gasto ou outros dados estatísticos (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2008). A demanda turística se destaca por exigir bens e serviços que se complementam entre si, pois, não se trata de elementos ou serviços específicos e isolados. O conjunto dessas informações configura o que é a demanda no âmbito turístico, mas a decisão de compra de qualquer produto relacionado é influenciada pelos fatores motivadores e determinantes. Segundo SWARBROOKE & HORNER, (2002, *apud* LOHMANN; PANOSSO NETO, 2008), são fatores determinantes, aqueles de caráter externo ao turista como a opinião de amigos, fatores políticos e econômicos do destino, marketing turístico e mídia. Já os fatores referentes à renda, saúde, compromissos, preferências e experiências passadas é relativo ao âmbito pessoal. Enquanto os fatores motivadores são aqueles que indicam as necessidades pelas quais uma pessoa escolhe viajar. São exemplos: o desenvolvimento pessoal, descanso, conhecer novas pessoas e culturas além de vivenciar experiências de aventuras, romance ou religião.

A demanda turística tem ainda uma vertente que se deve prestar atenção. O consumidor e o cliente podem, em algumas situações comuns, serem pessoas distintas como um funcionário de uma empresa que viaja a negócios. O funcionário neste caso é o consumidor, mas quem paga as despesas da viagem é a empresa, sendo ela a cliente (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2008). Essa observação serve para mostrar que esse tipo de detalhe pode fazer diferença numa pesquisa de demanda turística de determinada localidade. Por esta razão é importante conhecer os fatores determinantes e motivadores que influenciam a viagem do turista.

Com estes conceitos apresentados pelos autores, percebemos que a demanda turística é completamente heterogênea. Essa heterogeneidade segue desde a origem do turista perpassando por suas variáveis socioeconômicas e fatores motivacionais. Todos esses fatores servem para segmentação do mercado turístico, pois, não há nada que represente os indicadores reais da demanda

turística, capazes de orientar uma política de turismo apropriada para cada destinação (BENI, 2006). Partindo desse princípio, vê-se necessário examinar a fundo as motivações do turista para compor uma oferta que realmente atenda a demanda. Encontrar o equilíbrio entre oferta e demanda turística possibilita encontrar soluções que podem estruturar o turismo de um lugar e controlar o fluxo de consumidores.

Há um conjunto de fatores que afetam a demanda turística. Estes causadores são de ordem socioeconômica e psicológica, específicos de cada destinação turística e ainda há a influência dos que conectam países emissores a países receptores (BENI, 2006). Incluída implicitamente nesse conjunto, a frequência de participação é uma variável a qual se deve atentar. Ela depende desses fatores citados e principalmente, os de ordem socioeconômica como a renda, posição social, número da família e outros. Contudo, nem só desta demanda depende a frequência de participação, mas também da oportunidade gerada por todas as circunstâncias interna ou externamente relacionadas. Esta fala remete a qualidade da oferta de um destino, pois, terá mais frequência aquele turista que se sentir bem e vivenciar experiências positivas no destino escolhido.

Em seus estudos de demanda, quando compôs a análise estrutural do turismo, Beni fez uma associação interessante da demanda com o espaço e tempo em que ela se concentra. Com a noção temporal de pouco mais um século atrás, notou-se um interesse das pessoas por centros de arte, estações de água e cidades litorâneas. A partir daí, houve uma preocupação em manter equipamentos turísticos nessas áreas reforçando a importância da atividade turística nesses espaços. Essa concentração turística se desenvolveu igualmente no tempo e espaço, o que acabou consolidando o turismo de massa. Havia uma concentração turística que se fortalecia nos destinos litorâneos e essa concentração também existe hoje em escala mundial e é dominada pelo continente europeu. Atualmente, a Europa lidera o crescimento do turismo internacional com o registro de 563 milhões de chegadas em 2013 concentrando a maior parte do fluxo turístico internacional (OMT, 2014).

A rápida evolução da tecnologia, dos meios de comunicação e transporte contribuiu fortemente para que as pessoas conhecessem outros segmentos turísticos que se disseminaram pelo mundo. E não só conhecer, mas, facilitar o

acesso dos turistas aos seus destinos. Fruto da globalização, essa nova acessibilidade tem mudado a natureza do Turismo internacional e consequentemente, se espalha pelos vários segmentos que se desenvolveram, tornando o Turismo um dos setores mais importantes da economia mundial. Devido a essa evolução, não há mais a necessidade de congestionar os destinos tomados pelo turismo de massa porque o mundo oferece uma gama de opções que atenderão a demandas de todos os tipos. Mais do que os critérios usados para distinguir uma segmentação turística como a idade, sexo, origem, renda e outros, seria preciso encontrar as relações existentes entre essa classificação e as motivações que levam o turista a viajar (BENI, 2006). Ou seja, além da análise quantitativa, as análises qualitativas e as análises de comportamento são elementos de pesquisa que resultam em estudos precisos e qualificados da demanda turística de uma localidade. Aliada a essa classificação, outra questão para citar a propósito é a vocação turística de um destino. Entende-se pela expressão "vocação turística" a avaliação concreta de todas as forças e deficiências referentes ao setor no interior de um país, para que ele esteja em condições de se colocar em segmentos no mercado (BENI, 2006). Esta relação ente vocação turística, segmento de mercado e análise da demanda formam o conjunto que determina os caminhos do planejamento das políticas de Turismo que vão favorecer a consolidação de uma destinação turística e seu consequente sucesso como tal.

Em Diamantina-MG é feita semestralmente desde 2009 a Pesquisa de Demanda Turística Real, realizada pelo Curso de Turismo da UFVJM. São gerados relatórios técnicos que são publicados *online* e disponibilizados virtual e gratuitamente para consulta a pesquisadores, empresários relacionados aos serviços turísticos, órgãos públicos e outras entidades que se interessarem. Até o presente ano, a pesquisa já se encontra em sua oitava edição, servindo de fonte autêntica e confiável para quem precisa consultar essas informações.

DIAMANTINA COMO PRODUTO TURÍSTICO

Diamantina é um município localizado no baixo Jequitinhonha, mesorregião do estado de Minas Gerais, Brasil. Está a 292 km à norte da capital Belo Horizonte

numa altitude aproximada de 1.113 metros. Considerada uma cidade de pequeno porte com uma população estimada para o ano 2014 de 47.803 habitantes, Diamantina se situa numa área de 3.891,659 km². Começou a atrair visitantes involuntariamente no século XVIII, quando chegaram os primeiros bandeirantes exploradores das riquezas naturais brasileiras. Diamantina - na época intitulada Arraial do Tijuco – ganhou destaque em função das grandes quantidades de diamantes encontrados em seu território e arredores. O extrativismo de pedras preciosas foi o que mais contribuiu para a formação do perfil atual da cidade e de sua população e esse perfil é o responsável pelo advento da atividade turística que se desenvolveu no local.

Inicialmente em busca das minas auríferas, os grupos de bandeirantes liderados por Jerônimo Gouvêa saíram a norte seguindo o curso do Rio Jequitinhonha e se fixaram às margens de um riacho formado pelo Córrego Pururuca e o rio Grande. Denominaram aquele ponto de encontro como Tijuco. Contudo, não havia naquele lugar a abundância de ouro que se supunha. Foi então que Bernardo da Fonseca Lobo descobriu a existência de diamantes e atraiu a cobiça de habitantes vizinhos para a exploração da riqueza recém-descoberta. Consequentemente o arraial foi transformado num sítio de grande luxo e magnificência.

O comércio do local na época foi inteiramente voltado para a produção diamantífera. Ao ser comunicado tardiamente sobre descoberta das jazidas de diamantes, o Rei de Portugal – D. João V – começou a proibir as minerações e deu amplos poderes ao Governador das Minas D. Lourenço de Almeida para regular e controlar a exploração das pedras.

> A coroa resolveu impedir o livre acesso às terras diamantinas. Essa medida visava evitar o contrabando e tornar monopólio régio o comércio de Diamantes, o que só veio ocorrer a partir do ano de 1753, com a plena atuação da Coroa. [...] A historiografia tradicional estabeleceu uma interpretação em torno desse fato: a crença de que o Distrito dos Diamantes, entregue a um isolamento geográfico e de tal forma submetido aos mandos e desmandos das autoridades locais , amparadas pelo Regimento Diamantino, havia se tornado uma estrutura independente do Governo da Capitania de Minas. (FERNANDES e CONCEIÇÃO, 2007).

Em 1739, o governo implantou o regime dos contratos, pelo qual os contratadores detinham o direito de garimpar e cobrar impostos, o que impedia outras pessoas de possuir garimpo no território do Arraial do Tijuco. O contratador mais conhecido dessa história foi João Fernandes que estimulou as construções, o comércio se desenvolveu e as primeiras igrejas foram construídas. Esses desdobramentos eram um presságio de que tempos prósperos estavam chegando à terra dos diamantes.

O regime de contratos, todavia, não trouxe benefícios aos garimpeiros. Tão grande era a autonomia dos contratadores que eles oprimiam fortemente os garimpeiros na execução dos atos impostos pela Coroa Real Portuguesa. Essa realidade mudou quando em 1821, depois de muita luta, os tijucanos conseguiram a reforma do código que fez diminuir o poderio dos intendentes. Depois de sete anos, ao ultrapassar o período conturbado inicial de seu crescimento, a população começa seu desenvolvimento livre da ambição de riqueza dos portugueses. Já como uma sociedade organizada com classes sociais definidas, o Arraial do Tijuco foi elevado à categoria de vila em 1831, intitulada Diamantina. Em menos de uma década, o progresso se estabeleceu realmente quando Diamantina passou a ser uma cidade.

> O processo de elevação do Arraial do Tijuco à vila foi tardio, em relação a outras tantas freguesias surgidas na mesma época, em Minas Gerais. Paradoxalmente ao raciocínio exposto, a intendência dos Diamantes constituiu-se como fator de desenvolvimento urbano e gerador de rendas. (FERNANDES e CONCEIÇÃO, 2007).

Diamantina estava numa fase positiva da sua história, mas conjuntamente com a sua ascensão, uma grave crise aconteceu entre as décadas de 1860 e 1870 em consequência da descoberta de novas fontes diamantíferas na África do Sul provocando uma forte queda no preço dos diamantes produzidos na região. Com o rendimento das pedras preciosas em baixa, os moradores locais tiveram que procurar outras fontes de renda, passando a investir nas pequenas indústrias (têxteis) e nos transportes. Em 1920 foi implementada a rede rodoviária que ligaria Diamantina ao Rio de Janeiro e a outras cidades. Contudo, a ferrovia e as indústrias têxteis não tiveram o sucesso esperado para o avanço da cidade. Entretanto, essa

expansão do transporte representou grande importância na acessibilidade da cidade e como consequência, atraía pessoas para conhecê-la.

> Paralelamente ao forte desejo de desenvolvimento, Diamantina recebeu do IPHAN o título de Patrimônio Histórico em 1938, sendo feito pelo órgão o tombamento de parte da cidade, favorecendo assim a preservação dos casarões, templos e construções coloniais que a cidade possui, o que repercutiu de forma decisiva no conjunto arquitetônico que hoje está entre os principais atrativos da cidade para os turistas. (BULHÕES, 2012).

Em 1999, a cidade se candidatou ao título de Patrimônio Cultural da Humanidade e no mesmo ano o título foi concedido pela Unesco, permitindo que Diamantina começasse o segundo milênio fazendo parte da lista de patrimônios culturais mundiais. Poucas pessoas sabem é que essa concessão é bem mais do que um título.

> Esse título faz com que o turismo no destino se destaque e necessite se desenvolver para atender os requisitos exigidos pelo órgão. Desde então o destino tem, paulatinamente, se estruturado, trabalhado e estudado para desenvolver e implementar o turismo e dele obter benefícios e reconhecimento. (BULHÕES, 2012).

Esse foi com certeza o passo mais importante da cidade para o desenvolvimento do turismo. Hoje, bem mais estruturada, Diamantina conta com o curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal dos Vales do Jequitinhonha e Mucuri – UFVJM, cuja primeira turma abriu em 2006 e desde então tem realizado um importante trabalho de pesquisas de campo, construindo fontes de conhecimento que já contribuem para as ações de desenvolvimento necessárias na cidade.

Além da formação histórica e seus aspectos culturais remanescentes, a paisagem natural formada pela Serra dos Cristais, o Pico do Itambé e o Parque Estadual do Biribiri em Diamantina, constituem um rico conjunto de atrativos naturais. Ao associar esses atrativos com a infraestrutura e equipamentos turísticos melhorados - resultantes do recebimento do título de Patrimônio Cultural da Humanidade pela UNESCO - Diamantina é então um autêntico produto turístico.

IMPORTÂNCIA DOS MUSEUS PARA DIAMANTINA

Diamantina dispõe de uma grande diversidade cultural, principalmente no que diz respeito a sua origem, formação territorial e arquitetura, o que atrai turistas de diversas partes do Brasil e do mundo. Dentre os atrativos culturais existentes na cidade, figura em destaque um museu e duas casas históricas, também consideradas como museus, que reforçam a riqueza histórica da cidade e complementam seu produto turístico.

O Museu do Diamante foi criado em 1954 pelo projeto do então deputado Juscelino Kubitschek e hoje é administrado pelo Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM). É um espaço de informação e conservação da memória diamantinense que é apresentado aos residentes locais e turistas de todas as partes. Em seu acervo encontram-se objetos de tipologias indumentária e imaginária sacra, armaria, numismática, mineralogia, além de instrumentos utilizados no processo de mineração do ouro e diamante (IBRAM, 2014).

A Casa da Chica da Silva foi residência do desembargador João Fernandes de Oliveira, que nela viveu com sua esposa, a escrava Chica da Silva, quando era responsável pelos negócios de exploração diamantífera no antigo Arraial do Tijuco. Apresenta um núcleo de exposição contendo informações históricas sobre a casa e seus antigos donos e ainda apresenta exposições temporárias. Foi tombada em 1950 pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan (IPHAN, 2014).

Por fim, a Casa de Juscelino, construção típica do século XVII, é residência original do ex Presidente brasileiro Juscelino Kubitschek e que a partir de 1993 foi ampliada com salas em homenagem ao presidente para criar ali seu memorial (UFVJM, 2014).

A presença desses museus em Diamantina se configura como uma alternativa fundamental para constituir o roteiro turístico cultural da cidade. Sua importância se dá tanto no âmbito do turismo como atrativo para os visitantes, quanto como fonte de conhecimento e representação da história no campo da educação.

> Investir em museus é um forte segmento para o turismo, que desta forma, são responsáveis pelo crescimento tanto do intelecto como da formação educacional que proporciona a riqueza cultural de uma nação fonte de sabedoria, pois os mesmos fazem um resgate do passado deixando viva a memória da sua civilização. (ASSIS; OLIVEIRA; RIBEIRO, 2005).

Sabendo da importância que museus acima mencionados têm em Diamantina, esta pesquisa se baseia em seus registros para apresentar a metodologia a seguir.

FONTE DE DADOS

Para concretizar os objetivos do presente artigo, comparando a origem de turistas levantados pela PDTR com os registros dos livros de assinatura dos museus, fez-se necessária a reprodução das origens dos visitantes dos museus, cujas informações estão registradas no Museu do Diamante, na Casa da Chica da Silva e na Casa de Juscelino Kubitschek, todos localizados no centro histórico de Diamantina, referentes ao ano de 2013. É importante salientar que esses documentos aparecem como fontes confiáveis de informações para análises referentes à vinda de turistas para a cidade, colaborando com o estudo da sazonalidade e sua procedência.

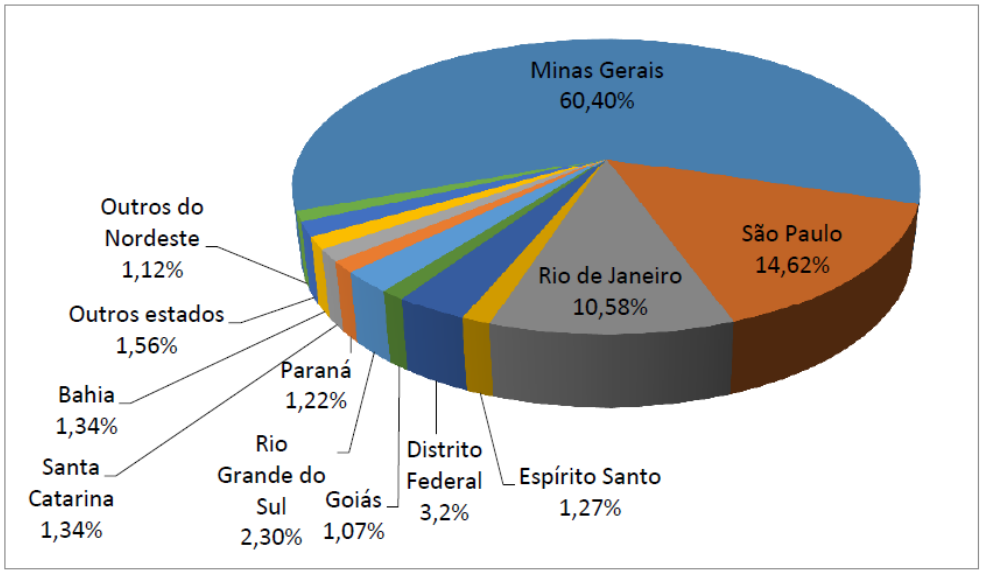
Mesmo que o livro de assinaturas não tenha uma abrangência total de todos os visitantes que passam pelos museus, seus registros tem uma uniformidade ao longo do ano, o que garante um acompanhamento fiel da movimentação turística nos museus e da cidade (DINIZ; VERSIANI, 2006). Nos livros de assinatura dos museus, foi feita a contabilização mensal da quantidade de visitantes, identificando-os por estado e por país estrangeiro. Em seguida, foram somadas as quantidades mensais para obter um resultado anual. Dessa forma, seria possível comparar as informações resultantes com a os dados da pesquisa de demanda que é realizada anualmente.

Também foram utilizados com fonte de pesquisa, uma análise do Relatório Pesquisa Demanda Turística Real de 2013 elaborado pela UFVJM e um levantamento bibliográfico em artigos científicos e livros relacionados ao tema para o embasamento teórico deste estudo.

ANÁLISE DE RESULTADOS

De acordo com os dados da pesquisa nos livros de assinatura do Museu do Diamante, a Figura 1 destaca que a maior partes de seus visitantes vem do estado de Minas Gerais, chegando a ocupar destacadamente mais de 60 % da demanda nacional. Em segundo lugar ficam os visitantes de São Paulo detendo 14,62% dos visitantes. Logo em seguida, o Rio de Janeiro traz a 3ª maior porcentagem dos visitantes do museu, atingindo 10,58%. O Distrito Federal se destacou como o maior emissor da região Centro este, registrando 3,2% da demanda correspondente. A região Sul do Brasil tem sua maior representatividade no Rio Grande do Sul com 2,30%. Os demais estados e regiões representados no gráfico, mantem a média de 1,27%.

FIGURA 1: Origem Nacional dos Visitantes do Museu do Diamante em 2013

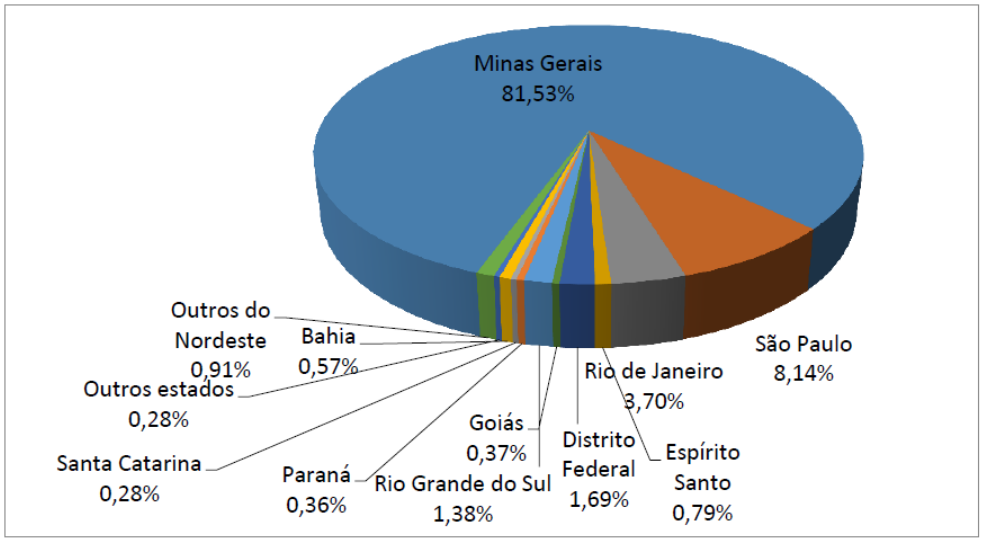


Fonte: Museu do Diamante.

A Figura 2 corresponde às origens dos visitantes brasileiros à Casa da Chica da Silva em 2013. Novamente, os visitantes mais frequentes são os mineiros com 81,53%. Com uma proporção bem menor à anterior, o estado de São Paulo abrange 8,14% dos visitantes. O Rio de Janeiro ocupa 3,70% sendo novamente o terceiro

estado que mais emite turistas para Diamantina. Os outros estados e regiões tem sua representatividade entre 1,69 % e 0,28%.

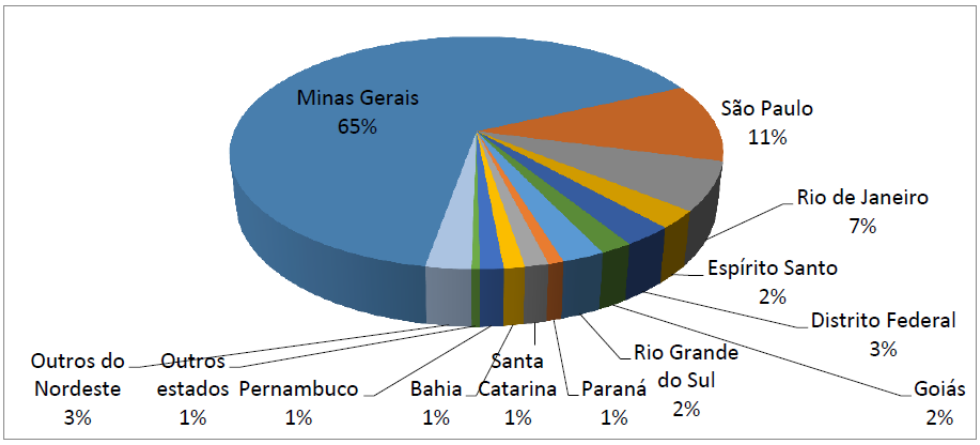
FIGURA 2: Origem Nacional dos Visitantes da Cada da Chica em 2013



Fonte: Casa da Chica da Silva.

O último museu – Casa de Juscelino Kubitschek – tem sua demanda representada no gráfico da Figura 3 e suas proporções não são muito diferentes das anteriores. Minas Gerais tem a maior representatividade com 65%. Em seguida São Paulo com 11% e Rio de Janeiro com 7%. Os demais estados e regiões variam sua representatividade entre 3% e 1%.

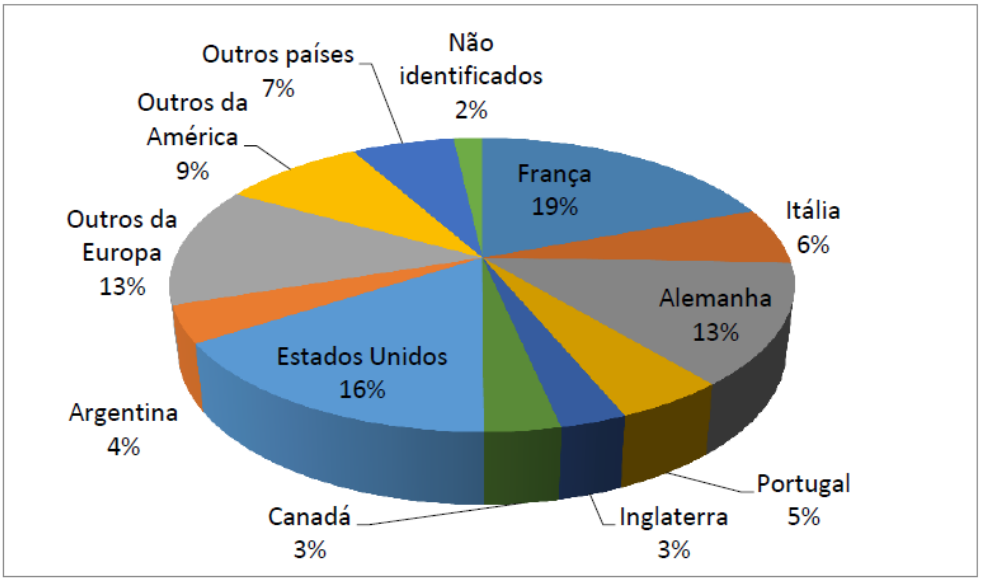
FIGURA 3: Origem Nacional dos Visitantes da Casa JK em 2013



Fonte: Casa Juscelino Kubitschek.

A Figura 4 traz o gráfico que representa a demanda internacional que frequenta os museus de Diamantina. Percebe-se que o país com maior representatividade é a França com 19% da demanda internacional. Logo depois, a França ocupa 16% da demanda seguida da Alemanha com 13%. Os visitantes estrangeiros dos museus são oriundos principalmente dos continentes América e Europa, o que faz de ambos, os maiores emissores de turistas estrangeiros. Apenas 7% representam outros países dos demais continentes e 2% são origens não identificadas.

FIGURA 4: Demanda Internacional dos Museus de Diamantina em 2013



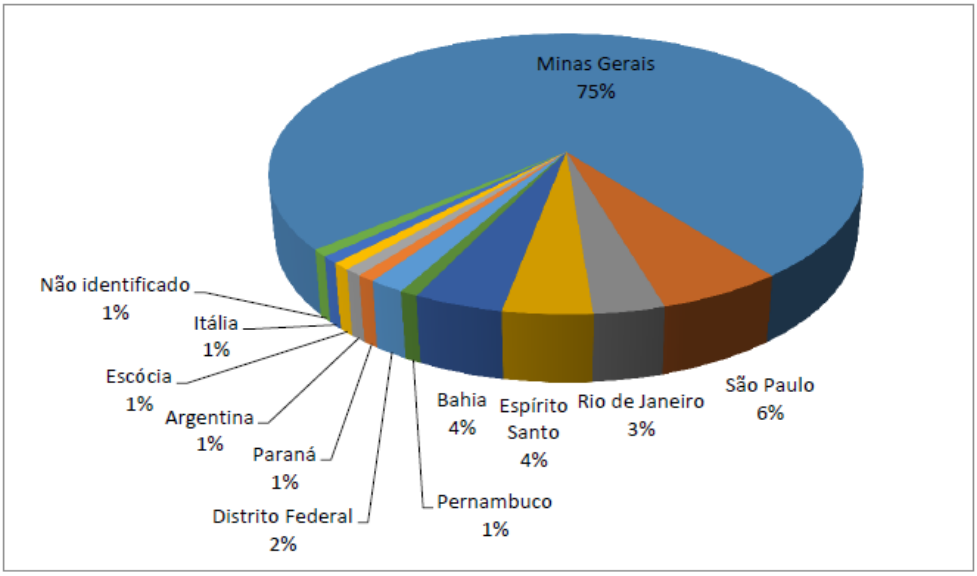
Fonte: Museu dos Diamantes, Casa da Chica da Silva e Casa de Juscelino Kubitschek.

A proporção representada no gráfico corresponde a um total de 787 estrangeiros que visitaram os museus em 2013. É interessante notar que de acordo com as assinaturas dos livros de registros, os estrangeiros visitam a cidade esporadicamente durante todo o ano e a PDTR é aplicada somente em uma semana de cada semestre do ano. Percebe-se, então, um ponto positivo da pesquisa nos livros de assinatura porque através deles é possível saber a quantidade maior de estrangeiros que visitam Diamantina. Contudo, é válido frisar que esse tipo de pesquisa só informa a origem e a quantidade de turistas estrangeiros e não outros aspectos importantes como motivação da viagem e outros atrativos visitados.

É imprescindível também, acrescentar que a demanda dos museus aumentam consideravelmente nos fins de semana em que ocorre a Vesperata. Segundo o gerente da Casa de Juscelino, o público chega a dobrar sua quantidade habitual nos dias em que ocorre o evento.

A seguir, a figura 5 mostra o gráfico que representa a origem de visitantes dos principais atrativos culturais, no caso, os museus referenciados neste artigo. Pode-se notar que Minas Gerais tem novamente o domínio da demanda representando 75% dos turistas. Em seguida os demais estados da região sudeste, sendo São Paulo com 6%, Espírito Santo com 4% e Rio de Janeiro com 3%. Destaque para estados da região Nordeste que tem sua porcentagem representada nitidamente na PDTR e nos livros de assinatura.

FIGURA 5: Origem dos Visitantes dos Atrativos Culturais Casa da Chica, Casa JK e Museu dos Diamantes em 2013



Fonte: PDTR 2013.

Observe que neste gráfico, a demanda internacional está representada juntamente com a nacional. Isso ocorreu porque não houve uma quantidade significativa para separá-la dos demais dados. Assim, percebe-se o quão pequena é a abrangência da PDTR para os turistas estrangeiros. Uma explicação plausível

para tal fato é a dificuldade de comunicação entre entrevistados e entrevistadores, em função dos diferentes idiomas.

Ainda convém lembrar que a PDTR, faz em cada edição, ao mesmo tempo em que fornece dados novos, faz também uma comparação com os dados das edições anteriores. Esse é um detalhe extremamente importante que enrique o ainda mais o conteúdo da pesquisa.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo comparativo entre a Pesquisa de Demanda Turística Real de Diamantina realizada pela UFVJM e os registros de demanda nos livros de assinatura dos Museus permitiu descobrir que há um método de pesquisa alternativo para identificar a origem da demanda real de Diamantina. Por conter informações relativas à origem e a quantidade dos visitantes, os livros de assinatura oferecem informações quantitativas de grande representatividade para a pesquisa. Todavia, a PDTR recolhe um número muito maior de informações qualitativas através dos questionários aplicados ao turista, possibilitando a identificação do perfil do mesmo. Conclui-se, então, que os dois métodos de pesquisa se complementam enriquecendo os resultados do estudo.

Com base nas dificuldades apontadas sobre a abrangência da PDTR com turistas estrangeiros, propõe-se uma nova versão do questionário usualmente aplicado na PDTR em dois novos idiomas – inglês e francês – para ampliar o alcance das informações qualitativas com os estrangeiros que visitam os pontos turísticos de Diamantina. Assim será possível estudar possibilidades para divulgação qualificação dos serviços turísticos existentes na cidade que atendam a necessidades desse público internacional e consequentemente, atraia mais estrangeiros.

Tendo em vista os aspectos observados, sugere-se é que a universidade estabeleça uma parceria com os museus para que os registros dos mesmos possam contar como fonte de estudo para as próximas pesquisas de demanda turística real de Diamantina. Principalmente, no que diz respeito às informações relativas à demanda de turistas estrangeiros à cidade.

Dado o exposto, resta ainda apresentar outra possibilidade de estudar a demanda de um destino turístico a qual pode, perfeitamente, aplicar-se à de Diamantina. Trata-se da Teoria dos Lugares Centrais desenvolvida pelo geógrafo alemão, Walter Christaller. Esta teoria sugere que existam leis que controlem o número, tamanho e espaçamento entre centros urbanos. Essas leis permitem explorar o grau de atratividade exercido por centros turísticos e se somados com outras pesquisas como a PDTR, podem contribuir para entender melhor a singularidade de um local, o seu raio de alcance e sua relação com as motivações do turista.

REFERÊNCIAS

ASSIS, Edvania Gomes de; OLIVEIRA, Marcos Lúcio Alcântara; RIBEIRO, Rossana Viviane Ramos de Araújo. **Importância de um Museu no Centro Histórico da Cidade de João Pessoa (PB) para Enriquecer o Turismo Cultural**. In: BAHL, M; MARTINS, R; MARTINS, S. (Org). Coletânea: XXV CBTUR - Congresso Brasileiro de Turismo: O Turismo como Força Transformadora do Mundo Contemporâneo. 1.ed. São Paulo: Editora Roca, 2005, v. 1.

BENI, Mário Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Ed. Senac São Paulo, 2006.

BULHÕES, N. G. **Caminhos do Turismo em Diamantina: A Relação com a Origem Mineradora, a Cultura e o Título de Patrimônio Cultural da Humanidade.** In: MEDAGLIA, J; SILVEIRA, C. E. (Org.) Desenvolvimento Turístico em Cidades Históricas: Estudos de Caso de Diamantina-MG. Diamantina: UFVJM, 2014.

CASA DA CHICA DA SILVA. Livro de Assinaturas 2013. Diamantina-MG. 2014.

CASA JUSCELINO KUBISTCHEK. Livro de Assinaturas 2013. Diamantina-MG. 2014.

DINIZ, A. M. A.; VERSIANI, L. B. **A Demanda Doméstica e Internacional do Produto Turístico Ouro Preto e seus Limites Temporais e Espaciais. Turismo.** Visão e Ação (Itajaí), v. 8, p. 91-104, 2006.

FERNANDES, A. C; CONCEIÇÃO, W. J. **La Mezza Notte: O Lugar Social do Músico Diamantinense e as Origens da Vesperata.** Diamantina: UFVJM, 2007.

IBGE. **Cidades: Diamantina**. Disponível em: <http://cod.ibge.gov.br/PIA>. Acesso em: 16 nov. 2014.

IPHAN. **Casa da Chica da Silva**. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/montarDetalheConteudo.do?retorno=detalheInstitucional&sigla=Institucional&id=12955>. Acesso em: 04 dez. 2014.

MEDAGLIA, Juliana; SILVEIRA, C. E. **Conhecer para Respeitar: Patrimônio e Cidadania em Diamantina-MG**. Participação, v. 13, p. 26, 2014.

SILVEIRA, C. E. ; MEDAGLIA, Juliana; VIVAS, Alessandro ; ASSIS, L. P. ; RIBEIRO, F. M. **Sistema Móvel para Realização de Pesquisas de Demanda Turística: A Interdisciplinaridade entre Turismo e S. Informação**. Revista Iberoamericana de Turismo, v. 4, 2014.

MEDAGLIA, Juliana; MEDAGLIA, J.; MAYNART, K. R.; SILVEIRA, C. E. A **Segmentação de Mercado e a Demanda Turística Real em Diamantina.** Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo, v. 7, 2013.

MEDAGLIA, J.; SILVEIRA, C. E. (Coord.) **Pesquisa de Demanda Real de Diamantina e Região: Características de Viagem, Motivações, Percepções e Expectativas**. Diamantina: UFVJM, 2013.

MUSEU DO DIAMANTE. **Livro de Assinaturas 2013**. Diamantina-MG. IBRAM/MinC, n° 01/2014.

MUSEU DO DIAMANTE. Disponível em: <http://museudodiamante.museus .gov.br/museu/>. Acesso em: 04 dez. 2014.

PALHARES, Guilherme Lohmann; Alexandre PANOSSO NETTO. **"Teoria do Turismo: Conceitos, Modelos e Sistemas."** São Paulo: Aleph (2008).