

Paisagem e patrimônio histórico em São Luís, Brasil: Olhares do *trade* e dos moradores

VILTON SOARES DE SOUZA * [viltonsoares@ifma.edu.br]

LUCIANO TORRE TRICÁRICO ** [tricarico@univali.br]

JOSILDETE PEREIRA DE OLIVEIRA *** [joliveira@univali.br]

DIVA DE MELLO ROSSINI **** [divarossini@univali.br]

Resumo | Neste artigo pretende-se comparar a leitura do patrimônio histórico edificado de São Luís do Maranhão promovido pelo trade turístico através dos materiais de divulgação impressos e a leitura do mesmo patrimônio pelos ludovicenses (gentílico de São Luís), visando dar suporte à melhor promoção do destino São Luís do Maranhão, a partir das questões: (i) quais são os patrimônios históricos edificados divulgados pelo trade turístico de São Luís; e (ii) qual a leitura dos ludovicenses do seu centro histórico tombado pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). A teoria de Vicente Del Rio (1991) constitui o principal suporte teórico-metodológico. Com abordagem qualitativa, descritiva e exploratória foram estudados os materiais de divulgação impressos do destino durante as comemorações dos quatrocentos anos de fundação francesa (2010 a 2012) e os dados primários, coletados por meio de questionários semiestruturados com moradores de São Luís que usam com frequência o centro histórico e estão envolvidos na atividade turística. A pesquisa se desenvolveu entre os meses de dezembro de 2013 e janeiro de 2014. Verificou-se que as paisagens eleitas pelos moradores de São Luís nem sempre coincidem com aquelas eleitas pelo trade para a promoção do destino.

Palavras-chave | Turismo cultural, Percepção ambiental, Paisagem, Patrimônio, São Luís.

Abstract | This paper aims to compare the interpretation of the built heritage of São Luís (Maranhão) by the tourism industry, through the dissemination of printed material, with its interpretation by the local people. The purpose of this research is to support the promotion of this destination. From the questions: (i) what are the built heritage sites promoted by the tourist trade of São Luis; and (ii) what is the local peoples' interpretation of their historical centre listed by UNESCO.

* **Mestrando em Turismo e Hotelaria** na Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI). **Bolsista** CAPES e **Professor** da Área de Hospitalidade e Lazer no Instituto Federal do Maranhão (IFMA).

** **Doutor em Arquitetura e Urbanismo** pela Universidade de São Paulo. **Professor** do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI).

*** **Doutora em Geografia** pela *Université de Caen Basse Normandie*, França. **Professora** do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI).

**** **Doutora em Administração e Turismo** pela Universidade do Vale do Itajaí. **Professora** do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI).

The theory of Vicente Del Rio is the main theoretical and methodological support. A qualitative, descriptive and exploratory approach was used to analyse the destination's promotional materials, during the celebrations of the 400 years of foundation of São Luís by the French (2010-2012). Primary data was collected through semi-structured questionnaires with residents in São Luís who frequently go to the historic centre and are who are involved in the tourism sector. The research was carried out between December 2013 and January 2014. The results shows that the landscapes elected by São Luís residents do not always coincide with those elected by the trade to promote the destination.

Keywords | Cultural tourism, Environmental perception, Landscape, Heritage, São Luís.

1. Introdução

1.1. Contexto histórico, geográfico e temático

A ilha de Upaon-Açu, onde a capital São Luís se encontra, foi descoberta em 1535 pelos franceses que ali fundaram em 1612 a cidade de São Luís, cujo nome prestava homenagem simultaneamente a São Luís e Luís XIII (curiosamente, foi percebido nas igrejas brasileiras imagens de São Luís representado com traços de Luís XIII). Eis os registros da tentativa 'frustrada' de se criar no Brasil a 'França Equinocial', apesar dos esforços de Yves d'Evreux e de La Ravardière, com a colaboração dos índios Tupinambás. Os portugueses e os seus canhões retomaram a região em 1615. Por isso, São Luís guarda suas características portuguesas muito acentuadas com a sua construção em planta ortogonal e encostada no antigo forte. Apesar do grande número de edifícios religiosos, o que faz a sua originalidade é a quantidade de residências decoradas de azulejos, sendo conhecida como 'cidade dos pequenos palácios'.

Hoje, os *slogans* e marcas turísticas do Estado do Maranhão e do município de São Luís, são os apresentados nas figuras 1 e 2.

A promessa vendida ao turista de experimentar no Maranhão vivências 'únicas', parece encontrar ressonância no orgulho da capital de ter sido tombada como patrimônio mundial pela UNESCO e carregar isso no seu *slogan*, acompanhada de uma exclamação.

O centro histórico de São Luís é patrimônio histórico e cultural da humanidade tombada pela UNESCO em 1997. A cidade comemorou em 2012 o 400º aniversário de fundação francesa, tendo sido a única capital brasileira fundada pelos franceses. Vários materiais impressos de divulgação foram distribuídos pelo *trade*, desde 2010, anunciando as comemorações do 400º aniversário. Neles, havia o forte apelo à fundação francesa da cidade e a (re)valorização do patrimônio histórico edificado, doravante PHE.

Conhecer então a percepção dos habitantes locais sobre o seu centro histórico e, sobretudo daqueles ligados à formação dos profissionais da área do turismo parece ser um caminho para colaborar com a melhor promoção da imagem e do destino São Luís. A importância de conhecer a percepção/leitura dos habitantes implica analisar a imagem que eles têm da área geográfica em questão, havendo duas



Fonte: Secretaria de Turismo do Maranhão (2012).

Figura 1 | Marca turística do Estado do Maranhão.



Fonte: Secretaria de Turismo de São Luís (2012).

Figura 2 | Marca turística de São Luís.

correntes de pensamento: a primeira que indica um ‘papel ativo dos residentes’, tratando da comparação das opiniões dos integrantes da comunidade e dos turistas; e a segunda, que considera a comunidade autóctone em relação ao desenvolvimento do setor turístico, como parte integrante do mesmo, expondo assim sua responsabilidade compartilhada e, desta forma, resumindo-se num ‘papel passivo dos residentes’ (Gallarza, Gil & Calderón, 2002).

2. Turismo cultural, paisagem e percepção ambiental

A expressão ‘turismo cultural’ suscita incômodos pela sua ambiguidade, redundância e diversos entendimentos e interpretações ao longo do tempo. A observação feita por Cousin (2002, p. 42) afirma que o turismo é, em si, uma atividade cultural, e que chamar turismo de ‘cultural’ seria um pleonismo, o que pode gerar um ‘impasse intelectual’ sobre o que é mais ou menos cultural em práticas, objetos e interações.

Segundo Pereira (2012), o Brasil solicitou e recebeu missões de assistência técnica para o turismo cultural em 1964, de Paul Coremans, que abordou o tema de modo preliminar. A vinda de Michel Parent foi financiada pelo Programa de Assistência Técnica das Nações Unidas para 1965-1966 e a sua escolha justificada pela experiência no *Service des monuments historiques* francês. Seu relatório *Protection et mise en valeur du développement touristique et économique* (Parent, 1968) foi elaborado após duas missões ao Brasil, de novembro de 1966 a janeiro de 1967, e de março a junho de 1967.

Neste relatório, Parent (1968) caracterizou o turismo cultural como uma ‘oportunidade excepcional’ para o Brasil, que poderia ser beneficiado pelo movimento turístico e pela facilidade de viajar que se estenderia a um número maior de pessoas. O apelo do turismo brasileiro não seria pelo ‘estranho’, e sim pela ‘similitude’ da arquitetura e pela respectiva ‘familiaridade’. Esta atenção ao mistério, ao inusitado, ao encanta-

mento, ao sugestivo e à imaginação do turista, foi destacado por Parent como um atrativo de países como o México e o Peru (Pereira, 2012, p. 94).

Para ele, a arquitetura impunha um ritmo ao espaço e à vida do homem em seu cotidiano e trabalho e deveria, também, dar esse ritmo à festa. Ela seria “a busca de uma síntese entre o monumento e a vida. Os monumentos fariam parte da teatralização da vida brasileira” e da junção entre a cultura contemporânea e os elementos de uma vida tradicional (Parent, 1968, p. 14).

As cidades de arte (Salvador, seguida por São Luís, Ouro Preto, Parati, Olinda e Alcântara), foram as que receberam a maior atenção de Parent (1968) em seu relatório, além de terem recebido outras missões para projetos específicos. Destaca-se então a importância dos estudos sobre o patrimônio nestas cidades, em especial, São Luís.

A ‘homogeneidade urbana’ de São Luís foi considerada como o resultado “do seu declínio coincidir com o surgimento da era industrial”. A cidade, “com características portuguesas muito acentuadas”, devia “sua originalidade à quantidade de residências de boa qualidade, cujas fachadas são cobertas de azulejos.” No entanto, de acordo com Parent, “o principal trunfo do Maranhão” era Alcântara, “a Pompéia ou a Herculano brasileira”, que possuía “o mistério da cidade ideal”, mas que estava “esquecida”, “adormecida” vivendo sob o efeito de “algum cataclismo telúrico, que teria ao mesmo tempo, arruinado e preservado uma cidade do século XVIII intacta de qualquer modificação ou expansão posterior.” Além do seu estado de conservação, destacou a “beleza pura e tranquila” de seu sítio, que considerou “um cenário suficientemente amplo e livre para que a realização de manifestações artísticas possa reunir um grande público sem perturbar, de forma alguma, a vida cotidiana, mas trazendo-lhe evidente prosperidade comercial” (Parent, 1968, pp. 70, 72, 74-77).

A cultura entra como “o exotismo da paisagem natural”, pois os nossos monumentos, museus, palácios, etc., não são ícones “reconhecíveis mundialmente” ou “globalizados”. (Silva, 2004, p. 54).

A percepção ambiental é um contínuo dos seguintes processos: percepção propriamente dita, cognição e avaliação. Nunca esquecendo que “toda percepção inclui julgamentos” (Rapoport, 1982, p. 51). Portanto, a percepção ambiental é definida pelo que cada indivíduo vê (realidade), pelo que conhece (experiência) e pelo que espera (expectativas).

A paisagem urbana é composta simultaneamente pela: i) configuração natural do sítio geográfico, com o relevo, a hidrografia, a topografia, etc.; e ii) configuração da paisagem edificada, compreendendo a arborização, a arquitetura, os monumentos, os marcos visuais, os parques, os jardins, as praças, etc, os seus elementos. Sabe-se que a paisagem natural tem a sua vitalidade alterada mas não suprimida e a paisagem planejada ou cultural reflete um valor estético sobre a natureza e um valor cultural através do espaço construído e das tradições da sociedade.

Estas paisagens urbanas influenciam a percepção dos observadores e, portanto, tornam-se importantes atrativos turísticos. Eis a razão do interesse da paisagem urbana para o turismo.

Os materiais impressos analisados (*folders*, cartazes, panfletos, etc.) foram recolhidos diretamente das Secretarias Municipal e Estadual de turismo e no estande do Estado do Maranhão na *World Travel Market*, feira realizada em São Paulo entre 23 e 25 de abril de 2013, sobretudo aqueles específicos sobre as comemorações do 400º aniversário de fundação francesa da cidade.

Os azulejos foram eleitos pela Secretaria de Turismo Municipal de São Luís como o mais importante ícone representativo do centro histórico da capital maranhense. Eles são vistos nos guias, nos *folders* e



Figura 3 | Capa e contracapa do folder promocional de São Luís.

nos encartes do destino São Luís, promovido tanto pelo Governo Estadual quando pelo Governo Municipal. É com base neste material (Figura 3) que será feita a análise de algumas imagens.

Segundo Souza e Tricárico (2013), é possível perceber que os azulejos, além de serem mais recorrentes nos materiais do *trade*, ocupam, neste material de divulgação, quase a totalidade da dobradura direita, que funciona como a capa do folder. Os azulejos são representados por um ‘emaranhado’ de linhas e pontos, nas cores verde, amarela, azul e vermelha. Mas, de fato, o que estes ícones significam? Os principais aspectos identificados para a análise são apresentados no quadro 1.

Neste sentido, Souza e Tricárico (2013) apontam que as cores lembram diretamente o Brasão d’Armas de São Luís, criado em 1926. Este brasão, que está também presente na bandeira de São Luís, segue o modelo francês, como as armas nacionais. O escudo

Quadro 1 | Contexto de significação

Significante	Noção comum	Significado
Vermelho, amarelo, azul e verde	Cores do brasão/Bandeira de São Luís	Orgulho da fundação francesa da cidade em 1612 por La Ravardiére
Pontos e linhas	Harmonia encontrada em alguns azulejos do centro histórico de São Luís	Centro histórico de São Luís Patrimônio
Triângulos harmoniosos e equidistantes		

Fonte: Souza e Tricárico (2013).

azul representa o estado do Maranhão. Nele, o escudete, simbolizando São Luís e disposto como na localização geográfica no território maranhense (numa ilha, no norte do estado). No campo verde do escudete, três flores de lis douradas, símbolo sacro francês. A tríade representa as naus francesas *Regente*, *Charlotte* e *Saint'Anne* da expedição de *la Ravardière* que fundou a cidade de São Luís em 1612.

As linhas e pontos equidistantes traduzem a harmonia e o traçado do centro histórico, com largura constante das ruas e a localização das praças nos largos e das escadarias de ligação entre os vários níveis. Percebe-se que suas edificações são alinhadas, de forma contínua, cuja monotonia é quebrada por pequenas variações no traçado, e nas cores. Verifica-se uma sintonia com a descrição da UNESCO para São Luís “exemplo excepcional de cidade colonial portuguesa, com seu traçado urbano integrado de forma harmoniosa com o seu ambiente natural e adaptada às condições climáticas” (UNESCO, 1997, p. 49).

As peças promocionais valorizam, em geral, as cores do seu ‘DNA’, aquelas representadas nos azulejos da capa do *folder*.

As paisagens veiculadas nos *folders* institucionais geralmente sob ‘patrimônio e história’ são contextualizadas em dias ensolarados, representando o

sol um excelente atrativo em um destino turístico. No entanto, a tentativa de uma construção dialógica do significado destas imagens, da ‘cidade fundada por franceses’, dentro da categoria destino turístico ‘patrimônio da humanidade’, é intermediada por possíveis e desconhecidos ‘ruídos’ quanto à sua conservação, ao reconhecimento pelos habitantes das imagens veiculadas pelo *trade*, do número de turistas atraído por estas imagens e às representações que de fato têm os habitantes da sua cidade, como apresentado a seguir.

3. Caminhos metodológicos

A análise descritiva se caracteriza como a principal abordagem para a compreensão e explicação da paisagem urbana. Nesta abordagem analítica, descreve-se os elementos da paisagem urbana em seus aspectos visíveis, correlacionando com as características geográficas do sítio de implantação, a morfologia urbana e os aspectos histórico-culturais que lhes deram origem. No entanto, o enfoque usado na análise das paisagens urbanas neste trabalho foi o método de análise da percepção ambiental, de Del Rio (1991). Este método propõe ênfase nos seguintes valores:

- i) Objetivos: forma, cor, textura, aeração, iluminação, sonoridade, simbologia e função;
- ii) Subjetivos: sentidos perceptivos a nível espacial, territorial, de sensação de bem-estar, conforto, prazer, etc.;
- iii) Ambiental: mobilidade intencional, através da memorização de sequência de pormenores distintivos que transmitem identidade, estrutura e significado;
- iv) Cognição ambiental: adaptação das ações do organismo do indivíduo aos objetos do meio, através da assimilação do processamento da representação, da avaliação e da geração de postura para futuras ações comportamentais do indivíduo no ambiente.



Fonte: Secretaria de Turismo de São Luís (2012).

Figura 4 | O ‘convite’ ao turista.

Estes valores são avaliados a partir das seguintes categorias de análise que apoiaram a elaboração das perguntas do questionário aplicado: legibilidade, pregnância, individualidade, continuidade, variabilidade e complexidade.

Pode-se agrupar as “comunidades autóctones” em cinco grupos de “comunidades locais”, sendo elas: (i) os profissionais que mantêm contato direto e permanente com os turistas; (ii) os empresários locais donos de empresas turísticas e não-turísticas; (iii) os habitantes de locais próximos a eixos turísticos que por isso estão em contato direto e com bastante frequência com os turistas; (iv) os demais habitantes que mantêm pouco ou nenhum contato com os turistas; e (v) os políticos (Chagas, 2008, p. 447).

Neste estudo, considera-se uma abordagem exploratória. Para tanto, o universo foi composto pelos grupos ‘i’, ‘iii’, e ‘iv’ anteriormente referidos, sendo principalmente formado pelos acadêmicos, discentes e docentes dos cursos do eixo hospitalidade e lazer da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e do Instituto Federal do Maranhão (IFMA), localizados, respectivamente, no entorno e dentro do centro histórico de São Luís. Este universo foi considerado para atender aos interesses da pesquisa, de conhecer então a leitura dos habitantes locais. Entrevistaram-se moradores com forte ligação com o centro histórico e com a atividade turística.

Assim, procedeu-se a uma amostragem não aleatória e por acessibilidade. Sendo enviado e-mail com a solicitação de participação na pesquisa, com explicações dos objetivos e o *link* da plataforma *Google Docs*, com o questionário semi-estruturado. A atuação profissional de um dos autores facilita o acesso a este público.

Os questionários eram compostos de 27 questões respaldadas na teoria de Del Rio (1991), sobre o tema da percepção ambiental. Nas perguntas objetivas, as opções de resposta eram ‘em conformidade’, quando houvesse concordância; ‘desconformidade’, quando houvesse discordância; ‘não se aplica’ e ‘outros’, com um espaço aberto para comentários em todas as questões deste perfil.

De aproximadamente quarenta *e-mails* enviados, foram considerados até o prazo estipulado, as primeiras trinta respostas. Os questionários foram respondidos entre os dias 13 e 27 de dezembro de 2013. Discutem-se, em seguida, os resultados da pesquisa empírica. Destaca-se que, pela abordagem exploratória da pesquisa, não há o interesse de realizar análises estatísticas ou generalizações. Por isso, optou-se por apresentar os dados em formato de frequência absoluta, e não em porcentagem/frequência relativa.

4. Discussão dos resultados

No universo de trinta respondentes, a maioria, vinte, têm uma intensa relação com o centro histórico, frequentando-o de duas a cinco vezes por semana, para trabalhar e/ou estudar. Nenhum respondente tem residência no centro histórico da capital, apesar de ser este o seu local de trabalho/estudo. Apenas duas pessoas afirmam nunca ou raramente frequentar este espaço por conta da insegurança e da sujeira nas ruas. Apesar de ser um número pequeno, é importante observar que é um aspecto que prejudica a atratividade deste espaço, especialmente pelas características do público entrevistado, que reconhece o valor do local.

As motivações dos habitantes da capital em frequentar o centro histórico são, neste estudo específico (visto a escolha das instituições ligadas à formação para o mercado de turismo): trabalho, lazer e estudos. Apenas seis dos respondentes afirmam buscar este espaço da cidade como opção de lazer.

Nas avaliações sobre a percepção (Quadro 2), quase todos os aspectos foi avaliado como ‘desconformidade’ pela maioria dos respondentes. As piores avaliações dos respondentes são: limpeza dos espaços públicos, conservação das fachadas dos imóveis do centro histórico e a iluminação dos espaços públicos à noite. Estes três itens, tendo recebido avaliação negativa, reforçam a ideia de abandono,

Quadro 2 | Avaliação dos respondentes sobre aspectos que compõem a paisagem no centro histórico de São Luís

Itens pesquisados	Avaliações (em frequência absoluta)			
	Em conformidade	Desconformidade	Não se aplica	Outros
Calçamento homogêneo para veículos	3	26	1	0
Sinalização para pedestre	1	24	4	1
Sinalização para motorista	4	21	2	3
Boa conservação das fachadas dos imóveis	1	27	1	1
Iluminação dos espaços públicos à noite	2	27	0	1
Existência de arborização	2	24	3	1
Edifícios e monumentos de várias épocas	22	6	2	0
Espaços com vistas parciais ou panorâmicas para o centro histórico	10	18	1	1
Limpeza dos espaços públicos	1	28	1	0
Fachadas dos imóveis diferenciadas	15	12	1	2
Iluminação diferenciada	4	22	2	2
Espaço amplo que evite sensação de aglomerado	6	18	5	1
Pontos de descanso para pedestres	6	20	2	2
Elementos/monumentos que caracterizem e homogeneizem o centro histórico	12	14	2	2

Fonte: Elaboração própria.

insegurança e descaso com o patrimônio histórico edificado tombado e suas respectivas paisagens. Para quase todos os entrevistados, 28 pessoas, o centro histórico de São Luís é percebido com um local sujo, sendo este o pior item avaliado. Falta de espaços verdes, como praças, jardins com descanso para os pedestres do centro histórico, também foi avaliado negativamente.

Segundo Del Rio (1991) nas suas categorias de análise, onde a 'legibilidade' é a percepção e apreensão da paisagem de forma quase imediata, transmitindo emoção e sensações como acolhimento, conforto, segurança e pertencimento; temos a percepção avaliada 'mais desconforme' pelos respondentes.

A segunda categoria de análise, a 'pregnância', compreende a retenção da imagem, promovendo uma sensação de inesquecível e o consequente desejo de retornar outras vezes. A pesquisa mostra que os respondentes têm muitas imagens de praças, ruas, monumentos, mirantes, dentre outros, que foram indicados à visita daqueles que buscam conforto e bem-estar. Estes resultados podem ser visualizados no decorrer da interpretação dos dados.

A terceira categoria, 'individualidade', compreende as áreas de convívio coletivo e espaços que

podem proporcionar sensações de individualidade, recolhimento, interiorização, etc. Os itens do questionário relativos a esta categoria foram avaliados majoritariamente em desconformidade, como em 'pontos de descanso para os pedestres' e 'existência de arborização'. Vale salientar que estes dois itens não compreende a totalidade dos que avaliam esta categoria.

A quarta e quinta categorias, 'continuidade' e 'variabilidade', compreendem as paisagens que transmitem ampla perspectiva ao usuário transmitindo a sensação de domínio do espaço e a sensação de diversidade formal e funcional, mantendo a legibilidade do espaço. Nestas categorias, alguns itens indicam a continuidade do calçamento, tanto para pedestre quanto para veículos em desconformidade. Já no caso das fachadas de imóveis diferenciadas e existência de edifícios e monumentos de várias épocas, tendo sido avaliados em conformidade pela maioria, mostram que para os usuários há o 'efeito surpresa', que quebra a monotonia das fachadas e pode interessar os transeuntes, sejam eles habitantes locais ou turistas. Sobre a funcionalidade, percebe-se que a existência de diversos órgãos públicos e privados, além de residências, colabora com a legibilidade do espaço.

A última categoria, a ‘complexidade’, é aquela que proporciona uma sensação de magnitude e grandiosidade provocando emoções fortes e até insegurança, mas sempre com encantamento. Na avaliação feita, foram indicados diversos locais com vistas panorâmicas para totalidade do centro histórico e para o mar, além de sugestões para assistir ao pôr-do-sol, sugerindo a existência de locais fortes a serem explorados pelos roteiros turísticos.

No entanto, o potencial do atrativo é percebido nas duas únicas avaliações em conformidade, segundo os ludovicenses: a pluralidade histórica do patrimônio edificado e a diversidade das suas fachadas.

Vêm colaborar com o potencial turístico do conjunto do centro histórico diversos outros locais citados pelos respondentes dos quais muitos não são explorados nos materiais impressos de divulgação deste produto.

Segundo os respondentes, há locais que têm dimensionamento suficientes, causando sensação de conforto. Neste item houve dois comentários de entrevistados para além das respostas, o primeiro aponta inexistência de espaços amplos e denuncia insegurança: “Não lembro de nenhum. Em todos os eventos que participei percebi pouco espaço para muita gente e uma sensação de desconforto e insegurança”. Já o segundo destaca que mesmo espaços que não têm dimensionamento para grandes grupos,

são fortes atrativos para um segmento de público, como o Beco da Faustina. No quadro 4, em ordem de maior frequência de citações, apresentam-se os espaços que oferecem conforto devido ao dimensionamento para acolher grandes grupos.

Com relação aos ícones e monumentos que representam, caracterizam e homogeneizam o centro histórico, foi apontado o fato de que muitos casarões estão sendo desqualificados e usados como estacionamentos, alguns desmoronando e outros como pontos de drogadição. Destaca-se as sugestões de implantação de placas informativas diante das construções. Ainda assim, há a eleição dos seguintes monumentos: os azulejos dos casarios, as edificações do século XVIII e XIX, o traçado urbano, as estátuas que descrevem as personalidades da cultura ludovicense, a Rua Portugal, o calçamento

Quadro 4 | Locais confortáveis para grandes grupos, evitando sensação de aglomeração

Praça Nauro Machado e ruas adjacentes
Praças, escadarias e acessos da Praça João Lisboa
Praça Gonçalves Dias
Fonte das Pedras
Praça Benedito Leite
Praça Maria Aragão
Convento das Mercês
Rua da Estrela, em frente ao mercado modelo
Praça dos Três Poderes
Praça do Bar do Porto

Fonte: Elaboração própria.

Quadro 3 | Lugares que proporcionam vista parcial e/ou panorâmica e o que pode ser visto

Frequência absoluta das citações	Lugares	O que pode ser visto
6	Praça Nauro Machado	Mar, ruas, pessoas
	Palácio dos Leões (Mirante da Praça dos Três poderes)	Baía, beira mar, Praça dos Três Poderes, São Francisco,
5	Praça Gonçalves Dias	Centro histórico, São Francisco, baía, centro histórico
	Mirantes de prédios	Centro histórico, mar, ruas, telhados
4	Convento das Mercês	Rio, mar, bairro do desterro, aterro do bacanga, estaleiro escola, casas
3	Praça Benedito Leite	Centro histórico
1	Catedral, Igreja do Desterro, Coreto na beira mar, Rua Portugal, Rua do Egito, Rua do Giz, Fonte do Ribeirão, Fonte das Pedras	Rua do Giz, centro histórico, São Francisco, ponta d’1areia, anjo da guarda, pôr do sol, casas

Fonte: Elaboração própria.

das ruas, a Fonte do Ribeirão, a Igreja da Sé, o Largo dos Amores, os canhões, os obeliscos, as fechaduras gigantescas dos casarios, a culinária, a Casa das Tulhas, os arcos plenos coloniais, a eletrificação com postes e lâmpões, as edificações com seus mirantes, as pedras de cantaria.

Procura-se conhecer as imagens associadas ao centro histórico de São Luís, imagens estas que representam o seu conjunto. Estas respostas podem colaborar com a promoção do atrativo, com a elaboração e/ou ajustes de roteiros turísticos, além de ajudarem no planejamento do destino. As respostas apontaram os componentes mais lembrados do atrativo centro histórico e, em ordem decrescente de importância, na pesquisa (Quadro 5).

Mesmo não sendo o fórum ideal para apontar as irregularidades, visto que neste item perguntava-se ‘quais são as imagens que vêm à mente quando se pensa em centro histórico de São Luís do Maranhão’. Neste aspecto, algumas respostas denunciavam os problemas da subutilização do potencial, depredação do patrimônio edificado, lixo nos espaços públicos, violência, esgotos à céu aberto, buracos nas

ruas, prostituição, drogadição nos casarões abandonados, ruas fétidas e descaso do poder público com o espaço.

Percebe-se que as paisagens atreladas à promoção do destino pelo *trade* local elegeu, dentro do universo selecionado pelos habitantes nesta pesquisa, os casarões e seus azulejos, o Palácio dos Leões, a Casa das Tulhas e as pedras de cantaria. Sob o olhar dos habitantes, há uma diversidade maior das imagens eleitas representativas do centro histórico assim como aquelas que representariam todo a cidade/destino de São Luís do Maranhão.

5. Considerações finais

Nesta pesquisa buscamos comparar a leitura do patrimônio histórico edificado de São Luís do Maranhão promovido pelo *trade* turístico através dos materiais de divulgação impressos e a leitura do mesmo patrimônio pelos ludovicenses, visando dar suporte à melhor promoção do destino São Luís do Maranhão.

Verificámos, através da leitura dos resultados, que a percepção dos habitantes é negativa com relação aos itens ligados à prestação dos serviços públicos básicos: limpeza, iluminação e segurança públicas. Conservação do patrimônio edificado e das vias, assim como falta de sinalização adequada para pedestres e motoristas foram pontos negativos levantados na pesquisa. As percepções relativas ao potencial do patrimônio edificado do centro histórico foram avaliadas positivamente (em conformidade) pelos ludovicenses.

A promoção das imagens e paisagens das folheterias do *trade* turístico da capital maranhense não acompanha as paisagens e símbolos eleitos pela amostragem desta pesquisa. Há muitas paisagens e locais com vistas panorâmicas citadas que poderiam ser melhor investigadas e possivelmente aproveitadas nas folheterias. Da mesma forma, os passeios turísticos propostos pelas agências locais,

Quadro 5 | Imagens associadas ao centro histórico de São Luís

Azulejos
Centro histórico/ maior conjunto arquitetônico colonial da América Latina/ Patrimônio Mundial da Humanidade/ Prédios coloniais/ Galerias subterrâneas/ Ruas estreitas/ Mirantes
Ilha/ Praia/ Pôr do sol visto do Palácio dos Leões/ Mar prateado /Vento forte na praia
Pobreza
Ausência do poder público
Baía de São Marcos
Bairro do Monte Castelo
Ponte do São Francisco (Ponte José Sarney)
Artesanato de cerâmica com desenhos coloridos esmaltados
Foldlore/ Bumba-meu-boi/ Tambor de crioula/ Cacuriá/ Festa Junina/ Reggae
Culinária/ Guaraná Jesus
Oligarquias
Falta de conservação do patrimônio
Falta de saneamento básico
Mercado da Praia Grande
Praça Benedito Leite
Largo dos Amores
Fonte das Pedras

Fonte: Elaboração própria.

que podem encontrar argumentos nesta pesquisa para conservar certos roteiros, incrementá-los ou mesmo criar novos.

As questões que permitiam respostas abertas, recebeu muitos depoimentos, quase desabaços, sobre as condições de abandono do centro histórico pelo poder público. Estes discursos estão presentes em todas as opções abertas do questionário. Críticas e descontentamentos em relação às condições de saneamento básico, limpeza e iluminação públicas, falta de segurança, dentre outras.

Evidentemente esta pesquisa tem limitações. Dentre estas, destacamos a implícita na própria percepção ambiental pois existem limitações evidentes à complexidade da questão da percepção ambiental, senão mesmo devido à diferença entre 'reagir' e 'conhecer', uma vez que a atividade representativa é diferente de respostas comportamentais. Os resultados de estudos perceptivos não poderão garantir que os grupos populacionais assumirão as condutas prováveis definidas pelas cognições e expectativas encontradas pelo pesquisador. Destaca-se ainda a abordagem exploratória, com a escolha de entrevistar apenas os habitantes locais que trabalham diretamente com a formação para o turismo no centro histórico e no seu entorno. Outras pesquisas podem buscar conhecer a percepção dos demais habitantes da cidade, turistas, gestores e outros atores do *trade* turístico local.

Referências bibliográficas

- Chagas, M. M. (2008). Imagem de destinos turísticos: Uma discussão teórica da literatura especializada. *Turismo: Visão e Ação*, 10(3), 435-455.
- Cousin, S. (2002). *L'identité au miroir du tourisme. Usages et enjeux des politiques de tourisme culturel*. Thèse de doctorat en anthropologie sociale, EHESS, Paris.
- Del Rio, V. (1991). *Desenho urbano e revitalização na área portuária do Rio de Janeiro: A contribuição do estudo da percepção ambiental*. Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.
- Gallarza, M., Gil, I., & Calderón, H. (2002). Destination image: Towards a conceptual framework. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56-78.
- Lazzarotti, O. (2011). *Patrimoine et tourisme: Histoires, lieux, acteurs, enjeux*. Paris: Éditions Belin.
- Parent, M. (1968). *Proteção e valorização do patrimônio cultural brasileiro no âmbito do desenvolvimento turístico e econômico*. Paris: UNESCO.
- Pereira, C. (2012). *O turismo cultural e as missões UNESCO no Brasil*. Tese de Doutorado, Universidade Federal de Pernambuco, Recife.
- Rapoport, A. (1982). *The meaning of the built environment: A nonverbal communication approach*. Arizona: The University of Arizona Press.
- Secretaria de Turismo do Maranhão (2012). *Marca turística do Estado do Maranhão*. Acedido a 2 de setembro de 2012, em <http://www.turismo.ma.gov.br>
- Secretaria de Turismo de São Luís (2012). *Marca turística de São Luís*. Acedido a 2 de setembro de 2012, em <http://www.saoluis.ma.gov.br/default.aspx>
- Souza, V., & Tricarico, L. (2013) Patrimônio, imagem e turismo de sightseeing: Olhares e reflexões sobre o destino São Luís, Brasil. In M. Santos, F. Serra, J. Santos & P. Águas (Eds.), *Desenvolvimento e planeamento em turismo* (pp. 247-261). Faro: Ualg, ESGHT.
- UNESCO (1997). *Convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel du Comité du Patrimoine Mondial*. Acedido a 1 de julho de 2013, em <http://whc.unesco.org/en/list>