

## O Centro Histórico de São Luís e seu uso na Comunicação Midiática para promoção do Turismo local<sup>1</sup>

Welyza Carla da Anunciação SILVA<sup>2</sup>

Sarany Rodrigues da COSTA<sup>3</sup>

José FERREIRA JÚNIOR<sup>4</sup>

Universidade Federal do Maranhão - UFMA

### Resumo

Objetivou-se estabelecer uma relação entre a importância da preservação do patrimônio ambiental urbano, tendo o caso do Centro Histórico de São Luís como modelo, e o uso da comunicação midiática na promoção do turismo, enfatizando que a promoção do turismo local depende do estado de conservação do patrimônio daquela localidade, e a atividade turística só poderá oferecer uma experiência agradável aos seus praticantes se a cidade possuir um acervo cultural preservado.

**Palavras-chave:** Centro Histórico; Patrimônio; Preservação; Comunicação Midiática.

### Introdução

A atividade turística vem estabelecendo uma ligação cada vez mais estreita com a aquisição de cultura e trocas culturais, saindo da sua concepção mais erudita para as diversas formas de expressões que um povo, uma comunidade, pode se representar através não somente de suas obras arquitetônicas, de estilos de artes Barrocas e ademais, mas de como tudo isso está inserido em um ambiente e no seu espaço, como se relaciona com o entorno na (re) construção e (re) significação de todo esse acervo, a esse respeito diz Arantes (2006, p.431.):

“Os bens culturais encontram-se necessariamente situados – inseridos em contextos espaço-temporais específicos: localizam-se em determinado tempo-espaço, integram atividades de determinados grupos sociais e não de outros, e são suportes de significados e de sentidos que são construídos e transformados

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Desenvolvimento Regional e Local, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da UFMA, Bacharela em Hotelaria e Licenciada em Educação Física. Bolsista da FAPEMA/CAPES. E-mail: welyzacarla@hotmail.com

<sup>3</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da UFMA, Bacharela em Turismo. Bolsista da FAPEMA/CAPES. E-mail: saranycosta@live.com

<sup>4</sup> Doutor em Comunicação e Semiótica pela PUC-SP. É professor de Jornalismo do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão (UFMA) e do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da UFMA. É autor de *Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico visual* (Senac-SP). E-mail: jferr@uol.com.br

tanto por essas mesmas atividades, quanto pelas estruturas de relacionamento social que as ordenam”.

O Centro Histórico de São Luís, no Maranhão, constitui-se em um importante bem cultural, elevado à categoria de patrimônio, que ilustra o estilo de vida de suas moradores em diferentes épocas, sendo então considerado um belo exemplo de patrimônio ambiental urbano.

Nesse sentido o patrimônio ambiental urbano que envolve não somente as estruturas físicas tombadas, como é o caso do Centro Histórico de São Luís, mas também as relações com as comunidades em um processo social dentro de um ambiente, que de acordo com YÁZIGI (2012, p. 26), “ambiente, pois, não é nem cenário nem lugar. [...] são as relações processadas num lugar específico e não o próprio lugar”. Por este movimento o pensamento de que ao se falar na preservação do patrimônio ambiental urbano, é necessário ter em vista que todos os atores envolvidos nesta relação estão inseridos no processo de preservação.

Em decorrência do longo processo de preservação e revitalização que o Centro Histórico de São Luís passou nas décadas de 1980 e 1990, a cidade recebeu em 1997, da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), o título de Patrimônio Cultural da Humanidade. Título esse que tem sido muito utilizado pela mídia em geral nas campanhas de promoção do turismo local.

O turismo como agente indutor não apenas da promoção de um lugar, mas da permanência dele a partir da sua preservação versa no intuito de intervir não somente na esfera da conscientização, mas de fomentar o interesse das diversas esferas governamentais, das secretárias e todo o trade turístico, para ações de revitalização, de novos usos para determinadas estruturas que muitas vezes estão deterioradas e prestes a se perder, criando novas opções de rotas para os turistas e atrativos a partir destas novas representações, porém sem perder todo seu trajeto histórico, assim:

Quando nos referimos a preservação do patrimônio cultural (natural, edificado ou imaterial) remetemo-nos a um processo seletivo de atribuição de valores às formas e às práticas culturais que engendram intervenções, decisões e escolhas balizadas por um projeto político que a estrutura social de cada tempo constrói. (ROCHA apud LUCHIARI, 2005, p. 96).

Nesse pressuposto, a necessidade de preservação deve estar vinculada aos padrões de desenvolvimento das estruturas sociais vigentes e em consonância a sua nova perspectiva urbana. No turismo essa necessidade se torna ainda mais evidente, pois uma

localidade que não apresente boas condições físicas e estruturais não poderá se tornar destino turístico, e muito menos poderá ser promovido como tal.

A necessidade de preservar se dá, com maior ênfase, frente às transformações sociais que ocorrem em uma localidade, guiadas pelo crescimento exacerbado nos diversos setores, enfatizando o crescimento urbano que tem apresentado novas características, como a preferência das pessoas por moradias em condomínios fechados, espaços antes considerados vazios são transformados em centros comerciais, as vias que a priori, estreitas, carecem de modificações devido ao grande fluxo de automóveis pelo crescimento do setor econômico.

Porém, esse crescimento tem ocorrido de forma não ordenada e reproduzindo as estruturas das classes dominantes que avançam para uma nova era futura deixando uma dualidade no espaço urbano, interferindo na paisagem do lugar que deve estabelecer uma relação harmônica com o mesmo, de maneira que o espaço seja transmissor de todo o contexto histórico cultural da localidade, permitindo assim, ao morador e também turista uma leitura das suas ressignificações no seu percurso histórico.

Ainda se discute bastante sobre os impactos que o turismo pode proporcionar ao lugar, sejam positivos ou negativos, de acordo com Swarbrooke (2000, p. 78),

[...] o turismo pode ser benéfico ao meio ambiente natural quando oferece uma motivação para a sua conservação. Sem o incentivo financeiro para conservação, representado pelo turismo, muitos órgãos do setor público provavelmente dariam menos atenção à proteção do meio ambiente natural.

Nessa premissa, o turismo caracteriza-se como agente indutor para a conservação e preservação do meio ambiente no qual o patrimônio está inserido, corroborando para as políticas e ações estatais estabelecendo uma ordenação entre espaço geográfico de forma harmônica para a paisagem urbana que se remodela a cada época.

Entretanto deste diálogo entre o turismo e a preservação do patrimônio ambiental urbano tem-se a inquietação de como se conservar o passado preservando-o em um momento histórico marcado pela globalização, avanço imponente das tecnologias, massificação das informações e do consumo desenfreado, que apresenta um turista exigente repleto de expectativas, buscando reviver as experiências passadas, porém esteticamente organizadas e a elas interpretar por meio do seu juízo de gosto e em detrimento dos seus valores, sejam eles “pragmáticos, cognitivos, estéticos ou afetivos” YÁZIGI (2012).

Percebe-se que há uma verdadeira espetacularização social que atribui às questões estéticas um caráter seletivo para o consumo de destinos turísticos a partir do quanto aquilo

parece belo e condutor de trocas culturais daquilo que é contemplado. Isso se adequa as paisagens que de fato tem um teor mercadológico para promoção e comercialização do turismo, em concordância com Silva, Nogueira e Pereira (2012, p.537), “[...] fica expressa a ligação entre a estética do patrimônio e a validade do seu contributo [...]”.

No planejamento estratégico do turismo existe um princípio no qual preservação e estruturação do destino devem acontecer sempre antes da sua promoção. O que se torna lógico quando se pensa na ideia de que não se vende um produto inacabado. Tendo em vista esse pressuposto, procurou-se, neste trabalho, estabelecer uma relação entre a importância da preservação do patrimônio ambiental urbano, usando o caso do Centro Histórico de São Luís, e o uso da comunicação midiática na promoção do turismo.

### **A Importância da Preservação do Patrimônio para o Turismo**

Na atualidade, muito se fala sobre educação e preservação ambiental, porém abordando-as, quase que sempre, do ponto de vista dos recursos naturais, deixando em segundo plano o patrimônio ambiental urbano, como se este também não fizesse parte do ambiente e não necessitasse de preservação pelo simples fato de estar inserido no espaço urbano. Eduardo Yázigi (2012, p. 25) nos lembra que a etimologia da palavra ambiente não nos remete necessariamente à ideia de lugar, mas sim “de relação (do *latim amb+ire* = ir junto)”.

O turismo, como atividade que “consume” essencialmente o espaço e suas relações, de forma mais acentuada o espaço urbano, tem o dever de instigar, induzir e promover sua preservação, para que assim, as atividades turísticas, e também as demais, não sejam prejudicadas em decorrência da degradação do espaço das cidades e da banalização das relações deste com seus moradores e visitantes.

O espaço urbano é constantemente analisado por seus habitantes e transeuntes, os quais buscam nele uma experiência estética agradável para sua contemplação. Ao discorrer acerca da análise do espaço urbano, Martins (2012, p. 11) afirma que esta requer uma abordagem embasada “em diferentes pontos de vista, considerando-se a visualidade estética de cenários contraditórios e conflitantes, para subsidiar novas intervenções que qualifiquem a geografia do lugar no contexto histórico e social.”

As intervenções que ocorrem no espaço urbano, as quais o autor se refere, podem ser de ordem estética e/ou preservacionista, que acontecem, na maioria das vezes, como

tentativa de amenizar os danos causados pelo vandalismo e também pela inerente ação degenerativa do tempo. Essas ações, empreendidas em sua maioria pelo poder público, fazem parte de um conjunto de políticas que visam conservar a estética e a harmonia do espaço urbano, pois:

O crescimento desordenado, a especulação imobiliária, enfim, uma série de fatores vem contribuindo para que o quadro das nossas cidades não seja dos mais promissores, quer na defesa de espaços, quer em termos da paisagem urbana, quando se fala da contemplação estética. Em nome da economia e da funcionalidade, muito se tem feito ‘enfeando’ a paisagem urbana. (MARCELLINO et al, 2007, p. 18).

Esse posicionamento do autor revela uma visão sob os pontos negativos advindos do processo de urbanização, principalmente sobre a estética do local. Mas, por outro lado, o próprio Marcellino se mostra otimista com relação às opções de lazer que o espaço urbano pode oferecer às pessoas. No entanto, essas opções só serão possíveis e satisfatórias se o ambiente urbano estiver preservado.

Nessa perspectiva, o autor coloca, então, os “dois lados da moeda” que a cidade nos possibilita enxergar, quando afirma que “percorrê-la, no cotidiano, pode ser algo enfadonho ou transformar-se em tarefa agradável e estimulante para os sentidos, a partir da variedade da paisagem urbana, em termos de significado enquanto patrimônio ambiental urbano” (MARCELLINO et al, 2007, p. 9). O significado ao qual o autor se refere diz respeito à noção de identidade e pertencimento despertada a partir da identificação com o patrimônio urbano.

A contemplação da paisagem urbana deve ser vista como uma alternativa de lazer para as pessoas sejam elas moradoras ou visitantes. Mas, para que isso aconteça, a cidade deve propiciar os meios e as condições necessárias para criação e conservação dos elementos que constituem o patrimônio ambiental urbano, de forma que este sirva de identificação cultural para a população.

O patrimônio ambiental urbano, por sua estética e significação, serve também de motivação para a atividade turística, principalmente o segmento cultural, o qual é praticado, em sua maioria, por turistas mais conscientes e educados acerca da preservação patrimonial. Esse nível de consciência e educação faz com que os turistas sejam mais cuidadosos em suas práticas de lazer, e que sejam mais exigentes no que diz respeito à ação preservacionista do Estado.

Ao tratar da participação do turismo, sobretudo o cultural, nas ações de preservação, Karoliny Carvalho (2009, p. 30) afirma que:

A atividade turística vem se configurando num importante agente promotor de desenvolvimento social e econômico, e de alcance da sustentabilidade em diversas regiões. É factível que a inserção de localidades no circuito do turismo cultural ofereça possibilidades de revitalização do acervo arquitetônico através da valoração e da potenciação de determinados elementos e atributos constitutivos do patrimônio cultural local. (CARVALHO, 2009, p. 30).

A autora evidencia o fato de que, a introdução de determinado lugar no circuito turístico requer a implantação de políticas de conservação para o patrimônio ambiental urbano existente naquele lugar. Isto porque a atividade turística a ser desenvolvida ali implicará em uma maior exposição do patrimônio local às ações de desgaste por sua maior utilização. Esta realidade mostra que o turismo é uma atividade que, a um só tempo, pode expor o patrimônio ambiental urbano à degradação, mas pode, e deve também atuar como agente indutor da preservação deste patrimônio.

Além disso, para que a localidade possa atrair turistas pelo seu patrimônio – seja ele natural, histórico, paisagístico, arquitetônico ou urbano – é necessário que este esteja preservado, pois somente desta forma oferecerá uma experiência autêntica aos seus visitantes. Com isso, têm-se então mais um dos fatores pelos quais o turismo age na promoção da preservação do patrimônio ambiental urbano.

### **O Centro histórico de São Luís e seu processo de preservação**

O Maranhão, seguindo uma tendência nacional, tem desempenhado esforços no sentido de promover seu desenvolvimento por meio da elaboração e implantação de políticas públicas em diversos setores. Incluindo, de forma mais recente, as questões que envolvem o espaço e sua organização estrutural e social, tendo a capital São Luís como grande foco dessas políticas, e mais especificamente o centro histórico que, até a implantação dessas políticas, se encontrava abandonado não só pelo governo, mas também pela população que não encontrava motivações para frequentá-lo.

Assim, a necessidade de preservar e revitalizar surge no momento em que a população e os visitantes passam a se afastar do centro histórico de São Luís. Esse afastamento, em sua maior parte, foi ocasionado por problemas relacionados às estruturas

física e social daquele espaço, os quais vieram a ser corrigidos por meio dos processos de preservação e revitalização.

Nessa perspectiva, a partir de 1974, quando o Centro Histórico de São Luís foi tombado como patrimônio arquitetônico e paisagístico, pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), o governo passa a pensar, de forma mais acentuada, em políticas públicas voltadas à preservação e estruturação do espaço urbano (SILVA, s/d). O centro histórico de São Luís se enquadra no recente conceito de patrimônio ambiental urbano, constituindo-se em um significativo conjunto arquitetônico e paisagístico do país.

Nesse período, tanto o governo estadual quanto o municipal criam instrumentos para promoção do patrimônio histórico. Em 1975 é inserido um item sobre esse assunto no Plano Diretor de São Luís, e em 1978 o estado sanciona a lei nº. 3.999/78 que trata sobre a preservação do Patrimônio Histórico, Artístico e Paisagístico no Maranhão (GONÇALVES, 2006).

De acordo com Daniela Gonçalves (2006), o centro histórico de São Luís possui, até o ano de encerramento da sua pesquisa, cerca de 3.500 imóveis tombados (entre estaduais federais). A autora assim os classifica:

O conjunto delimitado estritamente pelos perímetros dos Tombamentos Federal (cerca de 1.000 edificações) e Estadual (cerca de 2.500 edificações) possui um total aproximado de 3.500 imóveis de valor histórico e arquitetônico, a maioria civil, com construções do período colonial e imperial, com características peculiares nas soluções arquitetônicas de tipologia, revestimento de fachadas e distribuição interna. (GONÇALVES, 2006, p. 36).

No âmbito estadual, as ações voltadas à preservação do centro histórico de São Luís foram concentradas na região da Praia Grande, isso ocorreu por conta da falta de recursos para abranger toda área do centro histórico. A Praia Grande foi então escolhida por apresentar as mais significativas obras arquitetônicas de todo o conjunto tombado (SILVA, s/d).

As políticas ali empreendidas fazem parte do Programa de Preservação e Revitalização do Centro Histórico de São Luís (PPRCHSL), que começou a ser desenvolvido a partir da proposta do engenheiro americano Jonh Ulrich Gisiger, elaborada entre 1977 e 1979 (SILVA, s/d). O PPRCHSL se constituiu no principal programa de preservação para aquela região, tendo suas ações desenvolvidas, incluindo elaboração, no período de 1979 a 2006.

Os desdobramentos do PPRCHSL, além de promover a preservação e revitalização do centro histórico de São Luís, contribuíram de forma significativa para inscrição da cidade na lista de patrimônio da humanidade pela UNESCO, o que proporcionou uma maior valorização daquele espaço e consequente elevação nos números do turismo na região. Sendo o referido título muito “explorado” pela mídia no que diz respeito à divulgação e promoção do turismo local.

### **O uso da comunicação midiática para promoção do Turismo local: o caso do Centro Histórico de São Luís**

O turismo sendo uma das maiores riquezas econômicas em todo o mundo, considerado a “terceira maior indústria do mundo, perdendo somente para o petróleo e a indústria automobilística” (WAINBERG, 2003, p. 10). Com caráter intensamente competitivo da atividade, em virtude dos produtos turísticos, da estrutura cada vez mais moderna de transportes permitindo maior acesso, e do grande avanço tecnológico e, conseqüentemente, das comunicações é que o uso das mídias para a promoção do turismo se faz essencial, tendo em vista a rapidez na disseminação de informações que essas mídias oferecem.

Com isso há uma grande valorização do uso do marketing feito por meio das mídias para promoção dos espaços urbanos hodiernamente, fomentando o processo de venda dos mesmos visando dar uma nova imagem à cidade, enfatizar o que ela tem de melhor e ainda demonstrar seu caráter hospitaleiro, pois o turista tem inicialmente uma experiência imaginária que o incita a conhecer novas culturas, novos destinos turístico. A respeito da riqueza de imagens que a mídia pode oferecer GASTAL, (2004, p. 13) diz que as “imagens porque, na própria cidade ou no estrangeiro, antes de se deslocarem para um novo lugar, as pessoas já terão entrado em contato com ele visualmente, por meio de fotos em jornais, folhetos, cenas de filmes, páginas na internet.”.

Porém, o êxito no uso das mídias para promoção do turismo se dá a partir da qualidade do produto, por isso a importância da preservação do Patrimônio ambiental urbano dos diversos sítios urbanos como um produto a ser promovido pela mídia, inclusive no Centro Histórico de São Luís, o qual tem sido usado como um dos principais produtos de divulgação da cidade, por seu imenso valor histórico e paisagístico.



Partindo dessa importância, o Centro Histórico de São Luís busca tonalizar sua riqueza arquitetônica e suas tradições assim como todas as relações de espaço do seu entorno, e que as esferas governamentais investem na promoção do turismo a partir do uso dos meios de comunicação, sejam eles impressos, tecnológicos, audiovisuais, rádio, televisão, internet dentre outros para a expansão do turismo local, assim, “os meios de comunicação são um instrumento que, uma vez bem utilizado, pode levar as entidades públicas do turismo e o sector privado a atingir os seus objectivos promocionais: divulgar, motivar e causar impacto” (MARUJO, 2004, p.11).

Não há dúvidas que o discurso midiático exerce forte influência sobre a sociedade de consumo, estabelecendo um forte elo entre comunicação, tecnologia e economia colaborando substancialmente para a divulgação dos mais diversos destinos turísticos e de seus produtos elevando o potencial turístico da localidade a partir das projeções dos meios de comunicação.

No caso do Centro Histórico de São Luís com o intuito de inseri-lo no circuito global do turismo, se utilizou de amplas estratégias midiáticas fazendo uso exacerbado do Centro Histórico já que o mesmo é considerado um dos principais destinos turísticos da cidade. Buscou-se a valorização do Centro Histórico através de campanhas publicitárias, exibidas nos mais diversos meios de comunicação, transformando o local em um verdadeiro espetáculo. Nesse contexto, segundo DEBORD (2003, p. 17):

O espetáculo apresenta-se como algo grandioso, positivo, indiscutível, e inacessível. Sua única mensagem é ‘o que aparece é bom, o que é bom aparece’. A atitude que ele exige por princípio é aquela aceitação passiva que, na verdade, ele já obteve na medida em que aparece sem réplica, pelo seu monopólio da aparência.

Assim o Centro Histórico de São Luís recorre aos recursos da mídia que utiliza do imaginário da sociedade de consumo, que está entrelaçada a imagem daquilo que a mídia afirma ser o melhor, com isso em São Luís algumas ações ocorreram para que o Centro Histórico pudesse se tornar o cartão postal do Estado do Maranhão, como por exemplo, o Programa de Revitalização, que envolveu ações de saneamento e melhoria de infraestrutura levando a formação de uma nova paisagem urbana, e que levou a cidade a receber da UNESCO o título de Patrimônio Cultural Da Humanidade, sendo está a matéria prima para o discurso norteador da propaganda turística do Centro Histórico de São Luís.

As informações transmitidas a partir das mídias trazem um sentido de espaço dinâmico, de entretenimento no espaço urbano dentro de uma paisagem histórica e repleta

de mistérios, atualmente alguns projetos dão visibilidade e reafirmam o discurso feito pela mídia acerca do Centro Histórico de São Luís, como o *Projeto Serenata Histórica*, que é uma iniciativa da Secretaria Municipal de Turismo e é contemplado pela mídia através da televisão, jornais, folders, rádio e internet, que propõe:

[...] contempla um roteiro turístico diferenciado no Centro Histórico de São Luís, integrando a produção musical maranhense e intervenções artísticas promovendo o (re) conhecimento da cidade a partir de itinerários temáticos. [...] Agregado a toda beleza arquitetônica das ruas, becos e dos casarões coloniais, com o Passeio Serenata Histórica, são realizados passeios com turistas e a comunidade para o conhecimento sobre o patrimônio cultural da cidade. A proposta de realizar passeios turísticos sugere a ressignificação dos espaços públicos do bairro da Praia Grande, buscando o aproveitamento do Centro Histórico como local de sociabilidade e enraizamento comunitários e de fruição cultural, valorizando e difundindo a cultura local entre turistas e a comunidade [...] (<http://www.saoluis.ma.gov.br>).

A partir das ações engendradas pelo Estado que a mídia faz uso do Patrimônio Ambiental urbano, no caso do Centro Histórico de São Luís, delineando seu discurso e assim corroborando para a promoção do turismo local, já que a partir dessas ações conjuntas é que o turista tem suas impressões entrelaçadas ao imaginário e ao poder coercitivo que a mídia exerce sobre a sociedade de consumo, agregando valor ao destino turístico e assim promovendo a expansão do turismo no Centro Histórico de São Luís.

### **Considerações Finais**

Constatou-se que o turismo é uma grande ponte para a preservação do patrimônio, com destaque ao patrimônio ambiental urbano, atualmente considerado por alguns estudiosos como um dos mais enriquecedores, permitindo ao turista, experiências não somente contemplativas, mas de trocas com o ambiente, com a rotina da comunidade e todo o seu entorno em um acervo que perpassa a estrutura arquitetônica e seus monumentos, mais a praça, mercados, museus, dentre outros do entorno.

Nesse sentido, nota-se que ao se preservar o patrimônio ambiental urbano é necessário compreender que todo seu entorno e sua ambiência também carecem de mesma atenção. E que essa preservação é um dos fatores determinantes para que a localidade possa ser promovida como um destino turístico. Em São Luís, essa promoção tem sido realizada tendo como principal atrativo o seu Centro Histórico, o qual precisou passar por um longo

processo de preservação e revitalização para que pudesse chegar ao status de “garoto propaganda” do turismo da cidade.

Isto porque as propagandas turísticas veiculadas na mídia são, em sua maioria, voltadas para as belezas culturais, artísticas e paisagísticas existentes no espaço no Centro Histórico de São Luís. Os programas e campanhas publicitárias do poder público municipal também levam em consideração o uso e divulgação das riquezas ali manifestadas em seus casarios, becos, ruelas, escadarias, os quais são revestidos de magia, cultura e história.

Toda essa riqueza existente no Centro Histórico de São Luís segue (re) encantado moradores, visitantes e turistas, seja por meio das propagandas veiculadas na mídia ou por meio de uma postagem de fotos e relatos de pessoas que passaram pelo local e não resistiram à vontade de compartilhar a experiência ali vivida.

## Referências

ARANTES, A. A. Patrimônio cultural e seus usos: a dimensão urbana. **Revista Habitus**, Goiânia, v. 4, n.1, p. 425-435, jan. / jun. 2006. Disponível em: [revistas.ucg.br/index.php/habitus/article/download/362/300](http://revistas.ucg.br/index.php/habitus/article/download/362/300). Acesso em: 31 mar. 2015.

BASTOS, Sênia. **A ação do Estado na recuperação do patrimônio cultural da área central da cidade de São Paulo**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UnB – 6 a 9 de setembro de 2006.

CAMARGO, Luiz Octávio de Lima. **A pesquisa em hospitalidade**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007.

CARVALHO, K. D. Turismo e preservação do patrimônio cultural na visão dos moradores do bairro da Praia Grande em São Luís/MA. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo** v. 3, n. 1, p. 25-45, abril 2009. Disponível em: <http://revistas.univerciencia.org/turismo/index.php/rbtur/article/view/128/169>. Acesso em: 14 abr. 2015.

CASTRIOTA, L. B. Intervenções sobre o patrimônio urbano: modelos e perspectivas. **Fórum Patrimônio: ambiente construído e patrimônio sustentável**. Belo Horizonte, v .1, n .1 ,set . /dez. 2007. Disponível em: [http://www.forumpatrimonio.com.br/seer/index.php/forum\\_patrimonio/article/view/59/54](http://www.forumpatrimonio.com.br/seer/index.php/forum_patrimonio/article/view/59/54). Acesso em: 30 mar. 2015.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução Estela dos Santos Abreu. – Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

GASTAL, Susana. **Turismo, Imagens e Imaginários**. São Paulo: Aleph, 2004.

GONÇALVES, D. S. **“Moro em Edifício Histórico, e Agora?”**: Avaliação Pós-Ocupação de Habitações Multifamiliares no Centro Histórico de São Luís - MA. 2006. 171f. Dissertação. (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2006. Disponível em: <https://sigaa.ufrn.br/sigaa/verProducao?idProducao=310170&key>. Acesso em: 23 abr. 2015.

IPHAN. Decreto-Lei nº 25, de 30 de novembro de 1937. Disponível em: <http://www.iphan.gov.br/baixaFcdAnexo.do?id=4717>. Acesso em: 27 mar. 2015.

LUCHIARI, M. T, D. P. Urbanização Turística – um novo nexos entre o lugar e o mundo. In: **Da Cidade ao Campo**. A Diversidade do Saber-Fazer Turístico. Fortaleza: FUNECE / Universidade Estadual do Ceará. V. 2. Pp.15-29, 1998.

MARCELLINO, N. C. et al. **Lazer, cultura e patrimônio ambiental urbano - políticas públicas**: os casos de Campinas e Piracicaba-SP. Curitiba: OPUS, 2007.

MARTINS, G. S. **Estética visual do espaço urbano: percepção ambiental da área entre a Praia Grande e a Madre Deus, São Luís - MA. 2012**. 104f. Dissertação. (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2012. Disponível em: . Acesso em: 18 Abr. 2015.

MARUJO, Maria Noémi N. V. 2004. **Turismo: meios de comunicação e promoção**: o caso da Madeira. Dissertação de Mestrado em Sociologia, Universidade de Évora.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO LUÍS. **Projeto Serenata Histórica**. Disponível em: <http://www.saoluis.ma.gov.br>, acessado em: 19/07/2015 às 15:30h.

ROCHA, A. R. P. **As dialéticas da Globalização**: patrimônio cultural e turismo. Ponta Grossa, 2009. 64 f. Dissertação (Mestrado em Geografia: linha de pesquisa: Gestão do Território) - Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2009. Disponível em: [http://www.bicentede.uepg.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=458](http://www.bicentede.uepg.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=458). Acesso em: 20 mar. 2015.

SILVA, J.R.C. **Políticas Públicas no Centro Histórico de São Luís**: as etapas do processo de intervenções urbanísticas. In.: Anais da IV Jornada Internacional de Políticas Públicas. São Luís. s/d. Disponível em: [http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinppIV/eixos/5\\_estadoidentidade/politicaspUBLICAS-no-centro-historico-de-sao-luis-as-etapas-do-processo-de-intervencoesurbani.pdf](http://www.joinpp.ufma.br/jornadas/joinppIV/eixos/5_estadoidentidade/politicaspUBLICAS-no-centro-historico-de-sao-luis-as-etapas-do-processo-de-intervencoesurbani.pdf). Acesso em: 16 abr. 2015.

SILVA, G.P.; NOGUEIRA, E.M.; PEREIRA, M.N.L. Promoção do turismo na Praia Grande (MA): entre a fantasia e a realidade no cenário do patrimônio cultural. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, São Paulo, v.5, n.3, set/dez-2012, pp.530-545.

SWARBROOKE, J. **Turismo Sustentável**: conceitos e impacto ambiental. Vol. 1 – São Paulo: Aleph, 2000.

YÁZIGI, E. O Patrimônio ambiental urbano: uma conceituação ampliada e aperfeiçoada. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. IX n. 1, p. 22-51, junho 2012.

WAINBERG, Jacques A. **Turismo e comunicação**: a indústria da diferença. São Paulo, 2003: Contexto.