

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-
GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE MESTRADO
INTERDISCIPLINAR

CONCILENE RÉGIA NASCIMENTO CAMPOS DE CARVALHO

AS EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS NO PATRIMÔNIO CULTURAL: uma análise do
passeio a pé no Centro Histórico de São Luís

SÃO LUÍS

2022

CONCILENE RÉGIA NASCIMENTO CAMPOS DE CARVALHO

AS EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS NO PATRIMÔNIO CULTURAL: uma
análise do passeio a pé no Centro Histórico de São Luís

Dissertação apresentada à Linha de Pesquisa 2
- Cultura, Educação e Tecnologia, do
Programa de Pós-Graduação em Cultura e
Sociedade, visando obtenção do Título de
Mestre em Cultura e Sociedade.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Klautenys Dellene
Guedes Cutrim

SÃO LUÍS

2022

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Carvalho, Concilene Régia Nascimento Campos de.

As experiências turísticas no patrimônio cultural : uma análise do passeio a pé no Centro Histórico de São Luís / Concilene Régia Nascimento Campos de Carvalho. - 2022.
121 p.

Orientador(a): Klautenys Dellene Guedes Cutrim.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-graduação em Cultura e Sociedade/cch, Universidade Federal do Maranhão, SAO LUIS, 2022.

1. Centro Histórico de São Luís-MA. 2. Experiência Turística. 3. Patrimônio Cultural. 4. Turismo de Experiência. I. Cutrim, Klautenys Dellene Guedes. II. Título.

CONCILENE RÉGIA NASCIMENTO CAMPOS DE CARVALHO

AS EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS NO PATRIMONIO CULTURAL: uma análise do
passeio a pé no Centro Histórico de São Luís.

Dissertação apresentada à Linha de Pesquisa 2
- Cultura, Educação e Tecnologia, do
Programa de Pós-Graduação em Cultura e
Sociedade, visando obtenção do Título de
Mestre em Cultura e Sociedade.
Orientadora: Prof.^a. Dr.^a. Klautenys Dellene
Guedes Cutrim

Aprovada em: __/__/____.

BANCA EXAMINADORA:

Prof.^a Dr.^a Kláutenys Dellene Guedes Cutrim
(Orientadora) Doutora em Linguística e Língua Portuguesa
Universidade Federal do Maranhão (UFMA)

Prof.^a Dr.^a. Conceição de Maria Belfort de Carvalho
Doutora em Linguística e Língua Portuguesa
Universidade Federal do Maranhão (UFMA)

Prof.^a Dr.^a Maria Goretti da Costa Tavares
Doutora em Geografia
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ)

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, que me deu uma nova vida e, com isso, tive força e perseverança para realizar meu mestrado e esta pesquisa.

À minha família, que sempre me ajudou e, mesmo em momentos de grandes dificuldades, apoiou-me em todos os aspectos tanto na formação quanto na produção deste trabalho.

Às minhas queridas mães, Conceição Nascimento e Nicéa Campos.

Às minhas queridas filhas, Carolina e Nicolle, que sempre acreditaram que seria capaz de realizar meu mestrado, por todo amor e carinho.

A meu esposo, Charlestony Costa de Carvalho, pelo incentivo, paciência, compreensão, contribuição e companheirismo.

À minha orientadora, Professora Kláutenys Dellene Guedes Cutrim, que, com seu conhecimento, ensinamento, acompanhamento, dedicação e sua paciência foi de suma importância para a construção deste trabalho.

À Prof.^a Conceição de Maria Belfort de Carvalho, pelo seu conhecimento e contribuição.

À Prof.^a Maria Goretti da Costa Tavares, pelas contribuições na banca de defesa.

À Prof.^a Maria da Graça Reis Cardoso, pelo incentivo, força e contribuição.

A todos os meus professores que durante todo o meu mestrado se dedicaram e contribuíram com seus saberes e me proporcionaram uma boa formação.

Agradeço ao Grupo de Estudo e Pesquisas em Patrimônio Cultural (GEPPAC).

Ao Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PGCult), à coordenação, professores e colegas de turma, que compartilharam momentos e conhecimentos fundamentais para plena formação no curso. Em especial, às amigas Emanuelly Luz e Jaqueline Santos Costa Leite, minhas parceiras de escritas, produções e publicações acadêmicas, que sempre estiveram disponíveis para tirarem dúvidas em todo este processo. Por fim, a todos que, de alguma maneira, fizeram parte da minha vida e da minha formação.

Dedico (*in memorian*) ao meu amado pai
Nestor Ferreira Campos e à minha amada
mãe Maria José Morais.

“A viagem da descoberta consiste não em achar novas paisagens, mas em ver com novos olhos.” (MARCEL PROUST)

RESUMO

Este estudo tem por objetivo analisar se as dimensões da experiência turística estão representadas no roteiro Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís, a partir da percepção vivenciada pelos “participantes” e/ou “turistas”. Apresenta base teórica e conceitual do Patrimônio Cultural e as interfaces com a memória e o turismo. Aborda conceitos que interligam experiência, experiências turísticas e turismo de experiência. Analisa as experiências turísticas nos produtos e serviços turísticos. Discute a experiência turística e o turismo de experiência. Aborda os aspectos históricos de São Luís e caracteriza o roteiro passeio a pé no Centro Histórico de São Luís. Trata-se de um estudo exploratório e descritivo com caráter qualitativo, com entrevistas semiestruturadas e registro visual dos espaços investigados, com modelo teórico, crítico dialético e interdisciplinar sobre o passeio a pé no Centro Histórico de São Luís, Maranhão, com uso de pesquisa bibliográfica e documental. Esta fase da pesquisa foi feita através de consultas em livros, bancos de teses, dissertações e artigos científicos, com destaque para autores relevantes como: Halbwachs (2006), Nora (1993), Choay (2006), Horta, Grunberg e Monteiro (1999), Trigo (2010), Benjamin (1989), Alexandre Panosso Netto (2010; 2011), Pine II & Gilmore (1999) e Oh, Fiore and Jeoung (2007), Beni (2006). Tais referenciais teóricos permearam todo o corpus da pesquisa. Descreve o percurso metodológico que orientou o desenvolvimento desta investigação. Detalha o tipo de pesquisa, o local de realização da investigação, os participantes, bem como os instrumentos de coleta de dados, procedimentos de coleta e análise dos resultados. Conclui que o passeio a pé no Centro Histórico de São Luís amplia o olhar de seus participantes para o patrimônio cultural da cidade, vislumbrando sua preservação e ressignificação, assim como aciona suas sensações e sentimentos que podem gerar experiências turísticas memoráveis.

Palavras Chaves: Patrimônio Cultural; Experiência Turística; Turismo de Experiência; Centro Histórico de São Luís-MA.

ABSTRACT

The study aims to analyze whether the dimensions of the tourist experience are represented in the Passeio a Pé in the Historic Center of São Luís, based on the perception experienced by the “participants” and/or “tourists”. It presents the theoretical and conceptual basis of Cultural Heritage and the interfaces with memory and tourism. It addresses concepts that link experience, tourist experiences and experiential tourism. Analyzes tourist experiences in tourism products and services. Discusses the tourist experience and experience tourism. It addresses the historical aspects of São Luís and characterizes the walking tour in the Historic Center of São Luís. It is an exploratory and descriptive study with a qualitative character, with semi-structured interviews and a visual record of the investigated spaces, with a theoretical, critical, dialectical and interdisciplinary model about the walking tour in the Historic Center of São Luís, Maranhão, using bibliographic research and documentary. This phase of the research was carried out through consultations in books, theses banks, dissertations and scientific articles, with emphasis on relevant authors such as: Halbwachs (2006), Nora (1993), Choay (2006), Horta, Grunberg and Monteiro (1999), Trigo (2010), Benjamin (1989), Alexandre Panosso Netto (2010; 2011), Pine II & Gilmore (1999) and Oh, Fiore and Jeong (2007), Beni (2006). Such theoretical references permeated the entire research corpus. It describes the methodological path that guided the development of this investigation. The type of research, the place where the investigation was carried out, the participants are detailed, as well as the data collection instruments, collection procedures and analysis of results. It concludes that the walking tour in the Historic Center of São Luís broadens the view of its participants to the cultural heritage of the city, envisioning its preservation and resignification, as well as triggering their sensations and feelings that can generate memorable tourist experiences.

Keywords: Cultural Heritage; Tourist Experience; Experience Tourism; Historic Center of São Luís-MA.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1	Imagem sobre o perfil da demanda turística no Maranhão em 2019	41
Figura 2	Abordagem conceitual da experiência turística	45
Quadro 1	Formas de olhar do turista	46
Quadro 2	As fontes Motivadoras	50
Quadro 3	Diferenças entre o turismo tradicional e o turismo de experiência	52
Figura 3	Mapeamento de bens tombados no Centro Histórico de São Luís localizado no núcleo fundacional	56
Figura 4	Mapa indicando Roteiro a pé pelo Centro Histórico de São Luís	56
Figura 5	Foto do Antigo Forte São Luís, local de saída do passeio em frente ao Palácio dos Leões	57
Quadro 4	As Três fases de análise de conteúdo	60
Figura 6	As quatro dimensões	63
Figura 7	Mapa da divisão do Brasil em capitanias	67
Figura 8	Imagem do Forte São Luís	68
Figura 9	Fachadas dos Casarões	72
Figura 10	Imagem de satélite indicando o roteiro do passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís	74
Figura 11	Forte São Luís	76
Figura 12	Palácio dos Leões	76
Figura 13	Palácio La Ravardiere	77
Figura 14	Praça dos Poetas	77
Figura 15	Casa de Ana Jansen	77
Figura 16	Palácio Clóvis Beviláqua	78
Figura 17	A entrada da igreja da Sé	79
Figura 18	Fachada da Catedral da Sé	79
Figura 19	Praça Benedito Leite	80
Figura 20	Sobrado do século XIX	80
Figura 21	Praça João Lisboa	81
Figura 22	Largo do Carmo	81

Figura 23	Fachada do Teatro Artur Azevedo	82
Figura 24	Rua do giz	83
Figura 25	Largo do Comercio – Praia Grande	84
Figura 26	Feira da Paria Grande	84
Figura 27	Rua Portugal	85
Figura 28	Beco Catarina Mina	86
Figura 29	Rua Portugal	86
Gráfico 1	Procedência / Passeio a Pé do centro Histórico de São Luís	89
Gráfico 2	Proporcionou novos conhecimentos/ Aprendizagem (comunidade)	90
Gráfico 3	Proporcionou novos conhecimentos/ Aprendizagem (turistas)	91
Figura 30	Rua Portugal	95

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CNRC	Centro Nacional de Referência Cultural
DPHAN	Departamento de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
DPHAP	Departamento de Patrimônio Histórico e Artístico do Maranhão
IHGB	Instituto Histórico e Geográfico Brasileiro Maranhão
EMBRATUR	Instituto Brasileiro do Turismo
FUNC	Fundação de Cultura do Município
FUNPH	Fundação Municipal de Patrimônio Histórico
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICOMOS	Conselho Internacional de Monumentos e Sítios Históricos
IBRAM	Instituto Brasileiro de Museus
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PNPI	Programa Nacional do Patrimônio Imaterial
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SECMA	Secretaria de Cultura do Estado do Maranhão
SETURMA	Secretaria de Turismo do Maranhão
SETUR SLZ	Secretaria de Turismo de São Luís
SPHAN	Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UFMA	Universidade Federal do Maranhão
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	14
2 O PATRIMÔNIO CULTURAL E SUAS INTERFACES	20
3 EXPERIÊNCIA APLICADA AO TURISMO	33
3.1 Experiência: conceitos.....	33
3.2 Turismo	37
3.3 A experiência nos produtos e serviços turísticos.....	39
3.4 A experiência turística	44
3.5 Turismo de experiência	50
4 METODOLOGIA	56
4.1 Tipo de pesquisa	56
4.2 Local da pesquisa	57
4.3 Participantes da pesquisa.....	59
4.4 Instrumentos de coleta de dados	61
4.5 Procedimentos da pesquisa	62
4.6 Procedimentos da análise dos dados.....	62
5 AS DIMENSÕES DA EXPERIÊNCIA NO PASSEIO A PÉ NO CENTRO	
HISTÓRICO DE SÃO LUÍS.....	65
5.1 Aspectos históricos da cidade de São Luís	68
5.2. O roteiro passeio a pé no Centro Histórico de São Luís	77
5.3 Análise das entrevistas	92
5.3.2. <i>Entretenimento.....</i>	<i>97</i>
5.3.3. <i>Estética</i>	<i>99</i>
5.2.4. <i>Escapismo</i>	<i>101</i>

5.2.5. <i>Experiência memorável</i>	103
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	106
APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.....	117
APÊNDICE B – QUESTIONÁRIOS DOS PARTICIPANTES	119
APÊNDICE C - ROTEIRO DA ENTREVISTA – GESTOR DA SETUR SLZ.....	120
APÊNDICE D - ROTEIRO DA ENTREVISTA – AGENTE DE TURISMO RECEPTIVO.....	122
APÊNDICE E - ROTEIRO DA ENTREVISTA – GUIA DE TURISMO.....	124
APÊNDICE F - ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO SISTEMÁTICA.....	126

1 INTRODUÇÃO

A cidade de São Luís, em sua essência, possui uma vocação turística, apresentando um representativo conjunto de atrativos turísticos históricos, naturais e culturais. Esta cidade, além de possuir equipamentos e atrativos próprios, ainda serve de porta de entrada para as outras cidades turísticas da parte continental do estado do Maranhão, através de seu acesso terrestre, aeroporto e portos.

Sua relevância é notável por possuir um acervo arquitetônico preservado e em uso pelos seus moradores, localizada na grande Ilha de Upaon-Açú, possui uma rede de equipamentos de transporte, hospedagem, restaurantes, Central de Informações Turísticas (CAT), que serve de suporte para a estadia do turista, potencializando positivamente a sua experiência de viagem neste destino, proporcionando assim lazer e conhecimento ao viajante que chega ao local.

A capital maranhense apresenta uma cultura diversificada herdada dos povos indígenas na condição de população nativa, colonizadores europeus, povos africanos e seus descendentes, constituindo assim uma sociedade multicultural, com lugares produtores de manifestações dos mais variados estilos, expressões culturais, marcados por etnicidades, ancestralidades, a exemplo dos terreiros de religião de matriz africana, dentre outros.

O turismo tem uma forte relação com o patrimônio cultural e ocorre com mais intensidade nos centros históricos das cidades, lugares onde a memória habita, isso acontece porque a cidade em si própria se constitui um recurso turístico, além de proporcionar o acesso a museus ou em outros espaços de visitação, enriquecendo o cenário, ou seja, a paisagem, em si, já reforça o conjunto de atrativos culturais.

Tratando-se de lugar de memória, a cidade histórica é a representação materializada do patrimônio, lugar de resgate de uma memória que não mais habitamos, sendo metade institucional ou oficial, metade afetiva, mas que ainda carrega uma áurea simbólica, lugar associado a uma centralidade e especificidade.

Analisar as dimensões do turismo de experiência, no roteiro turístico passeio a pé pelas ruas do Centro Histórico de São Luís, demanda por uma abordagem acerca da categoria patrimônio cultural, bem como suas interfaces. Convém ressaltar que o roteiro mencionado como objeto de estudo desta pesquisa está localizado, em parte, na área de tombamento nas esferas federais e estaduais e reconhecida pela UNESCO, que conferiu à cidade de São Luís o título de Patrimônio Cultural da Humanidade em 1997, o que justifica esta abordagem.

Todavia, o entendimento de patrimônio cultural é amplo, e está em constante processo de transformação e ressemantização, pois “Os patrimônios são constituídos a partir de processos de produção, apropriação, seleção e reelaboração simbólicas enquanto práticas sociais”. (FONSECA, 1997, p. 28). Portanto, trata-se de algo vivo, e não um acúmulo de objetos do passado.

Hoje, a compreensão que nós temos de patrimônio é bem mais múltipla e bem mais abrangente do que se teve ao longo dos tempos, portanto, patrimônio é um conceito que vai se transformando, vai crescendo e se ampliando a partir do debate político e das transformações ocorridas na sociedade.

Tratando-se das experiências, e o turismo de experiência vem ganhando destaque nos destinos, uma forma de turismo que estimula a interação social, que possibilita ao turista “viver” a realidade da comunidade visitada, vivenciando o novo, participando de atividades diferentes das práticas de seu cotidiano. Panosso Netto (2010) acredita que as experiências usufruídas pelos turistas durante suas viagens podem modificá-los e marcá-lo de forma positiva e profunda, gerando conhecimentos.

Neste estudo, o conceito de turismo de experiência é entendido como ferramenta mercadológica praticado nos destinos turísticos como forma de posicionar melhor em termos de competitividade seus produtos, pode proporcionar experiências memoráveis em viagens turísticas, sendo um difusor do patrimônio cultural e promove benefícios socioeconômicos, desde que existam políticas públicas de turismo aliadas ao desenvolvimento sustentável e democrático do local.

A realização desta investigação e a escolha do tema foram motivadas pelas práticas profissionais da investigadora, enquanto turismóloga e professora de turismo e como profissional guia de turismo. Durante a atividade laboral, observou-se, ao longo do tempo de docência e guiamento, a existência de uma lacuna entre grande parte da comunidade local e sua própria cultura, com exceção, evidentemente, dos produtores culturais. Outra situação diz respeito ao visitante turista, que mesmo com todas as informações da cidade disponíveis nas redes sociais, obtidas antes da concretização da viagem, ainda assim, pouco sabe sobre o patrimônio cultural na área do Centro Histórico de São Luís.

A relevância desta investigação se centra, sobretudo, na necessidade em aprofundar os estudos acerca do tema no sentido de contribuir para a construção de um referencial teórico-metodológico. Depois de vasta pesquisa exploratória, constatamos que existe baixa produção científica com relação ao tema abordado, tendo em vista que as pesquisas no campo das experiências turísticas no Estado do Maranhão ainda são um pouco escassas. Além disso,

busca-se analisar e compreender as percepções dos turistas no Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís em relação as suas experiências acerca do patrimônio cultural, apresentado pelo guia de turismo.

O turismo, por se apresentar uma área multidisciplinar, aborda diferentes saberes no campo da ciência, por promover e interligar diálogos e conhecimentos da História e da Geografia. A interdisciplinaridade desse estudo se justifica a partir da busca em analisar e interpretar, de maneira específica, o estudo do patrimônio cultural, memória e turismo com as áreas do saber citados, verificando a viabilização do Turismo de Experiência. Por essa razão, a presente pesquisa se desenvolveu em torno da análise da experiência turística no passeio a pé no Centro Histórico de São Luís-MA.

Buscou-se contribuir com os estudos desenvolvidos pela Linha de Pesquisa 2, Cultura, Educação e Tecnologia do Mestrado Interdisciplinar em Cultura e Sociedade, a partir das reflexões sobre as interfaces do patrimônio cultural com memória e turismo e as interligações das experiências aplicadas aos produtos turísticos. Portanto, este estudo propôs-se a analisar o passeio a pé no Centro Histórico de São Luís, considerando sua importância para valorização do patrimônio cultural, ampliando o olhar de seus participantes para a cultura local, proporcionando experiências únicas e memoráveis no decorrer de sua realização.

Assim sendo, emergiu-se a seguinte problemática: Como as dimensões da experiência turística estão representadas no roteiro Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís a partir da percepção vivenciada pelos participantes e/ou turistas?

A pesquisa teve por objetivo geral analisar se as dimensões da experiência turística estão representadas no roteiro Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís, partindo da percepção vivenciada pelos “participantes” e/ou “turistas”. Para tanto, partiu dos objetivos específicos, que consistiram em: a) Observar como são plicadas as dimensões: de educação, entretenimento, estética, escapismo, baseado em Pine II e Gilmore (1999) no passeio; b) Caracterizar o passeio a pé no Centro Histórico de São Luís, MA; c) descrever as percepções das experiências turísticas dos diferentes participantes do passeio.

A metodologia, para a elaboração deste trabalho, consiste em pesquisa documental e bibliográfica de caráter exploratório. No primeiro momento, foi realizada a pesquisa bibliográfica para discussões dos temas que norteiam este estudo, como patrimônio cultural, memória, turismo e experiências turísticas; para a sustentação dos questionamentos apontados neste estudo, na relação entre patrimônio cultural, memória e turismo, os principais autores serão: Halbwachs (2002), Yi-Fu Tuan (2013), Marcia Chuva (2012), Jacques Le Goff (1992), Guedes (2014), Choay (2006), Santos (2008). No que se refere em relação aos debates sobre

as experiências e turismo de experiência, os autores foram: Benjamin (1989), Alexandre Panosso Netto (2010; 2011), Trigo (2010), no intuito de analisar as dimensões da experiência definidas por Pine II e Gilmore (1999), adaptadas pelos autores Oh, Fiore e Jeoung (2007). Já na etapa sobre o passeio a pé no Centro Histórico de São Luís, MA, foram abordados trabalhos de autores como: Botelho (2018), Cardoso (2011) e Lopes (2004). Por fim, destaca-se que além desses autores a pesquisa também contará com os estudos de Susana Gastal e Cecilia Gaeta (2007). Assim este levantamento de dados, proporcionará uma análise mais profunda e significativa sobre o tema.

Na segunda etapa, foi realizada a pesquisa de campo com observação sistemática entre os meses de setembro e dezembro de 2021. Nesse período, foram realizados 04 acompanhamentos ao passeio a pé no Centro Histórico da cidade de São Luís, Maranhão, orientado pelo guia de turismo. Por conseguinte, no término de cada passeio, foram aplicados questionários junto aos participantes com a finalidade de analisar se as dimensões do turismo de experiência estão representadas na dinâmica do passeio, a partir da percepção dos “participantes” e/ou “turistas”.

Foram realizadas entrevistas semiestruturadas com o Sr. Saulo Riberio, Secretário Municipal de Turismo - SETUR SLZ, no intuito de conhecer as ações e programas desenvolvidos pela secretaria, em relação às experiências turísticas no Centro Histórico de São Luís.

Concomitantemente, foram realizadas entrevistas com 04 (quatro) guias de turismo, atuantes no roteiro do Centro Histórico de São Luís, e 02 (dois) agentes de receptivo com a finalidade de analisar se/e como o conceito de experiência foi pensado na criação, organização e comercialização do roteiro com base nas dimensões de experiência (educação, estética, entretenimento e escapismo) propostas pelos autores Pine II e Gilmore (1999) e como o guia apresentou e conduziu esse passeio.

Por conseguinte, no término de cada passeio, foram aplicados questionários junto aos participantes. A pesquisa utilizou entrevistas semiestruturadas (MARCONI; LAKATOS, 2007), sendo este um dos instrumentos mais utilizados para a coleta de dados (TRIGUEIRO *et al*, 2014). Foi preparado o instrumento de coleta de dados (questionários), com perguntas abertas e fechadas, com a finalidade de analisar se as dimensões do turismo de experiência se estão representadas na dinâmica do passeio, a partir da percepção dos “participantes” e/ou “turistas”.

Este estudo está organizado em seis seções principais. Na primeira, de caráter introdutório, discutiu-se as concepções do patrimônio cultural e memória, pautando-se nos

estudos de Halbwachs (2002), Marcia Chuva (2012), Guedes (2014), (2006), Choay (2006), dentre outros. Refletiu-se sobre a ampliação do entendimento de patrimônio cultural, que vai se transformando, vai crescendo e se expandindo a partir do debate político e das transformações da sociedade.

Na seção subsequente, abordou-se os múltiplos conceitos da experiência relacionados ao turismo, entretanto, para entender essa temática, foi necessária uma abordagem inicial nos vieses da filosofia e da antropologia. Partimos do autor Walter Benjamin, que desse universo múltiplo acerca do tema, fez reflexões e ampliou a configuração do conceito de experiência. Ressaltamos também os estudos dos autores, Turner e Bruner (1982), Trigo (2010), Panosso Netto e Cecilia Gaeta (2019), Meinerz, (2008), Yi-Fu Tuan (2015), Gastal e Moesch (2007), no intuito de analisar as dimensões da experiência definidas por Pine II e Gilmore (1999), adaptadas pelos autores Oh, Fiore e Jeoung (2007).

Nos subcapítulos, propôs-se uma abordagem multidisciplinar acerca do turismo, experiência turística e turismo de experiência, apresentou-se as dimensões das experiências turísticas para se pensar nas viagens dessa natureza mais memoráveis e prazerosas para o viajante que o pratica e por fim, discutiu-se a importância do turismo de experiência como estratégia mercadológica para formatar produtos turísticos.

Na quarta seção, descreveu-se o percurso metodológico que orientou o desenvolvimento desta investigação. Detalhou-se o tipo de pesquisa, o local de realização da investigação, os participantes, bem como os instrumentos e os procedimentos de coleta e análise dos resultados.

Na quinta seção, tratou-se das dimensões da experiência no passeio a pé no Centro Histórico de São Luís, aborda os aspectos históricos de São Luís, caracteriza o roteiro passeio a pé, objeto do estudo. Foi realizada a discussão dos resultados da pesquisa realizada no passeio a pé no Centro Histórico de São Luís. Pontou-se que a análise compreendeu a percepção dos participantes do passeio em relação às dimensões da experiência aplicada neste *locus* de investigação, a visão do gestor de turismo, o agente da agência de receptivo e profissionais guias de turismo, do mesmo modo que as interseções destas na preservação do patrimônio cultural de São Luís.

Na sexta seção, foram apresentadas as considerações finais dos objetivos propostos. Nesta investigação, foi importante destacar que o estudo vem promover contributo para discussões relativas às experiências dos consumidores de turismo. Além de apresentar possibilidades de analisar as experiências como potencializador de valores ao patrimônio

cultural, demonstrando que a visita pode contribuir para a percepção de experiência memorável acerca do passeio.

2 O PATRIMÔNIO CULTURAL E SUAS INTERFACES

Analisar as dimensões do turismo de experiência no roteiro turístico passeio a pé pelas ruas do centro histórico de São Luís demandou por uma abordagem acerca da categoria patrimônio cultural, bem como suas interfaces. Convém ressaltar que o roteiro, mencionado como objeto de estudo desta pesquisa, está localizado em parte na área de tombamento federal e estadual, que conferiu à cidade de São Luís o título de Patrimônio Cultural da Humanidade 1997, o que justifica esta abordagem.

Compreender as interfaces do fenômeno patrimônio com as categorias de memória e turismo é um grande desafio. Entretanto, neste estudo, ao analisarmos as diferentes áreas de conhecimento, percebemos que o conceito de patrimônio se apresenta polissêmico, conota vários sentidos e significados em decorrência das transformações históricas de cada contexto social, que geram processos constitutivos dos bens e heranças culturais.

Nessa perspectiva, salienta-se que não é nossa intenção perscrutar o histórico da categoria patrimônio cultural ao longo da humanidade, e sim, sublinhar algumas formas de distinção em algumas temporalidades e espacialidades que possam, de maneira substancial, possibilitar uma compreensão das percepções do patrimônio cultural na atualidade, considerando fragmentos do passado, tendo como ponto de partida a idade moderna.

Convém salientar que o turismo internacional conferiu ao patrimônio cultural o status de “elo social”, constituindo um símbolo que se encontra em todas as partes do mundo, este, tornou-se um elemento decisivo para o desenvolvimento econômico de qualquer cidade, região ou país, por se configurar como portador ou a própria herança cultural materializada. Diante da importância atribuída ao patrimônio cultural, tornou-se imperativo a sua preservação. Deste modo:

O imperativo de conservação da herança material, e de agora em diante, do imaterial, impõe-se, portanto, sem discussão nos países desenvolvidos, bem como no resto do mundo. A cada dia adquire um caráter mais geral e de obrigatoriedade, manifestando-se por meio de dispositivos legais e de regulamentação, cujo âmbito de aplicação se amplia cada vez mais. [...] (POULOT, 2012, p. 27).

A partir da fala do autor Dominique Poulot, algumas reflexões podem conduzir esta abordagem sobre o patrimônio cultural e suas interfaces. Iniciemos com a questão acerca dos interesses que motivaram e ainda motivam a preservação do patrimônio cultural, bem como, que memórias devem ser preservadas no patrimônio cultural. O discurso em defesa do patrimônio cultural, outrora denominado patrimônio histórico, iniciou-se com a celebração da

literatura artística exaltando cidades ou nações no continente europeu, sobretudo na Inglaterra e na França.

A Revolução industrial iniciada na Grã-Bretanha, hoje, Inglaterra, significou uma ruptura nos modos de vida. Representou um momento histórico marcado por profundas modificações que se materializaram em perdas significativas tanto materiais quanto espirituais, elementos fundamentais para o desenvolvimento e preservação da memória e construção de subjetividades. Não é demais salientar o caráter traumático da industrialização no que diz respeito às interrupções de formas de existência, tipos de trabalho, concepções, transformação de paisagem, dentre outras mudanças.

Tais transformações, no dizer de Nora (1993, p. 7-8), significou um processo de mutilação sem volta, que pode ser compreendido como fim da sociedade camponesa, “[...] esta coletividade memória por excelência cuja voga como objeto da história coincidiu com o apogeu do crescimento industrial. Esse desmoronamento central de nossa memória só é, no entanto, um exemplo.”

Na França, a Revolução Francesa revelou uma nova configuração cultural. Paradoxalmente, um cenário marcado pela destruição de símbolos que representavam o antigo regime, estigmatizado como corrupto, configurando um vandalismo, dá origem às percepções acerca da necessidade de conservação e preservação, em outras palavras, passa-se a discutir e selecionar elementos simbólicos dignos de preservação em locais específicos, a exemplo dos museus. Portanto, a França vivenciou uma situação atravessada pela ambiguidade, em virtude da ideia de patrimônio ter emergido em meio à luta de classes.

A despeito dessa disputa de representatividade, embora, os valores do passado da aristocracia fossem incompatíveis com os valores dos revolucionários, pois estes se autolegitimavam como únicos portadores da autenticidade francesa, entretanto, de acordo com D’allessio (2012, p. 81), “[...] mais do que nunca o passado foi buscado, cultuado e materializado em patrimônio, para tanto, foi inventado, recriado ou simplesmente nomeado ‘passado dos revolucionários’ e depositado na nação.” Logo, “[...] o propósito de preservação se confundiu com a luta contra o vandalismo: ele se tornou um compromisso para a manutenção do *status quo*.” (POULOT, 2012, p. 31).

A despeito desse evento histórico francês, Choay, (2006), esclarece que os atos de destruição do patrimônio, que representavam a memória do regime aristocrático, foi promovida em parte pelos indivíduos e o próprio governo revolucionário. Este estava ligado às questões econômicas, destinadas às propriedades imóveis da nobreza e do clero (como terras, castelos, igrejas, entre outros).

Contudo, as hostilidades em relação a qualquer bem ou objeto que estivesse ligado ao antigo regime, refletiu em preocupações de alguns intelectuais da época, fato que possibilitou um movimento de sentido de despolitizar o patrimônio, em nome da coletividade do bem geral da nação. Essa política do Estado francês deu início a um modelo de gestão de bens considerados patrimônio da nação e é um bom exemplo de como o conceito de patrimônio foi construído socialmente como um símbolo de identidade nacional francês. Portanto, o termo patrimônio foi fincado a partir dos desdobramentos oriundos da Revolução Francesa.

Funari; Pellegrini, (2006, p. 15), também faz referência a esse movimento que desencadeou uma política de preservação do patrimônio como interesse da nação, que resultou em discussões acerca dos símbolos que deveriam ser preservados. Para tal, foram criadas algumas comissões e comitês, que deram início à legislação de preservação do patrimônio. O autor destaca que “[...] O melhor exemplo de criação do Estado nacional moderno talvez seja a França, a partir da revolução 1789. Não por acaso, como veremos, foi lá que se desenvolveu o moderno conceito de patrimônio.”.

Ressalte-se que, neste momento da Revolução Francesa, a categoria de patrimônio é atrelada às edificações consideradas de valor singular e sempre ligada à memória das elites. Assim, continua essa trilogia atravessando a categoria patrimônio. Dentro deste quadro temporal, somente grandes monumentos e edificações públicas tinham a primazia de contar com o apoio estatal na busca de sua preservação. Nessa perspectiva, D’Alessio (2012, p. 81-82), destaca que:

[...]. De imediato, a relação entre patrimônio e nação ressalta com nitidez; por outro lado, os objetos incorporados á noção de patrimônio, dão existência material ao passado, ou seja, provam concretamente que o passado existiu, evidência que incide sobre o sentimento identitário, e, finalmente, a preocupação com obras de arte revela uma relação entre cultura e nação e mostra que a invenção de um passado maravilhoso, para além de uma necessidade ideológica, é também, e talvez sobretudo, a busca envaidecida de referenciais comuns de um grupo-nação em momentos de desconstrução/construção.

Com base na fala da autora, acima mencionada, evidencia-se que, na essência da relação das categorias patrimônio e nação, está o uso do passado, utilizado pelos Estados nações para forjaram a legitimidade de seus projetos políticos. Nesse sentido, assevera-se que a lógica nacionalista norteou as ações das instituições responsáveis pela preservação do patrimônio, por todo o século XIX e início do século XX, tanto na Europa quanto nas Américas e demais países vítimas da colonização europeia.

Convém sublinhar que o culto ao nacionalismo encontra sua justificativa ancorada no fenômeno da industrialização e na formação dos estados-nacionais, como já foi mencionado,

foram fenômenos iniciados na Inglaterra e na França, mas que desconheciam fronteiras geográficas. Inicia-se a partir de então, no século XX, a internacionalização do patrimônio.

Outro expressivo momento histórico, também importante para a ressignificação da compreensão acerca da categoria patrimônio, foi 2ª Guerra Mundial, que teve como base a ideologia nazista e fascista, calcada em ideais racistas, excludentes de populações, como o genocídio que ocorreu nesse período, a perseguição aos judeus e homossexuais, no nacionalismo exacerbado com esses ideais, assim como foi devastadora em todos os aspectos, sobretudo, nos referenciais de pessoas, com a destruição de grupos e cidades.

Ao final da 2ª Guerra Mundial, a sociedade aderiu a uma movimentação de contestação a tudo que ocorreu nesse período tenebroso. Nesse sentido, grupos organizados passam a contestar os ideais exacerbados de nacionalidade, colocando, no centro das discussões, questões acerca do racismo, da desigualdade sexual. O período é também marcado por um processo de defesa da liberdade religiosa e dos direitos civis em geral.

Arelada à onda de contestação após a 2ª Guerra Mundial, surge à criação da Organização das Nações Unidas – ONU (1948) e A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura – UNESCO (1945). Ambas as entidades começam a tensionar o debate em torno da questão do patrimônio, várias reuniões e encontros mundiais resultaram em documentos – Cartas Patrimoniais e Recomendações – visando à adoção de uma política mundial de preservação do patrimônio cultural. Este processo modificou a concepção de patrimônio cultural.

A Concepção de patrimônio sofreu sua primeira grande expansão a partir da carta de Veneza em 1964 – “Carta Internacional sobre Conservação e Restauração de Monumentos e Sítios” – em que foram incluídos como testemunhos de civilizações passadas e as construções vernaculares¹ com significação cultural². Na carta, admite-se a possibilidade de adaptação de imóveis e lugares para novas funções, com respeito aos elementos originais e tradicionais, nas restaurações. (IPHAN, 2004, p. 91-96). Tem-se então o valor de uso dos imóveis e lugares tradicionais para novas funções.

Em 1972, a UNESCO materializou seu interesse na preservação do patrimônio por meio da “Convenção para a Proteção do Patrimônio Cultural e Natural do Mundo”, a qual se propunha à proteção tanto de monumentos e construções, quanto lugares arqueológicos e biológicos de grande valor universal.

¹ Valor estético, histórico, científico ou social de um bem para as gerações passadas, presentes ou futuras.

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), na Conferência Geral, determinou a Conversão sobre a salvaguarda do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural, em 1972, que passou a ser considerado como “patrimônio cultural”:

[...] os monumentos: obras arquitetônicas, esculturas ou pinturas monumentais, objetos ou estruturas arqueológicas, inscrições, grutas e conjuntos de valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência, - os conjuntos: grupos de construções isoladas ou reunidas, que, por sua arquitetura, unidade ou integração à paisagem, têm valor universal excepcional do ponto de vista da história, da arte ou da ciência, - os sítios: obras do homem ou obras conjugadas do homem e da natureza, bem como áreas, que incluem os sítios arqueológicos, de valor universal excepcional do ponto de vista histórico, estético, etnológico ou antropológico (UNESCO, 1972, n.p.).

Logo, a conferência culminou na problematização global acerca das questões da preservação do patrimônio arquitetônico em função do desenvolvimento das cidades urbanas em um contexto de profundas transformações. Diante disso, a ideia de proteção do patrimônio humano toma mais força a partir da Convenção para a Proteção do Patrimônio Mundial Cultural e Humano, que é aprovada e entra em vigor em 1975. O que significa que:

Na década de 1970, a ação preservacionista mudou essa noção de monumento isolada, para o entendimento de patrimônio como cultura. E a organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO), terá papel fundamental nessa concepção, ao instituir, em 1972, a categoria de “patrimônio cultural da humanidade” para bens tombados pelo poder público local, que passam a ser reconhecidos internacionalmente. O patrimônio passou a tornar-se um produto cultural a ser preservado para o consumo pelo turismo”. (CAMELÔ, 2012, p. 132).

A partir da Criação da UNESCO, as discussões vão sendo ampliadas em países, até então, considerados países do terceiro mundo. Eram países chamados “pobres”, que haviam sido colonizados e que não encontravam espaço dentro da compreensão de que se tinha de patrimônio na época para as suas manifestações, países colonizados que tinham populações não letradas, possuíam uma herança cultural forjada na oralidade como forma de expressão, nas danças, nas festas. Esses tipos de manifestações não se enquadravam no conceito que se tinha de patrimônio, como um bem edificado, num bem que era único e singular, que não fazia parte da família cotidiana, um bem que deveria ser preservado, ou seja, quase que congelado no tempo.

A herança cultural dos países denominados de “terceiro mundo”, motivou um movimento de busca por um lugar de legitimidade dentro da questão do patrimônio, uma vez que eles não se enquadravam nesse conceito. Daí a contestação por parte destes e a reivindicação para a ampliação, da conceituação de patrimônio. Fato que gerou, em 1982, uma conferência no México, que culmina com a ampliação do conceito de patrimônio, sendo incorporado ao patrimônio imaterial às cartas patrimoniais da UNESCO, que definem a

imaterialidade do patrimônio, exatamente, aquele que não é de pedra e cal, ligado ao espiritual, ligado às festas, ligado às manifestações populares, ligado às narrativas acerca das edificações e modos de vida em geral.

Todos esses eventos históricos mencionados, como a industrialização e Revolução Francesa, contribuíram para provocar o início de construção da identidade nacional do Brasil, ainda no período imperial, no segundo reinado de Dom Pedro II. Em meados de 1850, o imperador começa a esboçar um conceito de nação a partir de uma “comunidade imaginada”²

É nesse contexto que o imperador anotaria em seu diário que ‘era preciso construir uma nacionalidade’ e passaria a atuar no sentido de dotar esse país de uma memória visual e afetiva de um novo calendário de datas, heróis e feriados. Selecionar, destacar e criar um determinado patrimônio nacional e procurar em um passado mítico as estacas desse edifício foi tarefa premeditada do segundo Reinado, que buscou no passado uma história específica. (SCHWARCZ, 2012, p. 337).

Percebe-se que houve uma motivação para a criação de fato de uma forma de nacionalidade a partir do imaginário em busca de uma suposta origem num passado distante, povoado por nobres e indígenas estetizados de europeu. “O Brasil nunca foi tão tropical e exuberante e jamais tão branco e indígena; negro jamais. Aí estava uma série de símbolos à disposição desde os tempos coloniais.”. Portanto, “[...] nesse momento teria eficácia suficiente para se firmar como ‘patrimônios’ da nação. Tendo um rei ‘europeu e civilizado’ a orquestrar esse movimento.” (SCHWARCZ, 2012, p. 341).

Nesse contexto de criação de símbolos nacionais, o patrimônio no Brasil, ganha expressão no final no século XIX, com a formação do Estado Nacional, ligada a noção de herança nacional pautada em temas nacionais, como a figura do indígena retratada na literatura às artes plásticas. Entretanto, mesmo tratando de temas populares e uma simbologia nacional mestiça, porém sua produção era palaciana e teve como ponto de origem as elites brasileiras, sobretudo as cariocas na província do Rio de Janeiro.

Com o fim do regime monárquico, e primeira república, as críticas se voltaram para a cultura nacional, apontando excessos de imaginários e subjetividades, embora essa geração não perdesse nada em criatividade para os intelectuais de outrora. A cultura nacional forjada nos anos 30 é também marcada por uma simbologia mestiça. Sendo que, desta vez, retira-se da cena da mestiçagem a figura indígena e coloca-se a figura do negro.

Nesse sentido, intensificaram os debates sobre a nação com diferentes sentidos e significados, no Estado Novo, período que compuseram as políticas de Estado e a institucionalização da preservação cultural, com a criação do Serviço do Patrimônio Histórico

² Referência à definição cunhada por Benedict Anderson (apud Schwarcz, 2011, p.337).

e Artístico Nacional (SPHAN), em 1937, assumindo a tarefa de proteger o patrimônio histórico e artístico da nação. Estabeleceu-se uma série de normas e dispositivos para identificação, seleção, conservação e restauração de bens culturais de natureza material (áreas urbanas, imóveis rurais, edificação, objetos, moveis, em geral de cunho religioso) e imaginária, ou integrada à arquitetura, como forro, altares etc., enquadrando-os na categoria de patrimônio nacional.

Na década de 70, o SPHAN, então, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), constituiu um lugar de fala hegemônico e uma referência para novas agências surgidas nas instâncias estaduais e municipais do poder público com atribuições similares, todas elas espelhadas na legislação e nas práticas do IPHAN.

É importante ressaltar que, sob a gestão de Aloísio Magalhães, em 1979, o IPHAN, assumiu uma nova concepção de categoria de patrimônio, alinhado à Convenção para Proteção do Patrimônio Mundial, Cultural e Natural da UNESCO, que incluía a noção de bens culturais para além das tradições materiais do passado, para reconhecer os bens culturais imateriais como a vida cotidiana, a diversidades culturais de cada lugar do Brasil.

A Constituição Federal de 1988, em seu Artigo 216, ampliou o conceito de patrimônio estabelecido pelo Decreto-lei nº 25, de 30 de novembro de 1937, substituindo a denominação Patrimônio Histórico e Artístico, por Patrimônio Cultural Brasileiro. Essa alteração incorporou o conceito de referência cultural e a definição dos bens passíveis de reconhecimento, sobretudo, os de caráter imaterial.

Na Constituição, o Patrimônio Cultural Brasileiro está representado nas formas de expressão; os modos de criar, fazer e viver; as criações científicas, artísticas e tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. Existem os bens culturais de natureza material e imaterial.

Os bens tombados de natureza material podem ser imóveis como as cidades históricas, sítios arqueológicos e paisagísticos e bens individuais; ou móveis, como coleções arqueológicas, acervos museológicos, documentais, bibliográficos, arquivísticos, videográficos, fotográficos e cinematográficos.

Os bens culturais de natureza imaterial dizem respeito àquelas práticas e domínios da vida social que se manifestam em saberes, ofícios e modos de fazer; celebrações; formas de expressão cênicas, plásticas, musicais ou lúdicas; e nos lugares (como mercados, feiras e santuários que abrigam práticas culturais coletivas).

Como reflexo da Constituição Federal, a promulgação do Decreto Federal n. 3.551/2000, levou o IFHAN à instituição da política de patrimônio cultural, que regulamenta o registro do patrimônio cultural de natureza imaterial, tão importante quanto os bens da cultura material. (BRASIL, 2000). Tal medida possibilitou uma ampliação significativa das atribuições dessas instituições acerca da memória e preservação cultural e da própria noção de patrimônio. Assim, a aprovação do Decreto nº 3.551/2000, que instituiu o Registro e o Programa Nacional de Patrimônio Imaterial (PNPI), destinado à salvaguarda de bens de caráter processual e dinâmico, passou a proteger as formas de expressão e os modos de vida, criar e fazer, bem como os objetos, artefatos e lugares que lhes são associados. (BRASIL, 2000).

Nesse processo, para realização dessas novas funções foi necessário estabelecer procedimentos e acionar novos dispositivos, por meio da incorporação de temas clássicos das ciências sociais em geral como a cultura popular e cultura indígena que passaram a ser analisados e tratados sob a ótica da patrimonialização. Esses elementos favoreceram o desenvolvimento de políticas públicas sociais e, mais ainda, aquelas relacionadas aos grupos envolvidos com bens culturais de natureza imaterial.

Tratando-se do Estado do Maranhão, as primeiras décadas do século XX são marcadas pela política de tombamento de bens móveis, que representam a memória colonial da província de outrora. Somente na década de 70, a Lei nº 3.999 de 05 de dezembro de 1978, foi promulgada a primeira lei estadual de proteção ao patrimônio cultural do Maranhão, conceituando-o como “os bens móveis e imóveis, atuais ou futuros, existentes nos limites do seu território, cuja preservação seja de interesse público”. A concepção da referida Lei, calcada nos bens materiais.

Na esfera municipal, a temática do patrimônio ganha força décadas depois. Em 1995, o projeto de lei nº 7.993 foi aprovado pelo governo municipal. Esta lei dispunha sobre o patrimônio cultural de São Luís e sua proteção definindo-os como sendo “[...] os bens de natureza material e imaterial, que representam referência à memória e a identidade dos diferentes elementos naturais e étnicos, formadores da sociedade ludovicense que se encontrarem consolidados, identificados e reconhecidos como tais.” Neste contexto, percebe-se a ampliação do conceito de patrimônio, tem-se então uma nova maneira de proteção, justificando a prática preservacionista também pelo seu valor imaterial. (ASSUNÇÃO, 2007).

No início do século XXI, A Fundação Municipal de Patrimônio Histórico – FUMPH foi criada através da Lei Nº 4.493 de 08 de Julho de 2005. Está vinculada à Secretaria de Planejamento e Desenvolvimento, trata-se de uma instituição que tem como finalidade

institucional executar a política de salvaguarda do patrimônio cultural (bens materiais e imateriais) de São Luís.

Diante do exposto, entende-se que o conceito de patrimônio foi ressignificado ao longo do tempo, e novas abordagens, no campo do patrimônio, alteram profundamente as políticas públicas e a gestão do patrimônio cultural no Brasil, baseando-se na excepcionalidade e na construção de uma identidade nacional, propondo uma noção de patrimônio múltiplo e plural, superando as antigas concepções de “monumentos históricos e artísticos”, evidenciando a importância do sujeito, a comunidade e o entendimento de patrimônio como um processo e não apenas como um “conjunto de bens”.

Observa-se que, na prática, são os sentidos mais comuns e mais tradicionais que prevalecem, porém, esses sentidos não são neutros, pois o campo do patrimônio é um campo político. Logo, todos os bens, as práticas e os lugares, mesmo não sendo reconhecidos, são identificados e valorizados como patrimônio. Portanto, também têm a mesma importância e o mesmo valor para aqueles grupos que mobilizam ações de identificação e de representação dessas identidades.

Nesse contexto, a partir do momento que essa comunidade não se vê representada pelos monumentos reconhecidos pelos órgãos públicos, ela pode contestar na busca de uma reavaliação e uma nova releitura com a inclusão de símbolos e reconhecimento de outras memórias. “Os patrimônios são constituídos a partir de processos de produção, apropriação, seleção e reelaboração simbólicas enquanto práticas sociais.”. (FONSECA, 1997, p. 28). Portanto, trata-se de algo vivo, e não de um acúmulo de objetos do passado.

Nesses termos, o patrimônio não deve ser compreendido como um processo passivo de preservação de objetos do passado, mas um processo ativo de relação de uma sociedade com seu passado através de objetos, lugares e práticas. Sublinha-se que as políticas de conservação do patrimônio cultural têm como função primordial de proteger, porém, têm que servir às necessidades contemporâneas da sociedade, e o valor de uso tem por definição a utilização contemporânea dos monumentos, “[...] relativo às condições práticas materiais de utilização prática dos monumentos.”. (CHOAY, 2006, p. 169).

Sendo assim, é importante um diálogo permanente entre os envolvidos no processo, não podemos desconsiderar a relação do patrimônio de uma cidade com a memória coletiva, pois ambos estão imbricados. Visto que a memória é o elemento legitimador de identificação dos sujeitos com o espaço no qual estão inseridos, é através dela que estabelecem relação e as possíveis interações que irão surgir a partir desta identificação a ser gerada no indivíduo e nos grupos sociais.

Guedes (2014) aponta que a cidade pode ser concebida como uma representação dos sujeitos que elaboram sempre as memórias de suas experiências. Isso nos leva a pensar a cidade numa perspectiva plural, em que diferentes atores sociais habitam, física e simbolicamente, este espaço considerado patrimonializado, desencadeando uma dinâmica própria com construções de redes e de relações sociais. Nesse processo, definir um patrimônio é tornar uma cidade, por meio da valorização de seus atributos, atraentes para uma nova experiência de vida.

No que diz respeito à memória, Le Goff (1990, p. 366) afirma que esta se configura “[...] como propriedade de conservar certas informações, remete-nos em primeiro lugar a um conjunto de funções psíquicas, graças às quais o homem pode atualizar impressões ou informações passadas, ou que ele representa como passadas.”.

A partir dessa corrente de pensamento, a história passa a apresentar importância na reconstrução da memória projetada no passado, isto é, a memória é um passado nostálgico. Por esse ângulo, Le Goff (1990, p. 220) aborda o passado e a sua consequência na interpretação da história:

A aceleração da história, por outro lado levou as massas dos países industrializados a ligarem-se nostálgicamente as suas raízes: daí a moda retrô, o gosto pela história e pela arqueologia, o interesse pelo folclore, o entusiasmo pela fotografia, criadora de memórias e recordações, o prestígio da noção de patrimônio.

Segundo o autor, a memória nostálgica é vida, sempre levada por grupos vivos e, por isso, é um fator determinante para a construção do patrimônio cultural, que remete as raízes e tradições culturais de um determinado grupo social.

As reflexões do autor nos leva a pensar que o tempo assume novas dimensões e o espaço se estreita com a globalização tornando as identidades em contínua construção e mudança. Daí, a importância da história na reconstrução da memória de um grupo social, surge o interesse não somente da antropologia, mas dos grupos sociais pelo seu passado e suas manifestações culturais. A memória é a identidade de um povo representada no patrimônio cultural.

A despeito da memória, Halbwachs (2013) desenvolveu a categoria de “memória coletiva”, tendo como guias Émile Durkheim e Henri Bergson. A partir dessa ideia, as relações de memória e sociedade tornaram-se o centro e o termo do seu pensamento. As categorias de memória desenvolvidas pelo autor são importantes para a compreensão da discussão da relação imbricada entre memória e patrimônio cultural, tendo em vista que apontam para o dinamismo das memórias coletivas, que estão sempre se transformando,

O autor acima mencionado sublinha que a memória do indivíduo nunca são apenas suas, pois nenhuma lembrança pode coexistir isoladamente do grupo social, porque estas decorrem das influências que recebemos, pois somos moldados no meio em que nascemos e tudo isso vai sendo agregado à memória. A subjetividade dos sujeitos, aquilo que não vemos, mas está guardado em algum lugar do cérebro. Em outro momento, o sociólogo assinala a contribuição da memória coletiva no processo de rememoração:

Uma ou mais pessoas juntando suas lembranças conseguem descrever com muita exatidão fatos ou objetos que vimos ao mesmo tempo em que elas, e conseguem até reconstituir toda a sequência de nossos atos e nossas palavras em circunstâncias definidas, sem que nos lembremos de nada de tudo isso. (HALBWACHS, 2013, p. 31).

Por sua vez, o autor afirma que todas as imagens dos acontecimentos passados estão completas no nosso espírito. No pensamento dele a memória não é algo definido, pronto e acabado, trata das experiências de vida, a memória coletiva e individual é um acontecimento social.

Nessa perspectiva, Nora (1995), adverte que, em vários momentos, a memória coletiva apresenta um caráter, potencialmente, problemático, remetendo à história oficial e à memória nacional, que, muitas vezes, pode ser manipulada, silenciada, o “não dito”, que visa sentimento de exclusão das memórias de um determinado indivíduo ou grupo dominado. Nesse sentido, o trabalho de construção da memória nacional se alimenta do material fornecido pela história em controvérsia e contradição à crônica oral dos grupos oprimidos e marginalizados.

Em se tratando do aspecto ideológico, ao privilegiar a análise dos excluídos, na história oral, foi ressaltada a importância de memórias subterrâneas que, como parte integrante das culturas minoritárias e dominadas, opõem-se à "Memória oficial", no caso, à memória nacional, uniformizadora e opressora da memória coletiva nacional.

Neste culto ao passado, Nora também trata sobre os lugares de memória (1993, p.13), ele observa que os lugares de memória existem justamente porque não há mais memória, pois considera que se habitássemos nossa memória, não teríamos necessidade de consagrar lugares. “Os lugares de memória nascem e vivem, portanto, do sentimento de que não há memória espontânea, de que é preciso criar arquivos.”.

Segundo os autores citados, podemos constatar diferentes formas de análises e concepções da memória com perspectivas diferentes. A memória também possui um caráter de lugar em constante processo de construção. Nesse sentido:

Os lugares de memória pertencem a dois domínios, que a tornam interessante, mas também complexa: simples e ambíguos, naturais e artificiais, imediatamente

oferecidos a mais sensível experiência e, ao mesmo tempo, sobressaindo da mais abstrata elaboração. São lugares, com efeito nos três sentidos da palavra, material, simbólico e funcional, simultaneamente, somente em graus diversos. Mesmo um lugar de aparência puramente material, como um depósito de arquivos, só é lugar de memória se a imaginação o investe de uma aura simbólica. (NORA, 1993, p. 21).

Tratando-se de lugar de memória, a cidade histórica é a representação materializada do patrimônio, lugar de resgate de uma memória em que não mais habitamos, sendo metade institucional ou oficial, metade afetiva, mas que ainda carrega uma áurea simbólica, lugar associado a uma centralidade e especificidade.

Relacionando o patrimônio cultural com o espaço de memória, Santos (2008) geógrafo, analisa as transformações sócio espaciais, ele nos traz a ideia de espaço como indissociável, pois todas as coisas, tanto objeto, pessoas e relações, sempre estarão juntas e coexistindo ao mesmo tempo, com relação aos objetos, eles a cada dia são mais relacionados à ação humana, e são frutos do trabalho e da produção de mercadorias, e fruto dos desejos ali aplicados. (SANTOS, 2007, p. 46).

A cidade é este espaço simbólico e relacional por natureza, a relação de pertencimento estabelece novos vínculos do morador com o patrimônio cultural, tornando-o significativo e familiar.

Nesse entendimento, percebe-se que o dinamismo com qualquer ambiente do patrimônio cultural é marcado pelo contato com o novo, com o diferente, e desse contato é que surgem formas enriquecedoras e importantes para o seu devir.

Pellegrini afirma que, (1997, p. 94):

[...] modernamente se compreende por patrimônio cultural todo e qualquer artefato humano que, tendo um forte componente simbólico, seja de algum modo representado da coletividade, da região, da época específica, permitindo melhor compreender-se o processo histórico.

De acordo com os autores citados, percebe-se que patrimônio cultural, passa ter uma atenção valorativa e simbólica, representativo das pessoas historicamente vinculadas a ele, associado à natureza, expressa nas manifestações e modo de vida, reforçando a identidade de uma coletividade para compreensão de vida.

Obviamente, como já foi dito, determinada coisa que seja tombada no caso do patrimônio material, ou registrada no caso do patrimônio imaterial, pode ter uma representação para um grupo e não ter representação para outro, por isso que a palavra chave hoje é diversidade, é complexidade, no sentido de nós compreendermos o que é patrimônio cultural, é uma coisa construída ou uma coisa elaborada pelo homem em pensamento, no caso

do patrimônio imaterial, que tenha uma representação, uma significação na construção da identidade de um grupo.

Hoje, a compreensão que nós temos de patrimônio é bem mais múltipla, como podemos perceber, é bem mais abrangente do que se teve ao longo dos tempos, portanto, patrimônio é um conceito que vai se transformando, vai crescendo e se ampliando a partir do debate político a partir das transformações da sociedade.

A partir deste estudo sobre as questões relacionadas ao patrimônio cultural em diferentes âmbitos, na próxima seção, fez-se uma abordagem sobre as concepções de experiência no patrimônio cultural e refletir a relação de uso para a promoção da prática turística, em especial no turismo de experiência.

3 EXPERIÊNCIA APLICADA AO TURISMO

Nessa seção, escolhemos trabalhar alguns conceitos de experiência aplicada ao turismo. Entretanto, para entender essa temática, foi necessária uma abordagem inicial no viés da filosofia e antropologia. Partimos do autor Walter Benjamim, que desse universo múltiplo acerca do tema, faz reflexões e amplia a configuração do conceito de experiência. Ressaltamos também os estudos dos autores, Turner e Bruner (1982), Trigo (2010), Panosso Netto e Cecilia Gaeta (2019), Meinerz, (2008), Yi-Fu Tuan (2015), Gastal e Moesch (2007), no intuito de analisar as dimensões da experiência definidas por Pine II e Gilmore (1999), adaptadas pelos autores Oh, Fiore e Jeoung (2007).

Nos subcapítulos, propõe-se uma abordagem multidisciplinar acerca do turismo, experiência turística e turismo de experiência, apresenta-se às dimensões das experiências turísticas para se pensar nas viagens turísticas mais memoráveis e prazerosas para o viajante que o pratica e, por fim, discute-se a importância do turismo de experiência no turismo como estratégia mercadológica para formatar produtos turísticos.

3.1 Experiência: conceitos

A palavra experiência que permeará nesse trabalho, será entendida primeiramente nos campos filosófico e antropológico, considerando inicialmente os estudos de Benjamim (1993) e Turner (1982), autores norteadores do estudo proposto, para compreender o conceito de experiência e a forma como se relaciona com o turismo.

De acordo com dicionário Aurélio da língua português (2010), a etimologia da palavra Experiência vem do latim *experientia*. A palavra *experientia* é formada por três partículas, que são: "ex" (fora), "peri" (perímetro, limite) e "entia" (ação de conhecer, aprender ou conhecer). Literalmente pode ser traduzida como o ato de se aprender ou conhecer além das fronteiras, dos limites. O significado de experiência - substantivo feminino - Conhecimento ou aprendizado obtido através da prática ou da vivência: experiência de vida; experiência de trabalho. Teste feito de modo experimental; prova ou tentativa. Modo de aprendizado obtido sistematicamente, sendo aprimorado com o passar do tempo.

Nestas acepções, experiência significa conhecimento, prática e aprendizado, é um indicador de habilidade, perícia com o exercício constante de uma profissão, algo que lhe confere autoridade, é o que nos acontece na vida indicando o fato de suportar ou sofrer algo

quando sentimos uma dor ou alegria. Na modernidade, com o advento da técnica científica, experiência significa processo de experimentação, prova, ensaio ou demonstração.

Na concepção filosófica, o pensador crítico do século XX, Walter Benjamin (1993), no âmbito da filosofia, literatura, artes, cultura e comunicação, analisa a experiência na modernidade capitalista, contemplando as categorias de memória, esquecimento, tradição, transmissão, choque, barbárie e perda da áurea, que possibilitaram fundamentos epistemológicos teóricos que perpassa a análise crítica da cultura, da história e da política.

A partir desses estudos sobre experiência em seu ensaio intitulado “Experiência e Pobreza”, o autor faz questionamentos que se estabelecem no campo da experiência na modernidade, na arte, na arquitetura e na cultura, ele comenta sobre o período das grandes guerras que empobrecem as experiências do homem, comparando a degradação física, social e ambiental. O estudo transpassa as fronteiras das disciplinas e cria uma imagem da Era Moderna, fazendo uma interface entre filosofia, literatura, cinema, arquitetura, fotografia, psicanálise e desenvolvimento técnico social.

O autor trabalha conceitos de experiência: *erfahrung* e *erlebnis*. *Erfahrung* é uma oposição ao conceito de vivência (*erlebnis*), que, na sua concepção, tem origem no verbo alemão “*erleben*”, que vem a significar o ser que ainda está em vida, quando as coisas acontecem, ou seja, é a presença viva, um testemunho ocular do fato, *erlebnis* consiste em uma vivência do indivíduo isolado, ligada a sua experiência pessoal de vida. Já para entendermos o conceito de *erfahrung*, partimos da ideia de experiência acumulada, que pode se prolongar e é como em uma viagem. Aqui, já temos o sujeito integrado a uma comunidade que ao longo do tempo vai sedimentando conhecimento e experiências, significando um mesmo universo de linguagens e práticas, que estabelece em um fluxo de relações que alimentam a memória (BENJAMIM, 1989; SILVA, 2012).

Para o autor, as experiências fazem parte dos ritos comunitários ou primitivos, representados nos gestos, expressões, sentimentos e ações individuais ou coletivas influenciando os modos, costumes, hábitos, saberes e fazeres, inserido no cotidiano de um grupo ou indivíduo caracterizando a identidade e o rito, que se torna aceita pelo grupo, disposto a todo um sistema, valores, aliança, partilha e códigos não abstratos e compartilhados.

De acordo com o pensamento de Walter Benjamim (2012), esse tipo de experiência, torna-se cada vez mais ínfima nas sociedades modernas, caracterizadas pelo individualismo, ou seja, é cada um vivendo a sua individualidade nos espaços funcionais da arquitetura contemporânea, ao mesmo tempo, estão conectados com mundo via internet e redes sociais.

Para o autor, vivemos na era digital, as conquistas tecnológicas foram importantes para a evolução da sociedade, tudo está conectado em redes, a sociedade atual se caracteriza pelas comunicações eletrônicas que aproximam as pessoas e ao mesmo tempo afasta o contato corpo a corpo, os mecanismos sociais ritualistas, festas culturais, tradições correm o risco de desaparecer.

Benjamin (1989, p. 105) enfatiza que a experiência é algo autêntico, é característica descrita no conceito elaborado pelo autor que trata “[...] a experiência é um fato da tradição, tanto na vida privada quanto na coletiva. A experiência não consiste precisamente com acontecimentos fixados com exatidão na lembrança, e sim, em dados acumulados, frequentes, de forma inconsciente, que afluem à memória.”.

Neste sentido, a experiência está atrelada à vida comum, que necessita de fatos vivenciados por um grupo de pessoas, que vão influenciar na sua experiência pessoal, assim, os acontecimentos serão fixados de forma mais intensa na lembrança e no inconsciente coletivo e, a experiência pode ser compartilhada com o outro.

Do ponto de vista antropológico, os autores Turner e Bruner (1982) argumentam que a experiência está ligada a suspensão e a interrupção das relações cotidianas, em que o sujeito sofre um estranhamento em relação ao que lhe é familiar, entrando para uma fase de desconhecido, medo, perigo e aventura.

O autor Turner (1982) diz que a experiência tem sua fundamentação na palavra inglesa com base indo-europeia. Diante da amplitude do conceito, há necessidade de um maior estudo quanto à etimologia da palavra, para que possamos entender o papel da experiência no turismo. Turner (1982, p.17 – 18) faz considerações acerca da etimologia da palavra inglesa experiência:

É uma palavra inglesa com uma derivação da base indo-europeia **per-*, “tentar, aventurar-se, arriscar” – podendo ver como seu duplo “drama”, do grego *dran*, “fazer”, espelha culturalmente o “perigo” etimologicamente implicado na palavra “experiência”. O Cognato germânico de *per* relaciona experiência com “passagem”, “medo” e “transporte”, porque *p* torna-se *f* na lei de Grimm. O grego *peraō* relaciona experiência a “passar através”, com implicações em ritos de passagem. Em grego e latim, experiência associa-se a perigo, pirata e ex-per-imento.

A etimologia da palavra, segundo o autor, aponta uma dicotomia que distingue a simples experiência de “uma” experiência, sendo a primeira apenas a passiva resignação e aceitação dos acontecimentos, ao contrário “uma” experiência não tem início nem fim facultativo, desprendido da temporalidade cronológica.

Neste sentido, destaca-se que, a experiência é um agente transformador e formativo, inicia-se com choque de dor ou prazer vivido por um indivíduo que, em seguida busca dar sentido àquilo que percebeu e que fez dessa experiência, “uma” experiência, na tentativa de unir passado e presente. Esse processo é denominado pelo o autor como “drama social” (TURNER, 1986, p. 39).

Assim, de acordo com o autor, a experiência é o não cotidiano, o choque de dor em que o sujeito sofre um estranhamento em relação ao que lhe é familiar, são conhecimentos, percepções e vivências acumuladas e adquiridas no decorrer da vida. Tratando-se do turismo, o sujeito pode sofrer choque de dor ou prazer em suas experiências de viagens ao se deparar com o novo ou estranho.

Na visão de Tuan (2015) em sua obra “Espaço e Lugar: perspectiva da experiência”, ele comenta que “experiência é um termo que abrange as diferentes maneiras, por intermédio das quais, uma pessoa conhece e constrói a realidade. Essas maneiras desde sentidos mais diretos e passivos como o olfato, paladar e tato, até a percepção visual, ativa a maneira indireta de simbolização”.

O autor, afirma que a “experiência implica na capacidade de aprender, a partir da própria vivência, arriscar-se a enfrentar o novo, a enfrentar o desconhecido e o incerto. Experimentar é aprender; significa atuar sobre o dado e criar a partir dele.” Já que “O dado não pode ser conhecido em sua essência. O que pode ser conhecido é uma realidade que é um constructo da experiência, uma criação do sentimento e pensamento.”. (TUAN, 2015, p.10).

Diante dos aspectos conceituais, percebe-se que a experiência é um termo ligado à subjetividade do indivíduo, abrangente e transversal. O autor Tuan (2013, p. 18) relaciona o conhecimento à experiência, pois “[...] implica a capacidade de aprender a partir da própria vivência. Experimentar é aprender [...]”. A experiência é essencial para a socialização, o aprendizado, a articulação profissional e a satisfação pessoal (PANOSSO NETTO; GAETA, 2010).

Tratando-se das narrativas no contexto turístico atual, falamos da possibilidade de “experimentar” as práticas turísticas. A experiência cultural e social estimula o turista a viajar, a consumir produtos e serviços turísticos e, constrói imaginário a partir da percepção do sujeito viajante.

Para Benjamim (2012) em seu livro “o Narrador” fala da experiência de narrar e, que o narrador de fato não está entre nós, ele é algo distante e se distancia ainda mais com o tempo, por não ter necessidade de explicar os fatos, se apresenta apenas na arte de contar, renuncia a

minúcias e detalhes, assim seria mais rapidamente incorporada pelo receptor e, este seria mais um canal de transmissão.

A experiência se transmite de pessoa para pessoa, e esta é a fonte a que recorrem todos os narradores, entre as narrativas escritas, as que mais se destacam são as que menos se distinguem das histórias contadas pelos inúmeros narradores anônimos, entre os narradores, Benjamim descreve dois grupos e reforça a importância da existência destes dois grupos para que a narrativa seja plenamente tangível, afirma que “quem viaja tem muito a contar”. Então, imaginamos que o melhor narrador é aquele que vem de fora, com suas histórias e experiências, mas, segundo Benjamim, o narrador que nunca saiu de seu local de vida e tem conhecimento de suas histórias e tradições, também tem muito a transmitir e atrai, de certa forma, a atenção de todos (BENJAMIM, 1989).

Benjamim exemplifica estes dois grupos com representações primárias, exemplificadas como o camponês sedentário e o marinheiro comerciante. Na realidade, com estes dois modos de vida tão diferentes, teríamos duas famílias de narradores: aquele que se apresenta em um só lugar e o que narra fatos de suas viagens e experiências exteriores.

3.2 Turismo

O turismo é uma atividade experiencial e subjetiva do sujeito viajante, o lugar visitado se transforma em experiências memoráveis, a partir do momento que gera o bem estar e cria significado para o visitante e o visitado. As fontes motivadoras são diversas, o turista quando se desloca busca algo novo a ser descoberto e desfrutado nos destinos.

No turismo, percebe-se, que a experiência, começa antes do próprio início da temporada de viagem, quando se planeja o local, período e companhia. Nesse momento, o indivíduo pode ser tomado pela ansiedade, expectativa, imagens, informações, opiniões, lembranças de experiências anteriores, que fazem com que os turistas naveguem por diversas emoções.

O turismo é deslocamento de pessoas que envolvem múltiplas relações, é um fenômeno social, utiliza teorias relacionadas a diversas áreas do conhecimento sendo objeto de estudo da economia, história, geografia, sociologia e, em especial, do próprio turismo, seu campo de estudo é muito amplo, envolvendo questões relacionadas às mais variadas áreas do saber, como as ambientais, sociais, culturais, legais, econômicas etc.

As novas tendências do turismo, de acordo com Ansarah (2001), seguem enfatizando a necessidade tanto da qualidade da experiência proporcionada aos turistas quanto à relacionada

ao destino, exaltando cada vez mais a melhoria da qualidade de vida das comunidades receptoras, sendo este o maior desafio da atividade turística.

Os autores mais contemporâneos, influenciados pelo crescimento frenético do Turismo e suas manifestações múltiplas, ampliam suas conceituações numa conjuntura interdisciplinar. Para Fuster (1974, p. 1974):

Turismo é, de um lado, conjunto de turistas; do outro, os fenômenos e as relações que esta massa produz em consequência de suas viagens. Turismo é todo o equipamento receptivo de hotéis, agências de viagens, transportes, espetáculos, guias-intérpretes que o núcleo deve habilitar, para atender às correntes [...]. Turismo é o conjunto das organizações privadas ou públicas que surgem, para fomentar a infraestrutura e a expansão do núcleo, as campanhas de propaganda [...]. Também, são os efeitos negativos ou positivos que se produzem nas populações receptoras.

O autor propôs um estudo funcionalista do turismo, que envolve múltiplas relações no âmbito social, econômico, político, empresarial, profissional, estrutural, ambiental, capaz de gerar efeitos positivos e negativos na comunidade receptora.

A definição mais utilizada e aceita nos dias de hoje é da Organização Mundial do Turismo OMT (2001):

É o conjunto de atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, com o objetivo de lazer, negócios ou outros motivos, não relacionados com uma atividade remunerada no lugar visitado. Importante assinalar que o turismo compreende todas as atividades dos visitantes, tanto de turistas como de excursionistas.

O conceito da OMT (2001) é difundir seu tecido econômico, prezando pela valoração da produção turística, destacando fatores como “deslocamento”, “estada” e “enquadramento de tempo de permanência” com foco na indústria, fruto de uma sociedade global e capitalista, aborda sobre alguns elementos específicos da experiência, mas não sobre as inter-relações causadas pelo fenômeno social do turismo.

Para o Instituto Brasileiro de Turismo – EMBRATUR– “O desenvolvimento turístico pode objetivar ao mesmo tempo gerar novos empregos, ampliar as receitas, preservar o patrimônio turístico, etc.” (EMBRATUR, 1992, p. 26).

Por sua vez, Beni (2006) avança na construção do campo metodológico, o pesquisador aponta as definições holísticas do Turismo como as mais apropriadas na apreensão do fenômeno. Conceitua a atividade turística “[...] como um elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço [...], cita o elemento concreto do fenômeno traduz-se no equipamento receptivo e no fornecimento dos serviços para a satisfação das necessidades do turista, que se denomina Empresa de Turismo.

Na visão de Barreto (2000, p. 27):

O Turismo é um fenômeno que abrange o mundo inteiro, pois a partir do processo de globalização das economias e cultura [...] abrange todas as camadas e grupos sociais [...] Consiste na dispersão das consequências socioeconômicas, culturais e ambientais em diferentes níveis, por estas características, entendo que o turismo é um fenômeno social total.

Ou seja, a autora deixa clara a sua forma de ver e estudar o turismo na contemporaneidade, que deve ser interpretado como um fenômeno também humano. Nesse ponto, é importante destacar que essas concepções citadas implicam em novas práticas e novos comportamentos, envolvem diversos atores, que se reúnem para formar as cadeias produtivas, que englobam a atividade, são elementos constituintes e geradores de experimentos.

Tratando-se da experiência no turismo, o planejamento estratégico é o início de tudo, é o que provoca a atração para o local e constroem narrativas, a fim de chamar e promover expectativas e desejos por determinados destinos. Os planejadores de marketing se utilizam das expectativas para elaborar suas chamadas e desenvolvem materiais de propaganda para convencer o turista a visitar os mais variados destinos. A próxima seção faz uma abordagem da experiência relacionada aos produtos e serviços turísticos e a sua potencialidade na avaliação da viagem em geral.

3.3 A experiência nos produtos e serviços turísticos

A atividade do turismo recebe influências diretas da oferta e da demanda turística, abrange todas as camadas e grupos sociais, é capaz de gerar impostos e incentivos fiscais, promove investimentos em inúmeras áreas na infraestrutura geral, na hotelaria, nos meios de transportes, em agências de viagem, nas locações de veículos, no artesanato, na formação de pessoal, assim se tem uma complexa rede de serviços, o *trade* envolvido na organização e realização das viagens. O setor do turismo bem organizado melhora a qualidade de vida do visitante e da comunidade receptora.

Em diversos países, a atividade turística é a principal atividade econômica do lugar, consolidando-se como uma fonte geradora de emprego e renda, captação de divisas, e por ser responsável pela diminuição da desigualdade nos destinos se for desenvolvido de maneira responsável.

O Turismo está hoje no auge de seu reconhecimento, o primeiro relatório sobre números e tendências do turismo global da nova década, o mais recente estudo da Organização Mundial do Turismo (OMT), revelou o décimo ano consecutivo de crescimento

do Turismo. Em 2019, todas as regiões tiveram um aumento nas chegadas internacionais, registrando 1,5 bilhão de turistas internacionais, um crescimento de 4%, com 54 milhões de chegadas a mais que em 2018. O setor gerou um em cada 10 empregos no mundo.

O que não foi percebido nos dois últimos anos, pois com a pandemia da COVID-19, tivemos uma redução da atividade mundial, a preocupação com a saúde trouxe um receio às pessoas de se deslocarem e até mesmo de sair de suas residências. Estamos hoje em uma retomada da atividade, foram criados protocolos sanitários de atendimento no setor, o que está reativando as visitas em nível mundial.

Segundo os dados da Mtur (2020) o Brasil deu as boas-vindas a 6,3 milhões de visitantes estrangeiros em 2019, a principal porta de entrada do Brasil continuou sendo a aérea (4.288.528), seguida da terrestre (1.839.451) e marítima (123.127). A alta temporada de verão é o período de maior busca dos visitantes de fora. Em janeiro, recebemos 863.301 visitantes, enquanto, em fevereiro contabilizamos 816.032.

No Estado do Maranhão em 2019, segundo os dados do Observatório do Turismo do Maranhão, o estado recebeu visitantes de vários lugares do mundo: do total, 82% eram nacionais e 18% vieram do exterior – em sua maioria da França (24%) e da Argentina (8%); vale destacar que japoneses (7%), espanhóis (7%) e alemães (6%), estiveram no estado durante o ano em número expressivo; bem como os turistas dos Estados Unidos (5%) e Portugal (4%); entre outros países.

Paulistas (20%) e cariocas (12%) se apresentaram como o maior número de turistas nacionais; nossos vizinhos Pará (9%) e Ceará (7%) também se deslocaram ao Polo São Luís, além de outras localidades como Brasília (6%) e Minas Gerais (5%). Os maranhenses (22%) vieram principalmente da baixada (mesorregião norte) e do sul do estado se deslocando para prestigiar as programações oficiais da capital e realizar passeios nos demais municípios do polo.

Os períodos festivos (Carnaval e São João) e as férias tradicionais no Brasil e Europa (janeiro, julho e agosto) foram os mais movimentados do ano, trazendo a maioria dos visitantes (72%) em grupos de família ou amigos com até 03 pessoas. Em relação à estadia, 47% dos entrevistados ficaram em hotéis da região, enquanto 15% se hospedou em pousadas; 17% da amostra passou sua estadia com família e amigos. Como motivação, 92% viajaram a lazer e 5% a negócios; onde 36% dos turistas ficaram até 03 dias no polo, enquanto 25% estendeu sua viagem por até 01 semana.

Outros polos, roteiros consolidados e passeios foram procurados em uma frequência de 39% pelos participantes. Informações sobre pontos turísticos como centros culturais e

praias foram solicitadas por 21% dos entrevistados. E com uma constância de 20%, mapas e folders, além dos óculos de realidade virtual foram utilizados pelos visitantes.

São Luís se destaca no cenário do turismo nacional e internacional. É um dos 65 destinos indutores, com um fluxo considerável de turistas nas férias, festas juninas e feriados, pesquisas mostraram que 79,41% dos turistas que visitaram São Luís no feriado da Pátria 2020, vieram da região Nordeste seguido do Norte com 11,76%, Sudeste 7,35% e Sul registrando 1,47%. Foram identificados 79,59% dos visitantes provenientes do Maranhão. Entre os atrativos mais visitados as praias ficaram 31,65% seguido do Centro Histórico 20,86%, Praça Deodoro 15,11%, Espigão Costeiro 11,51% e os museus 10,79% (Observatório do Turismo, 2020), como mostra a figura 1.

Figura 1- Imagem sobre o perfil da demanda turística no Maranhão em 2019



Fonte: Observatório do Turismo do Maranhão (2020)

A figura 1, representada acima, demonstra o perfil dos visitantes no Maranhão em 2019, a motivação dos viajantes, tempo de permanência, produtos e serviços turísticos utilizados nesse período, demonstrando o fluxo turístico, antes do início da pandemia da COVID-19 em 2020.

Diante ainda de um cenário pandêmico para o retorno do crescimento do turismo de forma saudável e seguro, o planejamento é fundamental. Para isso, faz-se necessária a parceria integrada, entre os setores públicos e privados, com profissionais ligados direta ou indiretamente ao setor, com a participação da comunidade local e, assim, discutirem as prioridades, planejar e executar projetos, bem como ações para que a retomada da atividade turística seja segura, seguindo os protocolos sanitários em cada lugar visitado.

Essas ações integradas no planejamento turístico são enfatizadas por Ruschmann (1997, p. 93) com a finalidade de que sejam “criados mecanismos que garantam que as destinações turísticas não ultrapassem sua capacidade de carga e acabem se degradando diante de um mercado cada vez mais exigente” – tanto no que se refere à qualidade dos equipamentos, como das atividades desenvolvidas nos períodos de alta temporada.

Portanto, o planejamento é fundamental e “indispensável para o desenvolvimento turístico equilibrado, e em harmonia com os recursos físicos, culturais e sociais das regiões receptoras, evitando assim que o turismo destrua as bases que o fazem existir.”. (RUSCHMANN 1997, p.10).

Segundo a autora, o planejamento dos produtos e serviços turísticos organizados pode influenciar diretamente na escolha do consumidor turista, que geralmente busca em suas viagens destinos mais compromissado com o desenvolvimento racional, atendimento cada vez mais direcionado e com qualidade que respeite o ambiente, a cultura e a comunidade local.

Diante do mundo “globalizado”, o mercado turístico precisa acompanhar as tendências mundiais, pois a distância e o espaço já foram conquistados, o turista está cada vez mais informado, decidido e exigente, em busca de algo novo, de sensações e experiências a serem descobertas e desfrutadas.

A OMT (2019, p. 5) em sua pesquisa divulgou as tendências de viagens, as quais: viajar “para mudar”, buscam autenticidade e transformação. “Viajar para mostrar momentos, experiências e destinos “*Instagrammable*” ou “*instagramaveis*”, o que significa dizer lugares para fotografar e postar em seguida em suas redes sociais”, principalmente, na mídia social “Instagram”.

Neste contexto, percebe-se que o termo “*instagramaveis*” é bem utilizado, os destinos criam ambientes que podem ser conteúdo para o *Instagram* de turistas. Funciona como uma

estratégia de marketing. Imagens bem elaboradas e atraentes conquistam pessoas e podem gerar boas vendas. Locais diferentes, com oportunidades para boas fotos rendem mais visitas e indicação boca a boca. É o uso das tecnologias digitais por meio das mídias sociais aplicadas no turismo. Bauman (1999, p. 91-2) descreve como “sociedade do consumo”, na qual os “[...] consumidores são, primeiro e acima de tudo, acumuladores de sensações [...] e buscam com todo empenho ser seduzidos.”. Portanto, o grande grupo formador do segmento de mercado é resultante da soma dos indivíduos com perfis de consumo semelhantes, por isso há variedades de segmentos tais como: turismo de Negócio, Cultural, Sol, Praia e Religioso dentre outros.

A MTur (1992, n.p.) definiu o conceito sobre a demanda turística, como “[...] a quantidade de bens e serviços turísticos consumidos por empresas e/ou famílias, dado o nível de renda, os preços e necessidades dos consumidores.”. Segundo Dias (2003, p. 27), a atividade turística modifica o local visitado em diversos aspectos e ambientes “[...] numa proporção que poucos fenômenos sociais conseguiram gerar ao longo da história da humanidade [...]”. O turismo transforma as relações sociais e os espaços, se adapta as novas tendências e aos novos desejos da demanda.

Diante deste ambiente de transformação, não há como desvincular homem e política de turismo, uma vez que os efeitos e impactos dessa política envolvem diretamente esse homem, por isso, é importante destacar a participação da sociedade na elaboração, implementação e avaliação de políticas públicas.

Portanto, as políticas de turismo devem ser pensadas considerando a participação de vários agentes, devendo ser uma construção coletiva, sobretudo, porque envolve o homem como ser social, envolve também os aspectos cultural, econômico e ambiental. É necessário criar ações para o desenvolvimento sustentável e democrático do turismo, levando em consideração as especificidades de cada lugar e a comunidade autóctone.

Neste sentido, o envolvimento da comunidade local no processo de turistificação é importante para definir de que forma o turismo pode se estabelecer e gerar valores, como utilizar os bens e serviços destinados à visitação, sem prejudicar o cotidiano dos visitados, promovendo oportunidades a partir dessa relação respeitável entre turistas e comunidade.

Percebe-se que o processo de turistificação integrado permite o surgimento de condições favoráveis ao desenvolvimento de relações de hospitalidade, tanto entre os residentes quanto entre esses e os turistas.

Toda a estrutura turística criada deve ser acessível para a comunidade local, fazendo disso um legado do turismo na comunidade onde está inserido. Segundo Dias (2003b, p. 30) o turismo tem um,

[...] importante papel socializador, pois permite o encontro entre pessoas de diferentes culturas; favorece a sociabilidade das pessoas que se encontram nas viagens numa condição psicológica altamente favorável a novos contatos sociais; contribui para o entendimento entre populações de diferentes regiões num mesmo país; incentiva a adoção de novos valores que, gradativamente, vão tornando-se universais; diminui as distancias étnicas, permitindo maior conhecimento dos outros e de seus costumes.

O autor afirma que o turismo tem um papel humanizador, é troca, socialização, conhecimento e valorização. O contato entre as pessoas através do turismo sustentável fortalece a identidade cultural e gera valores para comunidades.

O que se percebe é que isso nem sempre existe, as estruturas são criadas para que todos possam acessar e usufruir dos equipamentos, mas em muitos lugares já estabelecidos como destinos consolidados e ainda nos novos locais, existe uma segregação, que se apresenta disfarçada, e que separa os habitantes locais dos visitantes, muitas vezes os próprios valores praticados já são capazes de excluir toda uma camada social de habitantes locais.

Krippendorff (2001) em sua análise afirma que a forma como as viagens acontecem atualmente existe pouca interação entre visitante e visitado, aumentando o distanciamento, o preconceito e desprezo pela cultura local, e ressentimentos por parte da comunidade. Para evitar esse ressentimento, o turista que visita a cidade deve fazer sua parte, respeitar as diversidades culturais, evitar poluir ou degradar os atrativos visitados.

Para Goldner, Ritchie e McIntosh (2002), se houver um planejamento sustentável sobre as visitas dos lugares, esse contato seria benéfico, diminuindo a distância entre turistas e habitantes e, conseqüentemente a preservação dos bens culturais e naturais do destino, gerando uma experiência turística memorável e marcante para o ser viajante.

Entende-se que, a experiência aplicada nos produtos e roteiros turísticos é uma forma inovadora do turismo, faz o turista navegar em diversas emoções e expectativas, visa um olhar diferenciado do indivíduo em relação ao local visitado, a experiência turística é iniciada no planejamento da viagem que começa antes na preparação, durante a viagem no destino e depois da viagem, quando retorna para seu local de origem. A próxima seção trata do entendimento da experiência turística e sua influência na experiência memorável do consumidor turista.

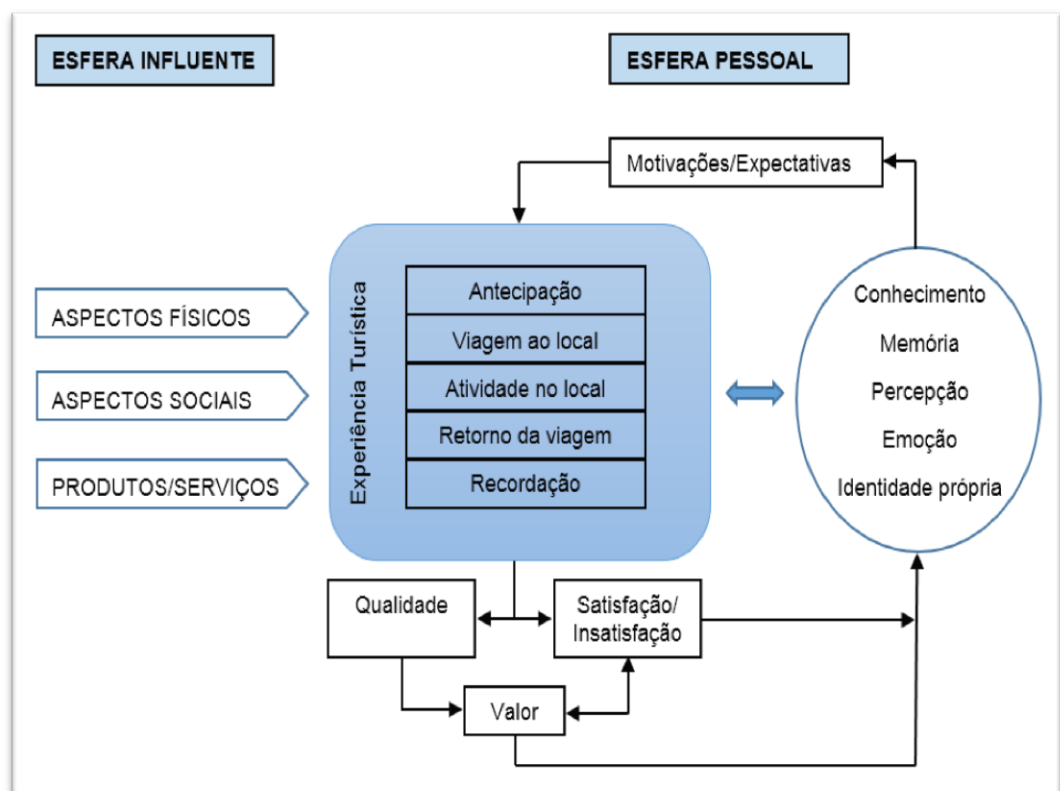
3.4 A experiência turística

O desafio do turismo contemporâneo é se adaptar a uma nova configuração mundial, os produtos e serviços turísticos no cenário globalizado são bem diferenciados, as mudanças de estilo de vida do novo viajante ou turista, que o caracteriza, enquanto ator pós-moderno e sujeito social, capaz por sua vez de transformar sua estadia em um ato de mudança da sua própria visão pré-estabelecida, o turismo de experiência, quando realmente aplicado transforma as ideias e pode estabelecer novos entendimentos, que serão levados ao local de origem deste viajante.

Entende-se que a experiência turística é multifacetada, os conceitos são complexos com várias dimensões, influenciada por diversas variáveis. Não existe uma teoria única. É um campo de investigação bastante rico, que aborda várias áreas do saber.

A partir dos estudos realizados por Marujo (2016), os autores Cutler e Carmichael (2010), comentam sobre a experiência em turismo (resultados e influências). Desenvolveram também um modelo conceitual da experiência turística.

Figura 2 - Abordagem conceitual da experiência turística



Fonte: Marujo (2016); Cutler e Carmichael (2010)

Percebe-se, na abordagem conceitual, que os aspectos, físicos, sociais, produtos e serviços impactam diretamente na experiência real do indivíduo, influenciando a avaliação individual subjetiva geral da viagem.

Segundo Trigo (2010, p. 29), em seu artigo “A viagem como experiência significativa”: “Para ser uma experiência, a viagem precisa superar a banalidade, os aspectos triviais, estereotipados e convencionais e, estruturar-se como experiência que nasça da riqueza pessoal do viajante em busca de momentos e lugares que enriqueçam sua história.”.

Para o autor, um elevado número de informações disponibilizadas por vários tipos de mídia faz com que o turista, nos dias atuais, busque o “diferente” e não se interesse pelo trivial. Esse turista está mais ativo, quer mais participação, que ser surpreendido e emocionado, e exige serviços de boa qualidade. Além de diferenciais nos passeios e visitas, podemos citar os cheiros, sabores, ou seja, as experiências sensoriais podem diferenciar o roteiro.

Um exemplo disso é que no passeio a pé, no centro histórico de São Luís, objeto deste trabalho, tem uma visita a um mercado tradicional da cidade, o “Mercado das Tulhas”, neste local, pode-se ter experiências sensoriais marcantes, com a experimentação de produtos da culinária local, experimentação de bebidas e um amplo contato com os moradores locais, que além de trabalhar ali, também usam o mercado para abastecer suas residências.

Trigo (2010) comenta quais as vantagens da categoria experiência no seu estudo sobre Pine II, no livro *The Experience Economy*:

Bens são tangíveis e serviços são intangíveis, mas experiências são memoráveis. Bens são relacionáveis e serviços são sob demanda e logo vivenciados, mas experiências desdobram-se ao longo do tempo, estocadas na memória. Bens são padronizáveis e serviços são personalizáveis, mas experiências são pessoais. (PINE II, GILMORE 1999, p. 28).

De acordo com o autor, a novidade e o diferente dos serviços são determinantes para a experiência pessoal. É sair da rotina, desfrutar, experimentando o novo, o estranho e desconhecido. O novo faz com que o observador compare com sua própria realidade, ou seja, imergir no novo pode causar autotransformação do viajante.

Reforça ainda que bens são tangíveis, mas as experiências são memoráveis, e é isso que traz a importância dos roteiros que façam que o expectador possa por sua vez viver de forma intensa as experiências locais, assim o Guia de Turismo ou a pessoas da cidade que acompanha este visitante, deve possuir conhecimento suficiente para demonstrar o que acontece no lugar, a fim de trazer ao visitante as maiores possibilidades de vivenciar as experiências locais.

O turista pós-moderno é incentivado pelo conhecimento e o protagonismo, no qual ele quer ser o ator de sua própria experiência e, portanto, o protagonista de seus sonhos no destino que escolheu para sonhar, ter uma experiência de viagem significativa. Panosso Netto (2010) resume, a partir de seus estudos sobre a mudança, que ocorre com o turista no processo de experimentar o novo: “Em si, todo turismo já é praticamente uma negociação com a mudança, com a experiência de sair, de variar, de criar oportunidades para o aparecimento da aventura.”. (PANOSSO NETTO, 2010, p. 58). Ainda de acordo com Panosso Netto, (2005, p. 29) define turismo como fenômeno, o ser turista e suas experiências:

O turismo, por sua vez é experiência. É experiência no momento em que se constrói esse ser turista. As impressões internas dessa ação não são formadas apenas na viagem, ou no deslocamento propriamente dito, mas também são vividas nos momentos que antecipam o ato do turismo e nos momentos que se seguem após o ser turista ter empreendido sua viagem. [...] a experiência turística não pode ser analisada desconectada do momento histórico e do vir-a-ser do turista, porque o turista tem consciência de seu eu, de seu ser através do tempo e da história. Por vir-a-ser entende-se aquilo que ainda não é, mas que pode tornar-se. [...] O turismo é um fenômeno e fenômeno não é uma indústria. A melhor forma de definir turismo é utilizando o termo fenômeno, que significa a ação objetiva e intersubjetiva que se manifesta em si mesma, que pode ser apreendida pela consciência e possui uma essência em si.

Nesse entendimento, compreende-se que definir os conceitos de experiência turística é complexo, trata-se da subjetividade do sujeito em relação ao consumo e vivência no local visitado, pois o olhar do turista está sempre em mudança e transformação.

A partir dos estudos de Marujo (2016), para Shaw e Williams (2004), existem três dimensões principais da experiência turística, que estão basicamente relacionadas com as seguintes características:

- a) a experiência e o consumo, envolvendo a natureza da autenticidade;
- b) a relação entre experiência, motivação e tipos de turistas;
- c) a relação experiência-comportamento.

Relacionamos isto à autenticidade da experiência, que se modela a partir do consumo que envolve o destino e, ainda motiva na escolha do lugar a ser visitado, podendo alterar o comportamento do visitante.

O turista está em busca de sua realização pessoal, conhecimento, enriquecimento cultural, social, algo que fuga da superficialidade e do tradicional, é o olhar do indivíduo na interrupção de seu comportamento cotidiano. O quadro a seguir demonstra as formas de olhar do turista.

Quadro 1- Formas de olhar do turista

Perspectiva	Características
Romântico Solitário	Imersão prolongada, olhar associado a espanto e a uma aura.
Coletivo	Atividade comunitária, série de encontros partilhados, observação do já conhecido, ou seja, do familiar.
Espectador	Atividade comunitária, série de encontros breves, relance e recolha de signos diversos.
Ambientalista	Ambientalista Organização coletiva, prolongado e didático, perscrutação com o fim de vigiar e inspecionar.
Antropológico	Solitário, imersão prolongada, perscrutação e imersão ativa.

Fonte: Marujo (2010); Urry e Crawshaw (1995)

Acredita-se que a participação no cotidiano da comunidade pode também ser considerada uma experiência turística com roteiros que incluem a autenticidade do lugar, como a gastronomia, os elementos do patrimônio cultural, saberes, fazeres, formas de expressão, paisagem, arte e costumes. A experiência que contemple o existente pode gerar valores e benefícios para a comunidade visitada.

Para Urry (2001) a experiência turística nos ambientes visitados gera sensações prazerosas e únicas, muito diferente da rotina vivenciado na família, no trabalho ou amigos, é o não cotidiano, importante para vivência do indivíduo viajante. A interação social pode contribuir para a experiência turística, bem como o respeito pelo local visitado, assim, o indivíduo consciente da importância de preservar o local construiria sua própria percepção de visitação, tornando-se um turista cidadão.

Nesse contexto, entende-se que o olhar do turista adquire novas perspectivas, estabelecendo novas relações com o espaço que o mesmo passa a conhecer. Na busca pelo prazer e pelo conhecimento de novos lugares, o turista desenvolve experiências enriquecedoras, que irão transformar o seu olhar.

Um turista cidadão é um turista que se importa em absorver conhecimentos a respeito do local visitado, porque tem a consciência de que deve preservar esse local, levando experiências positivas e deixando-as no local também, sabendo que não deve degradar, sujar ou corromper o ambiente e a comunidade local. Por isso:

A cidadania, se associada ao Turismo, encaminharia outras possibilidades de construção do sujeito histórico, aquele em condições de se expressar e de se apropriar das suas circunstâncias espaciais e temporais, seja como sujeito histórico urbano, seja como sujeito histórico planetário. (GASTAL; MOESCH, 2007, p. 56).

E, ainda, segundo esses autores:

Para o cidadão turista, os fixos que compõem a cidade deixam de ser desconhecidos. O território torna-se familiar e, nele e com ele, constrói-se relação de pertencimento e identificação, pois se passa a compartilhar seus códigos e, de posse dos mesmos, a situar a própria subjetividade em relação aos fixos presentes no urbano. (GASTAL; MOESCH, 2007, p. 60).

Portanto, os fixos que compõem a cidade, referenciados aqui, são os monumentos edificados da cidade, pontos de memória que passam a ser preservados a partir do momento que se tornam atrativos para o turismo. Nesse processo de conhecimento, o turista se vê pertencente ao lugar visitado, por causa do encantamento causado pela experiência norteadada pelo morador local.

Isso também pode acontecer até mesmo com os moradores da própria cidade, pois existe uma diversidade de bairros que compõe um espaço construído, também traz as relações dos indivíduos que ali habitam, a cidade é um espaço físico composto de fixos e também de fluxos, não somente de capitais, mas de pessoas e, diante da circulação de ideias, saberes, formas de viver, o imaginário urbano também vem a apresentar uma multiplicidade de significados.

Dessa forma, os conceitos de turismo e cidadania, entrelaçam-se, na medida em que nas cidades, os próprios bairros apresentam uma diversidade e até mesmo estranhamento relacionados à sua multiplicidade, assim, o indivíduo se torna um turista cidadão e, é descrito como um habitante que desenvolve relacionamentos de forma diferenciada com o local de morada. (GASTAL; MOESCH, 2007).

Acontece mais ou menos assim: o representante da comunidade local (guia de turismo, produtor artesanal, ator, cozinheiro, vendedor de produtos representativos da cultura, etc.) partilha de sua história, de seus modos de vida e de suas experiências com o turista, este exalta essas experiências, recompensa a comunidade economicamente e espalha boas referências do local visitado, possibilitando com que outros turistas sejam influenciados a visitar esse local, graças à propaganda positiva disseminada. Isso torna-se em um processo cíclico de desenvolvimento da sustentabilidade, despertando, inclusive, ações do poder público, que vê no aumento do fluxo turístico a necessidade de implementação de políticas públicas para o desenvolvimento da atividade turística e, conseqüentemente, para o desenvolvimento da comunidade local.

Destarte, toda viagem é considerada como uma experiência, podendo ser boa ou ruim e, as conexões com culturas diferentes se caracterizam como experiência, a diferença pode está no grau de envolvimento e a imersão ou não do turista na cultura local do visitado.

Essa aproximação e o contato do sujeito turista com as culturas nos locais visitados provoca um profundo efeito na vida deste, como também da mesma forma acontece nas comunidades visitadas, pois estes farão parte da experiência turística e das memórias dos viajantes (LAGE; MILONE, 2000).

Desse modo, não havendo esse contato ou imersão nos lugares visitados a experiência se limita e passa apenas a se configurar o conceito de vivência. Avighi (2000) pontua que os turistas que apenas buscam locais para descansar, distanciando-se do contato com o local, satisfazendo-se apenas com o trivial, porém, sempre serão bem vindos, a partir do momento que estes também fortalecem e movimentam a economia local. A próxima aborda o turismo de experiência relacionado ao novo perfil do turista.

3.5 Turismo de experiência

O Turismo é uma atividade que possui diversas áreas, está em constante busca por novidades e ideias que possam agregar valores ao setor e a comunidade local, procura suprir os desejos e os anseios dos turistas no seu deslocamento e durante sua experiência de viagem.

Em 1999, a Organização Mundial do Turismo (OMT) já aponta o turista do novo milênio que deseja “viajar para destinos onde mais do que visitar e contemplar fosse possível também sentir, viver, emocionar-se e ser personagem de sua própria viagem”. Nesse conceito, percebe-se a transformação da demanda no setor, no qual o princípio de experiência está presente na maioria dos segmentos turísticos. (INSTITUTO MARCA BRASIL, 2010, p. 10).

Nesse contexto, o turismo moderno traz um novo perfil de visitantes, pessoas que estão mais preocupadas com as experiências vividas e prazerosas no destino, que em realizar atividades somente como espectador de sua própria experiência, busca novas sensações, espiritualidade e situações únicas, mas também inesquecíveis e por sua vez marcantes, definindo essa nova prática ou estratégia, como Turismo de Experiência (GAETA, 2010; SOARES, 2009).

Ressalta-se que, o turismo de experiência é o termo mercadologicamente utilizado na atualidade para descrever uma forma de desenvolver produtos turísticos, inserindo o turista como protagonista de sua própria viagem. Apresenta-se como novo fazer turismo, pois promove interação real do visitante com o espaço, com a comunidade e com o patrimônio histórico-cultural. O resultado dessa combinação é um turista mais realizado e divulgador da experiência.

Nesse sentido, é preciso entender as expectativas do turista contemporâneo, que vai além da contemplação passiva dos atrativos. Esse tema tem servido como um constructo chave em viagens e pesquisas em turismo, (OH; FIORE; JEOUNG, 2007). É o sujeito ativo e criativo, quer realizar um desejo e se sentir um ator importante do destino visitado. (MTUR, 2011).

Percebe-se uma motivação dotada de especificidades acerca do tema da experiência turística em conhecer o real do local visitado. O turismo de experiência se consolidou como um grande negócio, mas é bem mais que isso. Trata-se de “[...] um convite à convivência entre pessoas, etnias e culturas diferentes.” (PANOSSO NETTO, 2009, p. 49).

Esse contato, com o diferente e o não ao cotidiano, gera uma nova prática do fazer turístico, esta mudança no comportamento do consumidor evidenciou a necessidade de segmentação no turismo que, segundo Christopher (1999, p. 22-23) “[...] é a mudança do antigo conceito de mercado de massa, uniforme e homogêneo, para o de segmentos bem menores em que os consumidores buscam soluções individuais para suas necessidades de compra.”.

Kotler (2000, p. 278), em sua fundamentação, considera que “[...] um segmento de mercado consiste em um grande grupo, que é identificado a partir de suas preferências: poder, atitudes e hábitos de compra; e localização geográfica similar.”. Chias (2007, p. 71), que elaborou o plano de marketing turístico brasileiro denominado Aquarela, define segmentação como “[...] um agrupamento de pessoas com demandas similares, às quais se pode oferecer uma resposta especializada, mas igual a todos.”.

Segundo o autor Vaz (2001, p. 41 – 42), são várias razões que levam o indivíduo a viajar que pode ser de ordem pessoal, familiar, social, e organizacional. Viajar tornou-se algo da necessidade humana.

Quadro 2- As fontes motivadoras

AS FONTES MOTIVADORAS PODEM SER DE ORDEM	
PESSOAL	Quando existe o desejo pessoal do indivíduo de conhecer um lugar impulsionado por um desejo físico e psicológico;
FAMILIAR	Visita e eventos relacionados à família em que o indivíduo se sente, de alguma forma, obrigado a comparecer a algum evento relacionado a seus grupos sociais;

SOCIAL	O indivíduo se sente na obrigação de comparecer a algum evento relacionado a seus grupos sociais;
ORGANIZACIONAL	São motivados por eventos ou compromissos sociais.

Fonte: Elaborada pela autora, (2021) adaptado de Vaz, (2001)

Para Vaz (2011), a motivação das viagens também é o principal fator de segmentação no turismo. Para ele, o motivo da viagem diz respeito à natureza dos fatores de homogeneidade, que permitem considerar vários consumidores como pertencendo a um mesmo grupo. Assim, as particularidades dos consumidores e suas motivações específicas também impulsionaram o setor à segmentação.

Nesse sentido, o patrimônio cultural como atrativo turístico, representa uma grande potencialidade para o turismo de experiência, caso seja devidamente aproveitado, capacitado para atrair turistas. Machín considera que três características podem determinar a atratividade do recurso turístico: sua singularidade, sua atratividade e o seu grau de conservação. Silberberg considera importantes não só o próprio recurso, mas também suas características gerenciais, como a qualidade percebida do recurso, a percepção que dele tem o visitante, a assistência ao visitante disponível, sua sustentabilidade, o grau segundo o qual é percebido pelo público, o suporte e o envolvimento da comunidade e o compromisso e a capacidade administrativa para a gerência do recurso (COSTA, 2009).

Krippendorff (2001) afirma que uma das teses mais difundidas é que as pessoas viajam para realizar uma espécie de escapismo, de fuga do cotidiano e até de si mesmo. Quando viaja, o indivíduo se sente com mais liberdade, distante dos liames que lhe remetem em seu fazer habitual.

Para o autor Urry (2001, p. 30), as motivações surgem a partir de um “[...] trabalho com propaganda e outros conjuntos de signos, gerados pela mídia, muito dos quais dizem respeito claramente a processos complexos de emulação social”. Os destinos segmentados reforçam as imagens e identidades na busca de conquistar e direcionar o turista.

Existe uma indução, que é mais sentida pela propaganda que pelas experiências de quem visita o lugar, que se alimentam das imagens sugeridas ao imaginário. Barreira (2012) cita que os materiais de propaganda buscam atribuir uma identidade aos locais e os diferenciam uns dos outros, mas também podem ser causadores de estereótipos locais.

O turismo de experiência surgiu do conceito de “Economia da Experiência” criado por Pine (II) e Gilmore (1999), que apontaram que as ofertas, para contemplar as novas demandas, deveriam priorizar a “promoção e venda de experiências únicas”. Eles acreditam

em consumidor mais presente, que estaria mais envolvido com a situação do que em seu contexto (AROEIRA; DANTAS; GOSLING, 2016). Nesse sentido, a ideia da experiência é uma forma de formatar o produto turístico, de posicioná-lo melhor no mercado, uma estratégia que pode ser usada para o planejamento do destino.

A economia da experiência tem como característica chave a personalização do produto ou serviço, ou seja, apresenta algo único a cada cliente, com o objetivo de provocar sensações e emoções diversas em seus consumidores (PINE; GILMORE, 1999). O conhecimento sobre a demanda se faz importante para conformação de produtos de qualidade, bem como para distribuição dos mesmos.

No Brasil, o Ministério do Turismo, em parceria com o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Instituto Marca Brasil e SHRBS da Região da Uva e Vinho (RS), relançou, em 2006, o Projeto Economia da Experiência, que tinha como objetivo de trabalhar com os pequenos negócios, trabalhando o conceito da Economia da Experiência, tendo início na região da Uva (RS) entre 2006 e 2007 como projeto piloto. Lançaram a marca comercial “Tour de Experiência”, foi implementado com sucesso em outros destinos turísticos do país como Belém (PA); Bonito (MS); Petrópolis (RJ); Costa do Descobrimento (BA).

O projeto da marca “Tour de Experiência” tem por objetivo, encantar, emocionar e transformar a sensibilidade dos turistas, marcar suas almas proporcionando experiências inesquecíveis e gerando o desejo de vivenciá-las novamente, indicar a outros, indo além do sentimento de satisfação.

Em 2010, foi lançado o manual “Tour de Experiência”, projeto inovador para entender os conceitos, como funciona e como participar dessa evolução da oferta turística, como fator diferencial no destino turístico.

Em 2015, o SEBRAE lançou a cartilha sobre turismo de experiência com objetivo de orientar os empreendedores da cadeia produtiva do turismo a se adaptarem a essa tendência mundial e como incrementar os negócios transformando seus serviços em experiência memoráveis para o cliente.

Observa-se que a economia da experiência criada pelo Sebrae é uma tendência dentro do mercado turístico, e já existe em algumas cidades brasileiras. Na cidade de São Luís-MA, já vem acontecendo, meio que inconscientemente, por ser uma tendência de mercado, não observando as estratégias do turismo de experiência, mas mesmo assim, as vem de forma ou de outra sendo realizada.

Percebe-se que, para o Sebrae, o turismo de experiência é um nicho de mercado que apresenta uma nova forma de fazer turismo. A tabela 02 demonstra as diferenças entre o turismo tradicional e de experiência apresentada pelo SEBRAE (2015).

Quadro 3 – Diferenças entre o turismo tradicional e o turismo de experiência

Turismo tradicional	Turismo de experiência
Apresenta características funcionais	Tem foco na experiência do consumidor
É orientado pelo produto e pela concorrência.	É orientado para oferecer experiências de forma integral e exclusiva
Entende que as decisões de consumo são racionais.	O turista é visto como consumidor racional e emocional
As ferramentas utilizadas são quantitativas e verbais.	As ferramentas são multidisciplinares e bastante variadas.

Fonte: SEBRAE (2015)

Percebemos na tabela acima que o objetivo do turismo de experiência deriva das ferramentas multidisciplinares, holística e integrada entre diferentes produtos e serviços turísticos em prol de uma mesma experiência, despertando o maior número de sentidos e sentimentos possíveis. Para os autores Pine II e Gilmore (1999) os produtos e serviços não podem mais ser oferecidos separadamente, mas sim com uma experiência rica em sensações construídas.

Para o SEBRAE, os fundamentos são elementos que precisam estar presentes nos produtos turísticos, são centros de transformação de um serviço simples em um serviço orientado para a experiência como: sentimento, pensamento, ação e identificação.

Quanto às ferramentas de marketing, elas são os meios pelos quais podemos gerar experiência para o turista, classificado como: comunicação, visual, associação, mídia eletrônica, pessoas bem alinhadas com o conceito de experiência para ofertar ao cliente, locais e artefatos. Ressalta-se que o turismo de experiência é uma estratégia para formatar produtos turísticos para ofertar mais um diferencial, portanto, isso pode aumentar o tempo de permanência do turista no local, é uma forma das localidades se posicionarem melhor em termo de competitividade.

O conceito de turismo de experiência como estratégia de marketing pode impulsionar o aumento da lucratividade para os negócios envolvidos, as empresas pode apresentar produtos de experiência com o objetivo de diversificar a oferta turística dos destinos, atentos às tendências que atendem a um novo perfil do consumidor. O “Turismo de Experiência” é o nicho de mercado que está casa dia mais atraindo adeptos para essa nova modalidade, cerceadas de saberes e da cultura do lugar.

É importante destacar que o turismo de experiência é uma forma inovadora de produtos turísticos, são premissas desafiadoras de marketing dos destinos turísticos, no qual os setores públicos e privados precisam estar engajados para garantir a competitividade de lucro em longo prazo, além de integrar diversos atores do mercado turístico em conjunto com os produtos e serviços ofertados, podendo gerar valores e benefícios para o visitante e comunidade local.

4 METODOLOGIA

4.1 Tipo de pesquisa

Para alcançar o objetivo proposto desta pesquisa, foi realizada uma pesquisa do tipo exploratória e descritiva de caráter qualitativa. Segundo Martins e Theóphilo (2007), as pesquisas de caráter qualitativas demandam além de descrições, compreensões e uma análise profunda das informações levantadas. (GIL, 2010; PRODANOV; FREITAS, 2013).

A importância da descrição para essa abordagem de pesquisa é inquestionável, assim como o processo de observar para descrever. “[...] o texto não escapa a uma posição no contexto político, e a objetividade está delimitada pelo comprometimento do sujeito com a realidade circundante.”. (CHIZZOTTI, 2006, p. 56).

Tal abordagem foi escolhida devido às questões da pesquisa qualitativa não se esgotarem ou se constituírem em um modelo único e pelas suas características centrais como: o ambiente natural como fonte direta de dados; o pesquisador como principal instrumento de coleta de dados; a observação e o esforço descritivo; a preocupação com o processo e não apenas com o produto; a busca do significado das situações para os sujeitos; o enfoque indutivo na análise dos dados, segundo a obra de CHIZZOTTI (2006). Brandão (2003) pontua que a abordagem qualitativa tem o mérito de favorecer a recuperação da confiança em nós mesmos enquanto pessoas humanas.

Em seguida, com o desenvolvimento da investigação, o percurso metodológico foi realizado através de pesquisa bibliográfica. Assim, o estudo partiu da pesquisa bibliográfica, que segundo Gil (2008), utiliza de materiais previamente produzidos ou já elaborados, tais como livros, dissertações, teses, artigos científicos e monografias, complementando com a pesquisa documental, “A técnica documental vale-se de documentos originais, que ainda não receberam tratamento analítico por nenhum autor. [...] é uma das técnicas decisivas para a pesquisa em ciências sociais e humanas.” (HELDER, 2006:1-2). Por conseguinte, nas coletas de dados foi utilizada a técnica como entrevista (PRODANOV e FREITAS, 2013).

Assim, procedemos à pesquisa do tipo exploratória e descritiva com caráter qualitativo, frente metodológica teórica, dialética e interdisciplinar, com envolvimento da observação e descrição dos espaços turísticos citados no estudo.

4.2. Local da pesquisa

A pesquisa foi realizada no Centro Histórico da cidade de São Luís do Maranhão durante o acompanhamento do roteiro passeio a pé, ponto chave desta pesquisa, com guiamento do profissional guia de turismo, totalizando quatro passeios, cada um com duração de 3h, sendo dois realizados no turno da manhã, das 9h às 12h, e dois no turno da tarde, das 14h às 18h, no período de setembro a dezembro de 2021.

O roteiro, objeto da pesquisa, faz parte do portfólio dos produtos turísticos ofertados pelas empresas de turismo receptivo da cidade como: agências de receptivo e guias de turismo, acontece regularmente de domingo a domingo em dois turnos: pela manhã, das 9h às 12h, e à tarde, das 15h às 18h, com duração de 3h a cada turno, com acompanhamento e orientação do guia de turismo, podendo ser realizado em grupos coletivos, privativos ou personalizado.

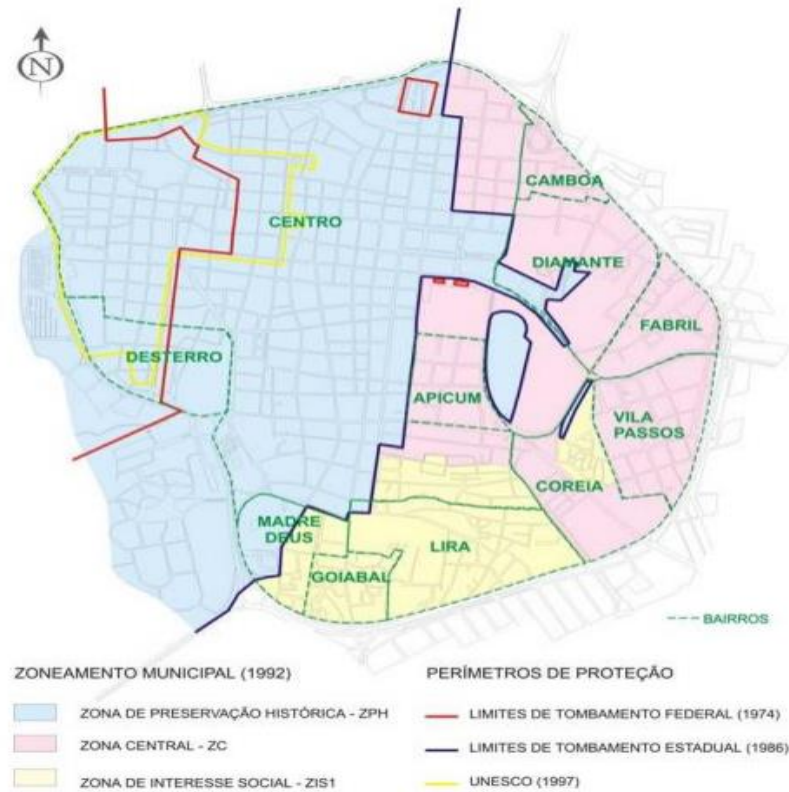
Quanto ao valor do passeio, cada agência de receptivo tem seu tarifário, entretanto se é vendido pelo profissional guia de turismo, sem intermédio da agência, o tarifário é praticado conforme o número de participantes, começando a partir de R\$ 100,00, sendo 3h de duração.

Ressalta-se que, além do passeio a pé analisado no presente estudo, existem outros roteiros a pé, com destaque para o Programa Conheça São Luís, vinculado a SETUR SLZ, ele consiste em apresentar a cidade de São Luís, por meio de tour guiados, com música, poesia, memórias de personagens e curiosidades, sendo eles “Roteiro Segredos Históricos”, “Saru Cultural” e “Roteiro Histórico-Gastronômico”.

Em São Luís, existe grande diversidade de trajetos, o que pode atrair o mesmo participante morador e ou turista, diversas vezes durante o ano para o Centro Histórico. Além disso, um mesmo roteiro pode oferecer variadas visitas internas, conforme os horários de funcionamentos dos equipamentos culturais, ampliando ainda mais a heterogeneidade de experiência de cada caminhada.

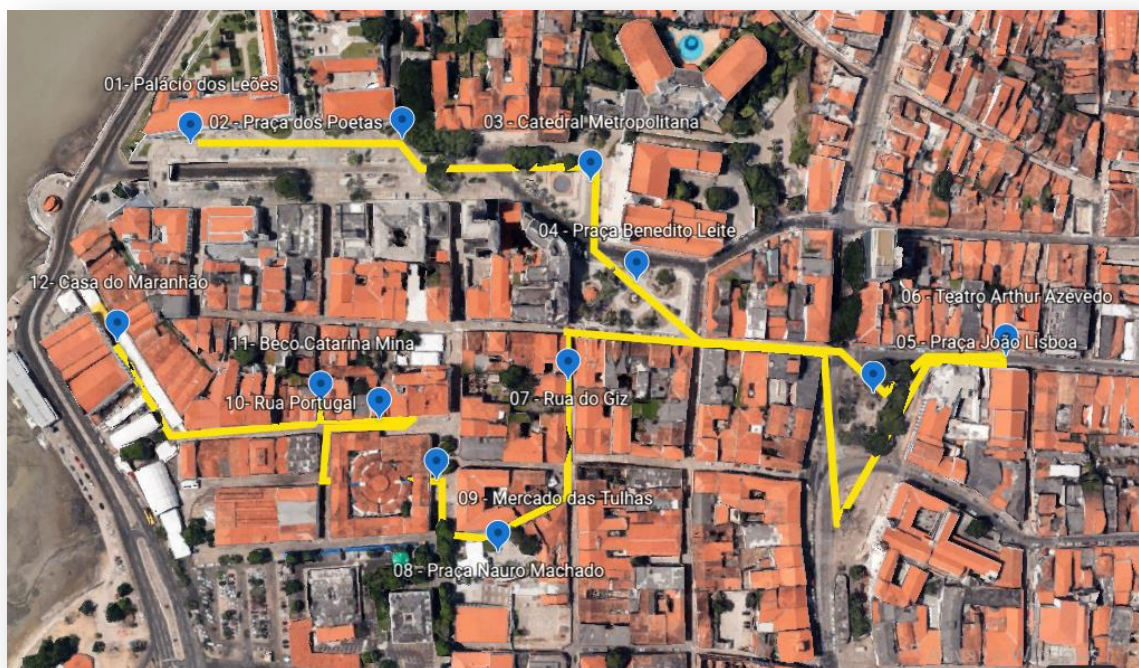
O passeio a pé, foco deste estudo, acontece na área de tombamento pelo IPHAN no Centro Histórico, inclui a área considerada o núcleo fundacional da cidade, conforme pode ser visto no mapa da figura 3. Na figura 4, temos uma imagem de satélite com vista parcial do Centro Histórico de São Luís, local de realização do passeio, com traçado demonstrando o local onde é realizado o passeio, incluindo também os pontos numerados de acordo com ordem estabelecida no roteiro. Imagem tirada do Google Earth Pro versão 7.3.

Figura 3- Mapeamento de bens tombados no Centro Histórico de São Luís localizado no núcleo fundacional



Fonte: IPHAN (2015)

Figura 4- Mapa indicando roteiro a pé pelo Centro Histórico de São Luís



Fonte: Google Earth Pro versão 7.3, adaptado pela autora, 2022

O núcleo fundacional, considerada a área de interesse histórico, compreende o trecho tombado pelo Governo Federal e parte do Estadual, Largo do Carmo, Ribeirão e Praia Grande. O passeio consiste em caminhadas guiadas, orientadas por profissionais guias de turismo, que narram fatos históricos acerca do patrimônio cultural, cultura popular e curiosidades sobre São Luís. O roteiro é diferenciado, pois possui trajeto próprio. Na figura 05, pode ser visto o local de saída do passeio no Antigo Forte São Luís.

Figura 5- Foto do Antigo Forte São Luís, local de saída do passeio em frente ao Palácio dos Leões



Fonte: Autora (2022)

O Forte São Luís é o local de início e saída do passeio, localizado próximo a diversos órgãos do poder administrativos do estado como: Palácio do Governo chamado Palácio dos Leões, Palácio La Ravardiere local que funciona a sede da prefeitura municipal de São Luís conhecida como a antiga casa da câmara e cadeia, o prédio neoclássico que funciona o Tribunal de Justiça do Estado e um conjunto uniforme de beleza simples e regular dos imóveis dos séculos XVIII e XIX entre outros.

4.3 Participantes da pesquisa

Foram investigados sujeitos que participaram do roteiro passeio a pé no Centro Histórico de São Luís-Maranhão com a finalidade de analisar se as dimensões do turismo de

experiência estão representadas no passeio, partir da percepção dos “participantes” e/ou “turistas”.

Para tanto, foi realizada entrevista com o gestor da Secretaria Municipal de Turismo (SETUR SLZ). A seleção do entrevistado seguiu uma amostragem intencional, buscando entrevistar o gestor de turismo municipal, no intuito de conhecer as ações e programas desenvolvidos pela secretaria, em relação às experiências turísticas no Centro Histórico de São Luís, que de acordo com Prodanov e Freitas (2013, p. 98) “[...] constitui um tipo de amostragem não probabilística e consiste em selecionar um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população”.

A fim de delimitar somente aqueles profissionais, que trabalham com turismo receptivo e tem acesso direto com o roteiro pesquisado, excluindo-se aqueles que não trabalham diretamente com o roteiro estudado, bem como priorizar os que atuam e impactam em roteiros turísticos culturais integrantes da área compreendida como Centro Histórico de São Luís, adotam-se os seguintes critérios de inclusão e exclusão de participantes da pesquisa.

Crítérios de Inclusão: Ser profissional guia de turismo credenciado no Cadastur, que desenvolve suas atividades de guiamento no roteiro estudado; Empresa de turismo receptivo associado da ABAV MA – Associação Brasileira de Agências de Viagens - Maranhão, que desenvolve o turismo receptivo, inserido diretamente na organização e comercializado do roteiro pesquisado; Permitir a coleta de dados, total ou parcialmente: entrevista e registro fotográfico do roteiro. **Crítério de Exclusão:** Guia de turismo não credenciado no Cadastur; Profissionais guias de turismo que atuam fora do território de preservação histórica da área considerada Centro Histórico de São Luís; Não permitir a coleta de dados.

A partir das informações apresentadas, verificou-se que os guias de turismo pré-selecionados atuam no roteiro estudado, elencados inicialmente pelos critérios demonstrados acima. Com as informações prévias coletadas, sugere-se que as 04 (quatro) guias de turismo preenchem os critérios de inclusão estabelecidos, haja vista que desenvolvem atividades de guiamento em espaços públicos patrimoniais no eixo que compreende o Centro Histórico de São Luís e pela facilidade do pesquisador em ter acesso aos sujeitos que desenvolvem tais atividades.

Importante ressaltar que 02 (duas) agências de turismo receptivo pré-selecionadas preenchem os critérios de inclusão estabelecidos, pois desenvolvem o conceito de experiência na criação, organização e comercialização do roteiro pesquisado, com base nas dimensões de experiência. Assim configura-se o objeto de estudo desta pesquisa, na qual, por meio de coleta de dados, buscará discutir as dimensões das experiências turísticas no Patrimônio Cultural a

partir das percepções dos participantes do roteiro Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís.

Ademais, foram realizadas 20 entrevistas com os participantes do passeio a pé entre os meses de setembro de 2021 a dezembro de 2021. É importante ressaltar que as entrevistas foram encerradas assim que houve um ponto de saturação teórica. Essa amostragem de saturação é uma ferramenta empregada na investigação qualitativa, é usada para estabelecer ou fechar o tamanho final de uma amostra em estudo, interrompendo a captação de novos componentes (FONTANELLA; RICAS; TURATO, 2008).

4.4 Instrumentos de coleta de dados

A pesquisa utilizou entrevistas semiestruturadas sendo este um dos instrumentos mais utilizados para a coleta de dados (MARCONI; LAKATOS, 2007; TRIGUEIRO et al, 2014). Além disso, foi realizado registro visual dos espaços investigados, bem como atuação dos seus agentes.

Foi preparado o instrumento de coleta de dados (questionários) com perguntas abertas e fechadas. No momento da aplicação do questionário misto com os participantes das entrevistas, (APÊNDICE B, C, D e E) foi apresentada a temática e o propósito da pesquisa, assim como foi disponibilizado o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), conforme apresentado no APÊNDICE A.

Os questionários foram compostos por questões semiestruturadas, apresentadas ordenadamente, cujos itens foram respondidos no ato da aplicação com a presença do pesquisador. Cada instrumento foi composto por 15 (quinze) questões abertas e fechadas (MARCONI; LAKATOS, 2007). Esse percurso serviu para fundamentar nosso estudo as análises das falas de atores importantes como: o gestor municipal de turismo da cidade, os guias de turismo, agentes de viagem e participantes do passeio a pé no Centro Histórico de São Luís – Maranhão.

Para compreensão mais aprofundada acerca do roteiro investigado, também se utilizou como instrumento de coleta de dados, a entrevista junto ao secretário municipal de turismo, guias de turismo e agentes de viagens, responsáveis pelo turismo em São Luís.

Fez-se o uso da observação não participante sistemática, visto que, “[...] o pesquisador toma contato com a comunidade, o grupo ou a realidade estudada, mas sem integrar-se a ela: permanece de fora.” (PRODANOV; FREITAS, 2013, p. 105). Para isto, fez-se uso de um roteiro de observação elaborado pelo autor para registro e coleta de dados durante o

acompanhamento o passeio a pé realizado no Centro Histórico de São Luís, apresentada no APÊNDICE F.

4.5 Procedimentos da pesquisa

Nesse estudo, o percurso metodológico foi realizado através de pesquisa bibliográfica, documental e pesquisa de campo. Realizamos uma pesquisa bibliográfica e documental, incluindo os seguintes temas: Turismo de Experiência; Patrimônio Cultural; Memória; Identidade e Experiência Turística. Esta fase da pesquisa foi feita através de consultas em livros, bancos de teses, dissertações e artigos científicos.

Na fase da pesquisa de campo, foram realizados 04 acompanhamentos ao passeio a pé no Centro Histórico da cidade de São Luís-Maranhão, orientado pelo guia de turismo. Por conseguinte, no término de cada passeio, foram aplicados questionários junto aos participantes com a finalidade de analisar se as dimensões do turismo de experiência estão representadas na dinâmica do passeio, a partir da percepção dos “participantes” e/ou “turistas”.

É importante destacar que, antes da aplicação dos questionários, foi realizado o pré-teste do instrumento, no intuito de melhorá-lo e adequá-lo para alcançar os objetivos da pesquisa. Assim, foi aplicado o instrumento de coleta de dados (questionários), com perguntas abertas e fechadas, com base nas dimensões de experiência (educação, estética, entretenimento e escapismo) propostas pelos autores PINE II E GILMORE (1999). As entrevistas iniciaram-se no mês de setembro de 2021 e findaram-se no mês de dezembro de 2021.

Foram realizadas, entrevistas semiestruturadas com o Sr. Saulo Riberio, Secretário Municipal de Turismo (SETUR SLZ), 04 guias de turismo atuante no roteiro do Centro Histórico de São Luís e 02 agências de receptivo, a Taguatur Turismo e Caravelas Turismo, iniciando-se no mês de dezembro 2021 e finalizando-se no mês de janeiro de 2022, cujos roteiros são apresentados nos APÊNDICES C, D e F. As entrevistas foram realizadas de forma presenciais com os guias de turismo e com o gestor e agentes de viagem foram realizadas e gravadas via *google meet* e, posterior, transcritas para a etapa de análise de dados.

4.6 Procedimentos da análise dos dados

Nessa etapa, foram analisados e sistematizados os referenciais teóricos, viabilizando o desenvolvimento de uma análise qualitativa do tema em questão, entrelaçando os dados da pesquisa bibliográfica com os resultados dos questionários, das entrevistas e das observações.

Para análise de conteúdo, utiliza-se a técnica de análise categorial proposta pela autora Bardin (2016), portanto, o conteúdo das entrevistas foi dividido em categorias de análises relacionadas às dimensões da experiência no turismo (educação, estética, entretenimento e escapismo), definidas a partir do referencial teórico, que norteia o estudo para fim de melhor compreensão, levando em consideração a transversalidade e a interdisciplinaridade do objeto investigado. De acordo com Bardin (2016), a análise de conteúdo contempla três fases, Vide quadro 4.

Quadro 4 - As Três fases de análise de conteúdo

1ª FASE - PRÉ ANALISE – Fase de Organização • Leitura flutuante; • Escolha dos documentos; (Entrevista, respostas de questionários, editoriais, notícias e artigos) • (Re) formulação de objetivos; • Hipóteses e a formulação de indicadores; • Preparar o material.
2ª FASE - EXPLORAÇÃO DO MATERIAL • Criação de Categorias – codificação e categorização – Ponto crucial da análise de conteúdo. Definição a priori (quadro teórico) ou a posteriori (análises exploratórias)
3ª FASE - TRATAMENTO DOS RESULTADOS • Interpretação dos resultados – Operação estatísticas simples (percentagens) ou mais completas. Quadros, diagramas, figuras e modelos que condensam e põem em relevo as informações fornecidas pela análise.

Fonte: Bardin (2016) adaptado pela autora (2022)

Portanto, apoiado na Análise de Conteúdo de Bardin (2016), os relatos dos entrevistados foram enquadrados sistematicamente em cada uma das categorias de análise, possibilitando o cruzamento dos dados coletados, a partir das comunicações orais via entrevistas e escrita via questionários semiestruturados, aplicados em cada sujeito da pesquisa,

por categorias (gestor, agente de viagem, guia de turismo e participante do passeio), essas análises das falas dos sujeitos, serviram para fundamentar o estudo.

5 AS DIMENSÕES DA EXPERIÊNCIA NO PASSEIO A PÉ NO CENTRO HISTÓRICO DE SÃO LUÍS

O turismo é um campo de investigação multidisciplinar. Neste estudo, utilizam-se teorias advindas da Filosofia, da Antropologia e do Marketing. Logo, com a inclusão do marketing relacionado à economia da experiência surge um novo conceito, o “Turismo de Experiência”, voltado para a experiência de consumo, que visa proporcionar, aos turistas, experiências únicas e memoráveis em suas viagens através de ofertas inovadoras nos destinos, que façam valer a viagem, “uma” experiência marcante, superando a banalidade. (TRIGO, 2010, p. 29).

Acredita-se que a oferta turística, quanto mais atender as necessidades e expectativas dos consumidores, terá o diferencial perante a concorrência, principalmente, diante de um mercado competitivo do turismo. Logo, as empresas que incorporarem as experiências que ativem os cinco sentidos do consumidor, podem produzir momentos marcantes e memoráveis, capazes de criar valor aos seus clientes.

Neste contexto, a concepção “Turismo de Experiência” como estratégia de marketing é incorporada pelos destinos como forma de atrair o consumidor de turismo e se posicionar melhor em termos de competitividade no mercado turístico. O desejo de alguns turistas, atuais, é viajar para destinos que proporcionem participação mais ativa e com maior imersão, não apenas se desprender-se do cotidiano, mas ter uma vivência de experiência memorável.

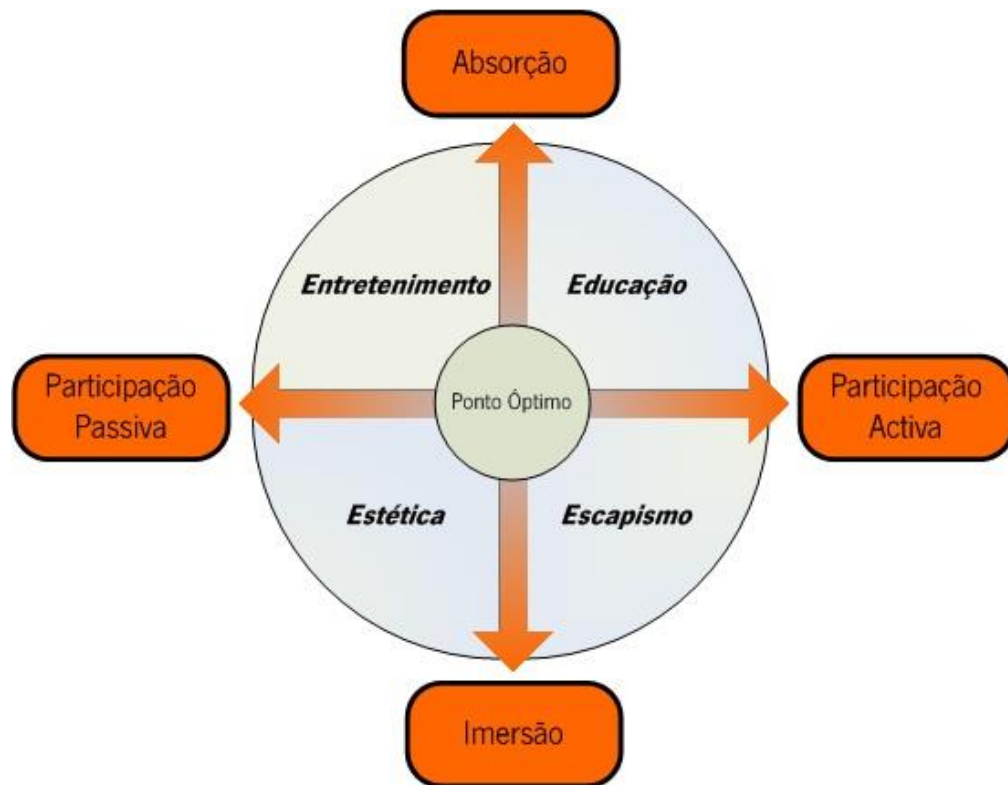
No entanto, ressalta-se que nem toda experiência de viagem pode ser considerada válida. Trigo (2010) afirma que nem toda experiência na oferta turística merece ser repetida ou proporcione momento marcante na vida do turista, na visão do autor nem toda viagem gera possibilidade ao turista de perceber algum elemento na dimensão da experiência, definidas por PINE II E GILMORE (1999).

Para os autores, a experiência é uma vivência que resulta na construção/transformação da pessoa, com ênfase na emoção e no estímulo dos sentidos, conforme a Figura 8, que demonstra as quatro dimensões da Economia da Experiência (PINE II; GILMORE, 1999).

Para Pine II e Gilmore (1999), a experiência pode ser compreendida por quatro dimensões. São elas:

- a) entretenimento;
- b) educação;
- c) escapismo;
- d) estética.

Figura 6- As quatro dimensões



Fonte: Pine II e Gilmore (1999) adaptado por Oh; Fiore; Jeoung, (2007)

A linha horizontal, apresentada na Figura 8, refere-se ao nível de participação do cliente turista. O lado direito se refere à participação ativa, incluindo as dimensões Educação e Escapismo, e do lado esquerdo, refere-se à participação passiva, que demonstra as dimensões Entretenimento e Estética. Ao fazer os cruzamentos dessas duas linhas, horizontal e vertical, obtêm-se quadro quadrantes que ao serem relacionados simultaneamente, visam verificar a percepção da experiência.

Oh; Fiore; Jeoung (2007) descreve as principais características dos elementos da dimensão de experiência, sendo a primeira dimensão, entretenimento, refere-se aos eventos nos quais as pessoas participam de forma passiva das atividades. A segunda, educação, envolve a participação ativa do indivíduo, sendo um dos mais antigos, maior absorção dos eventos educacionais e ou/o corpo, quando envolve treinamento físico, podendo ser potencializado se for desenvolvido de forma divertida. Para tanto, os autores desenvolveram o termo *edutainment* quando a experiência agrega tanto a educação quanto o entretenimento.

A terceira dimensão, escapismo, exige um grau de maior imersão, sendo maior que as duas primeiras, nela, o indivíduo envolve-se ativamente, diferente de sua vida cotidiana, podendo até mudar por alguns momentos seu comportamento, incorporando outra pessoa ou

personagem. Para Pine II e Gilmore (1999, p. 34), verifica-se nesta dimensão “[...] a experiência de escapismo não é simplesmente embarcar de, mas viajar para, algum lugar específico ou atividade que realmente valha a pena.”. Para os autores hoje as pessoas buscam lugares para viajar, que possam vivenciar algo relacionado ao não cotidiano e experienciar o novo.

Corroborando com esse pensamento, Oh; Fiore; Jeoung (2007, p. 122) afirmam que “[...] podem querer escapar de seus ambientes regulares para suspender o poder de normas e valores que regem suas vidas ordinárias”. Segundo os autores, os turistas buscam lugares onde possam escapar das obrigações da vida laboral e cotidiana, e ter experiências mais extraordinárias, como aponta TUNER (1982).

A quarta dimensão, estética, refere-se ao contato mais visual, o olhar contemplativo, o nível de envolvimento é ativo, porém não é tão determinante para a percepção de experiência memorável, quantas as outras dimensões. Nesse caso, não precisa necessariamente ser natural, pois pode acontecer de forma simulada.

Porém, Pine II e Gilmore (1999) pontuam, que toda experiência deve ser verdadeira no seu contexto e para os clientes. Portanto não existe falsa experiência, mesmo sendo oferecida de forma encenada ou artificial, são todas reais no olhar do cliente. Essa dimensão tem ligação com o que seria considerado belo, contemplativo, maravilhoso com o cenário apresentado.

Neste contexto, é importante destacar, que cada dimensão, tem seu papel fundamental, no entanto, somente a junção das quatro dimensões, poderão permitir ao participante a percepção de uma experiência memorável ou extraordinária, tanto a participação passiva e ativa, irão influenciar nos resultados.

As entrevistas analisadas nas discussões do trabalho, focaram-se em compreender como as dimensões das experiências definidas por Pine II e Gilmore (1998) estão representadas dentro do roteiro do passeio a pé no centro histórico de São Luís, a partir da percepção dos turistas e ou visitantes, guia de turismo, agência de receptivo e gestor de turismo municipal.

Esse passeio tem como público alvo turistas e os visitantes que moram na cidade. Primeiramente, analisamos a entrevista com o gestor da Secretaria Municipal de Turismo - SETURSLZ, no intuito de compreender se e como as experiências turísticas são incorporadas nas ações e programas realizados pela secretaria no Centro Histórico e, se é pensado nas políticas públicas, o Turismo de Experiência como estratégia de marketing, como forma de aumentar o tempo de permanência dos turistas na cidade. A importância deste entrevistado encontra-se na sua atuação como gestor do turismo local.

Em seguida, é realizada entrevista com os guias de turismo, por ser o profissional que possui elos com as empresas turísticas, atua como anfitrião/turista cidadão indispensável ao sucesso das relações com o turista, pessoas e local visitado, responsável em apresentar o patrimônio cultural da cidade e enriquecer a experiência turística dentro da dinâmica do passeio a pé no centro histórico, a agência de receptivo, por ser a empresa que trabalha na organização, operação e comercialização dos passeios no Estado, concomitante, foram entrevistados os participantes do passeio, para analisarmos como as experiências turísticas estão representadas na dinâmica do passeio a pé no Centro Histórico, a partir da percepção dos visitantes e ou turistas.

Os próximos subcapítulos estruturam-se em três momentos, apresenta-se, inicialmente, uma breve caracterização do espaço geográfico da ilha do Maranhão e uma síntese histórica referente à constituição do conjunto arquitetônico de origem portuguesa do Centro Histórico de São Luís- MA.

O segundo momento caracteriza o Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís. Nesta parte, dá-se destaque para o patrimônio cultural da cidade. No terceiro momento, apresenta-se análise de conteúdo, os relatos dos entrevistados, cruzamento dos dados coletados e resultados da pesquisa.

5.1 Aspectos históricos da cidade de São Luís

São Luís, a capital do Maranhão, está localizada no litoral maranhense, na Ilha do Maranhão na parte ocidental, junto da foz dos rios Anil e Bacanga. A geografia local é fortemente influenciada pelo Oceano Atlântico, por meio do clima tropical úmido e da vegetação litorânea, altitude de 4 metros em relação ao nível do mar, seu território possui uma área total: 583,063 quilômetros quadrados, com uma população avaliada no total: 1.014.837 habitantes, no último censo (2010), com população estimada 1.115.932 habitantes (2021), dados do IBGE 2021. Sua densidade demográfica 1.215,69 habitantes/km², de gentílico são-luisense ou ludovicense. Existem ainda três outros municípios na ilha: São Jose de Ribamar, Raposa e Paço do Lumiar.

O Centro Histórico da cidade de São Luís situa-se a oeste, na zona costeira, entre a foz dos rios Anil e Bacanga, possui uma área 220 hectares, considerada a área de interesse histórico, que compreende o trecho tombado pelo Governo Federal e parte do Estadual, Largo do Carmo, Ribeirão, Praia Grande e adjacências.

A área hoje denominada Centro Histórico, surgiu a partir do pensamento preservacionista, e da criação da Comissão do Patrimônio Artístico e Tradicional do Município em 1943, com o objetivo de “proceder ao reconhecimento e catalogação de todos os monumentos, edifícios, sítios e objetos que interessem ao patrimônio histórico e artístico da cidade e de propor ao Governo Municipal as medidas para a conservação desses tesouros” (apud LOPES, 2004, p. 142).

Neste contexto, a categoria espacial “centro histórico”, só aparece explicitamente muito tempo depois, galgando um longo processo até ser reconhecido em 1974 pelo IPHAN, o “conjunto arquitetônico e urbanístico da cidade” (FONSECA, 2017, p. 215). Portanto, antes do movimento preservacionista, essa área era apenas nomeada de centro. É importante destacar que o Centro Histórico, é o marco fundacional, onde iniciou a colonização dos franceses com a construção do Forte São Luís no século XVII.

Partimos do início da História do Maranhão ao longo do século XVI, que corresponde com o mesmo período do processo de expansão do capitalismo comercial, na Idade Moderna, momento em que as potências europeias se lançaram às expedições transoceânicas, numa frenética disputa de hegemonia comercial e terrestre.

A busca excessiva por riquezas minerais e produtos tropicais ocasionou uma grande competição entre as potências europeias, com isso descobriram terras e conheceram novos povos e culturas. Nessa corrida, Portugal saiu com larga vantagem, uma vez que este país contava com as experiências de navegação, contato com o oceano Atlântico e as grandes invenções como o papel, a imprensa e a caravelas.

Com a criação da União Ibérica entre Portugal e Espanha, o objetivo central era assegurar a posse das imensas terras, nas quatro partes do mundo conhecido, incessantemente, ameaçadas pelos concorrentes oceânicos, França, Inglaterra e principalmente Holanda. No caso do Brasil, política da posse de terras gerou na criação de novas unidades administrativas como a criação do Estado do Maranhão e Grão-Pará, em 1621. (CARDOSO, 2011, p. 18-19).

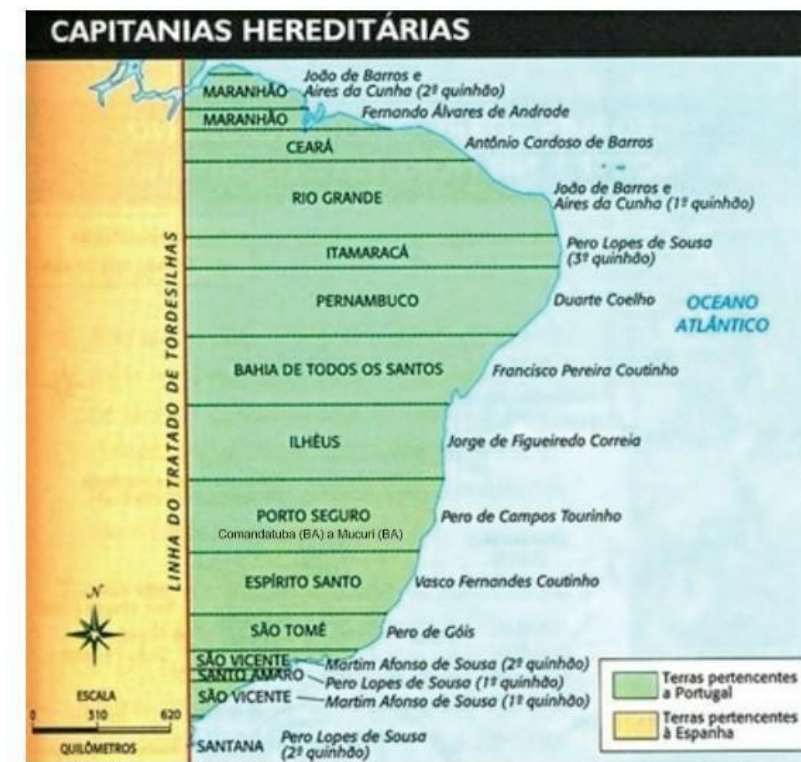
Nesse contexto, o Tratado de Tordesilhas em 1498 foi fundamental na consolidação do projeto Português e Espanhol em relação ao novo mundo, que garantiu a posse de terras, e excluir as outras potências da disputa pelas terras do novo mundo. Em 1500, Portugal consolidou o projeto de conquistar o Brasil, além de Portugal também chegou a América, o reino Espanhol com o propósito de um plano de colonização e exploração das riquezas naturais.

Como forma de proteger as terras luso-hispano, em 1534, o Brasil foi dividido em Capitanias Hereditárias, cabendo ao futuro Estado do Maranhão a parte norte e nordeste. A

primeira capitania entre o Pará e o Maranhão foi doada a João de Barros, e a segunda entre o Maranhão e o Ceará, doada a Fernão Álvares de Andrade, a esses donatários, associou-se Aires da Cunha com quem prepararam uma expedição com destino ao Maranhão, mas a expedição fracassou, após naufragar no Golfão Maranhense, próximo a ilha dos Caranguejos ou estreito do Boqueirão, portanto, os donatários que receberam as terras do Maranhão, assim não conseguiram colonizá-las. (BOTELHO, 2018, p. 48).

Deste modo, outras tentativas, foram fracassadas em 1554 na croa dos Atins, no litoral oriental. Os constantes fracassos em relação à conquista deveram-se, principalmente, à existência de obstáculos naturais, ao longo da costa, praticamente desconhecidos pelos navegantes.

Figura 7- Mapa da divisão do Brasil em capitanias



Fonte: Escola digital (2022)

A vulnerabilidade do litoral norte do país no século XVII, por falta de uma estratégia de conquista dos portugueses no norte, facilitou que franceses navegassem no litoral maranhense. Os franceses iniciaram uma acorrida colonial como parte das disputas mercantilistas travada naquele período, não reconhecendo o Tratado de Tordesilhas, assim os franceses buscaram ocupar áreas da América, no Brasil, primeiramente, no Rio de Janeiro – França Antártica (1555-1567) e segundo momento no Maranhão – França Equinocial (1612-1615).

O certo é que a segunda conquista dos franceses no Brasil foi motivada pela ausência luso-espanhola na costa norte e pela boa posição geográfica da região em relação aos portos da Europa, portanto, em 1524 os franceses Jacques Riffault, Charles des Vaux e Dumanior chegaram ao Maranhão, a ilha de Upaon-Mirim e, posteriormente, à Upaon-Açu, onde tiveram contato com a terra e os povos indígenas Tupinambás, que se tornaram aliados aos franceses.

Depois da visita de conhecimento da região, os franceses voltaram para França e contaram para o rei Henrique IV o seu potencial econômico. Assim, imediatamente o rei ordenou uma expedição comandada por Daniel de La Touche, nobre francês, que já tivera na Guiana Francesa.

O assassinado de Henrique IV na França promoveu a ascensão de Maria de Médici regente do trono, que deu continuidade ao projeto de conquista, já que o herdeiro do trono Luís XIII era criança para governar o país. Essa expedição marítima com destino ao Maranhão despertou interesse de Nicollau de Harley e de François Rasily, que seriam os investidores junto com a coroa francesa dos recursos necessários ao êxito do empreendimento, que foi a fundação de uma colônia francesa na linha equinocial, na costa norte do Brasil.

Assim, São Luís nasceu para a história em julho de 1612, quando os franceses desembarcaram na ilha de Upaon-Mirim, Ilha de Santana, Humberto de Campos, transferindo-se a seguir para Upaon-Açu, onde mantiveram aliança com os indígenas tupinambás e construíram um armazém para depósito de produtos da terra. Também fundaram um forte, de pau a pique, localizado estrategicamente entre os rios Anil e Bacanga, de frente para o Golfão Maranhense, mantendo uma visão privilegiada e estratégica de parte do litoral da ilha, denominada Forte São Luís. (MEIRELES, 1980, p. 44).

Figura 8- Imagem do Forte São Luís



Fonte: A autora (2022)

Para os historiadores e intelectuais dos séculos XIX e XX, este forte é o símbolo da fundação francesa no Maranhão, o que é questionável pela historiadora Maria de Lourdes Lauande Lacroix, que afirma que a construção não passou de forte de pau a pique com palhoças em volta, localizado no alto do morro. Hoje, no local, funciona a sede do governo do Estado do Maranhão e o Museu do Palácio dos Leões.

A historiadora Lacroix (2004) em seu livro intitulado “A Fundação Francesa de São Luís e seus mitos”, coloca em xeque sobre a fundação de São Luís, mitos criados pela história construída entre os séculos XIX e XX. A autora afirma que os franceses sempre foram tratados como invasores, essa atribuição de “única fundada por franceses” é uma versão elitista construída no período da decadência econômica e social no final do século XIX, enaltecendo um passado de ouro e a efervescência intelectual da Atenas Brasileira.

No dia 08 de setembro de 1612, foi celebrada a primeira missa, sendo a data oficial da fundação da cidade de São Luís pelo francês Daniel de La Touche, cujo objetivo, dentro do contexto da economia mercantilista, era estabelecer a França Equinocial. A capital maranhense encontra na homenagem ao então Rei da França, Luís XIII, as raízes da sua nomenclatura: São Luís. Frei Claude d’Abbeville deixou escrito, a propósito daquela visita, que o Maranhão era lugar do Paraíso Terrestre. (ABBEVILLE, 1975, p. 57-58).

O domínio francês alertou os portugueses, o Governador Geral do Brasil, Gaspar de Sousa, enviou para o Maranhão uma expedição comandada por Gerônimo de Albuquerque, experiente português que fundou Natal, no Rio Grande do Norte. Em Guaxembuba, na região do Munim, os portugueses ergueram o Forte de Santa Maria, onde ocorreu uma batalha, denominada Batalha de Guaxembuda, entre franceses e luso-espanhóis, vencida pela União

Ibérica, conhecida de jornada milagrosa. Para reforçar a guerra, Portugal enviou ao Maranhão Alexandre de Moura, que consolidou a conquista em 1615.

Depois da expulsão dos franceses, veio o espanhol e engenheiro militar Francisco Frias de Mesquita, com a incumbência segundo os padrões urbanísticos predominante da Espanha, fazer o traçado urbanístico de São Luís, um plano de crescimento em forma quadrilátero e ortogonal, partindo de duas grandes praças, atuais Dom Pedro II e João Lisboa, de onde saiu o traçado regular das ruas, uma característica única entre as cidades fundadas pelos portugueses no século XVII.

Porém, esse plano só foi executado alguns anos depois, de início as habitações eram muitos simples de origem indígena, devido a pouca disponibilidade de recursos materiais para a construção. Após a retomada, os portugueses providenciam a vinda de casais de açorianos em 1619, para ocupação da terra e junto à criação da Câmara Municipal dando dinamicidade a colônia com funções administrativas exercendo grande influência local.

Em 1621, é determinada pela coroa portuguesa a criação do Estado Colonial do Maranhão com sede em São Luís, posteriormente, o Estado do Grão-Pará e Maranhão, transferindo a sede para Belém e o Estado do Brasil com sede em Salvador, em 1763 com sede no Rio de Janeiro, dividindo-se politicamente a administração colonial, devido a grande extensão territorial da costa norte, tornado vulnerável os invasores franceses, holandeses e ingleses.

Mas o domínio português sofreria, ainda no decorrer do século XVII, a invasão holandesa no Maranhão em 1641, devido à disputa excessiva na corrida mercantilista pelos países europeus. Nesse período, a Holanda tornou-se uma potência mercantilista, responsável por distribuição de produtos coloniais no velho mundo. Dentre eles, o açúcar, cujo comércio foi monopolizado pelos holandeses, que financiavam construções de engenhos na região da Bahia e Pernambuco, transportavam, refinavam o produto para o mercado europeu e controlou parte do tráfico de pessoas escravizadas na África.

O Maranhão detinha 05 engenhos de açúcar, produto principal da produção agrícola, assim, cerca de dois mil holandeses chegaram pela praia do Araçagy e desembarcaram na praia do Desterro, invadindo a cidade, saqueando e queimando igrejas e tomando posse dos engenhos de açúcar, sem nenhuma resistência portuguesa. Sobre essa conquista, não se tem muito conhecimento, porém, passível de questionamentos, já que, em Pernambuco, os holandeses realizaram investimentos em defesa dos seus interesses e não saquearam a cidade.

Entretanto, esse domínio foi curto de 1641 a 1644, devido à união dos colonos e jesuítas revoltados pela dominação. Os padres incentivaram a população a reagir contra os

holandeses, objetivando a expulsão dos invasores nas batalhas do Convento do Carmo e Outeiro da Cruz em 1641. A partir desse momento, é quando se inicia, de fato e em definitivo, a colonização portuguesa no Maranhão.

A cidade de São Luís, capital do Maranhão, nascida no mar, formou-se na península que avança sobre o estuário dos rios Anil e Bacanga, localização geográfica privilegiada em relação ao Brasil e Europa, caracterizada como porto fluvial e marítimo, desempenhou importante papel na produção econômica do Brasil colônia. Durante os séculos XVII e XIX, São Luís foi considerada o quarto centro exportador de algodão e arroz, depois de Salvador, Recife e Rio de Janeiro.

O século XVIII é marcado pelo período pombalino no Maranhão. Por intermédio do Marquês de Pombal, surge, em 1755, a Companhia Geral do Comércio do Grão-Pará e do Maranhão, em que o algodão se consolidou como o principal produto agrícola de exportação para Europa, destacando-se a entrada de negros africanos nessa região para trabalhar nas lavouras algodozeiras. Calcula-se que, entre 1757 e 1777, 12.587 africanos escravizados entraram no Maranhão. Nasce uma sociedade classista, sustentada na exploração da mão de obra escravizada dos povos africanos, que foram trazidos à força dos seus países de origem.

Nesta época, foi o período de expansão urbana da cidade, o conjunto urbanístico de caráter civil que compõe o Centro Histórico da capital maranhense se constitui num dos mais representativos exemplares do traçado urbano e da tipologia arquitetônica portuguesa, produzida pela mão de obra escravizada no período colonial.

Com a abolição da escravatura, e o retorno da hegemonia sobre a exportação de algodão nos Estados Unidos, veio o declínio nas lavouras maranhenses, somando-se a isso, a baixa do algodão e políticas ineficientes, veio à crise econômica sucumbindo à prosperidade da província.

Com a decadência algodozeira, surge a implantação das fábricas na província, acompanhando a industrialização brasileira. A produção industrial cresceu a partir de 1850, possuindo 06 fábricas. Em 1895, era constituído por 27 unidades, sendo 10 de fiação e tecidos de algodão. Esse cenário foi decisivo para o êxodo rural, o crescimento da cidade e o surgimento de novos bairros como Madre de Deus e Anil.

Já no período republicano no século XX, a falta de investimento de maquinários, a concorrência com a região sudeste, a falta de mercado e o isolamento geográfico, causaram a decadência deste ciclo econômico, sobrevivendo até a década de 60. (BOTELHO, 2018, p. 233).

A cidade começou a passar por várias mudanças na década de 70, principalmente, com o surgimento da cidade nova, refletindo na sua área central, o crescimento tomou novos rumos, com a formação de novos bairros. A sua população na parte antiga da cidade é formada, basicamente, por pessoas que trabalham ao redor de repartições públicas e no comércio ou por pessoas da classe popular, que residem em prédio que não estavam ocupados, onde muitos viraram cortiços.

Hoje, o Centro Histórico tem conservado o tecido urbano, harmoniosamente integrado ao ambiente que o cerca, possui uma relação com a memória e a cultura da cidade, com destaque ao seu tombamento federal pelo Iphan em 1974, inscrição na Lista da UNESCO do Patrimônio Mundial em 6 dezembro de 1997. Vide Figura 9.

Figura 9 – Fachadas dos Casarões



Fonte: A autora (2022)

Essa área reúne cerca de quatro mil imóveis que são remanescentes dos séculos XVIII e XIX. Entre as edificações mais significativas, estão o Palácio dos Leões, a Catedral da Sé, o Convento das Mercês, a Casa das Minas, o Teatro Artur Azevedo, a Casa das Tulhas, a Fábrica de Cânhamo, a Igreja do Carmo, entre outras.

Os exemplares da arquitetura de São Luís datam, sobretudo, da segunda metade do século XIX, no auge da economia algodoeira “A área de abrangência do Centro Histórico de São Luís compreende o núcleo primitivo da cidade, datada do primeiro quartel do século XVII, bem como os espaços adjacentes da expansão urbana ocorrida nos séculos XVIII, XIX e XX” (CAFETEIRA, 1994, p. 103).

O terreno onde está implantado o Centro Histórico de São Luís é caracterizado por uma elevação abrupta de cerca de 20 a 30 metros e do platô central, onde se assenta a maior parte do conjunto histórico, circundado por uma faixa plana lindeira ao Anel Viário, resultado de sucessivos aterros.

As ladeiras resultantes da ligação entre o platô central e a faixa plana ao longo do Anel Viário contribuem para a identificação das áreas mais antigas, separando a zona portuária das áreas de uso residencial e comercial que se desenvolvem no platô de cota mais elevada. As ladeiras permitem focalizar as vistas sobre a baía e canalizam a brisa dos mar. (CAFETEIRA, 1994, p. 103).

Observa-se que, nesse cenário urbano e arquitetônico, ainda prevalecem os vínculos entre os elementos materiais e imateriais, caracterizados pelo meio físico e a vivência cultural, que se manifestam em expressões culturais como o bumba-meu-boi, o tambor de crioula, dentre outras manifestações.

A capital maranhense apresenta uma cultura diversificada herdada dos povos indígenas na condição de população nativa, colonizadores europeus, povos africanos e seus descendentes, constituindo assim uma sociedade multicultural, com lugares produtores de manifestações dos mais variados estilos, expressões culturais, marcados por etnicidades, ancestralidades, a exemplo dos terreiros de religião de matrizes africanas, patrimônio cultural e arquitetônico, dentre outros.

O Centro de São Luís, apesar dos problemas de preservação e conservação do seu patrimônio cultural, sempre foi um lugar habitado, apresentando um *nicho* de pessoas que lá vivem, trabalham e se divertem, portanto, sofrem diariamente com os impactos causados pelas políticas públicas.

As práticas sociais e a vida cotidiana dos moradores são expressas através das edificações ali situadas, sendo, então, uma representação da identidade do povo de São Luís, ou seja, é um verdadeiro espaço de memória sociocultural ali estabelecido a céu aberto, com grande potencial para o turismo de experiência.

Neste cenário, o turismo bem organizado, pode ser uma ferramenta importante para preservação e valorização do patrimônio cultural da cidade de São Luís, a partir do momento

que as políticas públicas voltadas para o turismo, sejam elaboradas em conjunto com as empresas turísticas, instituições de turismo, agentes culturais, profissionais da área e comunidade local, visando o desenvolvimento da atividade, de forma mais socialmente igualitária, democrática e sustentável.

5.2 O roteiro passeio a pé no Centro Histórico de São Luís

O Centro Histórico de São Luís é um espaço de existência dos “lugares de memória” de reconhecimento mundial. Entretanto para o turismo é um atrativo com grande potencial para se viver experiências turísticas memoráveis para quem o visita, é um espaço cheio de lembranças do passado, de singularidades, narrativas e significados principalmente para os indivíduos que habitam nesse território.

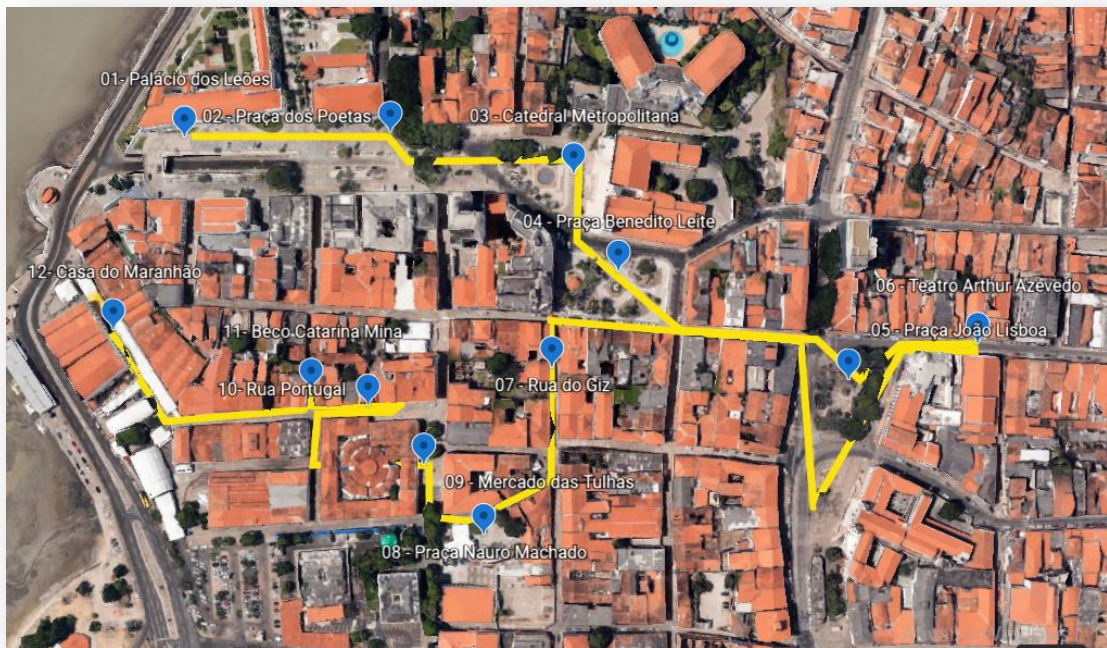
Portanto, é um espaço simbólico em constante metamorfose, é um patrimônio Cultural por si só, com inúmeros conjuntos de casarios antigos, a exemplo dos que dominam a “Cidade Histórica”, edificadas a partir do século XVIII, os sobrados são marcas de uma cidade rica, época dos barões e de nobres, guarda a memória uma sociedade escravocrata.

O objeto deste trabalho é o passeio a pé no Centro Histórico de São Luís, Ma, portanto, fez-se necessário primeiramente acompanhar 04 passeios orientados pelos profissionais guia de turismo, durante o período de setembro a dezembro de 2021. Para tanto, fez-se o uso da observação não participante sistemática, para compreensão mais aprofundada acerca do roteiro investigado.

O roteiro a pé no Centro Histórico de São Luís, consiste em caminhada de 1.643, 69m, 3h de duração, com trajeto já definido, inclui visitas internas, em quatro tipos de equipamentos culturais: o museu do Palácio dos Leões, a Catedral da Sé, o Theatro Artur Azevedo (aberto para visitação somente no turno tarde) e a Feira da Praia Grande, destaca-se que os equipamentos culturais citados somente funcionam de terça a domingo, com exceção da Feira da Praia Grande.

O passeio relatado, nesta pesquisa, foi realizado no dia 4 de dezembro de 2021, conta com diversos atrativos culturais singulares. Na figura 10, podemos observar a imagem via satélite do roteiro.

Figura 10 – Imagem de satélite indicando o roteiro do passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís



Fonte: Google Earth , adaptada pela autora, (2022)

Roteiro:

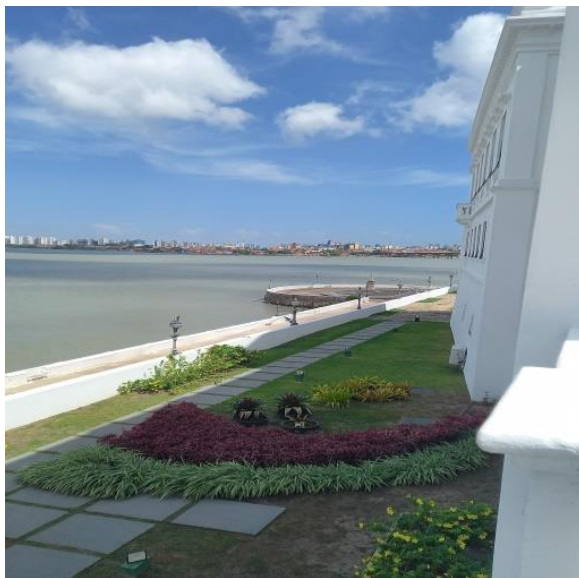
01. Palácio dos Leões/Forte São Luís/Palácio La Ravardière / Praça D. Pedro II
02. Praça dos Poetas/Casa de Ana Jansen
03. Igreja da Sé
04. Praça Benedito Leite/Rua de Nazaré/Solar São Luís
05. Largo do Carmo e Praça João Lisboa
06. Teatro Artur Azevedo
07. Rua do Giz/ Antiga Casa telefônica
08. Praça Nauro Machado/ Palácio do Comercio
09. Antigo Mercado das Tulhas
10. Rua Portugal
11. Beco Catarina Mina
12. Casa do Maranhão

O passeio aconteceu em uma manhã ensolarada de sábado, com temperatura agradável mais ou menos 28° C. A caminhada teve duração aproximadamente de 3h, iniciando às 9h e finalizando às 12h, com a participação de dez turistas, visitando pela primeira vez o Centro Histórico da cidade. Os participantes pareciam interessados no ambiente, posando para fotos e conversando entre si antes do início do passeio.

Por ter acontecido em um sábado, às ruas do Centro Histórico, estavam bem tranquilas, sem barulho de carros trafegando, o que possibilitou aos turistas aproveitar melhor o passeio e contemplar as paisagens durante o trajeto. Todos estavam de máscaras, seguindo os protocolos sanitários.

Começamos o passeio com o guia de turismo se apresentando para o grupo, dando início ao passeio no Forte São Luís, localizado próximo a diversos órgãos do poder administrativo do Governo como: Palácio dos Leões, (sede do governo e museu com mobília e lustres dos séculos 18 e 19. Visitas guiadas de terça a domingo das 09h às 17h00, entrada gratuita), Palácio La Ravardiere, prédio sede da prefeitura municipal de São Luís, onde funcionou a Antiga Casa da Câmara e Cadeia, o prédio neoclássico sede do Tribunal de Justiça do Estado e ao redor um conjunto uniforme e regular dos imóveis dos séculos XVIII e XIX, entre outros. Vide figuras 11 e 12.

Figura 11 – Forte São Luís



Fonte: A Autora (2021)

Figura 12 – Palácio dos Leões



Fonte: A Autora (2021)

De frente para o mar no antigo forte, o guia de turismo começou sua narrativa sobre a história da fundação da cidade de São Luís, enfatizando a chegada dos franceses no século XVII, por via marítima, a retomada pelos portugueses e a invasão holandeses, depois, o guia

abordou os aspectos geográficos da ilha do Maranhão, chamando atenção do público para a foz do Rio Anil e a cidade nova. Em seguida, mostrou também a foz do Rio Bacanga e a direção do Porto do Itaqui, o fato que despertou muita atenção dos participantes nesse momento, foi em relação à grande variação de maré no litoral maranhense, considerada a maior do Brasil.

Saindo dali, os participantes entraram no Palácio dos Leões para visitar uma das alas do palácio, onde puderam apreciar os móveis, quadros, esculturas, porcelanas e pratarias do acervo, a visita teve uma duração de 15 minutos. Observou-se, nesse momento, a dimensão da experiência, referente à estética, proporcionada pela arquitetura e o acervo do museu com apreciação passiva dos visitantes.

Em seguida, caminhamos em direção à Antiga Casa da Câmara e Cadeia, onde o guia de turismo, explicou sobre a fachada e a história do prédio, onde fica o busto em bronze de Daniel de La Touche, que vinha a ser o senhor de La Ravardière e é considerado o fundador da cidade, em 1612. O nome do prédio é em homenagem a ele. Vide figuras 12 e 13 mostra a fachada do prédio.

Figura 13 – Palácio La Ravardiere



Fonte: A Autora (2021)

Pertinho dali, paramos para conhecer a Praça dos Poetas, o guia falou um pouco da história dos escritores maranhenses, a importância do espaço cultural. Depois, deu-se um

tempo para os turistas aproveitaram para contemplar a beleza da vista, fazer fotos, conhecer também um pouco mais sobre a poesia do Maranhão e apreciar o patrimônio cultural próximo da praça. Vide figura 14 e 15.

Figura 14 – Praça dos Poetas



Fonte: A Autora (2021)

Figura 15 – Casa de Ana Jansen



Fonte: A Autora (2021)

Em seguida, passamos em frete ao Palácio Clóvis Beviláqua, que é o Palácio da Justiça, a sede do Tribunal de Justiça do Maranhão. Vide figura 16.

Figura 16 - Palácio Clóvis Beviláqua



Fonte: A Autora (2021)

Mais a diante, fomos conhecer a Catedral de São Luís do Maranhão (Igreja da Sé) ou Catedral de Nossa Senhora da Vitória, localizada em frente à Praça D. Pedro II, o fato que chamou atenção dos turistas é que logo em frente à catedral encontra-se uma fonte de água com a escultura Mãe D'Água, o guia explicou que a obra de arte é do escultor maranhense Newton Sá, que está na praça desde a década de 1950 e recebeu medalha de prata no Salão Nacional de Belas Artes, em 1940.

Chegamos à igreja, o guia de turismo falou primeiramente da fachada de estilo neoclássico e das diversas reformas que sofreu, sendo inaugurada em 1622. Em seguida, entramos no recinto, onde foi possível perceber o encantamento dos turistas pelo patrimônio cultural existente na parte interna, todos ficaram atentos com a explicação do guia, o mesmo, enfatizou que a construção foi uma homenagem a Nossa Senhora da Vitória, à qual os portugueses haviam rogado, pedindo ajuda para a vitória contra os franceses. Depois dessa fala, o guia também chamou atenção do grupo para o retábulo todo trabalhado em dourado. Terminando a explicação os turistas começaram a fazer perguntas e tirar fotos. Vide figura 17 e 18.

Figura 17 – A entrada da igreja da Sé



Figura 18– Fachada da Catedral da Sé



Fonte: A Autora (2021)

Fonte: A Autora (2021)

Percebe-se que, no decorrer do trajeto, as experiências estéticas e educacionais estão relacionadas ao acervo arquitetônico colonial, na história e na memória, representada no patrimônio cultural, baseada na contemplação e interação do grupo, com os espaços visitados, tudo isso potencializados pelo guia de turismo.

Depois disso, o guia de turismo parecia à vontade com o grupo e foi possível observar a interação dele com todos, sempre muito atencioso, além de sempre manter o grupo próximo, evitando dispersões durante a fala dele.

Pude ouvir de alguns participantes, um tom de satisfação e alegria, por estarem conhecendo um pouco sobre o patrimônio cultural da cidade, comentavam entre si, que o passeio estava sendo uma aula de história. Entretanto, alguns pareciam alheios ao roteiro, pois estavam envolvidos com suas conversas animadas e fazendo muitas fotos, mas estavam aproveitando ao seu modo.

Continuamos nossa caminhada, atravessamos a rua e a próxima parada foi na Praça Benedito Leite bem em frente à estátua do homenageado, onde o guia falou sobre a história e a arquitetura colonial, chamando atenção para os bancos de estilo namoradeira, que dá certo charme na paisagem da praça.

Neste local, também se observa, as palmeiras de babaçu, no qual chamou atenção dos turistas, que queriam saber qual a utilidade do coco e, o guia explicou sua importância. O local é bem amplo, arborizado, um pouco bucólico, com a sensação de que voltamos ao passado, à paisagem contempla a harmonia do patrimônio arquitetônico local. Vide as figuras 18 e 19. Esse espaço é aproveitado para a realização da Feirinha São Luís, Feira Cultura, realizada pela prefeitura Municipal, no qual, apresentam-se atrações culturais, exposições de artesanato e venda de pratos e bebidas da gastronomia local.

Figura 19 – Praça Benedito Leite



Fonte: A Autora (2021)

Figura 20 – Sobrado do século XIX



Fonte: A Autora (2021)

Depois disso, seguimos sem pressa, pela Rua de Nazaré em direção à Praça João Lisboa e o Largo do Carmo, o guia de turismo apresentou, para o grupo, os espaços que foram recentemente requalificados, intervenções promovidas pelo Iphan, autarquia do MTur, em parceria com a prefeitura local.

Sobre os cuidados do patrimônio da cidade, os turistas comentaram entre si, que os muitos casarões se encontram em estado de abandono ou fechados. Pontuaram, que é necessária, uma ação mais urgente de revitalização e preservação do patrimônio arquitetônico, pelos órgãos competentes, assim, a área fica mais atrativa e segura para o turismo. Perceberam que já existem algumas ações de revitalização acontecendo, mas consideraram ínfimas diante do complexo cultural e arquitetônico do centro. Nesse momento, o guia de turismo, comentou que esses programas de revitalizações vêm acontecendo desde 1988, com o Projeto Reviver.

Bem, chegando à Praça João Lisboa, o grupo comentou: “*parece que estamos na França*”, disse um dos participantes, logo, o guia de turismo prontamente explicou sobre a história do local, dizendo que a denominação do lugar, Largo do Carmo é devido ao Convento e Igreja Nossa Senhora do Carmo do século XVII.

Continuando nossa caminhada, paramos perto da estátua do homenageado João Lisboa, escritor e jornalista maranhense. Em seguida, o guia falou da arquitetura e da paisagem em volta, composta de lampiões, árvores, bancos de madeira e edificações dos séculos XIX e XX, no qual ele pontuou, que devido várias intervenções no período modernista ocorrido entre as décadas de 20 a 40 do século passado, hoje a arquitetura em volta é bem eclética. Vide Figuras 21 e 22.

Figura 21– Praça João Lisboa



Fonte: A Autora (2021)

Figura 22 – Largo do Carmo



Fonte: A Autora (2021)

Próximo dali, entrando na Rua do Sol, na esquina do prédio dos correios, o guia nos levou para conhecermos a fachada de estilo neoclássico do teatro Arthur Azevedo, idealizado em 1815 e inaugurado 1817, considerado o segundo mais antigo do país, só perde para o Teatro de Ouro Preto (de 1770).

Em 1852, passou a ser chamado Teatro São Luiz e, na década de 1920 ganhou o nome atual em homenagem ao grande dramaturgo maranhense, Artur de Azevedo (1855-1908). Porém, não foi possível fazer a visita interna, pois o teatro estava fechado, alguns turistas do grupo ficaram de voltar à tarde para visitá-lo. As visitas internas guiadas partem de 30 em 30 minutos, das 14h e 17h30, de 3ª a domingo. Entradas gratuitas. Vide figura 23.

Figura 23 – Fachada do Teatro Artur Azevedo



Fonte: Maranhão G1, (2022)

Continuamos nossa caminhada, alguns turistas aproveitaram para fazer fotos da paisagem dos casarões coloniais, retornamos pela Rua de Nazaré, passamos na entrada da antiga Rua da Palma, onde o guia chamou atenção do grupo, para mostrar o conjunto de sobrados, enfatizando que o Centro Histórico foi Tombado pelo IPHAN em 1974.

Quando chegamos à rua da Rua do Giz, o guia começou enaltecer o local, percebi um pouco de empolgação na sua fala, potencializando os atrativos, mostrando os beirais e telhados dos sobrados, apontando e explicando sobre as eiras e beiras, (eira/beira fica no telhado, símbolo das pessoas ricas no século XIX), também ele falou do famoso casarão da baronesa de Anajatuba, ressaltou a escadaria construída de pedra de cantaria e lógico, não deixou de falar das curiosidades do local, como a novela “Da Cor do Pecado”, que foi gravada ali, e do título que a rua recebeu recentemente da revista Casa Vogue, sendo considerada uma das seis ruas mais bonitas do Brasil. Nesse momento, foi para o grupo o auge do passeio, demoramos mais nesse ponto turístico, porque os turistas começaram a tirar muitas fotos, dizendo que era para postarem em suas redes sociais. Vide figura 24.

Figura 24 – Rua do Giz



Fonte: A Autora (2021)

Depois disso, descemos e fomos percorrer a parte baixa do Centro Histórico de São Luís, no final desta rua, entramos à direita em direção a Praça Nauro Machado, passamos pelo Beco da Alfandega, no meio da rua, próximo ao restaurante Cafofo da Tia Dica, o guia parou em frente a uma parede antiga, sem reboco, para falar sobre os tipos de materiais, utilizados nas construções, aqueles casarões no século XIX. Lógico que, nesse momento, o grupo resolveu dá aquela paradinha para fazer mais fotos.

Observa-se, nesse momento, que além da presença das dimensões das experiências estéticas e educacionais, o local também contemplava as dimensões de entretenimento e escapismo, a partir da atração dos turistas pelos equipamentos culturais da Praia Grande, despertando neles, suas experiências sensoriais, principalmente quando entraram na Antiga Casa das Tulhas - Feira da Paria Grande. Pode-se perceber uma grande interação do grupo com as pessoas que ali vivem e trabalham nessa área.

Paramos na Praça Nauro Machado, para o grupo tomar uma água de coco e se refrescar, onde o guia aproveitou para falar sobre a importância da Paria Grande, o centro comercial e financeiro no período do algodão, funcionou até a década de 60 do século passado como área portuária, o guia também apontou a antiga alfândega e o antigo prédio do palácio do comércio, em que hoje funcionam órgãos públicos. Vide Figura 25.

Figura 25 – Largo do Comercio – Praia Grande



Fonte: A Autora (2021)

Em seguida entramos na Feira da Praia Grande, antiga Casa das Tulhas, uma construção circular de 1820 com lojas de produtos regionais como cachaça, farinha, doces, guaraná Jesus (o refrigerante rosa) e tiquira (um destilado de mandioca considerado afrodisíaco). Foi o momento que empolgou os visitantes, alguns provaram a tiquira, outros compraram doce de espécie e castanhas. O guia começou a explicar sobre as os tipos de farinhas, nessa hora o grupo ficou um pouco disperso, mas logo o guia conseguiu reunir todos novamente. Vide Figura 26.

Figura 26 - Feira da Paria Grande



Fonte: A Autora (2021)

Atravessamos a feira, saímos do outro lado já na rua em frente ao Beco Catarina Mina, entramos à direita na Rua Portugal, o guia parou e falou para o grupo, que nessa rua se encontra o maior conjunto de casarões azulejados de estilo português fora de Portugal e os azulejos, mais do que questões estéticas, funcionavam como proteção das paredes e como isolante térmico, contra o calor. Nesse momento, os participantes chegaram a comentar sobre a beleza do patrimônio, e sua importância de preservar a memória da cidade e potencializar o turismo cultural. A figura 27 mostra a Rua Portugal.

Figura 27 – Rua Portugal



Fonte: A Autora (2021)

Seguimos a caminhada, bem no meio da Rua Portugal, o guia chamou a atenção do grupo para o Beco Catarina Mina, em homenagem à negra de ganho Catarina Rosa Pereira de Jesus, da região de Costa da Mina (Golfo da Guiné) na África, local de origem da grande parte dos africanos que foram escravizados no Maranhão.

Segundo o guia, ela era conhecida por sua beleza e conseguiu comprar sua alforria com seu trabalho no comércio de rua na Paria Grande. Com a alforria, foi dona de uma barraca ao pé da ladeira da rua e fez fortuna, com a qual comprou a alforria de muitos amigos. Nesse momento, uma pessoa do grupo comentou: *“Nossa que história linda, dessa mulher negra, estou encantada com a história e a cultura do Maranhão, não achava que era isso tudo”*. O grupo aproveitou o momento para fazer muitas fotos, o guia deu, 20 minutos para o grupo ficar mais a vontade e entrar nas lojinhas de artesanato. A figura 28 mostra o Beco e a Escadaria Catarina Mina.

Figura 28 – Beco Catarina Mina



Fonte: (A Autora (2021))

Retornamos a caminhada e seguimos até o final da Rua Portugal, percebi que algumas pessoas do grupo já se mostravam um pouco cansadas, devido à caminhada e o calor de meio dia. O guia de turismo, mais uma vez explicou sobre os casarões antigos e apontou os que atualmente funcionam como bares, comércio de artesanato, centros culturais e órgãos públicos. Figura 29 mostra a Rua Portugal.

Figura 29 – Rua Portugal



Fonte: A Autora (2021)

No final da Rua Portugal, entramos à direita e caminhamos até Casa do Maranhão, o último ponto turístico do passeio. Nesse prédio, funciona o museu folclórico que, no momento, ainda não reabriu completamente. A parte térrea está aberta para visita de exposições temporárias.

Assim, o passeio foi concluído e o guia agradeceu a todos pela participação, uma pessoa do grupo se manifestou falando da importância do centro histórico, achou riquíssima a história do lugar, a cultura. Entretanto, foi feita uma ressalva em relação ao estado de conservação das edificações, mas mesmo assim, com todas as problemáticas identificadas, ele gostou.

No final, alguns turistas disseram que a experiência foi muito válida, pois a mediação e as informações do guia de turismo foram riquíssimas, proporcionando um novo aprendizado, acerca dos aspectos históricos e culturais da cidade.

Observa-se, assim, que o interesse dos visitantes pelo Centro Histórico e seus múltiplos espaços culturais, resgata a relação do patrimônio cultural com o passado e a memória do que ficou de herança, mas ao mesmo tempo também consiste na memória do presente.

Assim, apesar das percepções dos turistas reportarem uma maior ênfase para as experiências de estética e educação, e a observação *in loco* constatar isso, foi também identificado na concepção do passeio a dimensão do entretenimento.

Observa-se que o guia de turismo, para potencializar a experiência turística dos participantes durante a execução do passeio, apoia-se na questão estética relacionada à arquitetura, entretenimento e educacional relacionada à memória do patrimônio cultural da cidade.

Quando questionado sobre os benefícios que o passeio propicia para as áreas do patrimônio cultural e do turismo, o guia afirma alguns pontos como: para o patrimônio cultural a valorização e ressignificação e para o turismo incrementa a experiência turística dos participantes, ele enfatiza que seu papel é *“mostrar minha cidade da forma bonita, é incentivar a contemplação do visitante para o patrimônio cultural, que tem haver com o cenário da cidade, tentar fazer ele se sentir um pouco naquela época e proporcionar experiências agradáveis aos nossos visitantes, são coisas que eu gosto de priorizar no meu passeio”*.

Entende-se que o passeio é uma forma do visitante conhecer mais sobre a história e a memória do patrimônio cultural da cidade, contribui para a educação patrimonial, aproxima o

visitante das pessoas que ali habitam e trabalham, podendo gerar uma experiência única e mais autêntica para os participantes.

5.3 Análise das entrevistas

Analisa-se, nesta etapa, a percepção dos turistas e ou visitantes, baseado na sua experiência em relação ao patrimônio cultural, durante sua participação no passeio a pé no Centro Histórico de São Luís. Destaca-se que foram entrevistados 20 (vinte) participantes. Discute-se as entrevistas realizadas no encerramento de cada passeio.

Enfatiza-se que, durante a realização da pesquisa, também foi identificado participantes moradores da própria cidade e pessoas vindas do interior do Estado do Maranhão, que se identificavam com a cidade como capital e de certa forma tinham um carinho especial pela cultura local

Utiliza-se também entrevistas feitas com o gestor da SETUR SLZ, agente de turismo receptivo e guias de turismo, baseado nas dimensões das experiências definidas por PINE II E GILMORE (1999).

Ressalta-se que passeio ocorre com participações de visitantes (turistas) e com moradores da cidade, remetendo-nos a ideia do cidadão turista ou turista cidadão, proposto pela autora Gastal (2001), no qual este indivíduo, a partir do seu deslocamento, passará a apropriar-se com uma maior competência dos espaços e situações, tornando o seu território mais familiar e construindo a relação de pertencimento e identificação, situando assim sua própria subjetividade no urbano, o deslocamento pode acontecer dentro cidade, basta que este consiga desenvolver um estranhamento, perceber locais e costumes já conhecidos e assim estabelecer novas relações com esses espaços.

Neste entendimento, o guia de turismo, como condutor do passeio e morador local, ao desenvolver o sentimento de pertencimento pela sua cidade, pode ser um turista cidadão, levando os turistas às reflexões acerca da identidade local e proporcionando uma imersão nas particularidades do roteiro pré estabelecido.

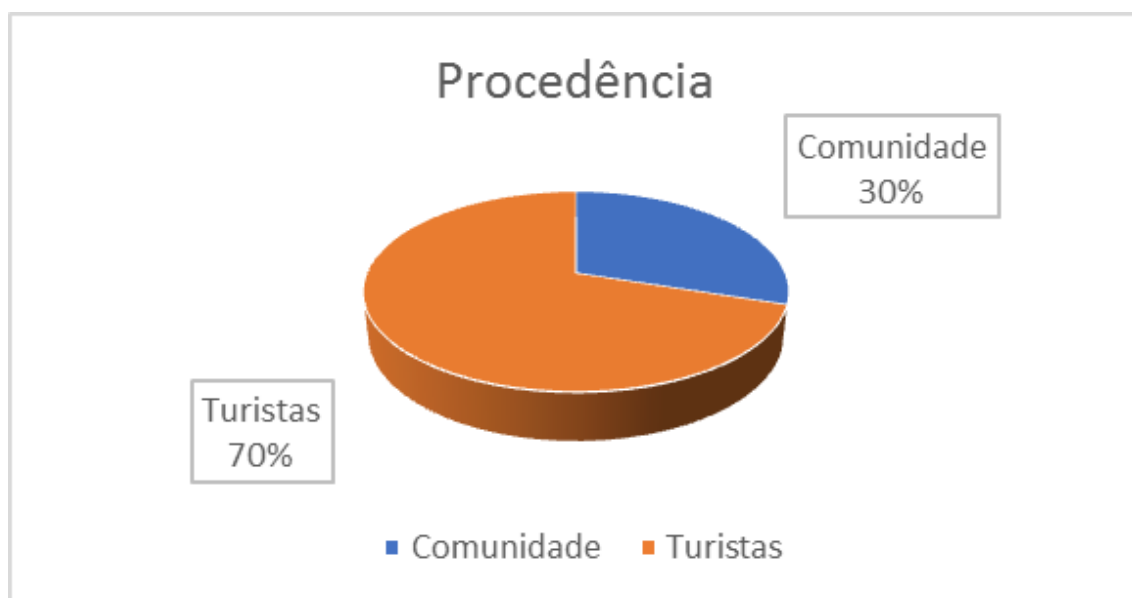
Nesse sentido, o turista morador ou o guia de turismo quando ele se depara com algo que remete sua memória e sua identidade, acaba sendo um protetor da cultura local e, ao despertar sua cidadania, passará a adotar um processo de valorização e preservação do Centro Histórico. O morador da cidade ou como descrito turista cidadão, ao estabelecer uma realação

mais estreita com o seu território, passa a valorizar o espaço vivido e atua como propagador dessa ideia a outros moradores, seja no âmbito familiar, mas há uma transformação nas ideias.

Apresentação mais detalhada sobre as dimensões da experiência, criadas por Pine II e Gilmore (1999) se encontram no início da seção 05, dando suporte teórico para análises das entrevistas a seguir.

Portanto, serão analisadas as dimensões da experiência individualmente, sendo as quatro primeiras: educação/aprendizagem, entretenimento, estética e escapismo, extraídas, a partir das dimensões de Pine II e Gilmore (1999) adaptada por Oh, Fiore e Jeoung (2007). A quinta, a experiência memorável, conceito definido por Chandral e Valenzuela (2015). Segue, o gráfico de participantes Turistas/Comunidade.

Gráfico 1- Procedência / Passeio a Pé do centro Histórico de São Luis



Fonte: Autora (2022)

Como pode ser observado, dos entrevistados, a maioria eram turistas que estavam pela primeira vez em visita ao Estado, equivalendo a 70%, os demais/comunidade representaram 30% dos participantes. Nas análises das entrevistas, o que chamou muito atenção foi que a maioria dos membros da comunidade não conheciam a história do Centro Histórico, o que vem a demonstrar a importância do passeio, acompanhado pelo Guia de Turismo. Este, por sinal, fez questão de ressaltar a importância de se conhecer a sua cidade, conscientizando os visitantes, ou seja, mesmo sem o conhecimento teórico, percebe-se que o guia de turismo apresenta o conceito de turista-cidadão, proposto por Gastal, (2001).

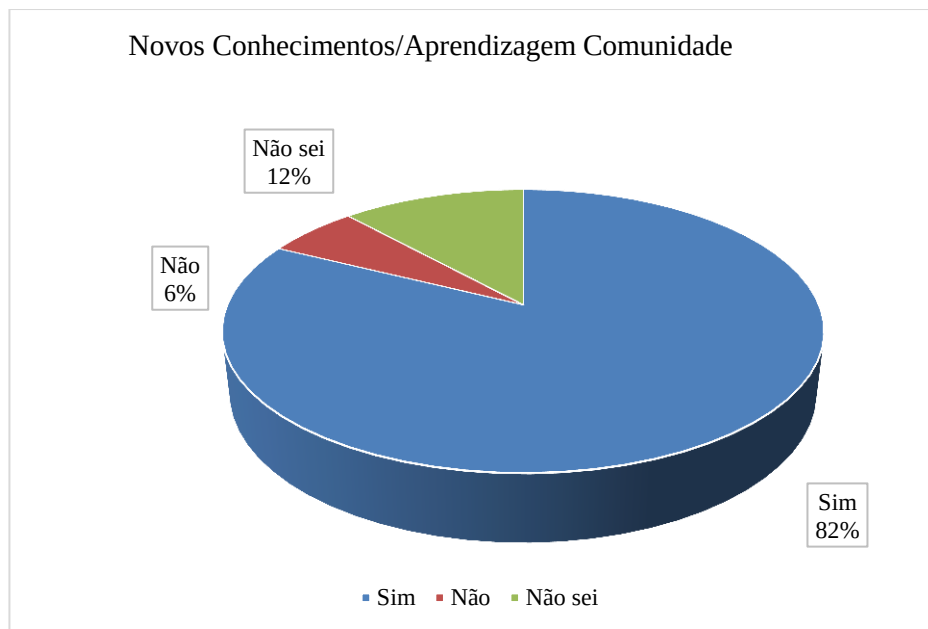
Após o passeio, foram aplicados questionários com perguntas que levaram a algumas

respostas interessantes e com resultados satisfatórios, do ponto de vista do objeto deste trabalho.

5.3.1. Educação

Com base em Benjamin (2012), partido da experiência é que adquirimos novos conhecimentos, Tuan (2012) corrobora com Benjamin e diz que a experiência, gera aprendizado com a própria vivência do ser e, experiência é a produção de novos conhecimentos.

Gráfico 2- Proporcionou novos conhecimentos/ Aprendizagem (comunidade)



Fonte: Autora (2022)

Assim, temos o percentual dos membros da comunidade que alegam ter adquirido novos conhecimentos com a vivência da experiência de passear no Centro histórico de São Luís. A grande maioria, cerca de 82% dos participantes/comunidade, afirmam que, durante o roteiro, adquiriram novos conhecimentos e que a vivência das experiências proporcionaram um novo olhar, principalmente, ao patrimônio arquitetônico da Capital do Maranhão.

O informante 05 diz que “[...]o passeio me proporcionou uma imersão na cultura Maranhense, desde a origem do nome do Estado do Maranhão, até a constituição do mix cultural entre o Reggae e o Bumba meu Boi.” (INFORMANTE 05, 2021, n.p., entrevista).

O informante 07, [...] “acumulei grandes conhecimentos de coisas da minha cidade que não tinha acesso”, o informante 09, “foi muito agradável e produtivo” (INFORMANTE 07, 2021, n.p., entrevista).

Na visão do Guia de Turismo 01, em relação os novos conhecimentos/aprendizagem, é necessário um chamado maior do público local, a visitar o Centro Histórico de São Luís, pois foram aplicados recursos públicos para uma revitalização e que isso não pode ficar a revelia do morador da cidade, neste sentido, o guia busca mostrar as transformações ocorridas no local, antigos locais que tinham determinados usos e hoje, com o implemento do turismo, adquirem outras funções, o guia informa que “[...] onde hoje é a Praça Nauro Machado, antes da revitalização do Centro Histórico, era um Ferro Velho, outro ponto de atenção é com relação aos antigos armazens da área, que hoje funcionam lojas de artesanato local”. (Entrevistado, 2021)

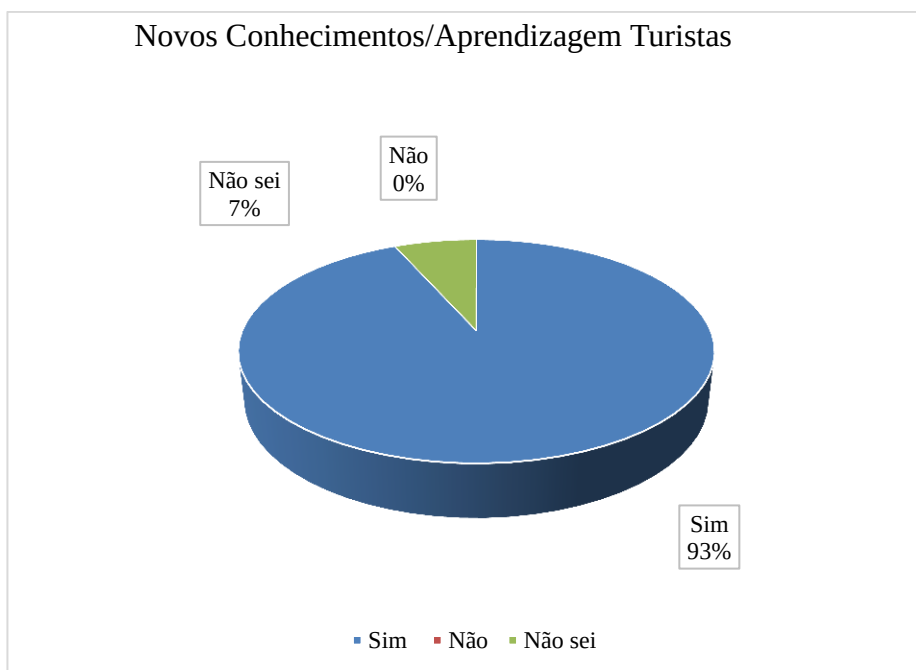
No ponto de vista do gestor do município SETUR,

Patrimônio e memória são elementos basilares para a experiência turística no passeio, o patrimônio está ligado à memória das pessoas, mexe com a subjetividade, com os sentidos sensoriais da pessoa, como a gastronomia, quando se visita a feira da Praia Grande, pode levar as pessoas a lembrar de algo da sua infância, ou remete a algum momento da sua vida, memória afetiva. (ENTREVISTADO, 2021).

De acordo com a fala do gestor, percebe-se a importância da experiência turística no passeio a pé, segundo o gestor contempla e valoriza o patrimônio cultural da cidade. Sobre a gestão pública na área de turismo e cultura, o gestor enfatizou, que a SETUR SLZ realiza mensalmente o “ Programa Conheça São Luís”, que consiste em roteiros a pé pelo Centro Histórico, sendo eles Segredos Históricos, o Sarau Cultural e o Roteiro Histórico-Gastronômico, abrangendo de forma lúdica várias vertentes da cultura local e entretenimento, promovendo experiências, envolve turista/visitantes mas, a grande maioria do público, é constituída de moradores da cidade.

A partir destes olhares, podemos perceber que o morador tem pouco conhecimento do seu lugar, assim, este roteiro se apresenta importante para os visitantes, mas percebe-se a necessidade da expansão para as pessoas da cidade, podemos dizer que o conhecimento do seu lugar de moradia traz a perspectiva preservação do patrimônio e da importância da preservação deste, pois como vou pensar em preservar se não conheço?

Gráfico 3- Proporcionou novos conhecimentos/ Aprendizagem (turistas)



Fonte: Autora, (2022)

Para os visitantes/turistas, o conhecimento/aprendizagem foi ainda maior, 93% afirmam que tiveram a construção de novos conhecimentos, demonstrando a importância de viajar, visitar novos locais. Neste sentido, ressalta-se a importância da cadeia turística envolvida (trade), neste contexto foi feita uma referência ao Guia de Turismo e, que este contribuiu para o direcionamento do que realmente valia a pena ver.

O guia de turismo acompanhante 01, que tem experiência na área a cerca de 15 anos, por sua vez ressalta:

Busco sempre proporcionar as experiencias mais peculiares, demostramos a importancia do patrimonio material e imaterial do estado, sempre procuro mostrar a importancia da cultura e como isso pode ser muito diferente do seu lugar de origem, busco mostrar os sabores e cheiros, principalmente no Mercado da Tulhas. (GUIA DE TURISMO 01, 2021, n.p.).

O informante 14, [...] “Voltei ao passado, estou muito feliz, tive uma aula de história, parabéns para o guia de turismo, ele tem muito conhecimento do que está falando”. (INFORMANTE 14, 2021, n.p., entrevista).

O informante 09, “foi muito agradável e produtivo” (INFORMANTE 09, 2021, n.p., entrevista).

O guia de turismo 04, pontua “[...] a educação e o conhecimento estão presentes muito na minha fala, gosto de mostrar a minha cidade, falar das coisas boas, como a nossa cultura, nosso patrimônio, as pessoas, o nosso modo de falar, as histórias das e lendas, como a famosa Ana Janse, no final fico muito feliz dos turista me parabenizar pelo meu trabalho”. (ENTREVISTADO 04, 2021, n.p.).

O agência de turismo receptivo, destaca “[...] essa dimensão de educação é o ponto chave do passeio, os turista quando compram o passeio querem conhecer a história, o patrimônio, a arquitetura portuguesa, a história da fundação francesa e por aí vai”. (ENTREVISTADO, 2021, n.p.).

Para o informante 07, turista de São Paulo, o passeio tem uma abordagem bem histórica e cultural, ele afirma que “[...] quando pesquisei na *internet* sobre São Luís, me chamou muita atenção as imagens do Centro Histórico, esse foi um dos motivos para eu e minha família incluir o passeio a pé na cidade, oferecido pela agência de viagem, na verdade meu objetivo de vir ao Maranhão mesmo, era conhecer os Lençóis Maranhenses, não sabia muito de São Luís. A agência de turismo que me indicou quando eu liguei para saber informações e valores de pacotes. Valeu muito a pena”. (INFORMANTE 07, 2021, n.p. entrevista).

5.3.2. *Entretenimento*

Esta dimensão é voltada para a participação passiva dos participantes, quanto maior for seu envolvimento, maior sua absorção, sendo também o mais procurado pelos consumidores de turismo, que buscam destinos que ofereçam diversão, cultura, lazer e eventos, portanto é o consumo relacionado ao lazer. Segundo Chauí (2006), entretenimento e lazer fazem parte de uma necessidade humana, um passatempo, ou um tempo descompromissado, que as sociedades atuais, utiliza-se para momentos de lazer e repouso (CHAUÍ, 2006).

Uma necessidade do consumidor contemporâneo do turismo, isso só confirma a importância da necessidade dos destinos desenvolverem roteiros culturais que possibilitem, cada vez mais, a imersão dos turistas durante a visita, pois quanto maior for seu o envolvimento no passeio, maior será a percepção de ter vivenciado uma experiência agradável.

Para o informante 11, turista do Rio de Janeiro, na sua percepção, o entretenimento no passeio, começa quando o grupo interage entre si e com o guia de turismo, o passeio fica mais divertido e alegre, principalmente, quando visita a feira da Praia grande [...] “achei muito legal provar a tiquira, tem um sabor diferente, vou levar uma garrafa para meus amigos, vão gostar de saber que é cachaça da terra feita de mandioca.” (INFORMANTE 11, 2021, n.p., entrevista).

Segundo Oh; Fiore; Jeoung (2001, p. 121), o passeio enquadra-se na dimensão do entretenimento, quando “[...] por exemplo, entramos na Feira da Praia Grande, os participantes conhecem a gastronomia local, percebe-se que é uma explosão de sentimentos

sensoriais, pois os visitantes acharam maravilhoso e sensacional os sabores das farinhas, das castanhas, das cachaças, dos doces, neste momento percebe-se, uma dimensão da experiência memorável[...].”.

O Informante 13, turista de Belém, gostou muito do ambiente da Praia Grande, achou muito cultural e musical. No final do passeio estava acontecendo uma roda de tambor de crioula na Praça conhecida como a Praça da Faustina. Foi o momento que o grupo parou para contemplar a dança e a música. Para o turista, foi encantador conhecer o tambor de crioula, mas o que chamou mais atenção dele, foi a coreografia das coreiras. “ [...] achei muito parecido com nosso carimbó, muito contagiante, uma experiência única.”(INFORMANTE 13, 2021, n.p., entrevista).

Para o agente de turismo receptivo, o entretenimento “[...] no passeio a pé o entretenimento está muito ligado ao contemplativo, a música, a história contada de forma lúdica pelo guia de turismo, nas nossas pesquisas de satisfação com o cliente em relação ao passeio, sempre temos o *feedback* satisfatório, se todos fizerem sua parte, o guia, agência, o poder público na área da infraestrutura, tudo fica bem.” (ENTREVISTADO, 2021. n.p.).

Para o gestor, o entretenimento é de grande importância na experiência turística, destaca que se apresenta como de diferencial aos visitantes, assinalando nível de prioridade 01, em uma escala de 01 como mais importante e 05 como menos importante. Ressalta que as apresentações culturais, tais como tambor de crioula ou alguma manifestação cultural, incrementa, pode ser um agregador de valor na apresentação do passeio. (ENTREVISTADO, 2021, n.p.).

O guia de turismo acompanhante 02, por sua vez ressalta:

[...] sempre gosto de mostrar minha cidade numa perspectiva mais cultural, falo muito do cotidiano das pessoas do local, dos personagens, do bumba meu meu boi, até porque o museu de cultura tá fechado, o turista nesse período não tem como visitar, uma pena. (GUIA DE TURISMO 01, 2021, n.p., entrevista).

Entende-se que a dimensão da experiência, o entretenimento, essa aproximação do turista com a comunidade local e com a diversidade cultural, deve ser o diferencial, pautado no engajamento e parceria de todos envolvidos no turismo, na inovação do produto, pois o destino precisa ser atraente, os turistas querem conhecer o patrimônio cultural do local e isso faz com que eles permaneçam mais dias na cidade. O turista de hoje quer ter experiências em suas viagens, conhecer o diferente, ser protagonista e ter uma experiência memorável.

5.3.3. Estética

A experiência estética representa o consumo contemplativo, refere-se ao contato mais visual, nível de envolvimento é ativo, provavelmente influência a experiência memorável. Nesse caso, não precisa necessariamente ser natural, pois pode acontecer de forma simulada. Essa dimensão tem ligação com o que seria considerado belo, contemplativo, maravilhoso com o cenário apresentado. Ao se fazer a análise dos entrevistados, verificou-se que, o foco desta dimensão está alicerçado, principalmente, em três elementos: arquitetura, paisagem e limpeza, pois foram os que mais emergiram em suas falas.

O passeio a pé acontece no cenário do Centro Histórico de São Luís, que abriga o patrimônio cultural da cidade, composto de casarões, sobrados, rua e becos, de estilo colonial português, datados dos séculos XVIII e XIX (CAFETEIRA, 1994, p. 103), como pode ser visto na figura 30.

Figura 30 – Rua Portugal



Fonte: Autora (2022)

Oh; Fiore; Jeoung (2007, p. 121) pontuam que:

Nas experiências estéticas, os turistas gostam de estar no ambiente de destino sem afetar ou alterar a natureza do ambiente que lhes é apresentado. Eles apreciam passivamente ou são influenciados pela maneira como o destino atrai seus sentidos, independentemente do nível de autenticidade do ambiente de destino.

Segundo os autores, a experiência estética parte da percepção do próprio turista, em relação ao ambiente visitado, mesmo quando esse se apresenta como cenário construído e organizado de forma simulada.

O informante 18, proveniente de São Paulo, faz uma análise sobre o passeio e as paradas que acontecem para visitar os equipamentos culturais “[...] achei o ambiente do Centro Histórico com uma identidade própria, possui uma característica impar, um mix, europeu com o nordeste e a jamaica”. (INFORMANTE 18, 2021, n.p., entrevista).

O agente de turismo receptivo, em relação a dimensão da estética, ressalta “[...] a estética é um dos principais fatores de visitação do Centro Histórico, as vezes o turista quando compra o passeio, já tem o interesse pela arquitetura, a paisagem e principalmente os azulejos portugueses[...]”. (ENTREVISTADO, 2021, n.p.)

O informante 16, proveniente de Ribeirão Preto, São Paulo, também destaca o cenário e a importância do trabalho do guia de turismo, pois ele chama atenção do grupo para a contemplação dos casarões do Centro Histórico “[...] o guia apresentou a cidade com conhecimento e com sua alegria, estou encantado com o patrimônio e o acervo do Palácio dos Leões, quanta riqueza. (INFORMANTE 16, 2021, n.p., entrevista).

O agente de turismo receptivo, que organiza e comercializa o passeio em São Luís, destaca o Centro Histórico como um dos principais produtos turísticos da cidade, procurado pelos seus clientes.

Ao visitar os bairros da Praia Grande e Desterro, caminhar no centro histórico e observar a arquitetura local tornou-se parada obrigatória. Uma experiência encantadora conhecer a história de cada beco e dos muitos monumentos antigos ali existentes, além de proporcionar uma viagem no tempo. Destacamos os casarões seculares com azulejos portugueses e também praças, becos, escadarias, ladeiras, centros culturais, cinema, bares, restaurantes com seus sabores regionais (Arroz de Cuxá, frutos do mar, dentre outros) e algumas das mais belas ruas da parte histórica da cidade, as Ruas Portugal e do Giz. Caso a visitação seja realizada no período da tarde, proporcionará grande momento de contemplação, “Pôr-do-sol”, uma das mais belas imagens naturais. (ENTREVISTADO, 2021, n.p., entrevista).

O informante 17, evidencia que a arquitetura, junto com a cultura do povo, enriquece muito o Centro Histórico, para o turista, é fantástico, só precisa ser mais divulgado, pontuou que na região sudeste, pouco se sabe de São Luís, o forte mesmo nas propagandas das operadoras de turismo são os Lençóis Maranhenses. “[...] Achei a arquitetura linda, mas

precisa de mais cuidado, quanta limpeza gostei, não vi sujeira nas ruas, fotografei tudo”. (INFORMANTE 17, 2021, n.p., entrevista).

O gestor da Secretaria Municipal de Turismo enfatiza que o Centro Histórico de São Luís é o produto principal da cidade, principalmente, pelo fato de possuir o título Internacional de Patrimônio Cultural e ser Tombado a nível Federal e Estadual, atribui nota 02 na escala de importância, seguindo a mesma lógica, de 01 como mais importante e de 05 como menos importante. (ENTREVISTADO, 2021, n.p.).

Para o guia de turismo 03, a dimensão estética se apresenta como mais significativa, pois na apresentação do passeio, o mesmo enfatiza a importância da arquitetura colonial, no qual exprime todo o patrimônio cultural, sendo a paisagem do Centro Histórico, rica e deslumbrante, e causa uma experiência contemplativa e memorável para os participantes do passeio.

Neste contexto, o guia de turismo em seu trabalho chama a atenção dos turistas para a paisagem, o patrimônio cultural, que está sendo visitado, provoca o imaginário, os sentidos sensoriais, tornando sua experiência em relação ao patrimônio mais memorável, levando o visitante a fazer uma imersão na história e na cultura da cidade.

5.2.4. *Escapismo*

A dimensão escapismo exige um grau de maior imersão, o indivíduo se envolve ativamente, um fazer diferente de sua vida cotidiana. Para Pine II e Gilmore (1999) verifica-se nesta dimensão “[...] a experiência de escapismo não é simplesmente embarcar, mas viajar para algum lugar específico ou atividade que realmente valha a pena” (PINE II E GILMORE, 1999, p. 34). Para os autores hoje as pessoas buscam lugares para viajar, que possam vivenciar algo relacionado ao não cotidiano e experimentar o novo.

Corroborando com esse pensamento, Oh; Fiore; Jeoung (2007, p. 122) afirmam que “[...] podem querer escapar de seus ambientes regulares para suspender o poder de normas e valores que regem suas vidas ordinárias.”. O turista tem a possibilidade de viver uma vida diferente durante alguns dias. Com isso, pode se inferir que o Centro Histórico de São Luís pode proporcionar, de forma eficiente, uma fuga da realidade na qual o sujeito possa se sentir em outro papel. Essa experiência pode ser observada a seguir.

Alguns participantes consultados no passeio a pé no Centro Histórico se sentiram muito atraídos pela cultura, pela arquitetura, pela atmosfera do lugar e pelas pessoas que ali habitam. Essa imersão começou com a história contada pelo guia de turismo, este fazendo os

participantes se sentirem no passado, uma experiência autêntica com a memória local. Segundo Benjamim (1993) a experiência *erlebnis*, consiste em uma vivência do indivíduo isolado, ligado a sua experiência pessoal de vida.

O informante 18 ponderou que o momento que esteve participando do passeio foi de total imersão “[...] o passeio foge da rotina, o passeio com o profissional guia de turismo, proporcionou uma viagem ao tempo, além de superar minhas expectativas, já sabia das informações pré-produzidas nos conteúdos digitais, mas andar pelo Centro Histórico, escutando a história de cada monumento, é uma experiência marcante, sensação de viagem ao tempo”. (INFORMANTE 18, 2021, n.p., entrevista).

Para o agente de viagem receptivo 01, “[...] só passear pelas ruas do Centro Histórico já é uma experiência que tira o cliente de qualquer rotina, tem muita história, tem muita cultura, ou seja, muitos atrativos interessantes para conhecer e vivenciar, os nossos clientes sempre ficam satisfeito, principalmente quando, o guia mostra a cidade com toda competência, isso faz a diferença [...]”. (ENTREVISTA, 2021, n.p. entrevista).

O informante 13, morador de São Luís, achou o passeio maravilhoso, uma experiência marcante, ele já conhecia o Centro Histórico, porém, nunca acompanhado com o guia de turismo falando da história. “[...] dessa vez, foi diferente, foi importante, pois já vim várias vezes ao Centro Histórico para curtir, porém, não sabia da história e do significado das coisas da nossa cultura. Estou muito feliz, me senti muito importante, vou trazer minha família para conhecer”. (INFORMANTE 13, 2021, n.p., entrevista).

O informante 08 relata que, depois desse passeio, conseguiu entender a importância do patrimônio cultural nas cidades, até então tudo não passava de coisas antigas “[...] eu juro, viajar realmente te dá uma possibilidade de conhecer e aprender, estou encantada com tudo, é um sentimento muito bom, quando eu entrei na Catedral da Sé foi emocionante, nosso país é muito rico em cultura”. (INFORMANTE 08, 2021, n.p., entrevista).

Para a dimensão escapista acontecer de fato é necessário que o sujeito se permita na experiência vivida “[...] fiquei maravilhada com as riquezas das coisas, um valor importante do patrimônio da cidade, espetacular, só fiquei um pouco triste pelo descaso das autoridades em relação à manutenção, tem muitos abandonados. Esse passeio mexeu comigo, me senti no século passado”. (INFORMANTE 06, 2021, n.p. entrevista).

O gestor de turismo municipal, em relação a esta dimensão, pontuou com a nota 03, seguindo a mesma escala de 01 como mais importante e 05 como menos importante, desse modo, percebemos que por sua avaliação, o escapismo na sua concepção, não é fator determinante para a escolha do referido roteiro. (ENTREVISTADO, 2021, n.p.).

Já na visão do Guia de Turismo 04, escapismo, tem grande relevância e se relaciona ao astral do participante no momento do passeio, pois o mesmo tende a sair de sua rotina para viver outros momentos. O profissional ainda ressalta que durante a realização do passeio é disposto o patrimônio cultural e, são realizadas algumas brincadeiras relacionadas à cultura local, pontua ainda que não pode saber com certeza se o participante está vivenciando esta dimensão da experiência, por se tratar de algo muito subjetivo. (ENTREVISTADO 04, 2021, n.p.).

Alguns participantes consultados no passeio a pé no Centro Histórico se manifestaram felizes em relação suas percepções. Percebe-se, que o turista de hoje, quer ter experiências em suas viagens, conhecer o diferente e quando ele tem esse contato com a cultura e comunidade local, ele pode ter experiências memoráveis, mas para isso, precisa ter uma grande parceria de toda cadeia produtiva do turismo. A imersão depende de todo um trabalho do guia de turismo em conjunto com todos envolvidos no Passeio a Pé.

5.2.5. *Experiência memorável*

Nesta dimensão, exige um grau de imersão, compreender como a experiência turística está relacionado a algo que possa ser uma experiência memorável para os consumidores, que buscam lugares mais autênticos nos destinos turísticos, entende-se que esse é o propósito das dimensões da experiências, proporcionar uma experiência de vida, que venha contribuir para uma qualidade de vida para os viajantes.

Neste contexto, como esta dimensão, evidentemente, envolve todas as demais, pode-se, por meio dela, verificar quais foram, para os entrevistados envolvidos na pesquisa, os momentos mais marcantes da viagem. Nesse sentido, neste trabalho, observou-se que o visual da cidade, indicador contido na dimensão Estética, seguido por, conhecer os hábitos, presente na dimensão Entretenimento, e a dimensão de educação relacionado ao patrimônio, foram os que obtiveram a maior média entre todos os elementos pesquisados.

Ressalta-se que o passeio a pé, sobre o questionamento, se esse se tornaria algo marcante para os visitantes, todos os entrevistados, consideraram, que a experiência parte de uma vivência durante o passeios, podendo ser memorável ou não, depende como desenrola o passeio e como o guia de turismo apresenta sua cidade.

Segundo Benjamim (1989), a experiência pode se articular com a memória e com a tradição. Os elementos presentes no passeio a pé, acionam a memória coletiva de um dado

momento da história local, como patrimônio cultural material e imaterial, possibilitando aos participantes sensações sensoriais diversas e lembranças individuais para os turistas/visitantes, que buscam consumir esse tipo de produto.

O informnte 14 ressalta que o passeio “[...] proporcionou uma imersão a cultura de São Luís, desde da explicação do guia até as pessoas do local, que eu tive a oportunidade de conversar durante a apresentação do tambor de crioula, foi um máximo, uma experiência de arrepiar.”. (INFORMANTE 14, 2021, n.p., entrevista).

O guia de turismo 03 falou que, para encrementar seu passeio, é preciso ser criativo, não ficar só no roteiro comercial, para isso, ele gosta de enriquecer o passeio, nos aspectos históricos, pois, ele gosta da dramatização, algumas vezes se veste de algum personagem feminino da história maranhense, enfatizando que São Luís é das mulheres, como Ana Jansen e Catarina Mina, o objetivo é que as pessoas vivencie o empoderamento das mulheres que viveram no século XIX. “[...] É importante, que o passeio tenha uma pegada história, mais também lúdica e divertida, encantar os turistas, isso complementa o passeio, fica único.”. (ENTREVISTADO 03, 2021, n.p.).

O informante 09 externa sua sensação de energia e acolhimento “[...] eu me sinto em casa, o povo maranhense é muito acolhedor, senti isso durante o passeio a pé, principalmente, quando entramos nos museus e na feira”. (INFORMANTE 09, 2021,n.p., entrevista).

A sensação que a informante 7 sentiu foi “[...] A experiência foi memorável, marcante, apesar do cansaço, muito calor, pude contemplar essa rica arquitetura e história de São Luís, vou sair daqui com boas lembranças, o guia de turismo foi uma simpatia”. (INFORMANTE 07, 2021, n.p.).

Para o informante 15 de Pernambuco, as sensações proporcionadas pelo passeio, trouxe novos conhecimentos, o ambiente era “[...] de muita paz e alegria, mesmo não conhecendo todos do grupo, esse momento foi de entrosamento, durante o passeio, não tive a sensação de perigo ou violência na caminhada.”. (INFORMANTE 15, 2021, n.p., entrevista).

Para o gestor Municipal de Turismo, o passeio abrange todas as dimenssões das experiências, pois estimula sensações diversas aos participantes, como alegria, conhecimento e sentimentos de felicidade, enfatiza que o Centro Histórico por si só já é um grande atrativo da cidade, devido sua riqueza cultural e arquitetônica, podendo gerar aos turistas experiências agradáveis, positivas e memoráveis, pontuando que as experiências são subjetivas e depende de cada um. Esse roteiro tem uma grande atratividade para o turismo, pricipalmente, por que contempla uma parte do patrimônio cultural da cidade. (ENTREVISTADO, 2021).

Para o agente de turismo receptivo, “[...] o Centro Histórico sem duvida faz parte do

principal atrativo da cidade, o roteiro já vem agregado com outros roteiros turísticos na hora da venda ao cliente, a agência quando envia e apresenata seu portifolio de pacotes turisticos no Maranhão, para as operadoras de turismo, o passeio a pé é carro chefe para vendas em São Luís”. (ENTREVISTA, 2021, n. p.).

Percebe-se, através dos depoimentos dos entrevistados, que o passeio sem dúvidas desperta as percepções das mais variadas, na maioria de uma forma positiva e alegre, observa-se diante desse universo da pesquisa, que os turistas de hoje, querem mais emoção em suas viagens, ser mais participativos, ter uma interação com os moradores, vivenciar a cultura local, de uma forma mais autêntica, ser protagonista de suas experiências de viagem. Portanto, neste cenário, confirma-se que as experiências turísticas incorporadas nos produtos turístico, de acordo com a pesquisa, surtiu efeitos positivos sobre os participantes do passeio a pé no Centro Historico de São Luís.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa, ao longo de suas seções, buscou analisar se as dimensões da experiência turística estão representadas no roteiro Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís, partindo da percepção vivenciada pelos “participantes” e/ou “turistas”. Desse modo, este estudo partiu do entrelaçamento interdisciplinar entre Patrimônio Cultural, Geografia, História e Turismo, para aprofundar-se no diálogo e discussão sobre Patrimônio Cultural, Memória, Experiências Turísticas e Turismo de Experiência, no intuito de entender como o objeto de estudo, poderia contribuir para preservação do patrimônio cultural e promover experiências turísticas memoráveis a partir das percepções dos participantes do roteiro.

Nesse sentido ressalta-se o caráter múltiplo do patrimônio, pois como toda ação humana o patrimônio também é dotado de interesse em várias temporalidades e espacialidades, percebemos que a noção de patrimônio vai adquirindo significados diferenciados, sempre no sentido de atender os interesses da suposta nação como representação de uma elite ao longo do tempo. No Brasil, destaca-se, a partir da democratização da constituição cidadã de 1988, o rompimento do antigo entendimento e o patrimônio assume um caráter mais democrático, emerge sujeitos e vozes que até então estavam silenciadas. A valorização do patrimônio imaterial, veio no sentido de valorização desses sujeitos considerados minorias sociais, nesse sentido, o patrimônio tem um papel muito significativo.

Logo, a noção de patrimônio nunca e nem de longe foi uma noção desinteressada, apresentando-se situações em determinados momentos, como na atualidade, ambíguas, nesse sentido, sugerimos para estudos posteriores, que se detenhamos sobre a compreensão e possibilidade de uma integração entre a materialidade e a imaterialidade do patrimônio, considerando que essa divisão, torna o patrimônio ambíguo e às vezes até mesmo celetista.

O patrimônio cultural é a memória e a identidade dos grupos sociais, é a representação da cultura. O reconhecimento do sujeito como membro de um determinado grupo, implica que ele está ligado a partir de um elo histórico daquele grupo, localizado no tempo e no espaço,

tem a necessidade rememorar o passado no presente, se reconhecer como parte integrante do grupo e do lugar que habita.

Nas questões do turismo, destaca-se que sempre passa por transformações acerca de sua dinâmica e de sua forma de apresentação, nos dias atuais as pessoas que viajam buscam além de um lugar bonito e agradável, locais que possam proporcionar experiências memoráveis, respeitando a cultura local e as comunidades que ali se apresentam.

Essa forma de fazer turismo, deve-se a mudança do perfil dos novos viajantes, estes buscam os destinos a visitar pensando na história do local, tradições que ali se apresentam dentro do patrimônio cultural e arquitetônico, essa nova relação criada, refere-se ao turista atual, que busca experienciar o novo e com um olhar mais aprofundado sobre as questões mais peculiares que cercam o destino escolhido.

Baseados nos relatos dos participantes, gestor, agente turismo receptivo e guias de turismo, envolvidos com o Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís e colhidos com a realização de entrevistas semiestruturadas e questionário de simples resposta, tivemos a oportunidade de ter acesso à percepção de cada um que experimentou tal passeio.

Diante da análise das entrevistas e questionários, já descrito no tópico anterior, podemos concluir que, o roteiro apresentado aos visitantes e membros da cidade, foi capaz de evidenciar as principais dimensões da experiência, fato que nos remete a perceber que o atual trabalho conseguiu atingir seus objetivos, que foi demonstrar como as experiências podem ser um elemento inovador nos roteiros turísticos, o quanto tem se tornado importante à formulação de roteiros que contemplem as experiências como forma de gerar novos conhecimentos, novas vivências e uma verdadeira imersão do visitante no roteiro.

Quanto ao Guia de Turismo, concluímos que profissional tem um papel de suma importância como facilitador e mediador no passeio, pois seu conhecimento apresentado sobre a história, a geografia, a cultura local, transmitidos aos participantes pode contribuir para a percepção de experiência memorável acerca do patrimônio cultural visitado durante o passeio. Neste entendimento, o guia de turismo, como condutor do passeio e morador local, ao desenvolver o sentimento de pertencimento pela sua cidade, pode ser um turista cidadão, levando aos turistas, reflexões acerca da identidade local e proporcionando uma imersão nas particularidades do roteiro pré estabelecido.

Concluímos que tivemos vários pontos positivos e alguns pontos negativos, extraídos através da análise dos questionários aplicados aos participantes e da observação da autora, acompanhante do passeio e formuladora dos questionamentos aplicados.

Prontos positivos:

- Diversidade na apresentação da cultura local, no passeio;
- Contato diferenciado com as pessoas que ali habitam e trabalham;
- Participação do grupo em situações corriqueiras da cidade;
- Entendimento sobre a ressignificação dada ao Patrimônio Cultural;
- Apresentação de um produto diferenciado com vivência de novas experiências;
- Contato com a paisagem e para os participantes moradores da cidade a sensação de pertencimento, antes não percebida;
- O trabalho do guia de turismo foi fundamental e ressaltado durante as respostas dos questionários;
- Todas as dimensões da experiência foram percebidas durante o passeio.

Pontos negativos

- Durante o passeio foi falado sobre a falta de preservação de alguns prédios históricos;
- Por certas vezes a limpeza do local foi questionada, atos de vandalismo foram observados;
- Por ser um local de grande diversidade de pessoas, a presença de possíveis usuários de drogas, levou algum temor aos participantes;
- A falta de banheiros públicos foi muito questionada;
- Por ser uma cidade tropical, o calor foi um ponto muito evidenciado, bem como, o relevo, subidas e descidas íngremes;
- Questionamentos sobre acessibilidade; existem pontos sem a devida sinalização, sem rampas e pisos táteis.

Sugerimos algumas soluções para os problemas citados

- Programas de revitalização devem ser constantes, temos alguns projetos que funcionam atualmente, denominado “adote um casarão”, “Programa de Revitalização do Centro Histórico” e “Nosso Centro”, estes por sua vez atentem a situações pontuais e que devem ser expandidos;
- A empresa de coleta de resíduos deve ser mais efetiva, bem como o aumento das rondas policiais, que diminuiriam os atos de vandalismo e dos possíveis usuários de drogas ilícitas;
- A atividade turística tem que estar alinhada às políticas públicas, trazendo a união de iniciativa privada e setor público, para potencializar ações de melhoria

estrutural, que melhoraria a questão de acessibilidade, banheiros públicos e demais equipamentos necessários ao bom funcionamento do setor turístico.

Concluímos então que a experiência, bem como a memória, são fatos individuais e subjetivos do indivíduo, portanto uma experiência única e diferenciada de cada um. Desse modo, o roteiro foi capaz de remeter as memórias involuntárias, sensações de sabores, cheiros, percepção visual e a própria ressignificação do patrimônio cultural, afloram memórias, capazes de subjetivar as experiências vividas com o passeio.

Apesar de termos já alguns trabalhos publicados acerca das experiências, este trabalho vem evidenciar a importância do tema e provocar leitores, pesquisadores, professores e acadêmicos de turismo a explorar esse tema tão relevante à comunidade científica e à sociedade comum.

REFERÊNCIAS

- ANSARAH, M. Teoria Geral do Turismo. In: Ansarah, M. (Org.). **Turismo: como aprender, como ensinar**. São Paulo: Senac 2001. v. 2.
- AROEIRA, T.; DANTAS, A. C.; GOSLING, M. de S. Experiência turística memorável, percepção cognitiva, reputação e lealdade ao destino: um modelo empírico. **Revista Turismo Visão Ação**, Balneário Camboriú, v. 18, n.3, p. 587-619, set./dez. 2016. Disponível em: www.univali.br/periódicos. Acesso: 22 de set. 2021.
- ASSUNÇÃO, P.R. **Educação Patrimonial em São Luís**: estudo sobre a atuação dos órgãos responsáveis pela preservação do patrimônio cultural de São Luís. 2007. 73 f. Trabalho de conclusão de curso (Bacharelado em Turismo) – Universidade Federal do Maranhão, Curso de Turismo, 2007.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2016. 225 p.
- BARRETO, M. **Turismo e legado cultural**: as possibilidades de planejamento. São Paulo: Papyrus, 2000.
- BAUMAN, Z. **Globalização**: as consequências humanas. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar ed, 1999.
- BENI, M.C. Política e planejamento do turismo no Brasil. São Paulo: Aleph, 2006.
- BENJAMIM, W. **Charles Baudelaire**: um lírico no auge do capitalismo. Trad. José Martins Barbosa, Hermeson Alves Baptista. São Paulo: Brasiliense, 1989. Obras escolhidas III.
- BENJAMIM, W. **Magia e técnica, arte e política**: ensaio sobre a literatura e história da cultura. Trad. Sérgio Paulo Rouanet. 8. ed. São Paulo: Brasiliense, 2012. Obras escolhidas.
- BOTELHO, Joan. **Conhecendo e debatendo a história do Maranhão**. São Luís: Gráfica e Editora Impacto, 2018. 452 p.
- BRASIL. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan. **Decreto nº 3.551, de 04 de agosto de 2000**. Institui o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial que Constituem Patrimônio Cultural Brasileiro; cria o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial e dá outras providências. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/legislacao>. Acesso em: 04 out. 2021.
- CAFETEIRA, E. **Reviver**. Brasília: Centro Gráfico Senac, 1994.
- CHAUÍ, Marilena. **Simulacro de poder**: uma análise da mídia. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.
- CARDOSO, A. A conquista do Maranhão e as disputas atlânticas na geopolítica da União Ibérica (1596-1626). **Revista Brasileira de História**, São Paulo, v. 31, n. 61, p. 317-338, 2011.

CHIAS, J. **Turismo, o negócio da felicidade**: desenvolvimento e marketing turístico de países, regiões, lugares e cidades. Trad. Sandra Valenzuela . São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2007.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa qualitativa em ciências humanas e sociais**. Petrópolis: Vozes, 2006.

CHOAY, Françoise. **A alegoria do patrimônio**. São Paulo: Ed. UNESP, 2006.

CHRISTOPHER, Martin. **O marketing da logística**. São Paulo: Editora Futura, 1999.

COSTA, Flávia Roberta. **Turismo e patrimônio cultural**: interpretação e qualificação. São Paulo: Editora Sesc SP, 2009
CAMELÔ, J. C. P. **Fachada da inserção**: a saga da civilidade em São Luís do Maranhão. São Luís: Café e Lápis; Editora UEMA, 2012.

D'ALESSIO, M. M. Metamorfoses do patrimônio: o papel do historiador. **Revista do Patrimônio histórico e Artístico Nacional**, Brasília, DF, n. 34, 2011. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Numero%2034.pdf>. Acesso em: 2 dez. 2021.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo**: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003b.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia do turismo**. São Paulo: Atlas, 2003.

EMBRATUR. **Plano nacional do turismo**. EMBRATUR: Brasília, DF, 1992 /1999.

FONSECA, Maria Cecília Londres. **Para além da pedra e cal**: por uma concepção ampla de patrimônio cultural. In: ABREU, Regina; CHAGAS, Mario. (Org.). **Memória e patrimônio**. Paulo: Aleph, 2007.

FONSECA, Maria Cecília Londres. **Patrimônio em processo**: trajetória da política federal da preservação no Brasil. Rio de Janeiro: UFRJ/MINC/IPHAN, 1997.

FONTANELLA, B. J. B.; RICAS, J.; TURATO, E. R. Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. **Cad. Saúde Pública**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 1, p. 17 a 27, jan. 2008

FUNARI, Pedro Paulo Abreu; PELEGRINI, Sandra C. A. **Patrimônio histórico e cultural**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

FUSTER, F. **Introdução à técnica e teoria del turismo**. 4 ed. Madrid: Nacional, 1974.

GAETA, Cecília. Turismo de experiência e novas demandas de formação profissional. In: PANOSSO NETTO, Alexandre; GAETA, Cecília (Orgs). **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010. p. 133 a 149.

GASTAL, S. O produto cidade: caminhos da cultura, caminhos de turismo. In: CASTROCIOVANNI, Antônio Carlos (org.). **Turismo Urbano**. 2. Ed. São Paulo: Contexto, 2001. P. 33 a 41.

GASTAL, S.; MOESCH, M. **Turismo, políticas públicas e cidadania**. São Rio de Janeiro: DP&A, 2017.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOLDNER, C.s R.; RITCHIE, J. R. Brent; MCINTOSH, R. W. **Turismo: princípios, práticas e filosofia**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

GUEDES, K. Patrimônio Cultural da Humanidade e os discursos de preservação do patrimônio. In: CRUZ, Monica da Silva; CUTRIM, Ilza Galvão; CABRAL, Luís Rodolfo (Orgs). **Discursos, sujeitos e sentidos: perspectivas indenitárias**. Curitiba, PR:CRV, 2014.

GUEDES. K. D. C. **Políticas de preservação do centro histórico de São Luís**. Recife, 2001.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. Tradução de Beatriz Sidou. 2. ed. São Paulo: Centauro, 2013.

HELDER, R. R. **Como fazer análise documental**. Porto: Universidade de Algarve, 2006.

HORTA, Maria de Lourdes Parreiras; GRUNBERG, Evelina, MONTEIRO, Adriane Queiroz. Guia Básico de Educação Patrimonial. Brasília: Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Museu Imperial. 1999. 69 p.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL. **Carta de Atenas**. Rio de Janeiro: IPHAN, 1931a. 6 p. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Carta%20de%20Atenas%201931.pdf>. Acesso em: 18 nov. 2021.

INSTITUTO MARCA BRASIL. **Tour da experiência**: cartilha completa. Brasília: Ministério do Turismo e SEBRAE, 2010. Disponível em: [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/1EE6F1AEAFAAAEA183257801005E2093/\\$File/NT000452EA.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/1EE6F1AEAFAAAEA183257801005E2093/$File/NT000452EA.pdf). Acesso em: 4 nov. 2021.

KOTLER, Philip. **Administração de marketing**: a edição do novo milênio. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do lazer e das viagens. São Paulo: Aleph, 2001.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. Impactos Socioeconomicos globais do Turismo. In: LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo Cesar (Org.). **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000, p. 117 a 131.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Trad. Bernardo Leitão et al. Campinas, SP; Editora da UNICAMP, 1990.

LOPES, J. A. V. **Capital moderna e cidade colonial**: o pensamento preservacionista na história do urbanismo ludovicense. 2004. 192 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Urbano) – Universidade federal de Pernambuco, Recife, 2004.

LACROIX, M. de Lourdes Lauande. **A fundação francesa de São Luís e seus mitos**. São Luís. EdUfma, 2004.

MTUR. **Ministério do Turismo**. 2011. Disponível em: www.Turismo.gov.br. Acesso em: 12 jun. 2020.

MARUJO, N. Turismo, turistas e experiências: abordagens teóricas. **Revista Turydes: Turismo y Desarrollo**, n. 20, jun. 2016. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/turistas.htm/> Acesso: 23 mar. 2021.

MARCONI, M. de A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 310 p.

MEINERZ, Andréia. **Concepção de experiência em Walter Benjamim**. Porto Alegre, 2008. 81f. Dissertação (Mestrado em Filosofia) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.

NORA, P. Entre memória e história: a problemática dos lugares. **Revista Projeto História**, São Paulo, v. 10, dez. 1993. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/viewFile/12101/8763>. Acesso em: 2 fev. 2021.

NORA, P; LE GOFF, J. **Novas abordagens**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1995.

OH, H., FIORE, A. M; JEOUNG, M. Measuring experience economy concepts: tourism applications. **Journal of Travel Research**, 46 (November), pp. 119-132, 2007.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA. Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial: Paris, 17 de outubro de 1972. Brasília, DF: UNESCO, 1972. 17 p.

OMT. Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao Turismo**. Tradução Dolores Martin Rodriguez Córner. São Paulo: Roca, 2001.

OBSERVATÓRIO DO TURISMO. Disponível em: <https://www.ma.gov.br/agenciadenoticias/observatorio-do-turismo>. Acesso em: 22 out. 2021.

PANOSSO NETTO, A. **Sobre a construção de conhecimento em turismo**. Ensaio apresentado na aula magna do Curso de pós-graduação em Turismo na Universidade Federal do Rio Grande do Norte. p. 9-11. 2010.

PANOSSO NETTO, A. **Filosofia do turismo: teoria e epistemologia**. São Paulo: ALEPH, 2005.

PANOSSO NETTO, A.; GAETA, C. **Turismo da experiência**. São Paulo: SENAC, 2010.

PELEGRINI, Sandra C. A. **Patrimônio Cultural: consciência e preservação**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

PELLEGRINI, A. **Ecologia, cultura e turismo**. Campinas: Papirus, 1997.

PINE II, B. J. GILMORE, J. H. **O espetáculo dos negócios: the experience economy**. Trad. Maria Jose Cyhlar Monteiro. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

POULOT, D. A razão patrimonial na Europa do século XVIII ao XXI. **Revista do patrimônio histórico e Artístico Nacional**, Brasília, n. 34, p. 27-42, 2012. Disponível em:

<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Numero%2034.pdf>. Acesso em: 2 dez. 2021.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho científico**. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013. 277 p.

RUSCHMANN, D. V. de M. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas: Papirus, 1997.

SANTOS, D. S. **As experiências nos lugares turísticos: um olhar sobre os projetos Quarta do Tambor de Crioula e Pôr do Sol no Palácio**. 2020. 114 f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade/CCH) - Universidade Federal do Maranhão, São Luís, 2020.

SILVA, João Gabriel da. **O castelo da experiência: Walter Benjamin e a literatura medieval**. 2012. 168 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Universidade Federal do Fluminense, Rio de Janeiro, 2012.

SCHWARCZ, L. M. **O Espetáculo das Raças: cientistas, instituições e questão racial no Brasil 1870-1930**. 9. reimp. São Paulo: Companhia das Letras, 2012. 268 p.

SOARES, T. C. **Características do turismo de experiência: estudo de caso em Belo Horizonte e Sabará sobre inovação e diversidade na valorização dos clientes**. Belo Horizonte, 2009. 99f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo) – Universidade Federal de Minas Gerais, 2009.

SANTOS, Milton. **O espaço do Cidadão**. 7. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2007.

SCHWARCZ, L.M. Nacionalidade e patrimônio: o segundo Reinado brasileiro e seu modelo tropical exótico. **Revista do patrimônio histórico e Artístico Nacional**, Brasília, DF, n. 34, p. 337-59. 2011. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Numero%2034.pdf>. Acesso em: 2 dez. 2021.

TRIGO, L. G. G. A viagem como experiência significativa. In: PANOSSO NETTO, A.; GAETA, C. (Orgs). **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac, 2010. p. 21 a 41.

TRIGUEIRO, R. de M. et al. **Metodologia científica**. Londrina: Editora e Distribuidora Educacional, 2014. 184 p.

TUAN, Yi-Fu. **Espaço e lugar: a perspectiva da experiência**. Trad. Livia de Oliveira. Londrina: Eduel, 2013.

TURNER, V. W. Dewey, Dilthey, and Drama: an essay in the anthropology of experience. In: TURNER, V. W.; BRUNER, E. M. (Eds.). **Anthropology of Experience**. Urbana and Chicago: University of Illinois Press, 1986. p. 33-44.

URRY, J. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel: Sesc, 2001.

VAZ, G. N. **Marketing do turista:** receptivo e emissivo: um roteiro estratégico para projetos mercadológicos públicos e privados. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2001.

APÊNDICES



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO PRÓ-
REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR EM CULTURA E SOCIEDADE

APÊNDICE A – TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Caro (a)

Estou realizando uma pesquisa de Mestrado intitulada **AS EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS NO PATRIMÔNIO CULTURAL**: uma análise do Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís, cujo objetivo geral analisar se as dimensões da experiência turística estão representadas no roteiro Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís, a partir da percepção vivenciada pelos “participantes” e/ou “turistas”. A Pesquisa conta com a orientação da Prof.^a Dr^a Kláutenys Dellene Guedes Cutrim.

Sua participação nessa pesquisa é uma opção, você pode não aceitar participar ou desistir em qualquer fase da mesma, a qualquer momento, sob qualquer condição, sem nenhuma penalização ou prejuízo em sua relação com a pesquisadora, com a UFMA ou qualquer outra instituição envolvida.

Vale ressaltar que não há compensação financeira relacionada à sua participação, pois esta pesquisa será desenvolvida sem nenhum orçamento lucrativo. Os riscos relacionados com sua participação na pesquisa estão relacionados à aplicação dos questionários e entrevistas e poderão ser: invasão de privacidade; divulgação de dados confidenciais que são registrados no TCLE; cansaço ao responder as entrevistas e questionários, constrangimento ao se expor durante a realização da pesquisa; alterações de humor e de comportamento em função de reflexões sobre o tema da pesquisa, porém, você pode não responder ou não querer mais participar da pesquisa sem nenhum tipo de prejuízo e/ou implicações a você, à Pesquisa e à UFMA. Contudo, o desenvolvimento deste estudo ocorrerá de forma adequada, visando minimizar a ocorrência de tal desconforto, contando com a formação teórico-prática da pesquisadora na área.

Quanto aos riscos físicos, não haverá possibilidades de ocorrer, visto que a coleta de dados ocorrerá em espaços seguros, dentro da universidade e/ou caso se faça necessário, por

meio virtual. Você terá como benefício direto, além do recebimento de maiores esclarecimentos e de conhecimentos sobre a pesquisa, ser agente contribuinte para ampliar as discussões sobre o tema, bem como as ações institucionais da universidade a que pertence.

Será garantido a você, caso se faça necessário, o ressarcimento das despesas geradas ao vir participar da pesquisa, assim como o direito à garantia de assistência e de indenização, no caso de eventuais danos decorrentes da pesquisa.

Caso aceite gostaria que soubesse que será realizada coleta de dados por meio de aplicação de um questionário misto. Os resultados serão utilizados exclusivamente para fins científicos, como divulgação em revistas e congressos, em que sua identidade será preservada. Logo, os produtos da pesquisa serão divulgados com o suporte do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PGCult), Mestrado Interdisciplinar, da Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

Você receberá uma via deste termo rubricada em todas as suas paginas e assinadas, ao seu termino por ambas as partes, onde consta o telefone e o endereço eletrônico da pesquisadora principal, podendo tirar suas dúvidas sobre o projeto e sua participação, agora ou a qualquer momento. Agradeço sua participação e me coloco à disposição para maiores esclarecimentos através do e-mail concilenecampos@yahoo.com.br ou (98) 988594682 – Concilene Régia Nascimento Campos de Carvalho Mestranda em Cultura e Sociedade pelo PGCULT da UFMA.

O Comitê de Ética em Pesquisa envolvendo seres humanos CEP/UFMA, poderá ser contatado para apresentar recursos ou reclamações em relação à pesquisa pelo e-mail: cepufma@ufma.br. Telefone: 3272-8708. Endereço: Avenida dos Portugueses, 1966 CEB Velho, Bloco C, Sala 7, Comitê de Ética. UF: MA **Município:** SAO LUIS. CEP: 65.080-040.

CASO AINDA TENHA DÚVIDAS A RESPEITO, NÃO ASSINE ESTE TERMO

CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO.

Tendo em vista os itens acima apresentados, eu, de forma livre e esclarecida, manifesto meu consentimento em participar voluntariamente da pesquisa. Declaro que recebi cópia deste termo de consentimento, e autorizo a realização da pesquisa e a divulgação dos dados obtidos neste estudo.

São Luís, 06 de outubro de 2021.

Assinatura do Participante da Pesquisa

CONCILENE RÉGIA NASCIMENTO CAMPOS DE CARVALHO
Pesquisadora Responsável



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO PRÓ-
REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR EM CULTURA E SOCIEDADE

APÊNDICE B – QUESTIONÁRIOS DOS PARTICIPANTES

Esta entrevista faz parte da pesquisa de Mestrado intitulada “**AS EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS NO PATRIMÔNIO CULTURAL:** uma análise do Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís” de autoria de Concilene Régia Nascimento Campos de Carvalho e sob orientação da Prof^a. Dr^a. Klautenys Dellene Guedes Cutrim do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PGCult-UFMA).

A pesquisa tem por objetivo geral: analisar se as dimensões da experiência turística estão representadas no roteiro Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís, a partir da percepção vivenciada pelos “participantes” e/ou “turistas”.

Desde já agradecemos sua contribuição e disponibilidade em respondê-lo.

IDENTIFICAÇÃO
PROCEDÊNCIA: ☐ Local ☐ Turista
SEXO: ☐ Masculino ☐ Feminino ☐ Outro

NOÇÕES DE EXPERIÊNCIA
1. Conhecia o Centro Histórico de São Luís? 2. O que achou do Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís? 3. Proporcionou novos conhecimentos sobre o Patrimônio Cultural da cidade? 4. Quais as sensações este local lhe proporciona? 5. De alguma forma, este passeio lhe ajuda a fugir da rotina? 6. O que achou deste local, do ambiente? 7. Este passeio para você pode ser considerado algo memorável?



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO PRÓ-
REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR EM CULTURA E SOCIEDADE

APÊNDICE C - ROTEIRO DA ENTREVISTA – GESTOR DA SETUR SLZ

Esta entrevista faz parte da pesquisa de Mestrado intitulada “**AS EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS NO PATRIMÔNIO CULTURAL**: uma análise do Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís” de autoria de Concilene Régia Nascimento Campos de Carvalho e sob orientação da Prof^a. Dr^a. Klautenys Dellene Guedes Cutrim do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PGCult-UFMA).

A pesquisa tem por objetivo geral: analisar se as dimensões da experiência turística estão representadas no roteiro Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís, a partir da percepção vivenciada pelos “participantes” e/ou “turistas”.

Desde já agradecemos sua contribuição e disponibilidade em respondê-lo.

8. Quanto tempo está como gestor da SETUR SÃO LUÍS?
9. Na sua opinião o patrimônio e a memória são elementos basilares para a experiência turística na dinâmica do passeio a pé no Centro Histórico da cidade?
Comente.
10. No que se refere aos resultados trazidos pela realização desse passeio, o que pode ser afirmado nos âmbitos da cultura, do turismo e da gestão pública?
11. Considera a experiência como um elemento inovador no passeio a pé no Centro Histórico?
12. As ações estratégias de marketing da SETUR aplica a ideia do turismo de experiência como diferencial para formatar e comercializar seus produtos turísticos como forma de aumentar o tempo de permanência dos turistas na cidade?
13. Qual o público alvo desse passeio?

14. Quais os meios de divulgação desse passeio pela SETUR? 15. Acredita que o Passeio a Pé no Centro Histórico da cidade pode formar cidadãos conscientes de sua identidade? O morador “Turista cidadão”? Comente. 16. Qual a contribuição da SETUR para que o passeio a pé possa ser considerado algo memorável para os participantes? 17. Na sua opinião, qual o papel do Guia de Turismo e das operadoras para que a experiência dos turistas seja potencializada na execução desse passeio?

18. Dos princípios abaixo, quais são priorizados na execução do passeio, por ordem de prioridade, sendo o numero 1 o mais priorizado e o numero 5 de prioridade menor?

Princípios	1	2	3	4	5
Entretenimento					
Escapismo					
Estética					
Conhecimento/Aprendizagem					

13. No processo de criação dos passeios culturais realizado pela SETUR no centro histórico, de alguma forma foi pensado na experiência que este podia proporcionar aos seus participantes? Em caso de resposta positiva, de que forma?

14. Existe alguma prática “comum” das operadoras, gestores e Guias de Turismo, para que a “experiência” seja de fato positiva favorecendo as dimensões culturais e patrimoniais durante a realização do passeio?



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO PRÓ-
REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR EM CULTURA E SOCIEDADE

APÊNDICE D - ROTEIRO DA ENTREVISTA – AGENTE DE TURISMO RECEPTIVO

Esta entrevista faz parte da pesquisa de Mestrado intitulada “**AS EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS NO PATRIMÔNIO CULTURAL**: uma análise do Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís” de autoria de Concilene Régia Nascimento Campos de Carvalho e sob orientação da Prof^a. Dr^a. Klautenys Dellene Guedes Cutrim do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PGCult-UFMA).

A pesquisa tem por objetivo geral: analisar se as dimensões da experiência turística estão representadas no roteiro Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís, a partir da percepção vivenciada pelos “participantes” e/ou “turistas”. Desde já agradecemos sua contribuição e disponibilidade em respondê-lo.

EXPERIÊNCIA TURÍSTICA
1. Quanto tempo e de que forma a agencia de turismo opera e comercializa o passeio a pé no Centro Histórico de São Luís? 2. Qual o roteiro que a agencia mais executa no “Passeio a pé no Centro Histórico de São Luís”? 3. Durante a criação do roteiro foi pensado nas dimensões da experiência turística? 4. Sobre a experiência no Centro Histórico: 5. O produto passeio a pé no Centro Histórico de São Luís faz com que o turista consiga se desligar do cotidiano? 6. O produto proporciona entretenimento? 7. O produto gera possibilidades de aprendizagem? 8. O produto promove momentos de contemplação?

9. O passeio proporciona novos conhecimentos sobre o Patrimônio Cultural da cidade?
10. As ações estratégias de marketing da agencia, aplica a ideia do turismo de experiência como diferencial para formatar e comercializar seu produto turístico como forma de aumentar o tempo de permanência dos turistas na cidade?

11. Dos princípios abaixo, quais são priorizados na execução do passeio, por ordem de prioridade, sendo o numero 1 o mais priorizado e o numero 5 de prioridade menor?

Princípios	1	2	3	4	5
Entretenimento					
Escapismo					
Estética					
Conhecimento/Aprendizagem					

12. Existe um padrão já estabelecido de roteiro a pé no centro histórico ?
13. Em sua opinião, qual o papel fundamental do Guia de Turismo na execução do passeio?
14. Existe alguma prática “comum” estabelecida pela agencia para que o Guias de Turismo execute durante o passeio pé onde a “experiência” seja de fato positiva favorecendo a experiência turística do turista?



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO PRÓ-
REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR EM CULTURA E SOCIEDADE

APÊNDICE E - ROTEIRO DA ENTREVISTA – GUIA DE TURISMO

Esta entrevista faz parte da pesquisa de Mestrado intitulada “**AS EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS NO PATRIMÔNIO CULTURAL:** uma análise do Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís” de autoria de Concilene Régia Nascimento Campos de Carvalho e sob orientação da Prof^a. Dr^a. Klautenys Dellene Guedes Cutrim do Programa de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (PGCult-UFMA).

A pesquisa tem por objetivo geral: analisar se as dimensões da experiência turística estão representadas no roteiro Passeio a Pé no Centro Histórico de São Luís, a partir da percepção vivenciada pelos “participantes” e/ou “turistas”.

Desde já agradecemos sua contribuição e disponibilidade em respondê-lo.

NOÇÕES DE EXPERIÊNCIA
1. Quantos anos você é Guia de Turismo? 2. Qual o roteiro que você executa no “Passeio a pé no Centro Histórico de São Luís”? 3. Qual o público alvo desse passeio? 4. Como a experiência dos turistas é potencializada na execução desse roteiro? 5. Você utiliza a técnica da interpretação do patrimônio cultural como instrumento para se comunicar com os participantes? 6. Durante o passeio – nas paradas, como você mobiliza a memória, a questão visual, audição, olfato e tato do público? 7. Você estimula a curiosidade do visitante, encorajando a exploração mais

aprofundada do que está sendo interpretado?

8. Como acontece a interação do público?
9. Você adota uma abordagem abrangente, ligando os temas do passado, presente e do futuro, realçando a dimensão experiência, ao lado das dimensões históricas, culturais e arquitetônicas?
10. Você destaca a diversidade, especificidades e pluralidade culturais da cidade?
11. Como guia de turismo o que você faz para o passeio ser único? Ou algo memorável para o público?
12. O passeio proporciona novos conhecimentos sobre o Patrimônio Cultural da cidade?

13. Dos princípios abaixo, quais são priorizados na execução do passeio, por ordem de prioridade, sendo o número 1 o mais priorizado e o número 5 de prioridade menor?

Princípios	1	2	3	4	5
Entretenimento					
Escapismo					
Estética					
Conhecimento/Aprendizagem					

14. No processo de execução desse passeio de alguma forma foi pensado na experiência que este podia proporcionar aos seus participantes? Em caso de resposta positiva, de que forma?

15. Você se considera o Guia de Turismo Cidadão?



UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO PRÓ-
REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E SOCIEDADE
MESTRADO INTERDISCIPLINAR EM CULTURA E SOCIEDADE

APÊNDICE F - ROTEIRO DE OBSERVAÇÃO SISTEMÁTICA

DIA DA VISITA

HORÁRIO

PÚBLICO ALVO

QUANTIDADE DE PESSOAS

TIPO DE ATIVIDADE

ÁREAS TEMÁTICAS

OBSERVAÇÃO

COMPORTAMENTOS/ATITUDES SIM NÃO

Educação

Atenção

Participativos

Observadores

Curiosos

Interessados

Interação

CATEGORIAS OBSERVADAS

Atividade desenvolvida:

Quem é o guia de turismo:

De que forma o passeio se desenrola:

Qual a atmosfera do passeio:

Quais as dimensões da experiência estão representadas no passeio:

Estratégias, técnicas do guia de turismo para o passeio ser único:

Acessibilidade:

Espaços visitados:

Divulgação dos passeios:
Avaliação: