

Paisagem preservada: intervenções turísticas na Feira da Praia Grande em São Luís - Maranhão - Brasil

Landscape preserved: tourism interventions at the Feira da Praia Grande in São Luís - Maranhão - Brazil

Gisele Polanski França da Silva

Universidade Federal do Maranhão, Brasil
giselepolanskifs@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6682-6065>

Saulo Ribeiro dos Santos

Universidade Estadual do Maranhão, Brasil
saulosantosma@uol.com.br
<https://orcid.org/0000-0002-6596-0016>

Ivan Rêgo Aragão

Universidade Tiradentes, Brasil
ivan_culturaeturismo@hotmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0728-4002>

Artigo recebido a 23 de fevereiro de 2020 e aprovado a 22 de dezembro de 2020

Resumo

O presente texto tem como objeto de estudo a Feira da Praia Grande (situa-se no centro histórico de São Luís, Maranhão, Brasil), relevante edificação comercial do século XVIII. Esta pesquisa objetivou verificar as percepções de moradores, comerciantes e turistas em relação à paisagem urbana da Feira da Praia Grande. A metodologia utilizada na pesquisa detém caráter qualitativo e quantitativo. Foram realizadas pesquisas bibliográficas, documentais e de campo com aplicação de questionário aos moradores, turistas e feirantes em busca de entender a relação dos usuários com a paisagem da Feira da Praia Grande. Os principais resultados possibilitaram reconhecer que a Feira da Praia Grande é considerada um patrimônio material e imaterial consumido pela atividade turística.

Palavras-chave: paisagem urbana, turismo, Feira da Praia Grande, São Luís.

Abstract

The present text has as object of study the Praia Grande Fair (located in the historical center of São Luís, Maranhão, Brazil), relevant commercial building of the eighteenth century. This research aimed to verify the perceptions of residents, merchants and tourists in relation to the urban landscape of Feira da Praia Grande. The methodology used in the research has a qualitative and quantitative character. Bibliographic, documentary and field research were carried out with the application of a questionnaire to residents, tourists and fairgrounds in search of understanding the relationship of users with the landscape of The Praia Grande Fair. The main results made it possible to recognize that the Praia Grande Fair is considered a material and intangible heritage consumed by tourist activity.

Keywords: urban landscap, tourism, Praia Grande Fair, São Luís.

1. Introdução

As cidades, ao longo do tempo, tornaram-se a expressão máxima do espaço humanizado (Carlos,

Souza, & Sposito, 2011). Os centros urbanos antigos possuem na sua historicidade vinculada aos saberes populares, um elo constituinte de identidade, proporcionando à paisagem urbana uma característica peculiar, da qual o turismo apropria-se como produto

turístico (Boullón, 2002). Além disso, a paisagem é a primeira instância do contato do indivíduo com o lugar visitado, estando, portanto, no centro da atratividade dos lugares para o turismo (Santos, 2015).

No âmbito cultural em que a cidade se forma, os termos paisagem e patrimônio sofreram ampliações. Essas novas categorias de análise - paisagem e patrimônio cultural - foram acrescentadas, de modo a contextualizar não somente os bens tangíveis e visíveis, mas também, os elementos intangíveis. Por isso, a paisagem pode ser utilizada como recurso turístico devido ao conteúdo simbólico nela contida (Zárate Martín, 2012).

O presente artigo elegeu como objeto de estudo a Feira da Praia Grande, relevante construção comercial do cenário econômico maranhense durante o século XVIII, com comercialização voltada, principalmente, para o segmento agrícola. Esse antigo espaço para venda de produtos locais situa-se no bairro da Praia Grande, mais precisamente no centro histórico de São Luís-Maranhão-Brasil. Todo o conjunto arquitetônico se encontra em uma área de proteção a nível internacional, visto que o lugar de pesquisa do presente artigo foi cancelado em 1997 pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) como Patrimônio Cultural da Humanidade (Machado & Braga, 2010). As primeiras modificações paisagísticas no centro histórico tiveram iniciativa popular, principalmente dos feirantes, entre os anos de 1980 e 1982, evidenciando seu caráter social (Noronha, 2015).

Tendo como referência o relatório final apresentado ao Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica - PIBIC, na Universidade Federal do Maranhão em 2017, o estudo em questão objetivou: a) avaliar as intervenções da atividade turística (políticas públicas de preservação e de turismo) em áreas históricas, em relação à paisagem urbana da Feira da Praia Grande em São Luís, Maranhão; b) caracterizar a área histórica, com destaque para os objetos com interesse para a preservação da memória coletiva; c) interpretar, de forma integrada, as políticas de turismo existentes para o local em relação às suas paisagens preservadas e às políticas de requalificação urbanística e paisagística da área em questão; e analisar as interferências da atividade turística nas condições da paisagem do espaço estudado (Feira da Praia Grande).

Para embasamento teórico, a pesquisa bibliográfica se apoiou nas reflexões sobre paisagem, patrimônio e turismo. Foram realizadas pesquisas em livros, artigos científicos, sítios da internet, relatórios acadêmicos, revistas, arquivos e documentos institucionais. Posteriormente ao aporte teórico, houve a necessidade de trabalho de campo com aplicação de questionário estruturado aos moradores, turistas e feirantes em busca de uma perspectiva sobre a qualidade paisagística da Feira da Praia Grande.

2. Métodos e Técnicas Aplicadas

A Feira da Praia Grande está inserida no contexto histórico comercial vivenciado no Maranhão no final do século XVIII. Todo o seu conjunto arquitetônico pertence a uma área de proteção a nível internacional, nacional e estadual, respectivamente protegidos pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) e Departamento de Patrimônio Histórico Artístico e Paisagístico do Maranhão (DPHAPMA), visando uma nova reconstituição para esse patrimônio e revitalização da área ao entorno.

Para alcançar os objetivos, esta pesquisa apoiou-se em duas etapas, a saber: 1 - sistematização teórica sobre paisagem urbana, patrimônio histórico e turismo urbano; 2 - diagnóstico dos princípios teóricos e das experiências empíricas. A primeira etapa dividiu-se nos princípios teóricos, compreendendo conceitos comumente abordados na literatura brasileira em relação aos temas específicos nas áreas de paisagem, patrimônio e turismo urbano, utilizando-se do método exploratório, visto que foi realizada em área na qual há pouco conhecimento acumulado e sistematizado, e descritivo, pois expõe características de determinada população ou determinado fenômeno (Vergara, 2004).

Efetuada por meio da pesquisa bibliográfica e documental, de acordo com Gil (2006, p. 48), a primeira “é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”, já a documental se vale “de materiais que não receberam ainda, um tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa” (Gil, 2006, p. 51). Nesta pesquisa realizou-se consulta em livros,

artigos científicos, sítios da internet, relatórios acadêmicos, revistas, arquivos e documentos institucionais internacionais (UNESCO), federais (IPHAN), estaduais (Secretaria Estadual de Cultura e Turismo do Maranhão e Departamento de Patrimônio Histórico, Artístico e Paisagístico do Maranhão) e municipais (Instituto Municipal da Paisagem Urbana - IMPU; Secretaria Municipal de Turismo - SETURSLZ; Secretaria Municipal de Cultura - SMC; e Fundação Municipal do Patrimônio Histórico - FMPH), dentre outras.

Esta primeira fase das leituras, proporcionou um maior entendimento sobre os estudos teóricos vinculados à paisagem, patrimônio e turismo, e, dessa forma, permitiu aprofundar as abordagens acerca do objeto de pesquisa e ampliação do seu conhecimento específico (Gil, 2006). As experiências empíricas resultaram na delimitação da Feira da Praia Grande como local a ser estudado, assim como, o levantamento dos produtos comercializados.

A segunda etapa foi destinada à análise das interferências da atividade turística na paisagem urbana da área selecionada e à qualidade paisagística. Nessa fase da pesquisa, identificaram-se os elementos da paisagem que sofreram intervenções urbanísticas e turísticas voltadas à sua revitalização, especialmente para a formatação da Feira da Praia Grande como produto turístico. O método descritivo e analítico, possibilitou a leitura dos planos de turismo existentes para o local de estudo em relação às suas paisagens preservadas, bem como projetos de requalificação urbanística das áreas em questão. Nessa parte da pesquisa bibliográfica, as leituras foram realizadas sob a ótica da análise F.O.F.A. (forças, oportunidades, fraquezas e ameaças).

Na pesquisa de campo, com abordagem qualitativa, as interpretações dos observadores de cena foram individuais e quantitativas, porém subjetivas, onde buscou-se analisar as opiniões e informações por meio de números (Gil, 2006). Na pesquisa *in loco*, foi possível obter um total de 81 entrevistas por meio da aplicação de questionário fechado elaborado na plataforma online *Google Forms*. A aplicação deu-se nos meses de abril, maio, junho e julho de 2017, nos turnos matutino e vespertino, com público alvo de residentes, turistas e feirantes. Foram realizados registros fotográficos a fim de documentar o local objeto da pesquisa.

O roteiro utilizado no questionário constituiu-se por etapas voltadas para o perfil do entrevistado (gênero, procedência, idade, grau de escolaridade

e profissão). No caso dos turistas, pretendeu-se saber em qual período do ano visitaram São Luís, quando e quantos dias permaneceram na cidade, como avaliaram a paisagem da feira por meio de dois conjuntos de imagens semelhantes, validando pela indicação de classes de qualidade (muito ruim, ruim, boa e muito boa).

Para tanto foi de fundamental relevância delimitar a região a ser pesquisada, sendo escolhidos os seguintes limites: os quatro portões de acesso à Feira da Praia Grande e na parte interna, na Rua Portugal com a esquina da Rua da Estrela e desta até a Rua da Feira da Praia Grande, fechando novamente na esquina da Rua Djalma Dutra, no Centro Histórico de São Luís (Maranhão). A análise dessa pesquisa foi realizada a partir da interligação entre as informações obtidas na pesquisa bibliográfica e documental e dos dados colhidos através do questionário com a intenção de traçar um panorama dos conceitos com o local de estudo, a Feira da Praia Grande.

3. Análise das Condições Urbanas e Qualidade Paisagística da Feira da Praia Grande

Constantemente sendo atualizado, o termo paisagem está em constante transformação, e é objeto de estudo de diferentes áreas do conhecimento, sendo apresentado por autores como Andreotti (2012), Bonametti (2010), Cullen (2006), Hardt e Hardt (2006), Maderuelo (2010), Santos (2015).

Entende-se que a paisagem é indissociável da presença humana, em que as ações atribuídas em determinado local são relevantes para formação da paisagem como um todo, no qual deve existir a interação ser humano-natureza. Segundo Sautu (2005),

a percepção em termos de paisagem exige uma certa magnitude ou amplitude geográfica de apreciação e uma maior capacidade de abstração pelo observador. Tal significa a leitura de abordagem ou interação ser humano-natureza, onde cada cultura e condição desempenha de determinada maneira o seu papel. Então, pode-se perguntar qual é o modelo de interação que responde às paisagens de nossas cidades. (p.7)

Por isso, “o passado não é mais passado porque, por via da conexão psicológica, é sempre uma relação com o observador” (Andreotti, 2008, p. 97). A

dependência do objeto em relação ao sujeito (Boullón, 2002) é que determina, mediante seu próprio juízo, se o objeto possui ou não qualidades estéticas, uma vez que neste estudo, o patrimônio é o objeto e o sujeito é o observador, sendo necessário um encontro destes para que se estabeleça o conceito de paisagem.

A paisagem percebida no patrimônio (Figueiredo, 2008; Santos, 2015) apresenta-se de forma subjetiva, em que cada observador a compreende de forma singular, analisando-a individualmente de acordo com as experiências vividas, a partir da sua interação com esse espaço. Como salienta Castrogiovanni (2001),

sabe-se que este conjunto de símbolos, traços e signos, percebidos por olhares diversos, nem sempre são sentidos pela simbolização turística das pessoas. Tal situação também está atrelada aos estados emotivos de quem observa e, logicamente, também às bagagens culturais. Os múltiplos elementos interativos da paisagem apresentam-se em infinitos quadros nos quais as molduras são atribuídas às ações humanas, que representam as necessidades, os interesses, desejos e fantasias dos grupos sociais. (p. 133)

O patrimônio passa a ser considerado um local de múltiplas memórias (Funari, 2006; Oliveira, Anjos, & Leite, 2008), que na história de formação dos sítios urbanos, possuem heranças sociais e culturais interligadas com as paisagens. Além de retratar e reconfigurar novas práticas, como a atividades turísticas (Santos, 2015). A paisagem e o turismo estão intimamente ligados (Santos, 2015), pois a paisagem está relacionada com o lugar, com a identidade das pessoas

que “participam de forma ativa do processo de construção desta” (Dal Molin & Oliveira, 2008, p. 3).

A atividade turística é fomentada pelo desejo individual e/ou coletivo de conhecer um determinado destino com características culturais. É nesse contexto que o turismo consolida-se como um dos “objetos de consumo mais desejados da população desse novo século” (Campos, 2005, p. 26). Yázigi (2002, p. 135) complementa afirmando que “[...] a paisagem interessa antes a seus próprios habitantes e [...] só uma relação de estima deles com ela é que despertará o interesse de transeuntes, visitantes e turistas”.

Nessa vertente, afirma-se haver uma dependência entre patrimônio, paisagem e turismo, visto que as cidades são locais onde as pessoas circulam, trabalham, vivem e visitam, possuem atrativos arquitetônicos e serviços que fazem com que aumente a permanência dos turistas no local (Yázigi, 2002). Portanto, é necessário que haja uma valorização, tanto por parte dos moradores, administradores e turistas para com a paisagem detentora de um valor patrimonial, tendo em vista que esta passa a ser o principal atrativo turístico de determinada localidade. Desta forma, identificaram-se as forças, fraquezas, oportunidades e ameaças (matriz F.O.F.A.; Kotler & Keller, 2006), sistematizando-as numa ferramenta como apresentada no Quadro 1 abaixo que caracterizasse o estado atual (ano 2017) e facilitasse a análise dos cenários internos e externos da Feira da Praia Grande.

Nessa continuidade, a análise F.O.F.A. (Forças, Oportunidades, Fraquezas e Ameaças) da Feira,

Quadro 1

Análise F.O.F.A. da Feira da Praia Grande

Fatores internos		Fatores externos
FORÇAS		OPORTUNIDADES
Pontos Fortes	Diversidade cultural; Patrimônio; Produtos tipicamente maranhense; Preços acessíveis; Ambiente acolhedor; Integração em roteiros; Localização;	Captação de investimentos; Crescente valorização da diversidade cultural; Criação de uma marca para o local; Marketing cultural; Realização de eventos culturais; Crescimento do turismo cultural.
FRAQUEZAS		AMEAÇAS
Pontos Fracos	Ausência de sinalização turística; Ineficiência administrativa local; Pouca divulgação do local; Ausência de plano de turismo; Saneamento básico deficitário; Acessibilidade deficitária; Baixa qualificação profissional dos feirantes.	Sazonalidade turística; Falta de apoio governamental; Abandono e depredação do patrimônio cultural; Poluição sonora; Insegurança;

Fonte: Elaborada a partir das visitas *in loco* (2017).

permitiu identificar forças como a diversidade cultural, tanto dos aspectos materiais, quanto imateriais, uma vez que se nota a existência de diferentes pessoas com costumes e religiões próprias, além dos produtos expostos que são bastante variados. A Feira da Praia Grande, como já abordado anteriormente, situa-se em área de preservação a nível internacional, podendo ser considerado um património histórico e cultural. Ademais, os produtos comercializados na feira são tipicamente maranhenses, com preços acessíveis em conjunto com um ambiente acolhedor e familiar, possuem valores culturais que contribuem para o aumento do interesse em visitar o lugar, tanto para os turistas quanto para os moradores da cidade. O acesso ao local também é estratégico, visto que se situa no centro histórico de São Luís, colaborando com a integração da feira em roteiros turísticos.

Ainda no cenário interno do ambiente, por meio do trabalho de campo foi possível avaliar os pontos fracos e as fraquezas: a ausência de sinalização turística dificulta a localização dos turistas que visitam o lugar pela primeira vez, e com pouco divulgação, a feira passa despercebida aos visitantes. Observou-se, também, a ausência de um plano de turismo voltado para área em questão. Esse fator, em simultâneo com a ineficiência da administração local, contribui para um ambiente com saneamento básico deficitário (esgoto aberto em algumas áreas), numa feira que deveria primar por uma higiene de excelência porque comercializa géneros alimentares e nela são preparadas refeições.

Outro fator analisado diz respeito à acessibilidade na feira: além da sinalização turística como indicador de acessibilidade, o acesso precisa ser facilitado para atender toda demanda, aumentando assim o fluxo local. Notou-se, também, uma falta de capacitação dos feirantes, sendo um fator necessário para melhorar a qualidade no atendimento e a manipulação dos produtos comercializados, pelo que se sugere a busca de parcerias com o setor público, como a vigilância sanitária, por exemplo, para a oferta de cursos sobre estas temáticas.

Já no cenário externo, os pontos fortes são identificados como oportunidades, sendo elas: disponibilização de investimentos públicos (necessários para alavancar e valorizar a diversidade cultural do espaço, tanto para fins comerciais quanto para se consolidar como um produto turístico, tornando-se assim um atrativo de destaque nacional, uma vez

que essa diversidade cultural possibilitou o reconhecimento de São Luís como Capital Brasileira da Cultura em 2009); produção de uma marca (para que haja a consolidação do produto turístico e a diversidade cultural do local continue crescendo), tornando-se necessária a criação de uma marca, visto que pela grande quantidade de utensílios, de pratos e cheiros típicos e de pessoas que circulam pela feira, torna-se a representatividade do complexo difícil de ser resumida em algo que seja a identidade da feira. Para que isso aconteça é indispensável que seja um trabalho conjunto.

As ameaças são os pontos fracos do cenário externo. Na Feira da Praia Grande, observou-se a inexistência de apoio governamental como abordado no tópico anterior. O problema da sazonalidade turística é uma ameaça comum, na qual os períodos de alta e baixa estação são constantes, interferindo no fluxo de turistas. O abandono, a insegurança e depredação do património cultural são fatores de ameaça não somente nesse local de estudo, mas no restante do conjunto sob proteção da UNESCO em São Luís.

Entende-se que a análise F.O.F.A. é relevante para qualquer empreendimento. No caso da Feira da Praia Grande ela contribui para solucionar fraquezas, prever ameaças, melhorar pontos fortes e alcançar as oportunidades. O equilíbrio entre estratégias de marketing, qualificação profissional/formação dos feirantes e estrutura adequada são fatores determinantes na consolidação deste espaço como destino turístico.

Para alcançar o último objetivo desta pesquisa, recolheram-se dados através de um questionário fechado elaborado na plataforma *online Google Forms*, onde os entrevistados (turistas, moradores, feirantes) avaliaram a paisagem da Feira da Praia Grande por meio de dois conjuntos de imagens semelhantes, através da atribuição de classes de qualidade (**muito ruim, ruim, boa, muito boa**), adotando-se como critério a apreciação subjetiva.

A importância de uma análise socioeconômica do entrevistado é relevante para este estudo, uma vez que permite conhecer o público que visita a capital, gerando dados para futuras consultas. O primeiro campo do roteiro foi determinar o perfil do entrevistado identificando o género, a origem, a faixa etária, grau de escolaridade e profissão. De um total de 81 inquiridos 44.4% são homens e 55.5% mulheres. A maior parte dos participantes são da

região Nordeste (71.5%), principalmente do próprio Maranhão, tendo os estados vizinhos grande participação nesta pesquisa (Ceará, Paraíba, Piauí e Rio Grande do Norte), seguindo-se o Sudeste (9.9%), onde destaca-se a participação do estado de São Paulo, com porcentagem similar ao Norte (principalmente Pará), com 8.6%. Os entrevistados pertencem majoritariamente à faixa etária dos 26 a 35 anos de idade, num total de 35.8%, seguido de 30.9% de pessoas entre os 15 a 25 anos e sendo as porcentagens mais baixas referentes às idades a partir de 36 anos. Percebendo-se, assim, a participação ativa da população jovem e adulta. Em consequência, quanto ao grau de escolaridade, 37% dos entrevistados possui ensino médio completo, considerando-se que esses observadores de cena eram jovens em sua maioria. Os entrevistados responderam de forma aberta ao campo destinado à profissão, conduzindo a uma grande variação nas respostas. Portanto, neste item, fez-se necessário agrupar as respostas em quatro categorias: a) trabalhadores independentes, b) empregados da iniciativa privada, c) funcionários públicos e d) desempregados. Dos participantes, predominaram os independentes (33.3%), categoria onde se encontram os feirantes da Feira da Praia Grande, seguindo-se os empregados da iniciativa privada (29.6%), como designer, arquiteto, agente e auxiliar de aeroporto, entre outros. Os estudantes estão inseridos na categoria dos que não possuem emprego (25.9%).

Quanto à etapa da avaliação da qualidade paisagística da feira, os entrevistados puderam avaliar por meio de dois conjuntos de imagens semelhantes (matutino e vespertino), validando pela indicação de classes de qualidade (muito ruim, ruim, boa, muito boa) (Figura 1).

No primeiro momento, os inquiridos selecionaram no conjunto geral de fotos a imagem de **MELHOR** qualidade paisagística e a imagem de **PIOR** qualidade paisagística, em ambos os turnos, posteriormente atribuíram nas mesmas fotos individuais as classes anteriores, de modo a conter pelo menos uma indicação na classe muito boa e pelo menos outra na classe muito ruim. Analisando as imagens, identificou-se a prevalência da indicação da classe muito ruim para as Figuras 2 e 3 (56.8%) no turno matutino e verificou-se que a classificação dessa imagem na mesma classe prevalece também para o turno vespertino (38.3%). Para avaliação de qualidade muito boa da paisagem, destacou-se a imagem 14

pertencente ao grupo de fotos da Figura 1, obtendo resultado final de 33.3% (matutino) e no vespertino com 43.2%, como pode ser visualizado no Quadro 2.

Ainda na Figura 1, a foto 6 foi a que obteve a pior classificação. A foto refere-se a uma loja diferente das outras, onde funciona um restaurante. Na imagem encontram-se vários carrinhos de lixo empilhados, debaixo de uma caixa d'água, no qual é visível a formação de poças, aparentando um espaço sujo e fora do padrão da feira, fatores considerados relevantes para a classificação dada pelos turistas, e que segundo Boullón (2002), possui três fatores para sua decifração: estrutura, forma nítida e diferenciação.

A classificada com a melhor qualidade paisagística foi a foto número 14 da Figura 1. Esta foto revela um ambiente movimentado onde se identificam vários produtos típicos maranhenses como o peixe seco, camarão seco, a tiquira, cachaças com caranguejo, farinha de mandioca, entre outros (Figuras 4 e 5). Mesmo reconhecendo que a imagem 14 sofre uma alteração nos turnos relativamente à iluminação, que lhe determina uma perda da visibilidade geral, a mesma foi avaliada como a melhor, entendendo-se que a maioria dos entrevistados avaliaram a imagem pelo atrativo dos produtos encontrados na feira, ou seja, pela diferenciação da paisagem.

No Quadro 3 comparam-se os desvios das imagens entre os períodos do dia (matutino e vespertino) e da sua análise compreende-se que os maiores desvios sucederam na imagem 10 devido ao movimento apresentado, percebido com clareza pela presença de moradores utilizando a feira como um lugar de descontração, como já afirmava Noronha (2015). Segundo o citado autor, “o quiosque grande está bem cheio, a TV ligada e muitos homens tomando cerveja e conversando. Ao redor do quiosque, há duas mesas de jogo de dominó. Além dos dois jogadores de cada mesa, há vários homens em pé e ao redor, assistindo às partidas [...] música, conversa alta, pessoas passando de um lado para o outro neste corredor” [...] (Noronha, 2015, p. 66). Esse fator chamou a atenção dos entrevistados, todavia, porque no turno vespertino esse movimento já havia acabado, mostrando uma paisagem deserta, terá influenciando diretamente na classificação da mesma.

Em contrapartida, as imagens 4, 12 e 13 da Figura 1 apresentam desvios menos significativos, ou seja, para essas imagens, registou-se praticamente o mesmo número de entrevistados que a avalia na



Figura 1

Fotos internas da Feira da Praia Grande - turno matutino.

Fonte: Autores (2017).

mesma classe, tanto no turno matutino quanto no vespertino. Na imagem 12 da Figura 1, em destaque a seguir (Figuras 6 e 7), fundamenta-se o facto de não haver alteração dos detalhes mais importantes,

como a feirante com sua barraca de remédios caseiros presente nos dois turnos, e a iluminação do espaço que provocou uma pequena mudança nas cores da



Figuras 2 e 3

Imagens preferenciais enquadradas pelos observadores de cenas na classe de qualidade da paisagem muito ruim na Feira da Praia Grande.

Fonte: Autores (2017).

Quadro 2

Resultado das respostas sobre a qualidade paisagística na Feira da Praia Grande

Imagens	PQPAIS	MQPAIS	PQPAIS	MQPAIS
	MATUTINO		VESPERTINO	
Img 15	0	24.7	6.2	12.3
Img 14	1.2	33.3	1.2	43.2
Img 13	8.6	0	2.5	0
Img 12	1.2	1.2	1.2	1.2
Img 11	12.3	0	3.7	1.2
Img 10	3.7	1.2	32.1	0
Img 9	0	0	1.2	1.2
Img 8	1.2	0	2.5	1.2
Img 7	1.2	0	2.5	1.2
Img 6	56.8	2.5	38.3	1.2
Img 5	0	7.4	0	1.2
Img 4	1.2	2.5	1.2	3.7
Img 3	3.7	8.6	6.2	3.7
Img 2	4.9	14.8	1.2	25.9
Img 1	3.7	3.7	0	3.7

Fonte: Elaborada com base nas respostas do questionário online.

Legenda: PQPAIS - Pior qualidade paisagística; MQPAIS - Melhor qualidade paisagística.

imagem, mas que não induziu diferenciação de registo.

Dos resultados da avaliação das fotos individuais, elaborou-se a tabela abaixo, apresentando todas as proporções de acordo com cada classe, acrescentaram-se as maiores proporções de indicação de classes superiores (soma da classe muito boa e boa) e classes inferiores (soma das classes muito ruim e ruim).

Percebeu-se que quando classificadas individualmente, o resultado permaneceu quando apresen-

tadas em conjunto (Quadro 3 - proporcionalidade de classes de qualidade da paisagem da Feira da Praia Grande indicadas pelos observadores de cenas segundo período do dia). Demonstra-se que os entrevistados classificaram sete cenas (2, 4, 5, 8, 12, 14, 15) no turno matutino e três (1, 5 e 15) no vespertino com maiores proporções de indicações nas classes superiores (muito boa e boa). Em contrapartida, enquadraram duas imagens (6 e 10) no período matutino, e as mesmas no vespertino, para além da imagem 7 com as maiores proporções de



Figuras 4 e 5

Destaque as imagens preferenciais enquadradas pelos observadores de cenas na classe de qualidade da paisagem muito boa na Feira da Praia Grande.

Fonte: Autores (2017).



Figuras 6 e 7

Imagens com menores desvios entre períodos do dia nas classificações pelos observadores de cenas sobre qualidade da paisagem da Feira da Praia Grande.

Fonte: Silva (2017).

indicação nas classes inferiores (muito ruim e ruim) no período.

Nas imagens escolhidas e validadas com maior número de votações (Figuras 9 e 10), aparecem com maior quantidade leituras de produtos comercializados na feira, pelo contrário, nas imagens com proporções inferiores está ausente a presença humana e as lojas fechadas, significando que a maioria dos inquiridos utilizaram a paisagem com pessoas como critério de avaliação, atribuindo importância para a mesma, essa que possui uma interdependência com o ser humano, como já mencionado anteriormente, no qual se observou que as respostas desse questionário foram influenciadas, principalmente, por fatores sociais, culturais, ambientais, de acordo com as

atividades e usos desenvolvidos na paisagem (Dal Molin & Oliveira, 2008).

Analisando as imagens do turno vespertino identificam-se maiores indicações de classes inferiores nas imagens 6, 7 e 10, justamente as que não apresentam artefatos identitários da Feira da Praia Grande. Por outro lado, nas imagens 1, 5 e 15, agrupadas na classe superior, identifica-se a presença de produtos que são comercializados na Feira sendo que as duas primeiras (1 e 5) estão relacionadas com a entrada da Feira.

Maderuelo (2010) e Zárate Martín (2012) esclarecem que a paisagem urbana e cultural representa a equação do lugar e pensamos que mediante os resultados transmitidos pelos inquiridos

Quadro 3

Proporcionalidade média de classes de qualidade da paisagem da Feira da Praia Grande indicadas pelos observadores de cenas segundo período do dia

Imagem	Classe Período	Muito Ruim (%)	Ruim (%)	Boa (%)	Muito boa (%)	Inferior (%)	Superior (%)
IMAGEM 1	MATUTINO	3.7	19.8	71.6	4.9	22.6	76.5
	VESPERTINO	2.5	9.9	81.5	6.2	12.4	87.7
IMAGEM 2	MATUTINO	2.5	16	22.2	59.3	18.5	81.8
	VESPERTINO	3.7	23.5	50.6	22.2	27.2	72.8
IMAGEM 3	MATUTINO	2.5	34.6	54.3	8.6	37.1	62.9
	VESPERTINO	4.9	64.2	21	9.9	69.1	30.9
IMAGEM 4	MATUTINO	2.5	14.8	76.5	6.2	17.3	82.7
	VESPERTINO	3.7	18.5	74.1	3.7	22.2	77.8
IMAGEM 5	MATUTINO	1.2	4.9	77.8	16	6.1	93.8
	VESPERTINO	1.2	11.1	79	8.6	12.3	87.6
IMAGEM 6	MATUTINO	69.1	23.5	6.2	1.2	92.6	7.4
	VESPERTINO	75.3	21	2.5	1.2	96.3	3.7
IMAGEM 7	MATUTINO	7.4	56.8	34.6	1.2	64.2	35.8
	VESPERTINO	11.1	70.4	16	2.5	81.5	18.5
IMAGEM 8	MATUTINO	2.5	11.1	81.5	4.9	13.6	86.4
	VESPERTINO	6.2	23.5	69.1	1.2	29.7	70.3
IMAGEM 9	MATUTINO	7.4	32.1	54.3	6.2	39.5	60.5
	VESPERTINO	6.2	25.9	65.4	2.5	32.1	67.9
IMAGEM 10	MATUTINO	27.2	58	13.6	1.2	85.2	14.8
	VESPERTINO	60.5	29.6	8.6	1.2	90.1	9.8
IMAGEM 11	MATUTINO	22.2	32.1	45.7	0	54.3	45.7
	VESPERTINO	7.4	34.6	58	0	42	58
IMAGEM 12	MATUTINO	2.5	13.6	77.8	6.2	16.1	84
	VESPERTINO	3.7	17.3	74.1	4.9	21	79
IMAGEM 13	MATUTINO	12.3	45.7	39.5	2.5	58	42
	VESPERTINO	12.3	42	44.4	1	54.3	45.4
IMAGEM 14	MATUTINO	2.5	7.4	65.4	24.7	9.9	90.1
	VESPERTINO	9.9	17.3	55.6	17.3	27.2	72.9
IMAGEM 15	MATUTINO	1.2	4.9	67.9	25.9	6.1	93.8
	VESPERTINO	6.2	12.3	67.9	13.6	18.5	81.5

Fonte: Elaborada com base nas respostas do questionário online.

Notas:

MAIORES PROPORÇÕES DE INDICAÇÃO NA CLASSE MUITO BOA POR PERÍODO

MAIORES PROPORÇÕES DE INDICAÇÃO NA CLASSE MUITO RUIM POR PERÍODO

MAIORES PROPORÇÕES DE INDICAÇÃO NAS CLASSES SUPERIORES (MUITO BOA E BOA) POR PERÍODO

PROPORÇÕES INTERMEDIÁRIAS NAS CLASSES SUPERIORES (MUITO BOA E BOA) POR PERÍODO

MAIORES PROPORÇÕES DE INDICAÇÕES NAS CLASSES INFERIORES (MUITO RUIM E RUIM) POR PERÍODO

PROPORÇÕES INTERMEDIÁRIAS NAS CLASSES INFERIORES (MUITO RUIM E RUIM) POR PERÍODO

se pode considerar que os mesmos percebem tais aspectos, classificando e indicando as imagens em ambos os turnos para a classe muito boa, justamente aquelas que representam características da Feira da Praia Grande e que o turismo, enquanto consumi-

dor da paisagem, pode contribuir para o fortalecimento dos valores identitários do lugar (Santos, 2015).

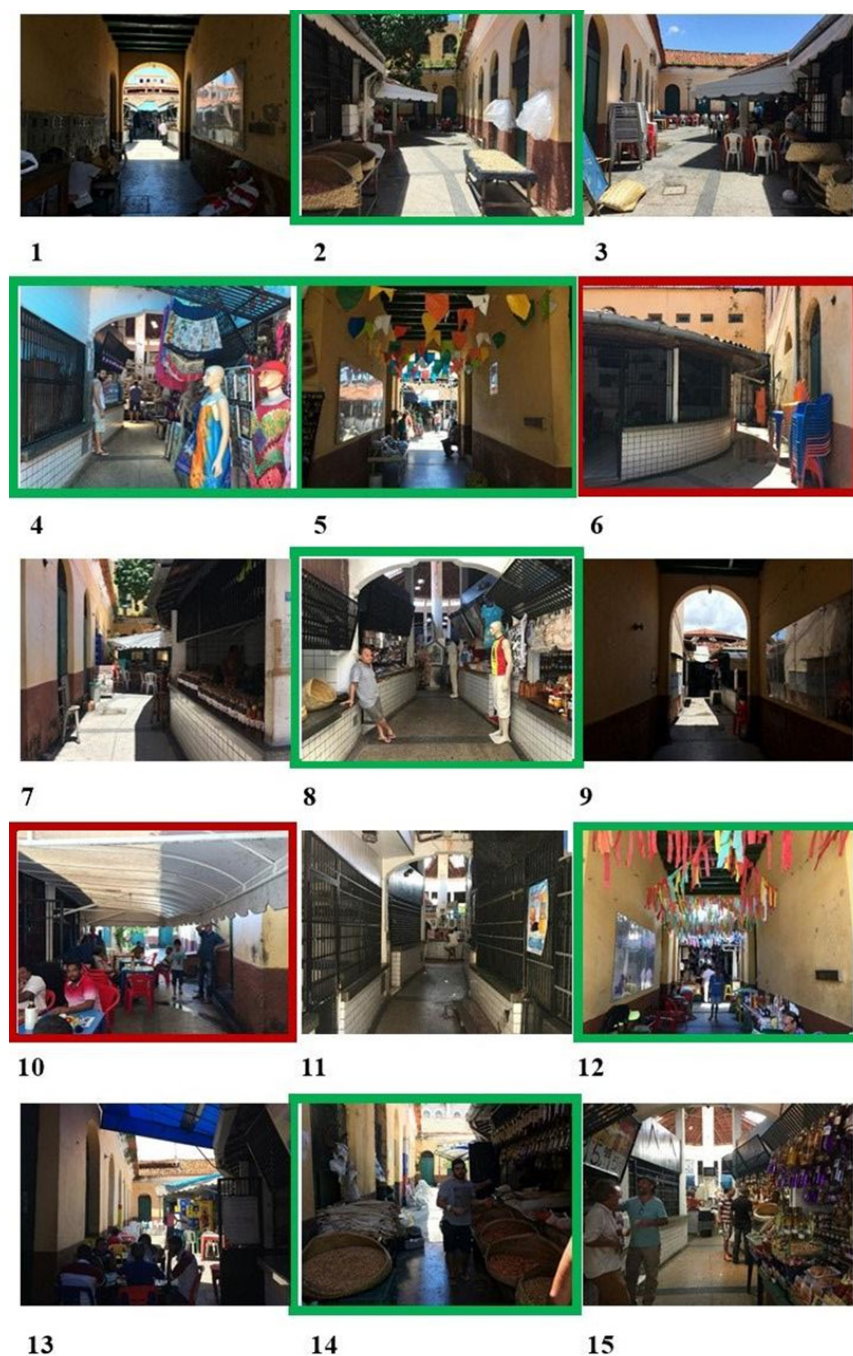


Figura 9

Imagens enquadradas pelos observadores de cenas nas classes de qualidade superior e inferior da paisagem na Feira da Praia Grande no turno matutino.

Fonte: Elaborada com base nas respostas do questionário.

Nota:

MAIORES PROPORÇÕES DE INDICAÇÃO NAS CLASSES SUPERIORES (MUITO BOA E BOA)
POR PERÍODO

MAIORES PROPORÇÕES DE INDICAÇÃO NAS CLASSES INFERIORES (MUITO RUIM E RUIM)
POR PERÍODO



Figura 10

Imagens enquadradas pelos observadores de cenas nas classes de qualidade superior e inferior da paisagem na Feira da Praia Grande no turno vespertino.

Fonte: Elaborada com base nas respostas do questionário online.

Nota:

MAIORES PROPORÇÕES DE INDICAÇÃO NAS CLASSES SUPERIORES (MUITO BOA E BOA)
POR PERÍODO

MAIORES PROPORÇÕES DE INDICAÇÃO NAS CLASSES INFERIORES (MUITO RUIM E RUIM)
POR PERÍODO

4. Conclusão

O conceito de patrimônio sofreu mudanças conceituais significativas ao decorrer dos anos, desde a antiguidade até os tempos atuais. No entanto, o termo ainda estabelece uma alusão ao passado como sendo propriedade, retomando o estudo da herança material, isto é, o patrimônio denominado de “pedra e cal”, que são elementos perceptíveis na sociedade, considerados tangíveis. Porém, há novos estudos que também conceituam o patrimônio como imaterial, ou seja, aquele intangível, vinculado a definições de memória e identidade. Também novas concepções acerca da paisagem perpassam por estes aspectos no que se refere à produção de bens culturais (fazer de um povo) e do patrimônio edificado.

Nesse sentido, novas atribuições foram acrescentadas ao termo paisagem, não se limitando às paisagens naturais. Excedendo-se das percepções visuais do objeto físico, a paisagem da Feira da Praia Grande carrega significados históricos e culturais que foram percebidos pelos observadores de cena. Esse estudo permitiu perceber os usos da paisagem da Feira da Praia Grande pelo turismo. Constatou-se ainda que os turistas se apropriam desse patrimônio ao desfrutar dos aspectos sociais, culturais e ambientais presentes na feira, criando uma relação afetiva com essa paisagem, de modo que interpretam as imagens de forma subjetiva e individual, possibilitando perceber a relação de dependência existente as pessoas e o meio.

O que se pôde analisar em relação às políticas de preservação e aos projetos de requalificação urbanística e paisagística é que eles são elaborados, em sua maioria, de forma geral, buscando contemplar todos os espaços, todavia, esse trabalho quando não realizado em conjunto (setor público e privado), no qual é relevante ter o conhecimento da necessidade individual de cada patrimônio e levando em conta os aspectos culturais existentes, acaba não funcionando, ou até mesmo não colocado em prática, sendo esquecido entre muitos prédios históricos que se encontram em condições precárias de preservação. Portanto, é necessário a Feira da Praia Grande possuir uma política de preservação própria, uma vez que esse local carece de infra-estruturas para atender às demandas dos visitantes. Essa articulação entre o poder público local e os feirantes poderia proporcionar o desenvolvimento da atividade turística e

assim, contribuir para o seu reconhecimento enquanto coração da Praia Grande.

Na avaliação da qualidade paisagística foi mais rápido obter os dados on-line dos moradores locais que frequentam o centro histórico do que o contato com os feirantes ocupados em atendimento ao cliente ou organizando mercadorias. Também ocorreram dificuldades no acesso ao turistas que visitavam a feira, uma vez que esses estavam focados na vivência do lugar. Todavia, os observadores de cena atribuíram uma “boa” classificação mesmo diante das condições em que a feira se apresenta.

Bibliografia

- Andreotti, G. (2008). *Per una architettura del paesaggio*. Trento: Valentina Trentin.
- Andreotti, G. (2012). O senso ético e estético da paisagem (B. H. Furlanetto, Trad.). *Ra'e ga*, 24, 5-17.
- Bonametti, J. H. (2010). A paisagem urbana como produto do poder. *Revista Brasileira de Gestão Urbana - URBE*, 2(2), 259-273.
- Boullón, R. C. (2002). *Planejamento do espaço turístico*. Bauru: EDUSC.
- Campos, Â. M. N. (2005). O turismo e a educação frente às novas tecnologias. *Revista Espaço Acadêmico*, 46, s.p..
- Carlos, A. F. A., Souza, M. L., & Sposito, M. E. B. (2011). *A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios*. São Paulo: Contexto.
- Castrogianni, A. C. (2001). Por que geografia no turismo? Um exemplo de caso: Porto Alegre. In S. Gastal (Org.), *Turismo 9 propostas para um saber-fazer* (2ª ed., pp. 131-143). Porto Alegre: EDIPUCRS.
- Cullen, G. (2006). *Paisagem urbana*. São Paulo: Martins Fontes.
- Dal Molin, Q., & Oliveira, R. de (2008). A influência da redundância da observação sobre a precisão dos parâmetros. *Boletim de Ciências Geodésicas*, 14(3), 295-315.
- Figueiredo, F. (2008). *Paisagem cultural: bem material: conceitualizações e relação com o turismo cultural*. V Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul. Caxias do Sul, Rio Grande do Sul.
- Funari, P. P. A. (2006). *Patrimônio histórico e cultural*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Hardt, L. P. A., & Hardt, C. (2006). Contexto histórico de intervenção na paisagem e espaços urbanos. *Anais Encontro Nacional de Ensino de Paisagismo em Escolas*

- de Arquitetura e Urbanismo no Brasil*, 8, (pp. 1-9). São Paulo, Brasil: Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Administração de marketing: a bíblia do marketing*. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Machado, J., & Braga, S. (2010). *Comunicação e Cidades Patrimônio Mundial no Brasil*. Brasília: UNESCO, IPHAN.
- Maderuelo, J. (2010). El paisaje urbano. *Revista Estudios Geográficos*, 269, 575-600.
- Noronha, R. (2015). *Na cor da Praia Grande*. São Luís: Ed. UFMA.
- Oliveira, J., Anjos, F., & Leite, F. (2008). O potencial da paisagem urbana como atratividade turística: um estudo sobre a paisagem de Brasília. *Revista Interações*, 9(2), 159-169.
- Santos, S. dos (2015). *Paisagem solidária: indicadores de sustentabilidade urbana em área turística funcional do centro histórico de São Luís, Maranhão* (Doutorado em Gestão Urbana). Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba.
- Sautu, C. (2005). *El Paisaje en la Relación Cuerpo-Ciudad*. Foro Urbano de Paisaje. Centro de Estudios Ambientales.
- Vergara, S. C. (2004). *Projetos e relatórios de pesquisa em administração* (5 ed.). São Paulo: Atlas.
- Yázigi, E. (2002). *Turismo e paisagem*. São Paulo: Contexto.
- Zárate Martín, M. A. (2012). Paisaje, forma y turismo en ciudades históricas. *Estudios Geográficos*, LXXIII, 657-694.