

**UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ**

**Alessandra Martins de Castro**

**CARACTERIZAÇÃO DOS IMPACTOS PROVOCADOS  
PELO TURISMO NA PAISAGEM URBANA DO  
CENTRO HISTÓRICO DE SÃO LUIZ DO  
PARAITINGA– SP, ENTRE 2002 E 2007**

**Taubaté - SP**

**2008**

**UNIVERSIDADE DE TAUBATÉ**

**Alessandra Martins de Castro**

**CARACTERIZAÇÃO DOS IMPACTOS PROVOCADOS  
PELO TURISMO NA PAISAGEM URBANA DO  
CENTRO HISTÓRICO DE SÃO LUIZ DO  
PARAITINGA– SP, ENTRE 2002 E 2007**

Dissertação apresentada para a obtenção do  
Título de Mestre pelo Curso de Ciências  
Ambientais do Departamento de Ciências  
Agrárias da Universidade de Taubaté.  
Área de Concentração: Ambiente Construído  
Orientador: Prof. Dr. Flavio José Nery Conde  
Malta

**Taubaté - SP**

**2008**

Dedico este trabalho ao meu querido pai (*in memoriam*) e a minha mãe que tanto me ajudaram a atingir meus objetivos.

## AGRADECIMENTOS

Ao Prof. Dr. Flávio José Nery Conde Malta, pela paciência e dedicação  
na orientação deste trabalho.

À minha mãe Genoveva, pela ajuda e incentivo.

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo a caracterização dos possíveis impactos ocasionados pelo desenvolvimento do turismo na paisagem urbana do Centro Histórico de São Luiz do Paraitinga, no período entre 2002 à 2007. Esta caracterização implica na identificação e análise de impactos sobre a estrutura urbana e sobre o conjunto edilício, componentes essenciais da paisagem urbana em transformação neste período. O município está localizado no Vale do Paraíba, às margens da SP 125 – Rodovia Dr. Oswaldo Cruz entre as cidades de Taubaté e Ubatuba.

Considerando o turismo como as atividades decorrentes da permanência de pessoas em um determinado local, ele é uma atividade que provoca impactos, positivos e negativos. Atualmente o turismo está em expansão em São Luiz do Paraitinga, onde a atividade turística surgiu de forma não planejada por volta de 1980, quando a cidade foi descoberta como destino turístico pelos primeiros viajantes, atraídos principalmente pela sua cultura.

Dois fatos são marcantes no desenvolvimento do turismo em São Luiz do Paraitinga: o resgate do carnaval de rua da cidade em 1981 e o tombamento do Centro Histórico pelo CONDEPHAAT em 1982. O principal tipo de turismo praticado na cidade é o cultural, tendo como principal atrativo turístico suas festas religiosas e profanas, o que faz da paisagem urbana um fator atrativo essencial devido a importância de seus edifícios e da estrutura urbana históricos. Como marco do desenvolvimento do turismo em São Luiz do Paraitinga está à elevação da cidade à categoria de Estância Turística do Estado de São Paulo em 2002, fato que propiciou

à São Luiz recursos para a realização de obras para o incremento do turismo. Além disso, a cidade é descoberta pela mídia e passou a ser conhecida e divulgada como a terra das marchinhas, ou como a cidade do carnaval de marchinhas.

Com relação à paisagem urbana do Centro Histórico, nota-se que esta vem sofrendo com o processo de turistificação, através da execução de obras de infraestrutura urbana ou pelas intervenções nas edificações tombadas, sejam de reforma ou ampliação da área construídas dos imóveis. Essas intervenções nestes componentes da paisagem urbana tem como objetivo adequação da imagem da cidade para o consumo turístico. Ou seja, a paisagem do Centro Histórico vem sendo readequada como recurso turístico, quando o patrimônio adquire um novo uso e um valor, neste caso econômico.

Palavras-chaves: Turismo. Paisagem urbana. São Luiz do Paraitinga. Patrimônio histórico.

## ABSTRACT

This work aims to characterize the possible impacts caused by the development of tourism on the urban landscape of the Historical Centre in São Luiz do Paraitinga, in the period of 2002 and 2007. This characterization implies in the identification and analysis of impacts on the urban structure and on the building group, essential components of the urban landscape in transformation within in this period. The city is located in the Vale do Paraíba, on road SP 125 – Rodovia Dr. Oswaldo Cruz between the cities of Taubaté and Ubatuba.

Considering tourism as an activity in which people stay in a certain place, it is an activity that causes positive and negative impacts. Presently tourism is growing in São Luiz do Paraitinga, where tourist activity started in an unplanned way around the year of 1980, when the city was discovered as a tourist destination by the first travelers attracted mainly by the city culture.

Two facts are remarkable in the tourism development of São Luiz do Paraitinga: the rescue of the street carnival in 1981 and the Historical Centre Protection Department by CONDEPHAAT in 1982.

The principal type of tourism enjoyed in the city is the cultural one, having the urban landscape an essential attractive factor owing to the importance of its old Architecture and the historical urban landscape. As a milestone of the tourism development in São Luiz do Paraitinga is the promotion of the city to a Touristic Resort in the State of São Paulo in 2002, what brought resources to São Luiz to help develop facilities for the improvement of tourism. Furthermore, the city was

discovered by the media and started to be acknowledged and known as the territory of “carnival songs”, or as the carnival’ songs city.

As to the urban landscape of the Historical Centre, it can be we noticed that is has been undergoing a tourist process, through the new urban infrastructure constructions or by the modification in the protected buildings, either due to remodeling or the enlargement of the buildings constructed area. These changes in the components of the urban landscape have as an objective the preparation of the city for the tourist consumption of places, that is, the landscape of the Historic Centre has been remodeled as a tourist resource, that, at the moment acquires a new economic use and value.

**Key words:** Tourism. Urban Landscape. São Luiz of Paraitinga. Historical Heritage.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 01: Ciclo de vida das destinações turísticas	27
Figura 02: Mapa de localização de São Luiz do Paraitinga no Vale do Paraíba	48
Figura 03: Município de São Luiz do Paraitinga (área urbana e rural)	50
Figura 04: Região do Vale do Paraíba por volta de 1766	51
Figura 05: Ciclo de vida das destinações turísticas	68
Figura 06: Praça Dr. Oswaldo Cruz durante o Carnaval 2006	81
Figura 07: Bandeiras do Divino, festa do ano de 2006	82
Foto 08: Festival de Marchinhas de 2006	83
Figura 09: Folder do Festival de Inverno 2007	84
Figura 10: Mapa artístico da cidade	85
Foto 11: Vista geral da Igreja Matriz em 2005	86
Foto 12: Fachada do Mercado Municipal em 2005	87
Foto 13: Vista da Capela das Mercês em 2004	87
Foto 14: Igreja do Rosário, sem data	88
Figura 15: Fachada da Casa Dr. Oswaldo Cruz em 2004	88
Figura 16: Mapa do município com a localização das fazendas históricas	89
Figura 17: Fachada da Fazenda Boa Vista em 2006	90
Figura 18: Sede da Pinheirinho antes da reforma	90
Figura 19: Rafting em rio do município	91
Figura 20: Cavalhada em 2005	92
Figura 21: Apresentação de Moçambique	92
Figura 22: Croqui de São Luiz do Paraitinga no início do povoamento	98

Figura 23: Croqui de São Luiz do Paraitinga por volta de 1870	100
Figura 24: Rua 31 de Março	101
Figura 25: Rua 31 de Março em 2007	101
Figura 26: Mapa da cidade de São Luiz do Paraitinga	102
Figura 27: Mapa de Delimitação do Centro Histórico I e II	104
Figura 28: Vista do casario da Praça Dr. Oswaldo Cruz em 2005	106
Figura 29: Vista do casario da Rua do Carvalho	107
Figura 30: Mapa - Grau de Proteção dos imóveis do Centro Histórico	110
Figura 31: Mapa localização dos imóveis GP-1 e GP-1A	113
Figura 32: Mapa das Intervenções na estrutura urbana	120
Figura 33: Vista geral da Praça Dr. Oswaldo Cruz em 2005 (foto da autora)	121
Figura 34: Praça Dr. Oswaldo Cruz por volta do início do século XX	122
Figura 35: Rua Monsenhor Ignácio Gióia em 2007	123
Figura 36: Vista da Marginal do Rio Paraitinga em 2008	124
Figura 37: Vista dos fundos do Mercado Municipal em 2005	126
Figura 38: Sobrados da Praça durante obras de reforma em 2007	129
Figura 39: Imóvel nº 01	131
Figura 40: Imóvel nº 02	131
Figura 41: Imóveis nº 5, 4 e 3	131
Figura 42: Imóvel nº 6	132
Figura 43: Imóvel nº 7	132
Figura 44: Imóveis nº 9 e 8	132
Figura 45: Imóveis nº 23, 24 e 10	133
Figura 46: Imóvel nº 22	133

Figura 47: Imóvel nº 21	133
Figura 48: Imóveis nº 19 e 20	134
Figura 49: Imóvel nº 18	134
Figura 50: Imóvel nº 17	134
Figura 51: Imóvel nº 16	135
Figura 52: Imóveis nº 15 e 14	135
Figura 53: Imóvel nº 13	135
Figura 54: Imóveis nº 12 e 11	136
Figura 55: Imóvel nº 25	136
Figura 56: Imóvel nº 26	136
Figura 57: Vista do casario da Praça Dr. Oswaldo Cruz em 2007	138

## LISTA DE TABELAS

Tabela 01 – Ciclo do turismo em São Luiz do Paraitinga	69
Tabela 02 – Calendário Festivo e Cultural de São Luiz do Paraitinga – 2001	77
Tabela 03 – Calendário Festivo e Cultural de São Luiz do Paraitinga – 2007	79
Tabela 04 – Meios de Hospedagem em 2007	95
Tabela 05 – Estabelecimentos de alimentação em 2007	96
Tabela 06 – Graus de tombamento dos imóveis	111
Tabela 07 – Caracterização conjunto edilício na época do tombamento (1982)	112
Tabela 08 – Caracterização intervenções na estrutura urbana	119
Tabela 09 – Caracterização das intervenções no conjunto edilício	128
Tabela 10 – Estado de conservação externo do conjunto de edificações	130

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>15</b>
<b>2. REVISÃO DA LITERATURA</b>	<b>18</b>
2.1 TURISMO	18
2.2 O SISTEMA TURÍSTICO	22
2.2.1 RECURSOS TURÍSTICOS	23
2.2.2 INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA	24
2.3 CONCEITO DE CICLO VITAL DO TURISMO	25
2.4 TURISMO E PAISAGEM URBANA	29
2.4.1 A PAISAGEM URBANA	29
2.4.2 IMPACTOS DO TURISMO	34
2.4.3 IMPACTOS DO TURISMO NA PAISAGEM URBANA	37
<b>3. O CASO DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA</b>	<b>48</b>
3.1 CARACTERIZAÇÃO GERAL	48
3.1.1 LOCALIZAÇÃO E ASPECTOS GEOGRÁFICOS	48
3.1.2 ORIGEM E EVOLUÇÃO DA CIDADE	49
3.1.3 TOMBAMENTO E LEGISLAÇÃO MUNICIPAL	55
3.2 CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO EM SÃO LUIZ DO PARAITINGA	62
3.2.1 O CICLO DO TURISMO LOCAL	68
3.2.2 RECURSOS TURÍSTICOS EXISTENTES E POTENCIAIS	76
3.2.3 INFRA ESTRUTURA TURÍSTICA LOCAL	93
3.3 CARACTERIZAÇÃO DA PAISAGEM URBANA NO CENTRO HISTÓRICO DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA	97

<b>4. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b>	<b>114</b>
<b>5. CARACTERIZAÇÃO DOS IMPACTOS DERIVADOS DO TURISMO NO CENTRO HISTÓRICO – 2002 à 2007</b>	<b>118</b>
5.1 IMPACTOS NA ESTRUTURA URBANA	118
5.2 IMPACTOS NO CONJUNTO EDILÍCIO	126
<b>6. RESULTADOS E DISCUSSÕES</b>	<b>138</b>
<b>7. CONCLUSÕES</b>	<b>144</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>147</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Este trabalho tem por objetivo caracterizar os impactos que o desenvolvimento do turismo ocasiona na paisagem urbana do Centro Histórico de São Luiz do Paraitinga no período compreendido entre 2002 até 2007. Para tanto, além de identificar esses impactos, eles serão analisados de forma abrangente, de acordo com critérios estabelecidos, que classifica esses impactos segundo a maneira pela qual a paisagem urbana é modificada, seja por adição, substituição ou transformação de seus elementos. Neste contexto, a paisagem urbana é, genericamente entendida como o resultado da ação do homem no ambiente, tendo como resultado a estrutura urbana formada pelos edifícios, vias, largos, praças, marcos, bem como pelos seus limites visuais, que delimitam essa paisagem.

A motivação para a definição do tema deveu-se, principalmente, a necessidade de conhecimento sobre o desenvolvimento do turismo no município e os impactos provocados pela atividade no ambiente urbano, neste caso específico, na paisagem urbana do Centro Histórico de São Luiz do Paraitinga. Sendo assim, identificar e analisar os impactos do turismo na paisagem urbana nesta área é uma maneira de contribuir para que esses impactos não comprometam a ambiência atual do Centro Histórico. Se colocado em discussão, o tema, pode também contribuir para que toda a sociedade possa encontrar uma solução para o paradigma da utilização do patrimônio para fins turísticos de forma sustentável, embora esta questão não seja objeto deste trabalho.

O período de tempo estudado no trabalho inicia-se no ano de 2002 e termina em 2007, totalizando 5 anos. A escolha desse período foi motivada principalmente

pelo desenvolvimento da atividade turística no município. O ano de 2002 é um marco do desenvolvimento do turismo, pois foi em 2002 que a cidade foi elevada à categoria de Estância Turística do Estado de São Paulo. É neste ano ainda que se verifica a intensificação das intervenções na paisagem urbana do Centro Histórico.

É dentro deste contexto que o tema se insere no campo das Ciências Ambientais, pois a identificação e análise dos impactos provocados pelo desenvolvimento do turismo em São Luiz do Paraitinga, especificamente na paisagem urbana do Centro Histórico, está intimamente ligado à sustentabilidade do turismo em São Luiz do Paraitinga e conseqüentemente à sustentabilidade do seu ambiente, seja ele cultural ou natural.

Neste trabalho entende-se o turismo como uma atividade multidisciplinar, situada dentro de várias áreas do conhecimento. É um fenômeno de interação entre o turista e a localidade, adquirindo caráter econômico, social e político. O turismo se constitui numa atividade econômica em expansão, e muitas cidades o vislumbram como uma possibilidade, senão a única alternativa, para promover o desenvolvimento econômico. Mas, o turismo é uma atividade que provoca impactos, que podem ser positivos ou negativos.

Considerando o turismo uma atividade geradora de impactos, percebe-se que a cidade de São Luiz do Paraitinga está passando por um processo de turistificação de sua paisagem urbana. Esse processo é identificado no ambiente urbano pela implantação e adequação da infra-estrutura urbana e turística e, também, pela melhoria da imagem turística da localidade, através da adoção de uma marca para a cidade, que a identifique e a diferencie no mercado turístico. No caso específico de São Luiz do Paraitinga, a cidade passou a ser conhecida como um local onde

acontecem muitas festas e eventos, com uma paisagem urbana antiga, ou seja, com uma estética histórica.

Além disso, é visível um grande número de intervenções no ambiente urbano, tanto as de infra-estrutura realizadas pelo poder público como as de reforma, ampliação ou conservação executadas pelos proprietários dos imóveis. Essas intervenções, seja adicionando novos elementos urbanos, substituindo-os ou transformando-os, indicam que os componentes da paisagem urbana estão em um processo de readequação para o turismo. Além disso, os imóveis localizados dentro da área do Centro Histórico estão em uma fase contínua de valorização, adquirindo um novo status, processo conhecido como a transformação do patrimônio em bem de consumo do turismo.

Diante de todas as questões levantadas sobre o turismo em São Luiz do Paraitinga, esse trabalho se propõe a caracterizar, através da identificação e análise, os impactos provocados pela atividade turística no ambiente urbano, especificamente na paisagem urbana do Centro Histórico de São Luiz do Paraitinga.

## 2. REVISÃO DA LITERATURA

Neste capítulo, o da revisão da literatura, os principais conceitos são os relacionados ao turismo, a paisagem urbana e aos processos de transformação da paisagem provocados pela atividade turística.

### 2.1 TURISMO

Pode-se dizer que não existe uma única definição sobre o que é turismo, mas vários entendimentos sobre o tema. Barretto 2002 diz que “*o conceito de turismo, na linguagem cotidiana, é entendido normalmente como um quase sinônimo de viagem*” (p. 19). O turismo, uma ciência nova, vem se tornando, com o passar dos anos, objeto de estudo e pesquisa de diversas áreas do conhecimento. Segundo Magalhães, deve-se entender o turismo como um “*fenômeno social e espacial, antes de ser uma atividade econômica*” (2002, p. 4).

Para a Organização Mundial de Turismo - OMT, a definição formal de turismo é: “*as atividades de pessoas que viajam para lugares afastados de seu ambiente usual, ou que neles permaneçam por menos de um ano consecutivo, a lazer, a negócios ou por outros motivos*” (2003, p. 20).

Segundo Arrilaga, o turismo é o “*movimento de pessoas em atendimento às suas necessidades, fenômeno de interação entre o turista e o núcleo receptor e de todas as atividades decorrentes dessa interação*” (in BARRETTO 1998, p. 12). Esse movimento de pessoas recebe a denominação de **fluxo turístico**.

Atualmente o turismo é considerado uma das principais atividades econômicas do mundo. De acordo com dados da OMT, o turismo apresentou um

índice de expansão de 4% a 5% ao ano na segunda metade do século XX, além disso gera de 6 a 8% do total de empregos mundiais (2003, p. 18).

O turismo exerce na economia um efeito multiplicador, gerando empregos, impostos e originando uma rede de serviços de apoio nas mais variadas áreas que movimentam recursos materiais e humanos. Barretto 2002 diz não se pode falar em indústria turística, pois isso é restringir o turismo às atividades relacionadas com a transformação do ambiente e da paisagem. Existe então uma indústria vinculada ao turismo, assim como serviços a ele ligados. O turismo se utiliza dos três setores da economia: “*do primário, para alimentação; do secundário, para a construção; do terciário, para todos os serviços de atendimento ao turismo*” (p. 43).

As tendências turísticas atuais apontam para uma transformação das preferências dos turistas que, cada vez mais buscam novos destinos e produtos turísticos, cada vez mais específicos: recreação, esportes de aventuras, cultura, religião, dentre outros.

A definição de **turista** adotada pela a OMT é: “*visitante temporário, proveniente de um país estrangeiro, que permanece no país mais de 24 horas e menos de 3 meses, por qualquer razão, exceção feita de trabalho*” (in BARRETTO 1998, p. 25).

Com relação ao tempo de permanência do turista no núcleo receptor, a OMT 2006, identifica vários tipos de turistas, mas neste trabalho o foco se dará nos seguintes tipos: **visitante de pernoite**: qualquer visitante que permaneça, no mínimo, uma noite em acomodações coletivas ou privativas no local visitado; **visitante de um dia**: qualquer visitante que não pernoite em acomodações coletivas ou privativas no local visitado.

Barretto 1998 elenca várias classificações de turistas. Uma delas foi formulada por McIntosh e Grupta em 1989, baseada no modelo cognitivo-normativo elaborado por Plog, classificando os turistas em:

- **alocêntricos:** buscam cultura, educação, divertimentos;
- **quase alocêntricos:** motivados por eventos desportivos, religiosos, profissionais e culturais;
- **mediocêntricos:** buscam descanso, quebra da rotina, sexo, gastronomia;
- **quase psicocêntricos:** buscam status social;
- **psicocêntricos:** motivados por fatores externos, patrocínio ou propaganda de um destino.

Como o turismo acontece por diversas motivações, existem vários tipos de turismo. Visando uma melhor compreensão sobre os diversos tipos de turismo, segue abaixo a definição de cada um dos tipos (turismo sustentável, turismo cultural, turismo religioso, turismo de massa, ecoturismo, turismo de aventura) que serão abordados no presente trabalho:

- **TURISMO SUSTENTÁVEL:** De acordo com Swarbrooke, a palavra **sustentável** quer dizer: *“desenvolvimento que satisfaz nossas necessidades hoje, sem comprometer a capacidade das pessoas satisfazerem as suas no futuro”* (2002, p. 3). O conceito de sustentabilidade engloba claramente o meio ambiente, as pessoas e os sistemas econômicos.

Swarbrooke diz que não há uma definição completamente aceita de turismo sustentável. Baseado nos conceitos do Relatório Brundtland, o autor diz que turismo sustentável é: *“formas de turismo que satisfaçam hoje as necessidades dos turistas, da indústria do turismo e das comunidades locais, sem comprometer a capacidade*

*das futuras gerações de satisfazerem suas próprias necessidades” (2002, p. 19). Segundo a OMT o termo turismo sustentável significa que “os recursos naturais, históricos e culturais para o turismo sejam preservados para o uso contínuo no futuro, bem como no presente” (2003, p. 17).*

Os princípios para o desenvolvimento do turismo sustentável, de acordo com a OMT são: os recursos devem ser conservados para que continuem a ser utilizados no futuro, sem deixar de trazer benefícios para a sociedade atual; deve haver planejamento de modo a não gerar sérios problemas ambientais ou socioculturais para a área turística; além disso, a qualidade ambiental geral da área turística deve ser mantida e melhorada quando necessário; e, por fim, deve ser mantido um alto nível de satisfação dos turistas para que os destinos turísticos conservem seu valor de mercado e sua popularidade (2003, p. 24).

- **TURISMO CULTURAL:** *“compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura” (MINISTÉRIO DO TURISMO, sem data, p. 13).* As coisas feitas pelo homem constituem oferta cultural, portanto turismo cultural seria *“aquele que tem como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem” (BARRETTO 1998, p. 21).*

- **TURISMO RELIGIOSO:** *“é aquele que configura-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas” (MINISTÉRIO DO TURISMO, sem data, p. 15).*

- **TURISMO DE MASSA:** De acordo com Ruschmann, o turismo de massa é *“caracterizado pelo grande volume de pessoas que viajam em grupos ou individualmente para os mesmos lugares, geralmente nas mesmas épocas do ano”* (2004, p. 110). Segundo o Ministério do Turismo, o turismo de massa *“é aquele que apresenta expressiva quantidade de turistas, geralmente de classe média”* (sem data, p. 15).
- **ECOTURISMO:** Segundo o Ministério do Turismo o ecoturismo é um segmento da atividade turística que *“utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações”* (sem data, p. 9). O ecoturismo pode ser entendido como as atividades turísticas baseadas na relação sustentável com a natureza, comprometidas com a conservação e a educação ambiental, praticada em áreas naturais conservadas.
- **TURISMO DE AVENTURA:** *“compreende os movimentos turísticos decorrentes da prática de atividades de aventura de caráter recreativo e não competitivo”* (MINISTÉRIO DO TURISMO, sem data, p. 39). Pode ocorrer em quaisquer espaços: natural, construído, rural, traduzidos em atividades como caminhadas (*trekking*), canoagem, ciclismo, mergulho, *rafting* (descida de rios com botes infláveis), escaladas, arborismo, etc..

## 2.2 O SISTEMA TURÍSTICO

De acordo com a metodologia adotada pela OMT, o turismo deve ser examinado como um sistema integrado e um setor socioeconômico. O sistema turístico funcional tem por base os fatores de **oferta** e de **demanda**.

O lado da **oferta** turística é denominado **produto turístico**, seus componentes são os atrativos e as atividades turísticas: hospedagem, instalações e serviços turísticos, transportes. O conjunto dos atrativos turísticos será o responsável pela atração de turistas, induzindo-os a visitarem especialmente determinada localidade.

O **fator de demanda** compreende os mercados turísticos existentes e potenciais. Para Boullón a demanda turística é definida como “*o total de pessoas que visita uma região, país ou atrativo e os recursos financeiros que gera*” (in RUSCHMANN 2004, p. 145).

Segundo a OMT os fatores de demanda são representados pelos turistas. Existem dois tipos de demanda: a **efetiva** que é a quantidade de bens e serviços turísticos realmente consumidos e a **potencial** que é a quantidade de bens e serviços turísticos que poderão ser consumidos com a instalação da infra-estrutura.

### 2.2.1 RECURSOS TURISTICOS

De acordo com Barretto **recurso turístico** é “*a matéria-prima com a qual se pode planejar turismo num determinado local*” (1998, p. 33). A expressão atrativo turístico significa aquilo que atrai o turista. Ou seja, do ponto de vista do núcleo receptor, o atrativo é o recurso. Atrativo e recurso são, portanto, sinônimos. Cerro diz que atrativo turístico é “*todo elemento material que tem capacidade própria, ou em combinação com outros, para atrair visitantes de uma determinada localidade ou zona*” (in RUSCHMANN 2004, p. 142).

Segundo Barretto 2002, os recursos turísticos dividem-se em dois grandes grupos: os **naturais** (que já existiam na natureza antes da intervenção do homem) e os **culturais** (criados pelo homem, seja a partir da natureza, seja de qualquer outra atividade humana).

### 2.2.2 INFRA-ESTRUTURA TURÍSTICA

Por **infra-estrutura** entende-se a base material, o conjunto de edificações, obras e serviços públicos que garantem o mínimo conforto da vida urbana atual, ou seja, “*o conjunto de obras e instalações de estrutura física básicas que criam condições para o desenvolvimento de uma unidade turística, tais como sistema de transportes, comunicações e serviços urbanos*”. (BARRETTO 1998, p. 39)

O turismo necessita, além da existência dos recursos turísticos, que a localidade disponha de infra-estrutura para que a atividade turística possa ser implementada e, principalmente, desenvolvida. A infra-estrutura turística de um núcleo abrange a infra-estrutura de acesso, a infra-estrutura urbana básica, os equipamentos e serviços turísticos, os equipamentos e serviços de apoio e os recursos turísticos. A soma e o inter-relacionamento desses elementos será a infra-estrutura que a cidade possui para o turismo. Ainda segundo Barretto esses termos são assim definidos (2002, P. 48):

- **equipamentos turísticos** são os hotéis, alojamentos extra-hoteleiros, transportadoras marítimas, aéreas ou terrestres, agências de viagens e de transportes;
- **serviços turísticos** são os guias, hospedagem, transporte, recreação;
- **equipamentos de apoio** são os postos de gasolina, rede gastronômica, rede de diversões, hospitais, farmácias, bancos, casas de câmbio, lojas de *suvenires*, etc.;
- **serviços de apoio** é a alimentação, assistência médica, serviços mecânicos e de socorro, bombeiros, telefones, rádio, etc.;

- **infra-estrutura de acesso** são as estradas, os aeroportos ou portos, que permitem o acesso ao núcleo;
- **infra-estrutura urbana básica** são as ruas, as guias, as sarjetas, água, esgoto, luz, pavimentação, limpeza pública, etc..

Sobre a viabilização econômica da instalação da infra-estrutura turística, Ruschamann diz que ela pode ser estimulada pela adoção de três medidas: indução a um tempo de permanência maior dos turistas nas localidades; criação de programas específicos para a baixa estação; estímulo para o aumento do consumo dos turistas nas localidades receptoras.

### 2.3 CONCEITO DE CICLO VITAL DO TURISMO

A evolução dos movimentos turísticos internacionais e domésticos bem como o desenvolvimento das estruturas turísticas estão sujeitas a vários processos e foram estudados por diversos pesquisadores.

Thurot estudando a realidade do turismo no Caribe, propôs um modelo de estudo e análise da evolução do turismo, baseado na sucessão das classes sociais. No seu entender, as destinações turísticas passam por três fases (*in* RUSCHMANN 2004, p. 93-94): **1ª fase:** Descoberta por turistas ricos e construção de um hotel de classe internacional; **2ª fase:** Desenvolvimento de hotéis para a classe média-alta; **3ª fase:** Perda da originalidade e advento da classe média e do turismo de massa. A duração de cada fase, depende do tempo que a classe média leva para chegar ao local e a rapidez com que as classes ociosas tradicionais encontram novas destinações

Um outro autor, Pierre Eugène, analisando a situação de algumas localidades européias frente à invasão de turistas diz que esses lugares passaram por quatro fases:

**1ª fase:** o turismo revela os recursos naturais, valorizando-os; **2ª fase:** o número de visitantes vai aumentando, constituindo o turismo de massa, e verifica-se uma degradação ambiental; **3ª fase:** recuperação, mediante regulamentação ou através de obras de reposição, embora haja muitas perdas irreparáveis; **4ª fase:** reconciliação, incorporando estudos que possam subsidiar planos turísticos, incluindo-se o componente ambiental (in FONTELES 2004, p. 96).

Uma outra teoria, formulada por Plog, não enfatiza as classes, mas a personalidade dos diferentes tipos de turistas. Assim, *“uma nova destinação turística será descoberta pelos turistas aloclétricos e, quando se torna mais conhecida e com maior e melhor infra-estrutura turística em geral, passa a ser freqüentada pelos mesocétricos, que correspondem ao segmento quantitativo mais numeroso: o turismo de massa”* (in RUSCHMANN 2004, p. 94-95).

Nesse estágio, o do turismo de massa, pode-se visualizar a transformação da localidade, que constitui o início de sua extinção como atrativo turístico, pois a massificação de um recurso faz com este perca suas qualidades e características, motivadoras da vinda de turistas e portadoras da sementes da própria extinção. Krippendorff manifestou-se contrário ao grande afluxo de pessoas aos recursos, alegando que *“o turismo destruirá o turismo”*, denominando a atividade de *“devoradora de paisagens”* (in RUSCHMANN 2004, p. 95), pois o fluxo de grande quantidade de pessoas destrói aquilo que a faz viver: a beleza e a originalidade das atrações.

Fuster diz que, quando existem **núcleos arqueogênicos**, ou seja, *“quando a cidade já existia anteriormente a seu desenvolvimento como núcleo turístico”*, ela passa pelo chamado **ciclo turístico** (in BARRETTO 2002, p. 63.). A cidade existe

sem turismo e, por alguma razão, por iniciativa pública ou privada, em virtude de um recurso natural ou cultural, é descoberta como pólo ou núcleo turístico.

O conceito de ciclo de vida das destinações turísticas foi criado por R. W. Butler em 1980 (ver figura 01), baseado na teoria desenvolvida pelo *marketing* de produtos, e aplicou-o para estudar o crescimento e o declínio dos equipamentos turísticos e das regiões nas quais estes se localizavam. Resumidamente o ciclo vital de um núcleo é composto pelas seguintes fases: exploração, investimento, desenvolvimento, consolidação, estagnação e declínio ou rejuvenescimento (*in* RUSCHMANN 2004, p. 102).

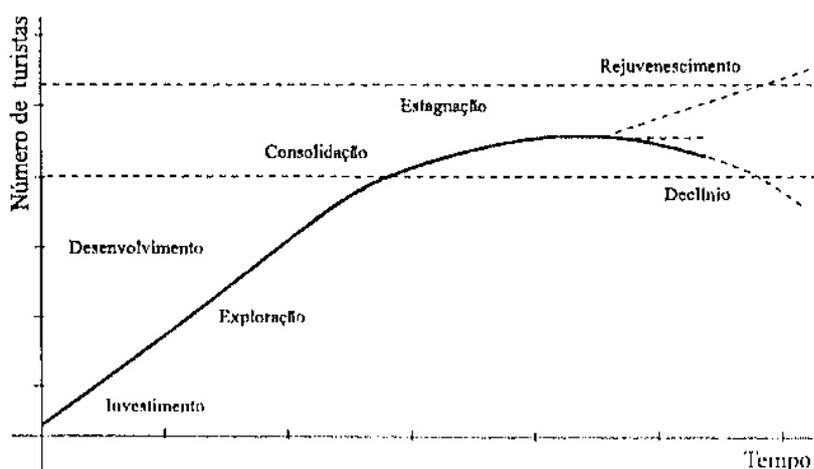


Figura 01: Ciclo de vida das destinações turísticas.  
Fonte: Butler 1980, in RUSCHMANN 2004, p. 103.

Segundo Butler, a primeira fase do ciclo turístico é a da **exploração**, quando a localidade apresenta algumas facilidades para os primeiros visitantes, que são ampliadas rapidamente pela população local na fase do **investimento**, com o objetivo de auferir lucros na criação de um mercado forte e fiel. Nas fases iniciais do desenvolvimento, as destinações turísticas são visitadas pelos turistas exploradores ou pelos turistas alocêntricos (pessoas que buscam novidades e aventuras).

Em seguida, na fase do **desenvolvimento**, a participação e o controle dos equipamentos pela população local caem rapidamente e dão lugar às facilidades criadas por organizações externas, que estimulam o crescimento do número de visitantes.

A fase da **consolidação** se caracteriza pelo domínio de empresas e serviços multinacionais, cuja participação ajuda a controlar os custos e a manter a competitividade do local diante de outras destinações. Os turistas psicocêntricos, caracterizados pela exigência de conforto e segurança nas localidades turísticas, são sua clientela no período do apogeu.

O apogeu quantitativo da demanda é alcançado na fase da **saturação** (estagnação) e, a partir daí, a destinação começa a decair na preferência dos turistas, ou seja, quando a localidade passa a receber o turismo de massa, que lotam os equipamentos para viabilizá-los economicamente, os preços baixam e passam a atrair uma demanda de menor poder aquisitivo. A localidade passa por um desgaste econômico, social e ambiental. Nesse ponto, a localidade entra em **declínio** ou passará por um processo de **rejuvenescimento**.

Geralmente, estabelece-se em 20 anos o período de apogeu de destinações turísticas, porém o declínio não é inevitável, uma vez que elas poderão ser revitalizadas ou rejuvenescidas pelo planejamento, modificando o produto e/ou buscando novos mercados.

Segundo Ruschmann, a elaboração de um estudo de ciclo de vida turístico de um equipamento, localidade ou região, tem como objetivo auxiliar no planejamento turístico, uma vez que ele tem a finalidade de determinar em que fase o objeto de estudo está inserido, analisando as medidas cabíveis pra direcionar seu

desenvolvimento, visando a sustentabilidade da atividade. A utilização do conceito de ciclo de vida apresenta-se como um instrumento importante para avaliar a evolução de destinações e produtos turísticos. As medidas para reverter situações de desgaste dependem do interesse dos governos em financiar e do interesse da iniciativa privada em investir num turismo de qualidade

Para a elaboração do ciclo de vida de uma dada localidade, Michael Haymond propõe a consideração de vários aspectos, que são fundamentais na realização desse estudo: **avaliação dos mercados**, considerando diversos segmentos da demanda que visitam a destinação/produto nas suas diferentes fases; **elaboração de um gráfico do ciclo de vida**, para permitir a visão da duração de cada fase e o tempo de passagem de uma fase para outra; **determinar a unidade de mensuração** para a determinação do nível de saturação de uma localidade ou produto (*in* RUSCHMANN 2004, p. 106).

## **2.4 TURISMO E PAISAGEM URBANA**

### **2.4.1 A PAISAGEM URBANA**

A idéia de paisagem como cenário é, a primeira vista, a forma mais comum de se conceber esse termo. Segundo Sauer, no âmbito da geografia, o termo paisagem é “*apresentado para definir o conceito de unidade da geografia, para caracterizar a associação peculiarmente geográfica de fatos*” (p. 23). Tem uma identidade que é baseada na constituição reconhecível, limites e relações genéricas com outras paisagens, que constituem um sistema geral. Sua estrutura e função são determinadas por forma integrantes e dependentes.

Segundo definições contidas na Recomendação da Europa de 1995, o conceito de paisagem é: *“expressão formal dos relacionamentos entre uma sociedade e o território num determinado período. É definida pela maneira pela qual o território é percebido por um indivíduo ou comunidade”* (artigo 1º).

Segundo Pellegrino 2000, a paisagem é a combinação dos aspectos naturais e culturais, ou seja, uma escala perceptível entre os processos humanos e naturais. Dias diz que a paisagem é a *“manifestação formal das múltiplas relações que existem entre o indivíduo ou uma sociedade e um espaço geográfico definido em um período determinado, cujo aspecto é resultado da ação, no tempo, de fatores naturais e humanos, bem como da combinação de ambos”*. (2006, p. 250). De acordo com Zukin, em artigo sobre Paisagens urbanas pós-modernas, o conceito de paisagem ampliou seu significado para incluir uma avaliação da cultura material, do texto e do processo social.

Segundo Dias (2007, p. 250), existem três tipos de paisagens: a natural, a cultural e a urbana.

A **natural** seria um mosaico composto de ecossistemas interativos, resultado da influência de interações geológicas, topográficas, edáficas (solo), climáticas, bióticas e humanas em uma dada área.

O conceito de **paisagem cultural** é mais amplo, e significa: *“partes específicas, topograficamente delimitadas da paisagem, formadas por várias combinações naturais e humanas, que ilustram a evolução da sociedade”* (artigo 1º da Recomendação da Europa, 1995). Segundo Sauer, a paisagem cultural é modelada a partir de uma paisagem natural por um grupo cultural. A cultura é o agente, a área natural é o meio, a paisagem cultural o resultado.

Já a **paisagem urbana** seria aquela “*caracterizada pela alta densidade e pela grande dimensão das construções, assim como pela concentração de vias de comunicação*”. (DIAS 2006, p. 250).

Na visão de Zukin a “*paisagem é claramente uma ordem espacial imposta ao ambiente, construído ou natural*” (2000, p. 84). A observação da paisagem permite visualizar a realidade, através de uma análise que identifica o processo histórico geográfico e as transformações que acompanham intrinsecamente a sociedade ao longo do tempo. As paisagens mudam por processos naturais ou pela ação das pessoas.

De acordo com Pellegrino 2000, a paisagem é como um sistema em evolução e apresenta três características principais: estrutura, função e mudança. A **estrutura** da paisagem é “*o padrão espacial ou o arranjo dos elementos paisagísticos*”. A **função** é “*o movimento e o fluxo de pessoas, animais, plantas, água, vento, matéria e energia*”. A **mudança** é “*a dinâmica ou alteração no padrão espacial e na função através do tempo*” (p. 168).

Castrovanni, diz que a paisagem urbana apresenta-se em seis componentes básicos: **forma** (aspectos visíveis dos elementos que compõem as cidades); **identidade** (o diferencial, ou seja, as singularidades da cidade); **função** (o papel desempenhado pelos espaços); **estrutura** (ligada à formação da cidade); **processo** (ações ao longo do tempo) e **significado**.

Segundo Boullón, existem seis focos urbanos na composição da paisagem urbana. São eles: **nodos** (praças, passeios, parques, mercados, galerias, shopping, igrejas, etc); **mojones** (marcos divisórios que se destacam na paisagem); **bairros**;

**setores** (áreas específicas de bairros); **bordos** (franjas urbanas, ou limites) e os **caminhos** (*in* CASTROVANNI 2000, p. 29).

O caráter de uma paisagem urbana é marcada pelos arranjos espaciais dos elementos que a constituem no ambiente. Dentro do meio ambiente urbanizado predominam as formas dos elementos artificiais que as constituem (principalmente edificações) interligados por redes e corredores, na forma de ruas, linhas férreas, viadutos, pontes, rios e canais retificados, dentre outros. Geralmente encontramos na composição da paisagem urbana áreas verdes, que podem ser as naturais ou as introduzidas pelo homem como parques, praças, jardins, bosques, etc.

A relação entre o meio ambiente e o homem é chamada de **percepção ambiental**, teoria esta estudada por vários pesquisadores. Segundo Kohlsdorf, aceita-se a “*percepção como um instrumento mediador importante entre o homem e o meio ambiente urbano*” (*in* DEL RIO 1990, p. 92). Segundo Pellegrino, “*a interação entre indivíduo e seu ambiente ... estabelece um contato de duplo sentido ... entre o sujeito interpretante e o signo objeto da interpretação ... caracterizando um processo de percepção ambiental*” (1989, p. 72).

Kevin Lynch desenvolveu um procedimento metodológico, baseado na psicologia, através da aplicação de questionários em habitantes de uma cidade, com objetivo de se verificar qual a percepção que esses moradores tinham do local onde viviam. Com base nos resultados dessa pesquisa, Lynch desenvolveu uma teoria sobre a percepção do meio ambiente. Para ele, o significado de uma cidade para as pessoas é baseado em qualidades urbanas como: legibilidade, estrutura, identidade, significado e imageabilidade.

A **legibilidade**, segundo Lynch, é “*a facilidade com que partes podem ser reconhecidas e organizadas em um padrão coerente*” (in DEL RIO 1990, p. 93).

Ainda de acordo com as teorias de Lynch, uma imagem ambiental pode ser vista contendo três componentes: **identidade**, **estrutura** e **significado**. A identificação de uma área, sua diferenciação de outra, sua personalidade e individualidade são a identidade. A estrutura é a coerência e as relações. Após identificado a identidade e a estrutura, essas imagens ambientais adquirem um significado.

Já o conceito de **imageabilidade** foi definido por Lynch como sendo “*aquela qualidade de um objeto físico que lhe dá uma alta probabilidade de evocar uma forte imagem em qualquer observador*” (in DEL RIO 1990, p. 93).

O autor também identifica alguns elementos urbanos que se destacam em seu papel para a imageabilidade, gerando coerência às estruturas, identidade às partes e legibilidade geral e parcial. Esses elementos são (in DEL RIO 1990, p. 94-95):

- **Percursos** (*paths*): Os canais ao longo dos quais o observador normalmente se movimenta;
- **Limites** (*edges*): elementos lineares não utilizados como percursos e que geralmente demarcam o limite de uma área ou de uma zona;
- **Setores** (*districts*): áreas da cidade de certa extensão e que o observador identifica de dentro da área como possuindo uma identidade própria, ou de fora da área, se realmente puderem ser vistos de longe; normalmente possuem limites precisos e são interligados por percursos.
- **Nós** (*nodes*): locais estratégicos e que se destacam na cidade; locais de concentração de atividades ou convergência física do tecido urbano;

- **Marcos** (*landmarks*): é um referencial externo e se destaca na paisagem; são geralmente um objeto físico.

#### 2.4.2 IMPACTOS DO TURISMO

O termo **impacto**, de modo geral significa, efeito positivo ou negativo que uma determinada atuação produz no ambiente. Segundo o Glossário de Turismo elaborado pelo Ministério do Turismo, impacto quer dizer: “*qualquer alteração, positiva ou negativa, de uma dada situação*” (fonte: Glossário de Turismo, disponível em: [www.institucional.turismo.gov.br](http://www.institucional.turismo.gov.br)), ou seja, o impacto turístico é constituído pela “*gama de modificações ou pela seqüência de eventos provocados pelo processo de desenvolvimento turístico nas localidades receptoras*” (RUSCHMANN 2004, p. 34). Esses impactos são a consequência de um processo complexo de interação entre os turistas, as comunidades e os meios receptores.

Como toda atividade humana, o turismo provoca impactos no ambiente, seja ele natural ou construído. Segundo a OMT o turismo pode trazer tanto benefícios quanto problemas para um município. “*Se bem planejado, desenvolvido e gerenciado, o turismo gera empregos e renda para o local, além de reverter em impostos ao poder público*” (2003, p. 29). Com a expansão do turismo, a comunidade científica começa a se interessar pelos impactos que a atividade turística provoca no ambiente, seja ele natural ou construído:

*... biólogos e ecologistas, têm-se preocupado com os impactos do turismo na natureza; sociólogos e antropólogos têm-se preocupado com os impactos nas populações receptoras, ao passo que historiadores e arquitetos têm prestado atenção nas áreas da cultura material, verificando os efeitos do turismo em bens culturais, tais como o patrimônio histórico”* (BARRETTO 2006, p. 7).

Segundo a OMT 1994, os principais impactos provocados pelo turismo podem ser divididos em: econômicos, sócio-culturais e ambientais.

- **Impactos econômicos:**

POSITIVOS: geração de empregos; diversificação da economia (efeito multiplicador); criação de novos mercados para produtos locais (agricultura, artes, artesanato e artigos manufaturados); incremento no setor da construção civil local; desenvolvimento regional; aumento da renda tributária; desenvolvimento da infraestrutura;

NEGATIVOS: transformações nas ocupações profissionais; impacto sobre a estrutura e distribuição da população; especulação imobiliária; desvio dos benefícios econômicos.

- **Impactos sócio-culturais:**

POSITIVOS: conservação do patrimônio; renovação e conservação da identidade cultural; intercâmbio cultural; criação de instalações recreacionais e culturais novas e melhoradas;

NEGATIVOS: comercialização excessiva e perda de autenticidade das manifestações culturais; perda da identidade cultural através da influência no estilo de vida tradicional; modificação dos padrões de consumo através do efeito demonstração; super população e perda das comodidades dos habitantes; aumento de problemas sociais como: drogas, crime e prostituição.

- **Impactos ambientais:**

POSITIVOS: conservação de áreas naturais importantes; conservação de lugares históricos e arqueológicos; melhora da qualidade do meio ambiente; melhora da infraestrutura; aumento da consciência sobre o meio ambiente;

NEGATIVOS: poluição da água; poluição do ar; poluição sonora; poluição visual; problemas de saneamento básico; degradação ecológica; riscos ecológicos; danos aos lugares históricos e arqueológicos; problemas sobre uso do solo.

Para que o turismo seja uma atividade sustentável ao longo do tempo, a OMT propõe que seja adotada uma abordagem visando: *“à manutenção da sustentabilidade do turismo, através do gerenciamento dos impactos, do estabelecimento dos indicadores ambientais e da conservação da qualidade do produto e dos mercados turísticos, através do planejamento”* (2003, p. 104).

Segundo definições obtidas no Glossário de Turismo elaborado pelo Ministério do Turismo (disponível no *site*: [institucional.turismo.gov.br](http://institucional.turismo.gov.br)), **planejamento turístico** significa:

*“processo pelo qual se analisa a atividade turística de um país ou região, diagnosticando seu desenvolvimento e fixando um modelo de atuação, mediante estabelecimento de objetivos, metas e instrumentos, com os quais se pretende impulsioná-la, coordená-la e integrá-la ao conjunto macroeconômico em que se encontra inserida”.*

O meio ambiente é a base econômica da atividade turística e apresenta oportunidades e limitações. Na visão de Ruschmann o planejamento do turismo surge como *“a forma de evitar a ocorrência de danos irreversíveis nos meios turísticos, para minimizar os custos sociais que afetam os moradores das localidades e para otimizar os benefícios do desenvolvimento turístico, ou seja, tem como principal objetivo a sustentabilidade”* (2004, p. 111).

De acordo com a OMT o princípio para a elaboração de planejamento turístico é a sustentabilidade: **ecológica** (assegura que o desenvolvimento seja compatível com a manutenção do processo ecológico essencial, a diversidade biológica e os recursos biológicos); **sócio-cultural** (assegura que o desenvolvimento

aumenta o controle das pessoas sobre suas próprias vidas, é compatível com a cultural e os valores da comunidade, mantém e reforça a identidade comunitária) e **econômica** (assegura que o desenvolvimento é economicamente eficiente e que os recursos são geridos de maneira que possam manter gerações futuras).

No caso específico do planejamento com base no patrimônio, o que Pearce denomina como legado cultural, ele deve obedecer três pontos básicos: *“preservação do bem, adoção de políticas de administração do bem e restrição ao número de visitantes”* (BARRETTO 2006, p. ).

Um outro instrumento criado para minimizar os impactos do turismo é o **conceito de capacidade de carga**, ou seja, a capacidade de uma área para suportar um nível ou intensidade de uso. Segundo Boo, o conceito de capacidade de carga é a tradução da expressão inglesa *carryng capacity* que, no contexto turístico-recreativo é definido como: *“o número máximo de visitantes (por dia/mês/ano) que uma área pode suportar, antes que ocorram alterações nos meios físico e social”* (in RUSCHMANN 2004, p. 116), ou seja, a extensão em que o meio ambiente pode tolerar a atividade humana sem sofrer danos inaceitáveis. De acordo com Ruschmann, essa noção reconhece que tanto os recursos naturais como os construídos pelo homem têm um limite para absorver visitantes; esse limite, quando ultrapassado, provoca sua deterioração.

### 2.4.3 IMPACTOS DO TURISMO NA PAISAGEM URBANA

A partir da aceleração do processo de industrialização das cidades europeias no início do século XX, as questões patrimoniais começam a ser mais divulgadas e discutidas, notadamente pela influência do movimento internacional de arquitetura

moderna, com a publicação pelo Congresso Internacional de Arquitetura Moderna – CIAM, da Carta de Atenas. Esses debates iniciam a discussão sobre a importância e os critérios de preservação do patrimônio e do ambiente.

No Brasil, foi criado em 1937 o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – SPHAN (atual IPHAN), instituído pelo Decreto-Lei nº 25/37, órgão este incumbido da proteção do patrimônio histórico e artístico brasileiro que é constituído pelo conjunto dos bens móveis e imóveis existentes no país e cuja conservação seja de interesse público, quer por sua vinculação a fatos memoráveis da história do Brasil, quer por seu excepcional valor arqueológico ou etnográfico, bibliográfico ou artístico. De acordo com a Constituição Federal de 1988, o patrimônio cultural brasileiro é constituído (artigo 216), pelos bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, nas quais incluem: as formas de expressão; os modos de criar, fazer e viver; as criações científicas, artísticas, tecnológicas; as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais; os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagísticos, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico.

De acordo com Choay, o conceito de patrimônio histórico inicia-se com a idéia de monumento, surgido com a Revolução Francesa, evoluindo para a sua concepção atual acerca do patrimônio histórico:

*“bem destinado ao usufruto de uma comunidade, constituído pela acumulação contínua de uma diversidade de objetos que se congregam por seu passado comum: obras e obras-primas das belas-artes e das artes aplicadas, trabalhos e produtos de todos os saberes e savoir-faire dos seres humanos.” (2001, p.11)*

No ano de 1964 foi aprovado pelo II Congresso Internacional de Arquitetos e Técnicos dos Monumentos Históricos a Carta de Veneza. No seu artigo 1º, a noção de monumento histórico compreende a criação arquitetônica isolada, bem como o sítio urbano ou rural. Além disso, no seu artigo 7º, a carta consolida o fato que o monumento é inseparável do meio onde se encontra situado.

Na corrente da Carta de Veneza, foi aprovado em 1967, pela Organização dos Estados Americanos – OEA, as Normas de Quito, onde são discutidos conceitos sobre as relações entre patrimônio e valor econômico, além da questão da incorporação da atividade turística no contexto da América Latina. Aponta-se a necessidade de incentivar o uso compatível e a conservação dos monumentos como estratégia de desenvolvimento econômico das regiões, desde que integrados em planos de desenvolvimento. Com relação ao turismo, a norma diz que os valores propriamente culturais não se desnaturalizam nem comprometem ao vincular-se com interesses turísticos e, longe disso, a maior atração exercida pelos monumentos e a fluência crescente de visitantes contribuem para afirmar a consciência de sua importância e valorização.

De acordo com as pesquisas de Choay, o patrimônio vem adquirindo novas implicações e valores. No caso específico do patrimônio histórico arquitetônico, os processos de **valorização** do patrimônio e a noção de **mais-valia**, foram incorporados ao conceito de patrimônio. A Declaração de Amsterdã publicada em 1975, já previa que as ações de reabilitação levariam por inserir o patrimônio na economia de mercado. Segundo Choay, atualmente, duas tendências antagônicas de preservação do patrimônio se destacam:

- **Continuidade**, ou seja, utilização das novas tecnologias para a conservação;

- **Valorização**, ou seja, invenção de novas modalidades: restauração, reutilização, *mise en scène* (espetáculo, iluminação, som), animação cultural e conversão em dinheiro do patrimônio histórico.

Na pós modernidade, Harvey enfatiza que o patrimônio passa por dois processos distintos: o primeiro é o da **acumulação flexível**, “*onde o patrimônio adquire a noção de mais valia com a apropriação cultural do bem aumentando assim o seu valor*”; o segundo processo refere-se à **renovação desse patrimônio**, através “*de ações de restauração e/ou revitalização transformando a cidade antiga em um espaço limiar pós-moderno, fazendo a mediação entre o passado e o presente*” (in ZUKIN 2000, p. 87).

Em 1976, com a publicação pelo ICOMOS, da Carta de Turismo Cultural surge um novo paradigma, pois a questão é como compatibilizar o uso do patrimônio com a sua preservação. Esse documento aponta o turismo como uma das alternativas para promover o uso de forma sustentável, através do turismo cultural.

Mas a expansão do turismo cultural pode gerar conflitos e efeitos perversos, segundo Choay, podendo até comprometer a autenticidade do patrimônio, ou esgotamento do mesmo. A Carta de Nairóbi, aprovada pela UNESCO em 1976, aponta os riscos de estagnação das áreas de interesse histórico se tratadas apenas por seu aspecto museal, ao mesmo tempo em que chama atenção para a exploração do patrimônio pelos mecanismos de especulação imobiliária e da indústria turística.

Assim como o patrimônio individual, a cidade histórica também foi transformada em produto de turismo cultural. Segundo as idéias de Choay, esse consumo cultural tende a excluir das cidades ou centros históricos “*as populações*

*locais ou não privilegiadas e, com elas, suas atividades tradicionais e modestamente cotidianas*” (2001, p. 226).

Zukin diz que esse processo surgiu a partir de 1960 e é chamado de **enobrecimento**, expressão traduzida do termo inglês, *gentrification*, que significa:

*“processo pelo qual uma área que, antes habitada por pessoas pobres, é alterada pela população mais abastada que passa a viver ali, o que resulta em um aumento do valor imobiliário e na mudança da população original”* (2000, p. 83).

Ainda de acordo com Zukin, a apropriação cultural (enobrecimento) se dá em duas etapas. Primeiramente, um grupo social não nativo assume a paisagem e o vernacular de um local. Em segundo lugar, a imposição de sua visão converte o vernacular em paisagem, conduzindo *“a um processo material de apropriação espacial”* (2000, p. 89). Com o enobrecimento, o patrimônio arquitetônico adquire o caráter de vernacular; revisto como paisagem e investido de poder cultural. Nas palavras de Zukin, *“o enobrecimento redefine o significado social de um lugar especificamente histórico para um segmento do mercado ...”* (2000, p. 87). Choay tem uma visão semelhante, dizendo que o turismo cria uma embalagem para o patrimônio, visando seu consumo como produto cultural.

Segundo Choay, o aumento dos processos de reutilização do patrimônio com fins turísticos poderão auto-destruir o patrimônio, pois o turismo desgasta os monumentos, que vão precisar cada vez mais de conservação e manutenção, exigindo cada vez mais visitantes e dinheiro, podendo comprometer a autenticidade da arquitetura. Nas palavras da autora, a exploração do patrimônio histórico arquitetônico está *“fadada ao esgotamento, a menos que se reduzam os custos de manutenção e se regule o fluxo de seus consumidores”* (2001, p. 228).

Segundo Motta essas intervenções nas áreas mais antigas das cidades, têm como resultado a “*apropriação cenográfica dos espaços sem a preocupação de considerar as cidades como objeto socialmente construído e seu patrimônio como fonte de conhecimento*” (2000, p. 258). Essas intervenções envolvem trabalhos nas fachadas, a instalação de focos de iluminação nos monumentos, a demolição de prédios novos ou feios e o incentivo ao uso comercial ligado ao turismo, apropriando-se dos sítios urbanos como matéria-prima para a atração e consumo do turismo.

Com o enobrecimento, o patrimônio histórico adquire um novo status através da valorização dos imóveis e a mudança de seu uso. Silva 2004, descreve esse fenômeno no Bairro do Pelourinho (área tombada pela UNESCO em 1985 como patrimônio mundial), em Salvador, capital do Estado da Bahia, que passou por uma intervenção urbana com foco no turismo, com ações de restauração de imóveis e instalação de infra-estrutura.

Essa intervenção transformou a área em um setor comercial e de serviços, expulsando os moradores locais. Além disso, a restauração dos imóveis foi *standartizada*, realizada, segundo a autora, à toque de caixa, de forma radical e incisiva, gerando muita polêmica. O Pelourinho foi transformado em um cartão de visitas, apresentado para turistas do mundo inteiro. Segundo recomendações da Carta de Nairóbi, os conjuntos históricos e sua ambiência constituem um patrimônio universal insubstituível; devem ser salvaguardados e integrados na vida cotidiana, considerados em sua globalidade, como um todo coerente e equilibrado.

Esse processo de enobrecimento do Pelourinho coloca em discussão duas problemáticas: uma relacionada ao **patrimônio** (o que preservar e para quem

preservar?) e outra referente à questão da **identidade cultural**, quando a adoção de modelos estereotipados nada tem a ver com a história e a cultura locais.

A cidade de Paraty, no litoral sul fluminense também é outro exemplo de apropriação do patrimônio histórico pelo turismo. Silva analisa que a descoberta da cidade pelo turismo provocou ao mesmo tempo a manutenção do patrimônio e uma revitalização do mesmo, com a transformação dos imóveis em restaurantes, pousadas, lojas. Com o incremento do turismo, a cidade vem sofrendo também uma intensa ocupação dos arredores, através da especulação imobiliária.

Na visão de Dias 2006, o turismo apresenta uma relação particular com o território no qual é praticado, pois os lugares escolhidos para a prática da atividade turística são modificados em um processo denominado **turistificação**:

*“o conjunto de mudanças provocadas pelo turismo com vistas à adequação do espaço físico da região visitada para a recepção e manutenção de visitantes, com a construção de infra-estrutura, instalação de equipamentos e implantação de serviços turísticos”* (2006, p. 253).

Dentro deste processo de turistificação, o turismo atribui um novo valor aos espaços, tornando-os lugares turísticos. Ou seja, *“uma cidade turística deve, primordialmente, parecer turística”* (SILVA 2004, p. 23). Segundo um outro autor, Anderson Portuguez, ocorre turistificação quando se observam, no local receptor, os seguintes fenômenos (*in DIAS 2006, p. 16*):

- existência efetiva de visitantes que afluem para a área a fim de utilizar seus recursos socioespaciais;
- maior frequência de visitação de determinadas áreas, de modo a tornar elementos sociais e naturais do lugar em pontos ou em atrativos turísticos;

- introdução de equipamentos ou serviços especializados em função e para uso do visitante;
- utilização, mesmo que ocasional, do equipamento urbano por parte dos visitantes;
- progressiva substituição do comércio tradicional pelo especializado, com o surgimento de lojas de artesanato, restaurantes de comidas típicas, etc.;
- oferta pelo mercado informal de produtos de interesse aos visitantes;
- mudança na estrutura urbana com a introdução de residências secundárias e de residências para temporadas.

Essa turistificação dos espaços, segundo Knafou, pode ser desencadeada por três agentes (*in* FRATUCCI): os turistas, o mercado e os planejadores. No primeiro caso, é o **turista** que, na busca de novas paisagens se apropria de alguns trechos privilegiados do espaço. O segundo agente é o **mercado**, que, com suas ações e, não mais a partir das práticas turísticas em si, que os espaços atualmente, são turistificados. Completando os agentes, o autor inclui os **planejadores e promotores territoriais**, através da criação de planos estratégicos para atrair turistas e empreendedores buscando o desenvolvimento do local.

Dentro deste contexto de turistificação, Silva diz que a paisagem é um componente essencial para o desenvolvimento do turismo e é transformada segundo critérios formais e estéticos direcionados a compor cenários. O desafio, observa, é manter a identidade, pois “*as cidades turísticas brasileiras enfrentam o paradoxo de conservarem belas paisagens e verem esse mesmo recurso dilapidado pela atividade turística*” (2004, p. 17). A cenarização passa a ser um elemento de camuflagem, mais que de pura fantasia e embelezamento.

Uma crítica comum sobre o processo de turistificação da paisagem é relacionado com a apropriação do espaço pelo turismo, criando, de acordo com Fonteles, territórios eminentemente turísticos com pouca ou nenhuma integração das populações nativas; lugares e populações são comercializados como atrativos para serem consumidos. Magalhães aponta que esse processo transforma o espaço em ambientes artificializados e hierarquizados, restritos à camada mais abastada da população.

Em um estudo de caso sobre a cidade de Porto Seguro, Rodrigues aponta que a urbanização gerada pelo incremento do turismo transformou e provocou uma descaracterização geral da paisagem do local, causando grandes impactos ao meio ambiente e aos usos e costumes da população. Ou seja, *“ocorrem grandes transformações com a vida cotidiana dos moradores locais, destruindo suas atividades e transformando-os em trabalhadores para o turismo”* (in MAGALHÃES 2002, p. 52.).

Um outro exemplo de cidade dotada de patrimônio histórico que passou por um processo de turistificação e valorização é Tiradentes, cidade histórica de Minas Gerais. De acordo com Magalhães, a cidade foi remodelada a partir da década de 1990, com investimentos em equipamentos e serviços feitos por empresários vindos de fora. Esses investimentos possibilitaram a reabilitação do patrimônio histórico, que se não fosse pelo turismo estaria em condições precárias ou descaracterizado. Por outro lado, o patrimônio histórico adquiriu um novo valor, neste caso econômico, quando uma casa no centro histórico de Tiradentes passou a valer R\$ 100.000,00.

No caso das cidades históricas de Minas, Barretto (2006) pergunta o que teria sido dessas cidades se não tivessem sido transformadas em atrativo turístico. A

crítica não é pela utilização do patrimônio, mas sim quanto à transformação do patrimônio em bem de consumo. O patrimônio deixa de ser valioso por sua significação da história ou da identidade local e passa a ser valioso porque pode ser vendido como atrativo turístico. Wall afirma que “*o patrimônio deve ser conservado, melhorado e até usado*” (in BARRETTO 2006, p. 32.). Deve ser visto como um recurso que deve ser gerenciado e compartilhado.

Por outro lado, a revitalização do patrimônio através do turismo também contribuiu para a conservação de prédios e monumentos, principalmente nas cidades mineiras e nas capitais do Nordeste. Dentro deste contexto de prós e contras da utilização do legado cultural pelo turismo, Barretto tem uma visão favorável, pois em alguns locais, ele é o responsável pela manutenção do bem. Mas acredita que “*o planejamento do turismo é imprescindível para fazer o processo de conciliação entre turismo e legado cultural de forma correta, visando a sustentabilidade*” (2006, p. 51).

Uma constatação a ser feita é que as políticas de preservação e de utilização do patrimônio devem ser integradas na política geral de desenvolvimento econômico e social, bem como no processo de planejamento urbano. Segundo recomendações da Carta de Washington, publicada em 1987, os valores a preservar são o caráter histórico da cidade e o conjunto de elementos que compõem sua imagem, em especial: a forma urbana; a relação entre os edifícios, espaços verdes e livres; a forma e o aspecto dos edifícios: estrutura, volume, estilo, escala, materiais, cor e decoração; as relações da cidade com o seu ambiente natural ou criado pelo homem; as vocações das cidades.

Dentro deste contexto, a questão da turistificação das cidades históricas é um paradigma, pois, ao mesmo tempo que o turismo proporciona a preservação e conservação do patrimônio, ele também ocasiona a sua valorização, cenarização e enobrecimento, processos que poderão ocasionar a descaracterização do mesmo, além da perda do significado histórico e memorial do bem tombado, transformando-o simplesmente em objeto de consumo.

## 7. CONCLUSÕES

Como já foi abordado neste trabalho o turismo é uma atividade em desenvolvimento em São Luiz do Paraitinga e se constitui, atualmente, em uma das principais atividades econômicas do município. Considerando que o tipo de turismo que vem sendo implementado na cidade é o cultural, sendo que o principal atrativo turístico local é a cultura luizense, tendo como foco suas festas e eventos, o Centro Histórico desempenha um papel importante neste processo, pois é neste local que acontecem as principais manifestações artísticas, festivas ou religiosas da cidade. Considerando ainda que o turismo é uma atividade que provoca impactos, sendo que os mais perceptíveis são os causados pelo processo de turistificação da paisagem para se adequar a demanda turística, percebe-se que a cidade de São Luiz do Paraitinga está se turistificando, pois os dados levantados neste trabalho demonstram que a estrutura urbana e o conjunto arquitetônico vem sofrendo intervenções, motivadas principalmente pela expansão da atividade turística. Além disso, os imóveis do Centro Histórico estão em um processo de valorização econômica, quando o patrimônio adquire um novo uso e o valor econômico.

As intervenções na paisagem urbana no período entre 2002 a 2007 denotam que o turismo provocou impactos nesta paisagem. Pode-se dizer que a elevação da cidade à categoria de Estância Turística é um marco do desenvolvimento da atividade turística em São Luiz do Paraitinga, pois a cidade passou a receber recursos para a execução de obras de incremento do turismo. Um outro fato a se destacar é que a cidade, a cada dia, ganha mais destaque da mídia, contribuindo para o aumento do fluxo turístico e para a criação de uma imagem turística para São Luiz: uma

cidade festiva com um cenário histórico, ou a terra das marchinhas. Dentro deste contexto a paisagem do Centro Histórico contribui para a criação desta imagem, pois esta área é um diferencial da cidade no mercado turístico.

Especificamente com relação à paisagem urbana do Centro Histórico percebe-se que a atividade turística é o principal agente motivador das intervenções realizadas neste período. Nota-se que o turismo causou impactos positivos e negativos nesta paisagem, pois anteriormente ao desenvolvimento do turismo e a transformação de São Luiz em Estância Turística, o Centro Histórico estava imobilizado, motivado pelo tombamento da área pelo CONDEPHAAT e, devido também à decadência econômica do município e escassez de recursos públicos para a realização de investimentos.

O processo de turistificação da paisagem urbana que vem ocorrendo em São Luiz do Paraitinga levanta duas questões. A primeira é que o turismo contribui para conservação dessa paisagem e conseqüentemente do patrimônio, pois ele é um dos principais atrativos da cidade e, tanto o poder público quanto a população tem realizado investimentos para essa manutenção. A segunda questão é que a adequação da paisagem para o turismo provoca impactos negativos neste ambiente, pois o patrimônio adquire, portando, um novo uso para atender a demanda turística, fato que poderá comprometer a qualidade ambiental do Centro Histórico.

Uma outra questão levantada é que a cidade não dispõe de instrumentos, nem de um planejamento para que o desenvolvimento do turismo ocorra de forma sustentável, garantindo que os benefícios gerados pelo turismo alcancem toda a população e que os impactos negativos gerados pela atividade turística sejam controlados e minimizados. Sendo assim, a implantação de uma política de

planejamento municipal é fundamental para a sustentabilidade de São Luiz do Paraitinga. Ademais o turismo não pode ser a única alternativa econômica do município, deve-se buscar outras alternativas para que o desenvolvimento seja ecologicamente, ambientalmente e economicamente sustentável.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, MÁRIO. **São Luiz do Paraitinga: Usos e costumes**, 1948.
- BARRETTO, MARGARITA. **Manual de iniciação ao estudo do turismo** 4 ed. Campinas: Papirus, 1998. 164 p. (Coleção Turismo.)
- \_\_\_\_\_. **Planejamento e organização em turismo** 7 ed. Campinas: Papirus, 2002. 101 p. (Coleção Turismo.)
- \_\_\_\_\_. **Turismo e legado cultural: As possibilidades do planejamento** 6 ed. Campinas: Papirus, 2006. 96 p. (Coleção Turismo.)
- CASTROGIOVANNI, ANTONIO CARLOS (Org.). **Turismo Urbano**. São Paulo: Contexto, 2000. 111 p. (Coleção Turismo Contexto)
- CHOAY, FRANÇOISE. **A alegoria do patrimônio** São Paulo: Liberdade: Editora UNESP, 2001. 282 p.
- COMITÊ PRÓ-ASSOCIAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO CULTURAL E AMBIENTAL DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA. **São Luiz do ano inteiro**. Taubaté: Vogal, 1997. 99 p.
- CONSELHO DE DEFESA DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO, ARQUEOLÓGICO, ARTÍSTICO E TURÍSTICO DO ESTADO – CONDEPHAAT. **Estudo de preservação e tombamento do Núcleo Histórico de São Luiz do Paraitinga**. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado, 1980.
- DEPARTAMENTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO. **Tombamento e participação popular**. 2 ed. São Paulo: Prefeitura Municipal de São Paulo, 2001.

FONTELES, JOSÉ O. **Turismo e impactos socioambientais**. São Paulo: Aleph, 2004. 218 p. (Série Turismo.)

DIAS, REINALDO. **Turismo e Patrimônio Cultural: Recursos que acompanham o crescimento das cidades** São Paulo: Saraiva, 2006. 257 p.

MAGALHÃES, CLÁUDIA F. **Diretrizes para o turismo sustentável em municípios**. São Paulo: Roca, 2002. 187 p.

MARX, MURILO. **Cidade brasileira**. São Paulo: Melhoramentos: Editora da Universidade de São Paulo, 1980. 151p.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, sem data. 56 p.

MOTTA, LIA. **A apropriação do patrimônio urbano: do estético-estilístico nacional ao consumo visual global** in: ARANTES, ANTONIO A. (Org.). **O espaço da diferença**. Campinas: Papyrus, 2000. p. 256-287.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT). **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável** . Porto Alegre: Bookman, 2003. 168 p.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT); UNIVERSIDADE DE CALGARY. **Planejamento para o desenvolvimento do turismo sustentável a nível municipal: Guia para treinamento dos agentes multiplicadores nacionais, estaduais e municipais** Madri, 1994.

PELLEGRINO, PAULO R. M. **Pode-se planejar a paisagem?** Paisagem e Ambiente: ensaios (FAU/USP), São Paulo, n. 13, p. 159-179, 2000.

\_\_\_\_\_. **A paisagem possível**. Paisagem e Ambiente: ensaios (FAU/USP), São Paulo, n. 3, 1989.

PREFEITURA MUNICIPAL DE SÃO LUIZ DO PARAITINGA. **Dossiê: São Luiz do Paraitinga, seu povo defende com orgulho a sua história e cultura.** São Luiz do Paraitinga, 2001.

RODRIGUES, MARLY. Preservar e consumir: o patrimônio histórico e o turismo in: FUNARI, P. P.; PINSKY, J. (orgs.). **Turismo e Patrimônio Cultural.** 4 ed. São Paulo: Contexto, 2005. p. 15-24.

RUSCHMANN, DORIS VAN DE MEENE. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente** 11 ed. Campinas: Papirus, 2004. 199 p. (Coleção Turismo.)

SAIA, LUÍS e TRINDADE, JAELSON BILTRAN. **Publicação nº 2: São Luís do Paraitinga: Levantamento métrico-arquitetônico e fotográfico, e estudos da formação de uma cidade tradicional paulista.** São Paulo: Governo do Estado de São Paulo - Secretaria da Cultura, Ciência e Tecnologia - Conselho de Defesa do Patrimônio Histórico, Arqueológico, Artístico e Turístico do Estado - CONDEPHHAT, 1977. p.110.

SAUER, CARL. A morfologia da paisagem in: CORREA, R. L. e ROSENDAHL, Z. (Orgs.). **Paisagem, tempo e cultura.** Rio de Janeiro: EdUERJ, 1998. p. 12-74.

SILVA, MARIA DA GLÓRIA LANCI DA. **Cidades turísticas: identidades e cenários de lazer** São Paulo: Aleph, 2004. 192 p. (Série Turismo.)

SPHAN e FUNDAÇÃO NACIONAL PRÓ-MEMÓRIA. **Proteção e revitalização do patrimônio cultural no Brasil: uma trajetória.** Brasília: Publicações do SPHAN, 1980. nº 31.

SWARBROOKE, JOHN. **Turismo sustentável: Conceitos e impacto ambiental** 3 ed. São Paulo: Aleph, 2002. 140 p. (Coleção Turismo Sustentável.) v. 1.

TELLES, AUGUSTO CARLOS DA SILVA. **O Vale do Paraíba e a arquitetura do café**. Rio de Janeiro: Capivara, 2006.

ZUKIN, SHARON. Paisagens do século XXI: Notas sobre a mudança social e o espaço urbano in: ARANTES, ANTONIO A. (Org.). **O espaço da diferença**. Campinas: Papyrus, 2000. p. 104-115.

\_\_\_\_\_. Paisagens urbanas pós-modernas: Mapeando cultura e poder in: ARANTES, ANTONIO A. (Org.). **O espaço da diferença**. Campinas: Papyrus, 2000. p. 80-103.

## DOCUMENTOS ELETRÔNICOS

CONSELHO INTERNACIONAL DE MONUMENTOS E SÍTIOS ESCRITÓRIO (ICOMOS). **Carta de Veneza**, 1964. Disponível em <<http://www.iphan.gov.br>>. Acesso em 10 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. **Carta de Turismo Cultural**, 1976. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br>>. Acesso em 10 dez. 2007.

ESCRITÓRIO INTERNACIONAL DOS MUSEUS SOCIEDADE DAS NAÇÕES. **Carta de Atenas**, 1931. Disponível em <<http://www.iphan.gov.br>>. Acesso em 10 dez. 2007.

FRATUCCI, AGUINALDO CESAR. Processos de turistificação dos espaços. Disponível em: <<http://www.uff.br/posgeo/modules/xt>>. Acesso em mai. 2007.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **Recomendação de Nairóbi**, 1976. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br>>. Acesso em 10 dez. 2007.

ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS AMERICANOS (OEA). **Normas de Quito**, 1967. Disponível em: <<http://www.iphan.gov.br>>. Acesso em 10 dez. 2007.

SÃO LUIZ DO PARAITINGA (Município). Lei Orgânica do Município, de 08 de maio de 1990. <<http://www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 962, de 31 de agosto de 2001. <<http://www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 1.044, de 13 de novembro de 2002. <<http://www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 1.056, de 13 de dezembro de 2002. <<http://www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 1.059, de 13 de dezembro de 2002. <<http://www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 1.099, de 15 de setembro de 2003. <<http://www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 1.109, de 03 de novembro de 2003. <<http://www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 1.128, de 15 de junho de 2004. <<http://www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 1.130, de 15 de junho de 2004.  
<<http://www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 1.137, de 27 de agosto de 2004.  
<<http://www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 1.179, de 28 de novembro de 2005.  
<<http://www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 dez. 2007.

\_\_\_\_\_. Lei nº 1.177, de 23 de março de 2006.  
<<http://www.saoluizdoparaitinga.sp.gov.br>>. Acesso em: 10 dez. 2007.

## JORNAIS E REVISTAS

A FOLIA NO REINO DAS MARCHINHAS. **Valeparaibano**. São José dos Campos, 7 fev. 2006.

AMATO, FÁBIO. São Luiz do Paraitinga cobra taxa para “frear” aumento de turistas. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 19 fev. 2006. Cotidiano.

ANTI-SAMBA, SÃO LUIZ DO PARAITINGA CULTIVA MARCHINHA. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 27 jan. 2005.

APÓS COLAPSO, SÃO LUÍS QUER RESTRINGIR O NÚMERO DE TURISTAS NO CARNAVAL 2008. **Valeparaibano**. São José dos Campos, 21 fev. 2007. Primeiro Caderno, p. 10.

AZZI, TALES. São Luís do Paraitinga: Vá e se surpreenda. **Viaje Mais**, São Paulo, ano 6, nº 70, p. 80-86, mar. 2007.

CARNAVAL À MODA ANTIGA. **Valeparaibano**. São José dos Campos, 3 fev. 2005.

CARNAVAL À MODA ANTIGA EM SÃO LUIZ DO PARAITINGA. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 24 jan. 2002.

CORREDEIRAS DO PARAIBUNA DESAFIAM A CORAGEM. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 23 mai. 2000.

DESCER CORREDEIRA AGITA TURISMO E FAZ REGIÃO VIRAR PÓLO DE ESPORTES RADICAIS. **Valeparaibano**, São José dos Campos, 23 abr. 2000.

ENERGIA PARA A FOLIA É REFERÊNCIA MUNDIAL. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 27 jan. 2005. Turismo.

GONÇALVES, DANIEL NUNES. A cidade das mil festas. **Terra**, São Paulo, ano 9, nº 7, p. 32-37, jul. 2000.

MAGALHÃES, MARGARETE. Anti-samba, São Luiz do Paraitinga cultiva marchinha. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 27 jan. 2005. Turismo.

MERCADO DE SÃO LUÍS GANHA REFORMA. **Valeparaibano**. São José dos Campos, 27 nov. 2003.

PEREIRA, BENI LIMA. Imperial São Luiz do Parahytinga: O berço nobre de Oswaldo Cruz. **O Cruzeiro**, p. 65-68, 31 out. 1973.

PRAÇA DE SÃO LUÍS É ANTIGO PONTO DE ENCONTRO DOS MORADORES. **Valeparaibano**. São José dos Campos, 11 out. 2005. Histórias da Cidade.

REINO DA MARCHINHA. **Valeparaibano**, São José dos Campos, 8 fev. 2003.

SACI É VISTO POR AÍ E VIRA TEMA DE FESTIVAL. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 05 set. 2003.

SÃO LUÍS ABRE TEMPORADA. **Valeparaibano**. São José dos Campos, 2 jul. 2003. Valeviver, p. 3.

SÃO LUÍS ENTRA EM COLAPSO NO CARNAVAL. **Valeparaibano**. São José dos Campos, 20 fev. 2007. Primeiro Caderno, p. 12.

SÃO LUÍS ESPERA 35 MIL PARA OS FESTEJOS. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 11 fev. 2001. Cotidiano.

SÃO LUÍS INVESTE R\$ 679 MIL PARA REFORMAR BENS PÚBLICOS. **Valeparaibano**. São José dos Campos, fev. 2003.

SÃO LUÍS RESTAURA MERCADO MUNICIPAL. **Valeparaibano**. São José dos Campos, 5 jan. 2003.

SÃO LUIZ DO PARAITINGA SE TORNA UM DOS PÓLOS DO CARNAVAL DE SÃO PAULO. **O Estado de São Paulo**. São Paulo, 14 fev. 2007.

TERRA DA MARCHA. **Valeparaibano**, São José dos Campos 06 fev. 2004.

VESARO, ESTELA MARI. A Folia do Divino. **Valeparaibano**. São José dos Campos, 4 de maio 2005. Valeviver.