

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS

CURSO DE TURISMO

ANTONIO JOSÉ NOBERTO DA SILVA

**A INFLUÊNCIA FRANCESA EM SÃO LUÍS E OS BENEFÍCIOS
À ATIVIDADE TURÍSTICA**

São Luís

2003

ANTONIO JOSÉ NOBERTO DA SILVA

**A INFLUÊNCIA FRANCESA EM SÃO LUÍS E OS BENEFÍCIOS
À ATIVIDADE TURÍSTICA**

Monografia apresentada ao curso
de Turismo da Universidade Federal
do Maranhão, para obtenção do
grau de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Luís Antonio
Pinheiro

São Luís
2003

ANTONIO JOSÉ NOBERTO DA SILVA

**A INFLUÊNCIA FRANCESA EM SÃO LUÍS E OS BENEFÍCIOS
À ATIVIDADE TURÍSTICA**

Monografia apresentada ao curso
de Turismo da Universidade Federal
do Maranhão, para obtenção do

grau de Bacharel em Turismo.

Aprovada em / /

BANCA EXAMINADORA

Prof. Luiz Antonio Pinheiro (orientador)

Prof^a Ms. Mônica de Nazaré Ferreira de Araújo

Prof^a Ms. Linda Maria Rodrigues

A Deus;

A família;

Aos amigos, em especial a turma de Turismo de 1998.

AGRADECIMENTOS

A todos os meus professores pelos conhecimentos passados durante o curso.

Ao prof. Luiz Antonio Pinheiro pela orientação.

A todos que contribuíram para realização deste trabalho

"É hora de pensar no
turismo intra-regional da
América do Sul e pensar

com carinho num aumento
de europeus para o
Nordeste”

Caio Luiz de Carvalho.

RESUMO

Estudo sobre a influência francesa em São Luís e os benefícios à atividade turística. Abordam-se noções gerais sobre turismo, bem como a participação do mesmo na economia mundial e nacional. Apresentam-se os dois principais momentos de influência dos franceses em São Luís. Aborda-se o turismo em São Luís na atualidade e a presença de franceses. Apresenta-se uma proposta para o turismo de São Luís.

Palavras-chave: Turismo de São Luís. Histórico-cultural. Fluxos franceses. Políticas mercadológicas. Segmentação de Mercado. Público Francês.

RÉSUMÉ

L'étude sur l'influence française à São Luís et les bénéfices dans l'activité touristique. On parle des notions générales du tourisme et aussi de sa participation dans l'économie mondiale et nationale. On montre les deux principaux moments de l'influence des français à São Luís. On parle sur le tourisme actuel à Sao luís et sur la présence des

français. On apporte une proposition pour le tourisme de São Luís.

Mots-clefs: Tourisme de São Luís. Tourisme Historique-culturel. Flux français. Politiques du Marche. Segmentation du Marché. Public français.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Turistas em São Luís segundo a residência permanente.....	55
Gráfico 2	Turistas em São Luís segundo o motivo da viagem.....	55

Gráfico 3	Fator decisório da visita a São Luís.....	56
Gráfico 4	Turistas em São Luís segundo o meio de hospedagem.....	56
Gráfico 5	Turistas em São Luís segundo a Profissão.....	56
Gráfico 6	Trade turístico segundo Ramo da Empresa.....	66
Gráfico 7	Trade turístico de São Luís segundo o cargo que ocupa.....	66
Gráfico 8	Serviços públicos de São Luís aos turistas estrangeiros segundo o trade.....	67
Gráfico 9	Turista estrangeiro que São Luís tem mais possibilidade de atrair de acordo com o trade.....	67
Gráfico 10	Viabilidade de São Luís ter suas políticas mercadológicas direcionadas ao público francês.....	68
Gráfico 11	São Luís precisa dispor para melhor satisfazer a demanda francesa.....	68
Gráfico 12	Quanto à criação de um museu franco-maranhense para o turismo de São Luís.....	69
Gráfico 13	Entrevistados segundo o cargo que ocupa no órgão público.....	70
Gráfico 14	Serviços prestados pelo trade turístico de São Luís aos turistas estrangeiros segundo os órgãos públicos.....	70
Gráfico 15	Turista estrangeiro que São Luís tem mais possibilidade de atrair, segundo os órgãos públicos.....	70
Gráfico 16	Viabilidade de São Luís ter suas políticas públicas direcionadas ao público francês.....	71
Gráfico 17	São Luís precisa dispor na oferta turística para melhor satisfazer a demanda francesa segundo os órgãos públicos.....	71

Gráfico 18	Quanto à criação de um museu franco-maranhense para o turismo de São Luís.....	72
Gráfico 19	Turistas franceses segundo o sexo.....	73
Gráfico 20	Turistas franceses segundo residência permanente.....	73
Gráfico 21	Turistas franceses por idade.....	73
Gráfico 22	Turistas franceses segundo a escolaridade.....	74
Gráfico 23	Turistas franceses segundo Hospedagem.....	74
Gráfico 24	Turistas franceses segundo a permanência média.....	74
Gráfico 25	Turistas franceses segundo a renda (US\$).....	75
Gráfico 26	Turistas franceses segundo gasto médio per capita/dia (US\$)...	75
Gráfico 27	Veze que já visitou São Luís.....	75
Gráfico 28	Turistas franceses segundo o motivo da visita.....	76
Gráfico 29	Turistas franceses segundo a oferta turística da cidade.....	76
Gráfico 30	São Luís precisa dispor para melhor satisfazer a demanda francesa.....	77
Gráfico 31	Quanto a criação do museu franco-maranhense para o turismo de São Luís.....	77

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	As perigosas aventuras na conquista do novo mundo.....	35
Figura 2	Marca de telha francesa.....	44
Figura 3	Retrato de Dr. Alfonse Saulnier de Pierrelvée.....	48
Figura 4	Escultura em bronze de Joana d’Arc.....	51
Figura 5	Le Papagaio Amarelo.....	60
Figura 6	Valéry.....	60
Figura 7	Confeitaria pertencente a Laurent localizada no Calhau.....	61
Figura 8	Turistas estrangeiros no Brasil segundo local de influência histórica.....	64
Figura 9	Busto de La Ravardière em frente a prefeitura.....	83
Figura 10	Seminário Santo Antonio.....	84
Figura 11	Carta de Ravardière a Felipe III.....	89

LISTA DE TABELAS

Tabela 1	Importância econômica do turismo.....	26
Tabela 2	Chegada internacional de turistas no mundo em 2000.....	26
Tabela 3	Receita turismo internacional 2000.....	27
Tabela 4	Peso turístico das diferentes regiões.....	27

Tabela 5	PIB brasileiro/1999.....	29
Tabela 6	Demanda Internacional.....	58
Tabela 7	Demanda por informações nos postos da Secretaria Municipal de Turismo: público estrangeiro.....	59
Tabela 8	Hotéis não classificados pela EMBRATUR.....	62
Tabela 9	Turistas estrangeiros no Brasil segundo local de influência histórica.....	63

LISTA DE ANEXOS

Anexo A	Praia de Maceió	108
Anexo B	Daniel de La Ravardière.....	109
Anexo C	Dança do Lelê.....	110
Anexo D	O México investe certo.....	111
Anexo E	Os Papagaios amarelos na Sapucaí.....	112
Anexo F	Saint-Malo, 2,5 milhões de turistas / ano	113
Anexo G	Carta do arquivo público de Saint-Malo.....	114
Anexo H	Projeto de Intercâmbio (São Luís / Saint-Malo.....	115

LISTA DE SIGLAS

BACEN	Banco Central do Brasil
BOA	Boletim de Ocupação Hoteleira
DPF	Departamento de Polícia Federal

FAMA	Faculdade Atenas Maranhense
FMI	Fundo Monetário Internacional
FNRH	Ficha Nacional de Registro de Hóspedes
FUMTUR	Fundação Municipal de Turismo
MARATUR	Maranhão Turismo
OMC	Organização Mundial do Comércio
OMT	Organização Mundial do Turismo
PIB	Produto Interno Bruto
PNT	Política Nacional do Turismo
SEBRAE	Serviço de Apoio à Pequena e Média Empresa
UFMA	Universidade Federal do Maranhão
UNCIEUMA	Universidade Centro Unificado do Maranhão
UNESCO	Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura

LISTA DE APÊNDICE

Apêndice A	Hotéis não classificados pela EMBRATUR em São Luís.....	97
Apêndice B	Entrevista com a Coordenadora de Turismo do UNICEUMA.....	98
Apêndice C	Entrevista com a Coordenadora de Turismo da UFMA.....	99
Apêndice D	Entrevista com a Coordenadora de Turismo da FAMA.....	100
Apêndice E	Questionário aplicado junto trade turístico de São Luís.....	101
Apêndice F	Questionário aplicado junto aos órgãos públicos de São Luís....	103
Apêndice G	Questionário aplicado junto aos turistas franceses.....	105

SUMÁRIO

LISTA DE SIGLAS.....	8
LISTA DE TABELAS.....	9
LISTA DE FIGURAS.....	10
LISTA DE GRÁFICOS.....	11

	LISTA DE ANEXOS.....	13
	LISTA DE APÊNDICES.....	14
1	INTRODUÇÃO	17
2	TURISMO: a indústria do novo século	23
2.1	Conceituação e	23
	história	
2.2	O turismo na economia mundial	25
2.3	O turismo na economia brasileira	28
2.4	Turismo cultural	30
3	A INFLUÊNCIA FRANCESA EM SÃO LUÍS...: um tour pela história	34
3.1	A França Equinocial (séculos XVI E XVII)	34
3.2	O século XIX: o século do luxo em São Luís	40
4	O TURISMO EM SÃO LUÍS HOJE	53
4.1	O turismo em São Luís em números	54
4.1.1	Indicadores de turismo / subgerência.....	57
4.1.2	Hóspedes nos hotéis classificados de São Luís: demanda internacional..	58
4.1.3	Demanda por informações nos postos da Secretaria Municipal de Turismo: público estrangeiro.....	60
5	...OS BENEFÍCIOS À ATIVIDADE TURISTICA: a terceira onda gaulesa em São Luís	60
5.1	Os franceses no ramo alimentício de São Luís	61
5.2	São Luís, um lugar dos franceses	65
5.3	A Demanda francesa e o potencial da cidade em atraí-la	66
6	ESTUDO DE CASO: análise e interpretação dos dados	66

6.1	Pesquisa aplicada junto ao trade turístico de São Luís.....	69
6.2	Pesquisa junto aos órgãos públicos de turismo em São Luís.....	70
6.3	Pesquisa aplicada junto aos turistas franceses.....	72
7	UMA PROPOSTA PARA O TURISMO DE SÃO LUÍS.....	79
7.1	Direcionar as políticas de turismo ao público francês.....	79
7.1.1	Sinalização de pontos turísticos em português/francês.....	80
7.1.2	Retornar os nomes de alguns locais aos seus primitivos nomes.....	81
7.1.3	Il faut parler français.....	81
7.1.4	Incluir a história dos franceses (séculos XVII e XIX) nos roteiros de passeios e visitas da cidade.....	83
7.1.5	Marketing de divulgação no Brasil e na França.....	84
7.1.6	Intensificar o intercâmbio entre São Luís e Saint-Malo.....	85
7.1.7	Implantação de linha aérea regular São Luís/Paris/São Luís.....	88
7.2	Formação do museu franco-maranhense.....	88
8	CONCLUSÃO.....	91

REFERÊNCIAS.....	93
APÊNDICES.....	96
ANEXOS.....	107

1 INTRODUÇÃO

A atividade turística é uma atividade emergente em todas as regiões do mundo e, desde muito tempo, muitos países e localidades já tiram proveito da mesma. Outros, no entanto, só agora estão despertando para os reais benefícios dela provenientes. Nesse entendimento São Luís já a pratica desde algumas décadas, sem ainda, contudo trabalhar de forma mais efetiva suas potencialidades. Ainda mais que a

maior parte da sua oferta turística são história e cultura. Ocorre que com o acirramento da concorrência entre essas várias localidades, é mister que cada uma delas saiba e defina, o quanto antes possível, seus potenciais e o seu segmento de mercado, ou seja, o seu público-alvo, sob pena de atender a muitos sem, contudo satisfazer-los em seus anseios, e isto implicará baixa demanda nestes locais e, conseqüentemente, pouco emprego e pouca renda.

No caso específico de São Luís, que apresenta vários atrativos possíveis de serem trabalhados (história, cultura e natureza) percebe-se uma “bomba de efeito retardado” que é a possibilidade de que em poucos anos, caso nada seja feito, não termos mercado de trabalho para, sequer, 5% dos bacharéis que estarão formados – fato já mostrado na monografia de Elda Damasceno, 2002: *Os egressos do curso de turismo da UFMA no mercado de trabalho em São Luís*.

Felizmente a capital maranhense tem potencial para incrementar o turismo local, falta apenas que o mesmo seja racionalizado, definindo qual será a demanda pretendida, se interna ou estrangeira, e quem São Luís tem mais possibilidade de atrair. Se, por exemplo, o público pretendido for o europeu, o que será capaz de motivar esse turista a atravessar o Atlântico até São Luís?

Foi nesse entendimento e considerando que:

Apesar do grande potencial histórico-cultural, São Luís ainda não tem um público estrangeiro consistente e definido disposto a ver seus atrativos, mesmo sabendo que com isso os franceses facilmente se identificam;

São Luís é o (eterno) Rei dos franceses, e que aqui fundaram, em 1612, a capital da França Equinocial sob a ordem deste monarca;

Atualmente, mesmo sem políticas mercadológicas direcionadas a este fluxo,

a demanda francesa é a maior demanda estrangeira por turismo em São Luís;

Os mesmos sempre apresentaram comportamento sustentável (respeito e interação com a comunidade visitada); a influência francesa em São Luís está inserida “nos espíritos” da população; dentre outros;

Elaboramos este estudo sobre a influência francesa em São Luís. Um verdadeiro passeio desde os primórdios da nossa colonização até os dias atuais, colocando sempre em foco a atuação gaulesa nas terras de São Luís e o influxo qualitativo que tivemos da mesma, e a possibilidade de se tirar proveito dessa influência na geração de emprego e renda.

E assim, visando uma abordagem mais analítica do tema, este trabalho foi dividido em cinco capítulos. O primeiro, tece considerações gerais sobre turismo com destaque para a história do mesmo; participação nas economias mundial e nacional; e a importância e vantagens do turismo cultural.

No segundo capítulo, fizemos um tour pela história destacando os dois momentos em que se deu a influência francesa em São Luís. O primeiro nos séculos XVI e XVII, com o estabelecimento do empreendimento francês no Maranhão, a França Equinocial; e o segundo no século XIX, ocasião em que a classe dominante local, necessitando se projetar no cenário internacional absorveu os hábitos e costumes europeus, mas, principalmente os “copiados de Paris”.

No terceiro capítulo falamos sobre o turismo em São Luís hoje, mostrando algumas pesquisas e estatísticas que deixarão o leitor a par da real demanda turística atual.

O fulcro do quarto capítulo é o que chamamos de terceiro momento francês em São Luís. Nesse é mostrado, entre outras coisas, que muitos franceses, como no séc. XIX voltaram a estabelecer comércio na capital maranhense, sendo que desta feita, no ramo de alimentos e bebidas. Em seguida destacar-se-á, através de pesquisas e

estatísticas, que São Luís é um lugar dos franceses.

No último capítulo é feita uma proposta para o turismo de São Luís. Nele o público francês é colocado como o real segmento de mercado da capital maranhense, o público-alvo para nossas ofertas turísticas.

1.1 Projeto de monografia

Justificativa

O tema escolhido, “A influência francesa em São Luís e os benefícios à atividade turística”, partiu do fato de que o turismo é uma atividade que, mundialmente, gera emprego e renda, e no bolo turístico participa com mais de 10% da economia mundial. Ocorre que tal desempenho, no entanto, ainda está bem distante da realidade brasileira, visto que a participação do turismo no PIB nacional não chega a 2%.

No caso específico do Maranhão, e mais precisamente de São Luís, percebe-se também que a atividade turística apresenta desempenho bem aquém do razoável, apesar do seu grande potencial histórico-cultural. Potencial esta herança da contribuição francesa e do período áureo de crescimento econômico vivido pela sociedade local e do qual resultou no maior acervo colonial português do Brasil e no conseqüente título de patrimônio da humanidade concedido pela UNESCO em 1997.

Assim, percebe-se a necessidade de se buscar um público-alvo compatível com a oferta turística de São Luís. Ou seja, um segmento afeiçoado por história e cultura. E dos turistas que freqüentam a capital maranhense observa-se que os franceses possuem esse perfil. Além do mais, os mesmos

são ligados às suas tradições e a ver os locais onde a sua cultura foi disseminada, e a população é recíproca, pois tem grande simpatia com os mesmos e o que diz respeito às coisas da França. Nesse entendimento, o nome “São Luís” e o fato de ter sido fundada por franceses podem conferir à capital do Estado a possibilidade de se direcionar políticas mercadológicas ligadas a estes.

👉 **Objetivos:**

Geral

Mostrar a influência francesa em São Luis, e a possibilidade de incrementa-la na oferta turística da cidade e nas políticas mercadológicas dirigidas ao público francês e interessados.

Específicos

- a) Proporcionar aos órgãos públicos e privados maiores subsídios sobre o tema e influenciar nas políticas mercadológicas de turismo de São Luís.
- b) Mostrar que o título de “*única capital brasileira fundada por franceses*” pode tornar-se um diferencial no processo de divulgação e comercialização da capital maranhense.
- c) Contribuir para a segmentação do turismo em São Luís direcionando-o ao público ao francês, aos interessados e simpatizantes da cultura francesa.

👉 **Problema**

É possível São Luís, com influência e traços franceses, e atualmente com visitação regular espontânea de franceses, ter políticas mercadológicas direcionadas a captar esses fluxos, apesar da inegável marca

lusitana?

↪ **Hipóteses**

- a) A influência francesa em São Luís é responsável pelo maior fluxo de franceses nas últimas décadas.
- b) A elaboração de uma política direcionada ao público francês aumentaria a demanda dos mesmos em São Luís.

↪ **Metodologia**

O modo de execução deste trabalho se desenvolveu a partir de pesquisas exploratórias em fontes primárias e secundárias, e observações empíricas com o trade turístico de São Luís (Agências de turismo, Hotéis e Cias aéreas) e os Órgãos Públicos de turismo (Secretaria Municipal e Subgerência) e outra junto aos hotéis não classificados pela EMBRATUR em São Luís. Diante da impossibilidade de se trabalhar todo o universo optou-se pela amostra, utilizando-se a técnica da amostragem aleatória probabilística simples. Logo, de segmento, trabalhou-se, no mínimo, 35% do seu universo. O objetivo das pesquisas junto ao trade e órgãos públicos é saber sobre a oferta destinada aos turistas estrangeiros e principalmente aos franceses e o que se precisa fazer para atraí-los. E junto aos hotéis não classificados saber qual a maior demanda estrangeira nestes estabelecimentos.

Os instrumentos de coleta das pesquisas foram questionários com perguntas fechadas e, algumas, complementadas com o “por que?”. Foi aplicado 1(um) questionário para cada estabelecimento visitado.

A pesquisa junto ao trade compreendeu: 03 dentre os sete hotéis classificados pela EMBRATUR; 07 das 18 agências de turismo reconhecidas pela ABAV; e as 04 Cia's aéreas que operam em São Luís.

Foi realizada também uma pesquisa junto aos turistas franceses que visitaram São Luís no mês de janeiro de 2003 para saber o que eles acham da oferta turística da cidade e o que os motivaram a visitar São Luís. O questionários não foram aplicados diretamente com os turistas, foram deixados em locais estratégicos como hotéis e na Central de Informações da Secretaria Municipal de turismo. Para se determinar o universo da pesquisa retirou-se a média de turistas franceses em janeiro nos últimos cinco anos (entre 1996 e 2000), segundo dados da Subgerência de turismo.

2 TURISMO: a indústria do novo século

2.1 Conceituação e história

O QUE É TURISMO?

Etimologia:

O vocábulo TOUR é de origem de língua francesa e que por consequência veio do latim TOUR- substantivo TOURNS, verbo TORNARE que significa volta, giro, viagem. (DIAS, 2002, p. 21)

Segundo a OMT (Organização Mundial do Turismo), “turismo é o deslocamento espacial que uma pessoa faz com intenção de retorno e com a utilização total ou parcial de bens ou de serviços daquele local”. Por isso a atividade turística pode desempenhar um importante papel no mundo globalizado, pois além de ser uma atividade geradora de emprego e renda pode se tornar, por outro lado, promotora da paz mundial e união entre os povos, o que foi expresso, por exemplo, na 1ª Conferência Global: “Turismo – uma força vital para a paz”, realizada em Vancouver em 1988. (DIAS, 2002, p. 15)

O TURISMO NA HISTÓRIA

Más esta atividade não é privilegio de nossa geração, pois, desde os primórdios da humanidade o homem a pratica, seja a negócios ou pela busca de prazer. Somente com a queda do Império Romano é que ficou difícil de praticá-la em virtude da insegurança instalada nos Estados. Mesmo com esta insegurança para quem se deslocava na prática do turismo (negócio/ lazer), encontrou-se uma nova forma de deslocamento em grandes grupos e fortemente armados, as *cruzadas santas* e as peregrinações aos destinos considerados sagrados como Jerusalém e Santiago da Compostela. Este fato, segundo inúmeros autores revitalizou o comércio e deu inicio a modalidade de hospedagem de forma comercial a princípio desenvolvida pelos mosteiros e mais tarde pela iniciativa privada. (GOELDNER, 2002. p. 44)

Com o Renascimento (século XVI), artistas custeados, em sua maioria, por mecenas (patrocinador de artistas), passaram a viajar para desenvolverem seus trabalhos (construção e pintura de igrejas, palácios etc) em outras localidades. Após o Renascimento as descobertas e inovações prosseguiram em todos os segmentos da época, tais como a revolução comercial e a industrial que favoreceram, respectivamente, ao comércio e a indústria, fatos estes que proporcionaram ao turismo uma melhor estrutura na comercialização dos seus produtos e serviços. Tem-se, todavia, na pessoa do inglês Thomas Cook em 1841, o marco do turismo moderno. Onde, nesta data, organizou uma viagem de trem para 570 pessoas, partindo de Lancaster para Loughbourg, local em que aconteceria um Congresso Médico. O mesmo Thomas Cook, em 1870, organizou também, com um grupo de nove pessoas, a primeira volta ao mundo e que durou 222 dias. (GOELDNER, 2002, p.51)

Ao final do século XIX quando o chamado capitalismo Industrial já dava sinais de desaceleração, um outro modelo se apresentava, ou melhor, uma nova versão para ele se difundia, o capitalismo financeiro. Enquanto aquele se dava conhecer pela produção em massa representado pelo Taylorismo – e pela cômica figura de Charles Chaplin no filme Tempos Modernos, este, pelas instituições bancárias, novas formas de relações e pelo avanço do setor terciário – também chamado setor de serviços.

Essa nova formação vigente, só bem definida após a 2ª Guerra Mundial, agregou novos valores às sociedades e permitiu a exacerbação de atividades até então tímidas, quantitativamente falando. Fatos como a ausência de grandes guerras, estabilidade político-social em vários países, desenvolvimento dos meios de transporte e comunicação e o estabelecimento de direitos trabalhistas como jornada de trabalho reduzida e férias remuneradas propiciaram a ascensão de atividades ligadas ao lazer e ao entretenimento (DIAS, 2002. p. 48). E a reboque dessa propulsão o turismo tem se mostrado como “fiel da balança” pois, tem gerado riqueza em todo o mundo más,

principalmente aos que já entenderam e descobriram o seu grande potencial.

2.2 O turismo na economia mundial

Nos últimos cinco anos, a nível mundial, o turismo tem crescido a uma taxa de 4% ao ano e consegue empregar um em cada nove trabalhadores, ou seja, mais de 10% do total. Segundo estatísticas da OMT, o movimento estimado de turistas no mundo em 2002 é de aproximadamente 700 milhões, e de mais de um bilhão para 2010. A Tabela 1 mostra bem a importância econômica do turismo no mundo:

Tabela 1 – Importância econômica do turismo

		Bilhões (US\$)	% ..
--	--	-----------------------	-------------

	Total de bens e serviços na exportação mundial	6,738	100.0
1-	Turismo	532	7.9
	) Turistas Internacionais Recebidos	441	6.5
	) Taxas Internacionais Recebidas	91	1.3
2-	Produtos Automotivos	525	7.8
3-	Produtos Químicos	503	7.5
4-	Alimentos	443	6.6
5-	Combustíveis	344	5.1
6-	Computadores e Equipamentos de Escritório	399	5.9
7-	Tecidos e Equipamentos de Escritório	331	4.9
8-	Equipamentos de Telecomunicações	283	4.2
9-	Produtos minerais não Combustíveis	158	2.3
10	Ferro e Aço	141	2.1

Fonte: OMT, OMC e FMI. 2000

Todos estes números animadores, no entanto, por mais acessíveis que possam parecer a todos, ainda são muito distantes dos países emergentes e em desenvolvimento, visto que, na grande maioria dos casos, a maior demanda turística tem sido por países ricos, o que tem gerado, por outro lado, uma maior concentração de riqueza a estes. Como nos mostram as tabelas abaixo sobre o total de chegadas e de receitas provenientes do turismo:

Tabela 2 – Chegada internacional de turistas no mundo em 2000

	País visitado.....	Turistas Em milhões
01	FRANÇA	75,5
02	U.S.A.	50,9
03	ESPANHA	48,2
04	ITÁLIA	41,2

05	CHINA	31,2
06	REINO UNIDO	25,3
07	RÚSSIA	21,2
08	MÉXICO	20,6
09	CANADÁ	20,1
10	ALEMANHA	19,0
	OUTROS	343,4
	TOTAL	697,6

Fonte: OMT

Conforme a Tabela 2, a França se apresenta em primeiro lugar como país receptor, acolhendo mais de 10% do total de turistas.

Tabela 3 – Receita turismo internacional 2000

	PAÍS VISITADO	Receitas em Bilhões (\$US)
01	U.S.A.	85,2
02	ESPANHA	31,0
03	FRANÇA	29,9
04	ITÁLIA	27,4
05	REINO UNIDO	19,5
06	ALEMANHA	17,8
07	CHINA	16,2
08	ÁUSTRIA	11,4
09	CANADÁ	10,2
10	GRÉCIA	9,3
	OUTROS	219,4
	TOTAL	477,3

Fonte: OMT

No que tange a receita gerada pelo turismo, Estados Unidos da América do Norte é quase imbatível, arrecadou 85,2 bilhões de dólares do total mundial.

A concentração também é verificada quando se observa o peso turístico das diferentes regiões do mundo.

Tabela 4 – Peso turístico das diferentes regiões

	Região do mundo	Turistas (em milhões)	..%..	Receitas (em bi \$US)
01	EUROPA	402,6	57,7	231,8
02	AMÉRICAS	128,9	18,5	137,4
03	LESTE ASIÁTICO E PACÍFICO	111,7	16,0	82,1
04	ÁFRICA	27,6	4,0	10,8
05	ORIENTE MÉDIO	20,3	2,9	10,1
06	ÁSIA DO SUL	6,4	0,9	5,1

Fonte: OMT

As regiões do mundo mais desenvolvidas são as que mais se beneficiaram com a atividade turística, como é o caso da Europa com mais de 400 milhões de turistas e as Américas, com o predomínio da parte Norte.

Conforme exposto, o Brasil ainda ocupa uma tímida posição no ranking mundial no que diz respeito à captação de fluxo e geração de renda, não obstante o seu grande potencial.

2.3 O turismo na economia brasileira

Nesse bolo turístico o Brasil, com dimensões continentais, praia e sol o ano inteiro, ainda apresenta números mais que modestos, pois ocupa o latínico 24º lugar no ranking da OMT. Pequenos países caribenhos conseguem ter melhor rendimento que o Brasil nesta classificação.

No cerne dessa questão encontramos os vários problemas que o país enfrenta no campo sócio-político-econômico tais como baixo desenvolvimento social, infra-estrutura precária em muitas localidades, instabilidade política, violência, baixo investimento no setor etc.

Segundo a EMBRATUR/DPF, nos anos de 2000 e 2001, o Brasil recebeu, respectivamente, 5.313.463 e 4. 772. 575 milhões de turistas estrangeiros e obteve, neste último, uma receita superior a US\$4.000.000.000 (Quatro bilhões). Aliás, a partir do início do governo Fernando Henrique Cardoso, o Brasil passou a obter sucessivos crescimentos de receitas na chamada Conta Turismo (www.embratur.gov.br). Tais resultados são, em parte, creditados à estabilidade político-econômica que o país passou a gozar, e que tem contribuído para o crescimento da atividade turística.

Este crescimento, porém, ainda está aquém do razoável, visto que o PIB do setor de serviços, nesse mesmo período (1999), representou 61,1% do total, equivalente a US\$ 322,5 bilhões, contra 35,5% da Indústria e 8,5% da Agropecuária (www.portalbrasil.eti.br/brasil_economia.htm). A tabela abaixo mostra mais claramente esses dados.

Tabela 5 – PIB brasileiro/1999

	...US\$...	
--	------------	--

...SETOR DA ECONOMIA...	Bilhões	%...
SERVIÇOS.....	...322,5.....	61,1*.....
Turismo.....	4,0.....	1,2.....
INDÚSTRIA.....	...173,5..	35,5*.....
AGOPECUÁRIA.....	50,7..	8,3*.....

Fontes: EMBRATUR/portalbrasil

* A soma dos setores que compõem o PIB, dá mais de 100%

porque nela está embutida a parcela das atividades financeiras.

Uma referência interessante é a de que, enquanto o PIB turismo do Brasil ainda não chega a 2%, o da Argentina já ultrapassa os 10%.

Estas informações dão fulcro a assertiva de que o turismo ainda não ocupou o seu devido lugar nas prioridades do país. Tendo em vista que o Brasil oferece matéria prima (atrativos) para trabalhar todos os tipos de turismo.

TIPOS DE TURISMO

A preocupação em estudar este fenômeno e pesquisa-lo enquanto atividade sócio-econômico-cultural fez com que o mesmo fosse apresentado em divisões quanto ao tipo, para melhor entendê-lo, e são eles: Turismo Cultural, De Aventura, Ecológico, Esportivo, De lazer, De negócios, Religioso, Rural e De saúde, De excentricidades etc. (DIAS, 2002). Diante da diversidade que a atividade apresenta, São Luís possui vocação natural para o turismo cultural, por isso o mesmo será destacado a seguir com seus traços distintivos e vantagens.

2.4 Turismo cultural

Em termos gerais existe uma polarização quanto à conceituação do turismo distinguindo-se o cultural do natural, e vice-versa. Poderíamos dizer até que todo turismo é cultural. No entanto é necessário problematizar o que parece óbvio, pois “não é o que se vê, mas o como se vê que caracteriza o turismo cultural” (FUNARI e PINSKY, 2001, p.8). O mesmo fica mais bem definido como sendo “todo o turismo em que o atrativo principal não seja a natureza”. (BARRETO, 2002, p.19)

O turismo cultural pode se dar sob vários aspectos, tais como turismo histórico, étnico, religioso etc.

TRAÇOS DISTINTIVOS DO TURISMO CULTURAL

Segundo Irving e Azevedo (2002) o turismo cultural apresenta traços, componentes de sua caracterização, que o distingue das demais vertentes do turismo, e entre estes traços estão:

Fundamentos – O patrimônio é o elemento diferencial da busca. Os estilos de vida também estão incluídos – chamados pela UNESCO de “patrimônio humano.”

Princípios (da subsidiaridade) – Aderência à realidade local. O respeito ao “outro”.

Elementos básicos – A identidade dos povos e a diversidade cultural.

Motivação central – A busca do conhecimento e que envolve a

satisfação da curiosidade.

Oferta – Independência sazonal, de localização etc.

Produto – A oferta originária é totalmente específica, pois são valores criados pelo homem (cultura, tradição, história etc).

Demanda – Exigência de práticas diferenciadas pela diversidade de segmentos.

Fatores condicionantes – Pouco conhecimento sobre segmentação, práticas e exigência desse mercado; imposição de formas atípicas de convivência (uso exagerado de tecnologias, dentre outros).

VANTAGENS DO TURISMO CULTURAL

Em maio de 2001, por ocasião do XXI Congresso Brasileiro de Turismo realizado em Fortaleza-CE, dentre os vários profissionais, mestres e doutores que ministraram sobre turismo cultural, Luiz Gonzaga Goddoi Trigo sedimentou bem a necessidade de se trabalhar o turismo cultural no Brasil. Alegou que o mundo ainda nos vê como uma imensa região verde habitada por semi-selvagens com o corpo pleno de puro hormônio. Más, ao contrário, regiões que trabalham o turismo (principalmente o histórico) ligado à cultura, **tendem mais à sedimentação e menos à degradação e ao turismo sexual.**

Segundo Funari e Pinsky não é à-toa que os maiores destinos de turistas do mundo são identificados como regiões receptoras de turistas ávidos por cultura, os quais podemos mencionar França (quase 80 milhões de turistas/ano), Itália, Egito, Grécia, Grã-Bretanha etc, e no Brasil as cidades coloniais de Minas Gerais e as missões jesuíticas no Sul. Nestas localidades **os bens culturais servem, além de atração turística, de conscientização social.** Essas informações nos levam a refletir sobre a implantação recente de projetos que criam “*Cancuns*” brasileiras no nosso litoral, pois:

Será que um país com patrimônio cultural tão variado como o nosso precisa criar paraísos artificiais como os caribenhos (que têm a inegável vantagem de serem mais próximos aos principais centros de ofertas de turistas) ou deveria investir na busca de um outro tipo de turista? Não seria o caso de explorar os aspectos com os quais levamos nítida vantagem comparativa? (FUNARI e PINSKY, 2001, p.10).

Nesse entendimento acreditamos ser difícil para São Luís competir, até mesmo, com as demais capitais da região Nordeste do Brasil, como Fortaleza, Natal, Recife e Maceió (Anexo A) no que tange aos atrativos naturais.

Também se percebe nos dias de hoje uma tendência global à valorização da cultura, e essa busca tem aumentado o turismo urbano na forma de turismo histórico, artístico e cultural, sobressaindo-se o primeiro, ligado a *petite histoire* e aos grandes feitos ocorridos em determinadas localidades, pois essa busca que outrora se dava pelos atrativos naturais e pelo consumo em si mesmo, agora privilegia o maior entendimento das outras culturas e suas perspectivas. (BARRETO, 2002, p.22)

UM NOVO CONCEITO DE PATRIMÔNIO CULTURAL

O entendimento sobre patrimônio cultural precisa ser bem definido, visto que muitas vezes, ao mesmo, atribui-se que façam parte apenas as grandes obras e os grandes edifícios. No entanto, sabemos que patrimônio abrange tudo que “constitui parte do engenho humano”, por isso o seu próprio conceito tem sido gradativamente substituído para **legado cultural** face a abrangência cada dia maior dos bens intangíveis nessa classificação, saindo da chamada **história oficial** – dos grandes feitos e eventos, para a **história social** – que conta o cotidiano das pessoas.

Nessa esteira, patrimônio deixou de ser definido pelos prédios que abrigaram reis,... passando a ser definido como o conjunto de todos

os utensílios, hábitos, usos e costumes, crenças e formas de vida cotidiana de todos os segmentos que compuseram e compõem a sociedade (BARRETO, 2002, p.11).

O TURISMO CULTURAL NO BRASIL

O turismo no Brasil, mesmo que timidamente, ensaia fazer parte das preocupações políticas dos gestores na esfera pública. Tal preocupação, porém, ainda não se observa quanto ao turismo cultural, o que é comprovado facilmente quando se observa, por exemplo, a quase inexistência de profissionais com formação específica (exceto os guias) e os números desfavoráveis do diagnóstico que introduziu a PNT (Política Nacional do Turismo) 1996 / 99, que ao se referir aos 52 setores da economia nacional atingidos pela movimentação turística, faz apenas uma referência a turismo cultural no tópico turismo interno (IRVING e AZEVEDO, 2002, p.158).

Esse pouco interesse governamental pelo turismo cultural parece contraditório, visto o Brasil ser possuidor de grande diversidade de manifestações culturais e legados históricos prontos para serem trabalhados em prol das populações locais. Pois, como destaca Ruschmman (1997, p. 50-51):

É impossível desconsiderar a cultura como uma das mais importantes motivações das viagens turísticas [...]. O artesanato, a gastronomia, as tradições, a história, a arquitetura e as atividades de lazer têm uma força de atração maior do que os outros para os turistas.

Sabendo, então, da força e do poder da história e da cultura na vida de um povo, bem como a possibilidade das mesmas serem trabalhadas para a manutenção das tradições, principalmente, por intermédio da atividade turística, resgataremos a seguir os dois períodos distintos da influência francesa em São Luís merecedores de destaque. O primeiro, nos séculos XVI e XVII, que marca o estabelecimento do alicerce da cidade, ou seja, a sua *fundação*. O outro no período

da abastança, no século XIX, ocasião em que, vivendo em sobrados apalacetados, a elite ludovicense necessitava de algo mais que a projetasse externamente e, para isso passou a adotar os costumes e ideais ditados em Paris.

3 A INFLUÊNCIA FRANCESA EM SÃO LUÍS...: um tour pela história

Conhecer a história é premissa para se trabalhar o turismo histórico-cultural, pois só conhecendo o passado é que, objetivamente, obter-se-á um planejamento adequado e racionalizado para se chegar em uma situação ideal dentro do turismo. Assim, para esse entendimento, faremos uma viagem em dois momentos pela história de São Luís destacando como se deu a influência gaulesa na Ilha do Maranhão.

3.1 A França Equinocial (séculos XVI E XVII)

O século XVI está incluído acima não é por equívoco ou erro de digitação, mas porque o empreendimento francês no Maranhão se iniciou logo após o Tratado de Tordesilhas, ou seja, Upaon-Açu já era freqüentada pelos franceses quase um século antes do estabelecimento da França Equinocial. Isso nos dá a dimensão do tamanho do interesse deles por essa parte do Brasil.

AS LIMITAÇÕES DE PORTUGAL

Portugal, após o obséquio do “arbítrio papal” na partilha do Novo Mundo, com os recursos escassos e efetivo reduzido que tinha, não conseguiu tomar posse de tão vastos domínios recebidos mundo afora. No Brasil, além da precariedade das Capitanias Hereditárias, apesar de toda a exploração, e das fracassadas tentativas de colonização, a parte norte permaneceu por mais de um século no completo abandono

(TAVARES, 1979, p.88).

AS INVESTIDAS FRANCESAS

A França, de fora que ficou do *mare clausum*¹ e impulsionada pelas contestações oficiais à autoridade do papa e; também pela frase atribuída a seu rei, Francisco I: “Que me mostrem o testamento de Adão que me excluiu da partilha do mundo” (PILETTI, 1996, p.44) se aproveitando desse abandono, passou a incursionar sobre o Brasil, mas principalmente sobre o litoral Norte, tendo Upaon-Açu como local de referência às suas atividades piratas e corsárias. Ressalta-se que, estes, conheciam de fato a região com muito mais antecedência que os portugueses, tendo-a mapeada inclusive. “Enfim, abandonada dos portugueses, a região estava praticamente em mãos dos franceses [...] a partir de 1596... funcionou uma linha quase regular de navegação entre Dieppe e a costa a leste do Amazonas” (MEIRELES, 1982, p. 34 e 35).

UMA COLÔNIA ALÉM DO EQUINÓCIO

Em 1594, o capitão de mar francês Jacques Riffault, arrastado pelas correntezas até o Golfão maranhense, perde duas de suas naus e deixa aqui residindo centenas de franceses, acompanhados pelo seu imediato Charles Des



Fonte: www.saint-malo.com

Figura 1 - As perigosas aventuras na conquista do novo mundo

¹ A Bula Papal que dividiu o Novo Mundo entre Portugal e Espanha (O Tratado de Tordesilhas)

Vaux.

De volta à França Des Vaux alia-se ao fidalgo e prestigiado Daniel de La Touche, Senhor de La Ravardière e que por três vezes já tinha pisado na terra pretendida. Em função do assassinato do Rei Henrique IV, associam-se aos riquíssimos François de Razilly e Nicolas de Harlay, para o estabelecimento de uma Colônia “*para a própria Coroa*” nas terras do *Maragnon* (REIS, 1980. p.27).

De posse da Carta Patente expedida pela Rainha-Mãe, em nome do Rei infante Luís XIII, e da autorização de Roma para o envio de religiosos à catequese. A esquadra, composta de três navios e com aproximadamente 500 integrantes, parte do porto de Cancale em Saint-Malo e chega ao Golfão maranhense meses depois. Onde já encontrou atracados outros navios franceses de Dieppe (TAVARES, 1979. p.89 e 90).

A AMIZADE COM OS INDÍGENAS

Foram prontamente recepcionados pelos indígenas e franceses já residentes na Ilha Grande, proprietários de feitorias, entre estes, Du Manoir, Guérard e Migan e que dominavam com perfeição a língua indígena.

Diferentemente dos portugueses, os novos possuidores da terra tinham como estratégia máxima o não uso da violência para com os índios, pois o convívio entre eles “era regado de plena amizade”. Por isso João Lisboa chama os franceses de “verdadeiros colonizadores enfim, tão cheios de humanidade” (LISBOA. 1865, p.77).

Maurice Pianzola em o seu livro *Os Papagaios Amarelos* (Os franceses eram chamados pelos autóctones desta forma por possuírem pele e

barba amareladas e falarem muito, como os papagaios) mostra o excelente relacionamento e o respeito dos franceses para com os nativos. Fato este já bem definido previamente nas “Leis Fundamentais Decretadas na Ilha do Maranhão” e que definiam os deveres daqueles face os direitos destes.

Desembarcaram no porto de Jeviré, atualmente entre a Ponta d’Areia e o São Francisco, e trataram de se estabelecer e dos afazeres religiosos. “Após o ofício da missa, já rezada na capela do convento do São Francisco, saíram os franceses em procissão, rumo ao forte” (ABBEVILLE, 1945. p.68).

A FUNDAÇÃO DA COLÔNIA

Após meses de atividades resolveram os franceses fundar formalmente a nova possessão.

Estava fundada a França Equinocial – 8 de setembro de 1612(...) Por fim, dado por finalmente fundada a colônia o Sr de Razilly deu ao Forte o nome de Saint-louis, em homenagem ao rei menino Luís XIII o qual foi estendido a toda a Ilha (MEIRELES, 1982, p.65).

Pelo caráter oficial da Colônia e pela Pedra Angular lançada pelos gauleses o dia **8 de setembro** marca para São Luis **o dia da fundação da cidade**.

Construíram casas, capelas, um grande armazém; o porto de Sainte Marie (Cais da Praia Grande); plantaram fumo, algodão e fizeram pólvora com salitre da Baixada, dentre outros.

Após realizarem vários batizados e casamentos, tornaram públicas as leis institucionais da colônia:

Foi por certo o Maranhão, ainda França Equinocial, o primeiro pedaço do Brasil que recebeu (01/11/1612), com sua fundação, um estatuto, um regime próprio, uma constituição vale dizer, [...] e em a qual

definiram, prioritariamente, os deveres dos franceses em face dos direitos dos indígenas (MEIRELES, 1993, p.15).

A AMEAÇA PORTUGUESA

Quando faziam o reconhecimento das áreas continentais mais distantes como Cumã - Guimarães e a foz do Rio Amazonas foram surpreendidos com a ameaça portuguesa, o que não tardou pois, em pouco tempo, as tropas inferiorizadas de Jerônimo de Albuquerque já se preparavam ao ataque.

Percebendo o perigo ibérico os franceses trataram de melhorar suas defesas e solicitar reforços da França, no que não foram atendidos nem a contento nem a tempo, devido aos interesses dinásticos do casamento do rei menino Luís XIII com a infanta espanhola D. Ana d'Áustria, contratado desde o mês de agosto de 1612 (LACROIX, 2001, p. 27).

E assim foram vencidas as *“mal arregimentadas linhas francesas”*. Durante quase um ano as coroas negociaram a rendição e a entrega do Forte aos portugueses. Dos, aproximadamente, mil franceses aqui instalados só permaneceram uns 50 *“por vontade própria”*. E quanto à população indígena o padre e cronista Bettendorf apud Meireles (1982), poucas décadas após a expulsão dos franceses, escreveria que, das 27 aldeias que havia em São Luís, só três delas subsistiram ao domínio português, e finaliza: “quanta devia ser a crueldade e cobiça dos que acabaram por guerras e trabalhos tanta gentilidade”.

O CARÁTER DA FRANÇA EQUINOCIAL

Diferentemente da França Antártica no Rio de Janeiro, a França Equinocial não objetivava o estabelecimento de uma colônia protestante, apesar de seu fundador o ser. La Ravardière não era um pirata como alguns tentaram taxá-lo, antes, um prestigiado tenente-general do Rei da França, um corsário, sem dúvida; amigo pessoal do Rei Henrique IV e do governador de Plymouth, Inglaterra, conhecido como:

Pai da colonização inglesa na América”; e “pelo seu casamento com Charlotte de Montgomery ele (Ravardière) se aliou a uma das mais importantes famílias protestantes radicadas na Normandia e cujas ramificações se estendem até a Inglaterra. (FORNEROD, 2001, p. 19). (ANEXO B)

Assim que foi liberto, “Ele (Ravardière) regressa à França, depois viaja para a Inglaterra, no intuito de agradecer a Jaime I (Rei inglês) que também intercedeu por sua libertação” (FORNEROD, 2001, p.27).

Os principais da expedição, embora com interesses também pelo lucro, é claro, pois eram homens ricos e de prestígio, visavam acima de tudo, a conquista desta “Ilha que a todos encantava... visto que ninguém jamais esperou proveitos imediatos” (MEIRELES, 1982, p.75). Charles Des Vaux desejava implantar “uma colônia da própria Coroa”, e La Ravardière, mesmo não sendo correspondido pelo seu Governo, levou tão a sério o caráter oficial da missão que, já quase vencido pelas tropas portuguesas não aceitou ajuda oferecida a contento: “de sua parte, La Ravardière recusa as ofertas de serviços espontâneos de uma importante esquadra francesa, por ela não ser mandatária do poder real (FORNEROD, 2001, p.21).

E todo o projeto dele “se julgou mais afeição à terra que cobiça de interesses” (FORNEROD, 2001, p.69). E nestes três anos pacificou e protegeu os índios e acabou com o canibalismo entre eles.

Quanto ao entrosamento e a boa relação entre os membros da expedição francesa, Ferdinand Denis, na introdução à obra de Yvres d'Evreux (apud MEIRELES, 1982, p.77) ressalta que “em todo o século XVII não conhecemos outra transação, entre católicos e protestantes, mais leal e desinteressada”.

João Lisboa, no Jornal de Tímon, sobre La Ravardière, menciona a sua

habilidade de homem de mar e seus indisputáveis talentos de colonizador. Mas finaliza que: “... se mostrou, na campanha contra os portugueses, incapacíssimo como chefe militar” (LISBOA. 1865. p. 58).

Por tudo isso julgamos mais apropriado se utilizar do que escreveu o ex-presidente José Sarney, no prefácio ao livro Jornada Milagrosa de Diogo de Campos Moreno, em referência a sorte da França Equinocial:

A jornada tornou-se milagrosa porque os franceses não sabiam lutar e não tinham vindo ao Brasil para lutar e sim para civilizá-lo, servir aos interesses da religião e da conquista [...] Deles (os franceses) guardamos o nome da cidade, a tradição e os gestos.

E o ilustre poeta e escritor maranhense Gonçalves Dias, na Introdução à 2ª edição dos “Anais” do governador Berredo, finaliza que a expulsão dos franceses “levou consigo muitas esperanças”.

3.2 O século XIX: o século do luxo em São Luís

Entretanto, expulsos os franceses, a Vila, em mãos portuguesas, permaneceu, por mais de um século acanhada e tristonha pois, “ela não ganha muito com a troca de senhores, porque a preocupação destes últimos foi de sugar todas as riquezas disponíveis na possessão, sem contudo reverter um mínimo para a realidade local (TOURINHO, 1990, p.14).

➡ **O surgimento de uma metrópole:** la petite ville aux palais de porcelana²

Porém, em meados do século XVIII, o poderoso ministro português, marquês

² A pequena cidade dos palácios de porcelana

de Pombal, inicia uma política ousada de crescimento e incentivo à lavoura, ao comércio e a indústria no Maranhão, e para tanto, distancia-se um pouco da Inglaterra, cria a CIA de Comércio do Grão Pará e Maranhão e também espolia os bens da igreja. Daí, a situação de pobreza dá lugar ao cenário de riqueza e abastança na capital maranhense.

Com isso, os grandes senhores de terra e futuros barões donos de engenhos de açúcar e proprietários de fazenda de arroz, de gado, passariam a viver em São Luís [...] em sobrados apalacetados, de fachadas de azulejos [...] enquanto as sinhás-donas e sinhás moças se transportavam em cadeiras e palanquins, a despender suas horas de lazer em associações culturais, em saraus familiares, em sessões de teatro [...]a manter com seus gostos e gastos, uma **colônia francesa** de comercio de artigos de luxo (MEIRELES, 1994, p.56,57) **(grifo nosso)**.

Esses novos ares que São Luís passou a respirar foi referendado com a “abertura dos portos as nações amigas” no início do século XIX., o que significou, também, o fim do Pacto Colonial. É bem verdade que a Inglaterra foi a grande beneficiada com este evento, a ponto de pagar impostos com tarifas menores que as de Portugal.

Más, por esse tempo, a França passou a soprar seus ventos liberais, idealistas e culturais por todo o mundo e em São Luís “com a riqueza [...] a classe dominante foi assimilando [...] mais intensamente as artes e as letras.” (Lacroix, 2001,p.48). E, como forma de afirmação de poder e de legitimação, essa elite passou a adotar os costumes ditados em Paris.

São Luís estava encravada de frente à Europa, e não possuía, praticamente, ligação por terra que a unisse ao resto do país. Como se não bastasse, uma corrente marinha vinda da África dificultava a navegação para os principais centros brasileiros, como Salvador e Rio de Janeiro, incentivando, dessa forma, o nascimento da “quarta cidade brasileira” com ares quase que totalmente europeus pela sua indelével ligação com essa parte do Velho Mundo.

Prova disso foi a adesão à Independência do Brasil com quase um ano de atraso em relação às demais províncias e a plêiade surgida que conferiu-nos o título à época de “Atenas Brasileira”.

Foi nesse ambiente que “despontou a influência política e ideológica francesa” (LACROIX, 2001, p.40) e esse modelo alienista foi implantado porque, os jovens das famílias abastadas “iam, não raro, formar-se na Inglaterra e na França” (SPIX e MARTIUS, 1981, p.246), prevalecendo, contudo o modo de vida copiado de Paris. E esse costume possibilitou a formação de uma “elite erudita requintada” e que, formou “um ambiente cultural de alto nível em São Luís” (TOURINHO, 1990, p.21), e, pelas obras e publicações com texto em francês percebe-se que essa “elite era bilíngüe” (LACROIX, 2001, p.53).

Era de São Luís que “exalavam os pluridos de civilização” para toda a parte norte do Brasil, pois não era de se admirar que os estrangeiros a vissem como a quarta cidade brasileira, “a Princesa em meio a Plebe das cidades nortistas.” (TOURINHO, 1990, p.23). E para onde inúmeros visitantes, com os mais diversos interesses, afluíam. E, por conveniência, citamos o que nos conta George Gardner em seu livro Viagem ao Interior do Brasil onde menciona que um amigo seu, vindo de Oeiras, então capital da Província do Piauí, “embora major do exército, era negociante e tinha vindo comprar mercadorias européias” em São Luís.

Enfim, a capital da Província do Maranhão se tornou a porta de entrada da cultura européia, e principalmente da gaulesa, na região meio-norte brasileira no século XIX. E esse ambiente refinado, vivido pelas classes mais abastadas, pode ser observado em vários exemplos, como o do “comendador Antonio José Meireles, Puça de Cövado, que não tem pena de residir no palacete cuja sala

nada inveja aos salões dos duques de França” (VIVEIROS, 1954, p.271).

COMO SE DEU ESSA INFLUÊNCIA:

👉 **No comércio**

Após o tratado de 1810, como mencionado anteriormente, a Inglaterra passou a gozar de prerrogativas “amigas” e, no bolo econômico, tomou de conta da exportação de algodão e importação de tecidos; aos portugueses coube a exportação de arroz e couro enquanto aos franceses, em primeiro momento, “o comercio de jóias e *bijoux et toutes sortes de nouveautés*” (VIVEIROS, 1954, p.130).

César Marques, na obra Dicionário Histórico-geográfico da Província do Maranhão, sobre o volume de comércio de exportação direta da província, nos mostra que os países “que mais avultaram foram a Inglaterra e a França” sendo que o comércio com a França aumentou em moeda corrente 997%, entre 1854 e 1864, e em tonelagem 229%, conseguindo, ainda, dobrar a quantidade de navios atracados em São Luis, de 10 para 20.

Por esse tempo havia em São Luis inúmeros estabelecimentos de propriedade de franceses, como por exemplo a Duchemim & Cia, Notre Dame de Paris e a Bottentuit & Cia. Os jornais publicavam anúncios (muitas vezes em francês) sobre firmas estabelecidas em Paris e com representação em São Luís como por exemplo: Labelonye, Grimoud & Cia, Michel Loques, René Dinant et Fils, Rigaud & Cia, e a varejo como a Loja Brasil, a Casa Paris e a Bom Marché que negociavam tecidos de seda, perfumes, “toile de soie, velours cotellé, gripure, matelassé, rouge, dentre outros artigos, tout très chic” (LACROIX, 2001, p.45).

Jomar Moraes (1995, p. 26), no seu **Guia de São Luís do Maranhão**, diz:

Também era comum trazerem os jornais anúncios de modistas, retratistas, cabeleireiros, relojoeiros, arquitetos e ourives, geralmente de nacionalidade francesa, italiana ou portuguesa: Madama Cecerelli [...] continua a fazer chapeos, vestidos [...].

O próprio maranhense desta época absorveu o “espírito empreendedor” europeu:

Verificamos isso no parque industrial, que já possui o Estado, bastante avançado, quer em indústrias de tecidos, como de variadas espécies outras, tudo exprimindo um **reflexo da cultura européia, especialmente francesa**, recolhida nas constantes visitas que os maranhenses faziam à França” (MACEDO, 2001, p. 29) (grifo nosso).

E várias outras coisas poderíamos mencionar, más, para não nos aprofundarmos na historiografia, preferimos mais uma vez utilizar-nos de Tourinho (1990, p. 28): “os franceses dominavam [...] parte considerável do comércio maranhense”.

✍ **Na arquitetura**

Nos dias atuais é de domínio público que São Luís tem o maior acervo colonial português do Brasil. Mas não é só a quantidade de casarões que distingue esse patrimônio mas, também, a qualidade pois:

[...] a influência francesa foi preponderante no Maranhão, apesar de ter sido tão breve. É que, o que é bom é aprendido mais facilmente e faz o milagre de perdurar. O espírito da cultura superior do povo, que em boa hora influi na formação do Maranhão, fez-se sentir ainda mais decisivamente na **arquitetura** que presidiu a edificação da capital e nos costumes delicados ainda hoje notados, até mesmo nas classes menos educadas. **São Luís tem uma edificação mui diferente dessa que amiúde vemos nas demais cidades do Brasil, colonizadas por portugueses** – casarões pesados, escuros, privados de áreas internas de arejamento e iluminação.

Nada disso. Notamos, ao contrário, por toda a parte, prédios coloniais bem arejados, dotados de magníficas áreas abertas no seu interior, servidos de varandas e varandões bem iluminados pelos raios do sol dos trópicos, com peças espaçosas, sem cubículos ou cafuas, de belo aspecto interior pelas artísticas proporções dos membros da sua arquitetura. (MACEDO, 2001, p.23) (grifo nosso)

Essa diferenciação na arquitetura também se dava, em muitos casos, porque “muitos maranhenses eram educados em Portugal, Paris e mesmo em Londres e cada um deles vinham com a cabeça cheia das idéias desses países, inclusive das que se prendiam às artes de construir”. (MACEDO, 2001, p.27)

Essa influência estrangeira na arquitetura ludovicense também é descrita por Silva (1998, p. 48), na sua obra *Arquitetura Luso-Brasileira no Maranhão*, onde diz: “A arquitetura, transplantada do exotismo lusitano e de **contingências autóctones**”. Cita ainda a



Fonte: SILVA, 1998, p. 110)

Figura 2 - Marca de telha francesa (adaptada de estudos sobre Luso-Brasileira no Maranhão).
presença, mesmo que rara, de casarões com fachadas de “puxado avançado sobre mão francesa” (SILVA, 1998, p.52). E de vários outros objetos e modelos franceses componentes dessa arquitetura como “as sacadas nos estilos D. José I e Luís XV” e também, “as maçanetas de porcelana de procedência francesa” (SILVA, 1998, p.73); “a telha plana do tipo *Marseille*”. (SILVA, 1998, p.110)

👉 **Na educação e na cultura**

A Assembléia Provincial, desde o início de suas atividades, passou a autorizar o envio e custeio de “moços de bons costumes” a estudar na Europa, para quando do retorno, prestarem seus serviços aqui na província. O resultado dessa determinação foi o intenso afluxo destes jovens à França, destacando-se entre eles, pela ordem cronológica, Isidoro Meireles, Ricardo Jauffret, Felipe Conduru (de volta a São Luís regeu uma escola normal), Otaviano de Brito, dentre outros, e que foram educados pelo método lancastrino em cidades como Paris, Montpellier, Bordeaux ou

Grignon. Alguns franceses, convidados pelo governo da Província, vieram ensinar e/ou dirigir escolas neste período como os senhores Louis Clement e Durand. (MEIRELES, 1994, p.60)

O ilustre poeta e professor de francês Sousândrade estudou em Paris e fez sua última viagem à França para receber o grau de bacharel em engenharia, tornando-se, conforme Astolfo Marques “o primeiro brasileiro a obter esse título na Sorbonne” (WILLIAMS, 1976. p.19). Também segundo Williams, a plêiade de escritores maranhenses da 1ª e 2ª geração foi influenciada, em maior parte, por pensadores e escritores franceses, como por exemplo Rousseau e Chateaubriand que contribuíram para a formação do caráter indianista das obras de Gonçalves Dias e outros românticos, e o próprio Sousândrade que se espelhava em Lamartine e Catulle Mendès.

Por essas e outras (políticas públicas e atitudes) é que Lacroix (2001, p. 53) bem se expressa: “Ao que tudo indica, a própria educação conduzia sua política, para o afrancesamento da elite”, pois esses jovens, de volta à terra natal promoviam, vez por outra, verdadeiro “rendez-vous parisiense” em bailes regados ao gosto do bom vinho, uma verdadeira “soirée”.

A contribuição francesa no plano das idéias foi pleno e importante para a sociedade maranhense que consumia, em maior parte, obras e autores franceses como Limon, Buffon, Cucier, Ampere, Recamier, Laffitte, Ribentrop, Pasteur, Brogniard, Belard, Descartes, Vitor Hugo, Balzac, Flaubert, La Fontaine, Moliere, Lamartine etc. tendo suas obras nas principais livrarias e bibliotecas da cidade e, ainda, anunciados pela imprensa. E por se referir à imprensa, os folhetins vinculados por ela, à época, eram, vias de regra, originais ou traduções francesas (TOURINHO, 1990, p.25).

O Teatro União³- atual Artur Azevedo- nessa época passou a ser ponto de encontro de parte da sociedade; vitrine das obras dramáticas francesas e passarela para as sinhás e suas filhas que carregadas de cadeiras e palanquins “se ataviavam com o que havia de mais moderno, recorrendo às lojas especializadas onde encontravam quanto de mais novo era lançado em Paris” (JANSEN, 1974, p.30). Dentre essas apresentações teatrais apresentou-se em São Luís, em 1846, o drama A torre de Nesle de Alexandre Dumas Pai, e que retratava a história da Rainha Margarida de Borgonha, casada com Luís X de França e que contou “com a presença do festejado e jovem Poeta Gonçalves Dias”, apreciador de Dumas e poliglota com fluência em francês, alemão, inglês e latim. A Tomada da Bastilha, também de Dumas, e a prestigiada Cia Francesa Bouffes Parisiensens fizeram apresentações à época na capital maranhense.

Na medicina

São Luís foi a primeira capital brasileira a contar com um médico-cirurgião, o francês Tomaz de Lastre, na então França Equinocial. Ele mesmo curou aos portugueses feridos na batalha de Guaxenduba, inclusive o filho mais velho de Jerônimo de Albuquerque que após ser ferido por três arcabuzadas, foi curado pelo médico De Lastre (MEIRELES, 1993, p.15).

Depois disto a Província passaria a viver, até o seu apogeu no último quartel dos anos setecentos, grande dificuldades nesta área, pelo menos é o que nos dá a entender inúmeros textos sobre o assunto, como estas palavras do Padre Antonio Vieira escrevendo, em 1653, ao Provincial dos jesuítas no Brasil: “esta terra, o Maranhão, era muito falta de medicamentos como de médicos, que não havia”.

No século XIX, entretanto, observou-se uma verdadeira enxurrada de

³ O séc. XIX em São Luís, segundo Jansen, foi apelidado pela população de teatro-mania.

médicos, cirurgiões e físicos-mores na capital da Província. Muitos deles se formaram aqui mesmo no Império, outros, na Europa, sendo que boa parte destes, na França, em cidades como Paris, Montpellier e Grignon. Dentre os quais destacamos Rodrigues Baima, Nogueira de Sousa, Farias de Matos, Barreto Junior e Franco de Sá. Também descendentes ou, mesmo, franceses vieram exercer a arte de curar em São Luís destacando os das famílias Alric, Bottentuit, Jauffret, Saulnier de Pierrelevée etc. Dentre estas famílias, é prudente destacar esta última, já que grande contribuição prestou à população de São Luís. O



Fonte: Acervo da família

Figura 3 –Retrato de Dr. Alfonse Saulnier de Pierrelevée 1º Cirurgião

Dr. Paul Saulnier de Pierrelevée, patriarca da família, nasceu em Paris em 1788 onde se doutorou em medicina, anos depois, em ciências filosóficas em Leipzig. Veio para o Brasil no ano de 1833 e dois anos depois, fugindo da Revolta dos Cabanos no Pará, buscou abrigo em São Luís onde passou a viver. Por importantes trabalhos apresentados sobre febres perniciosas e sobre disenteria foi premiado pela Academia e pela Sociedade de medicina do Rio de Janeiro, e em 1849, por outro trabalho, a Sociedade Farmacêutica Lisbonense e a Sociedade de Ciências Médicas o fizeram seu sócio correspondente. Exerceu a medicina em São Luís participando, inclusive, de comissões sanitárias. Faleceu entre nós cercado de sua família que o estimava muito. Seu filho, Dr. Alfonse, bacharel em Ciências Físicas e Naturais, Letras e doutor em Medicina pela Universidade de Paris, em 1855 foi nomeado o 1º cirurgião do Hospital Português, foi nomeado também para Santa Casa de Misericórdia (a praça da Misericórdia, no século XIX, era chamada de praça Alfonse Saulnier de Pierrelevée). Em 1857 casou-se com a Sra. D. Isabel Barradas do qual nasceu o advogado Dr. Eduardo Saulnier de Pierrelevée (MARQUES,1870).

O Físico-Mor, Dr. Antonio José Pereira da Silva, tentou construir um avantajado complexo industrial em São Luís. Contam-nos até hoje (principalmente os guias do Sítio do Físico), que este físico-mor, pelas idéias avançadas e simpatia por Napoleão Bonaparte, poderia ser espião deste e que pretendia retomar São Luís das mãos dos portugueses. Seu corpo foi encontrado boiando nas praias das Mercês, envolto em grande mistério, sendo que até hoje não se sabe se a motivação da sua morte foi passional ou política. As ruínas, atualmente, servem de importante ponto turístico em São Luís.

👉 **A influência idiomática**

O falar do maranhense no séc.XIX diferia do das demais províncias do litoral norte do Brasil, pois o mesmo tinha o falar refinado. Também era freqüente o uso de palavras em francês no dia a dia de parte da população. Segundo Lacroix (2001), vocábulos como *matinal*, *golão*, *camisola*, *elegante*, *em moda* e *carmim* eram trocados por *matinée*, *liseuse*, *chambres*, *coquette*, *coqueluche* e *rouge* e, vez por outra, expressões como *tout le monde*, *partout*, *jubé d'homme*, *laissez faire*, *toujours* etc, eram utilizados pela população.

Atualmente usamos expressões no dia a dia sem sabermos que são herança da influência francesa do século XIX.

É comum referir-se qualquer homem da rua ao 'paneiro' de farinha ou de arroz, sem saber que está pronunciando um galicismo de *panier*. Há mesmo uma expressão: "vou onde fulano", para exprimir que vai onde ele se achar e não à casa desse fulano, e essa construção é tipicamente francesa, e não nossa (MACEDO, 2001, p. 27).

Outras expressões como 'eu vou banhar' (do verbo *se baigner*), 'Calhau' (substantivo *caillou* – seixo, pedregulho) são tipicamente de origem francesa e, segundo professores da Aliança Francesa em São Luís, "são de difícil comprovação visto não termos registro escrito sobre as mesmas."

Como dissemos anteriormente, a freqüente relação com a capital gaulesa estimulou a prática da língua francesa em São Luís por haver uma urgente necessidade de decodificar as literaturas que de lá nos chegavam ou, mesmo, as produzidas cá; as peças teatrais dramáticas vindas de Paris; e, é claro, pelo mister da classe dominante de se inserir no contexto internacional.

Em janeiro de 1875 o jornal Publicador Maranhense mostrava as matrículas para as aulas do Liceu:

Francês...34; Inglês...26; Latim inferior...18; Geografia...17; História....17; [...].

Daí se percebe que a adesão ao idioma francês se dava também com os estudantes que aqui ficavam. E como crítica a essa influencia, corria de boca em boca, em São Luís e arredores, estes versos:

O tremó hoje é console,
Tête-a tete é canapé,
Etagére, as prateleiras
Dança a noite é soirée.
Chamam soutache a tracinha
A seda branca foulard
Chamam passamanerens
Ao mais pequeno alamar
Tudo tem mudado os nomes
De certo tempo pra cá,
Até os pais de família
São: a mamã e o papá”
(VIVEIROS, 1950, p. 226).

O LEGADO HISTÓRICO

Do período da fundação da cidade (séc.XVII) os franceses nos legaram a indelével marca de suas paragens por essas terras d'além mar, o nome de seu Rei, **São Luís XIII**.

Más, além do **nome da cidade**, da **tradição** e da **amizade** conquistada junto à população autóctone, “Não se pode ignorar **o marco urbano** fincado pelo gaulês” (LACROIX, 2001, p.37), pois o atual centro nevrálgico (político- administrativo) - Praça Pedro II e adjacências – de São Luis foi estabelecido pelos portugueses “naquele mesmo sítio” (GAIOSO,1863), deixado pelos franceses. E como exemplos dessas “balizas”, mencionamos: O palácio dos Leões – atual Sede do Executivo Estadual e morada do Governador; o Palácio La Ravardière – Sede do Executivo Municipal; o Tribunal de Justiça do Estado – Sede do Judiciário; Assembléia Legislativa do Estado – Sede do Legislativo; o Seminário Santo Antonio – antigo Seminário São Francisco etc. Todos edificadas em locais já estabelecidos pelos franceses. Legaram-nos também a mais rica documentação sobre território, fauna e flora e habitantes de uma região brasileira à época (Viagem ao Norte do Brasil – Yves D’Evreux e História da Missão dos Padres capuchinhos na ilha do Maranhão – Claude D’Abbeville) bem como todas as proezas realizadas por eles.

É importante frisar que nenhuma das construções dos séculos XVI e XVII (francesas ou portuguesas) chegou por inteiro aos nossos dias pois “desapareceram ou foram substancialmente alterados em tempos posteriores”. (CRUZ, 1953, p.118)

As marcas francesas em nossa cidade também estão presentes na heráldica (insígnias e brasões), utilizada em festas oficiais.

Do séc.XIX, São Luís herdou o luxo ditado pelos franceses, na forma de moda, usos e costumes. E isto, acredita-se, ajudou a perpetuar na sociedade, até os dias atuais, a busca pelo luxo, por isso não nos admiramos de São Luís, apesar da decadência, ser a capital brasileira com a frota de veículos mais renovada do país. A pomposidade dos casarões coloniais não deixa dúvida sobre a influência autóctone



Fonte: Acervo da Família Saulnier de Pierrelevée

Figura 4 - Escultura em bronze de Joana d’Arc (trazida

português, *para frente, para trás, giro, grande cadeia, outra vez*. Outro legado desta época (para o turismo) talvez seja o que as famílias francesas e descendentes (Alric, Bottentuit, Champoudry, Valois, Fournier, Saulnier de Pierrelevée, Jauffret – imortalizado no livro *o mulato* de Aluísio Azevedo –, dentre outras) possam ter guardado em suas casas e que podem ser utilizados para a formação de um futuro memorial – ou museu – franco-maranhense. Como é mostrado, por exemplo, o da família Saulnier de Pierrelevée. Inúmeros outros objetos franceses desta época se encontram, atualmente, em exposição nos museus da capital maranhense, inclusive azulejaria.

Em suma, diferentemente dos outros estrangeiros que já passaram em São Luís (portugueses, holandeses e ingleses), os franceses sempre apresentaram

gaulesa nos “espíritos” dos seus moradores, como também o refinamento idiomático. Legou-nos também algumas danças como a de São Gonçalo, Do Lelê (Anexo C) e as Quadrilhas que, esta última, tendo a França como centro irradiador, teve, também, a capital maranhense como um dos maiores importadores de “*mestres e instrumentistas* (que) *vinham da França para ilustrar essas festividades*” (PELLEGRINI FILHO, 1986), e o povo absorveu as marcações, como: Anavan (*en avant*), anarriê (*en arrière*), tur (*tour*), garranchê (*grand chaîne*), otrefoá (*autrefois*), respectivamente em

comportamento sustentável (respeito ao destino que visitam e interação com a comunidade). E por isso gozam, até hoje, da simpatia dos moradores locais.

4 O TURISMO EM SÃO LUÍS HOJE

A partir das décadas de 60 e 70, quando o turismo em São Luís começou a dar sinais de existência (com a criação da MARATUR e do Conselho Estadual de Turismo), a capital maranhense descobriu sua vocação a atividade turística. O coroamento, entretanto, só se deu na década de 90 quando recebeu, pela UNESCO, o título de Patrimônio da Humanidade. Desde então várias ações foram anunciadas e desenvolvidas pelos Órgãos gestores diretos das políticas públicas de turismo

(Subgerência de Turismo e Secretaria Municipal de turismo) ou pela iniciativa privada. São exemplos dessas ações os projetos desenvolvidos pelo Órgão municipal visando, através do turismo, promover a qualidade de vida da população como turismo educativo e o cidade anfitriã; e o **Plano Maior**, pela Subgerência. Este, visando o desenvolvimento do turismo no Maranhão, dividiu o Estado em 5 Pólos turísticos, a saber:

Quadro 1 – Plano Maior

POLOS	O QUE SE DESEJA TER	
	CONCEITO DE DESENVOLVIMENTO	PÚBLICO-ALVO
Histórico-Cultural	Centro histórico-cultural dinâmico do Maranhão	O público dos demais Pólos, pois é o portão de entrada.
Parque dos Lençóis	Espaço turístico único e de qualidade	Ecoturistas c/ prioridade para França , Alemanha, EUA, Portugal.
Delta das Américas	Conj. de centros ecoturísticos para compreender a biodiversidade do Delta em mar aberto.	Ecoturistas c/ prioridade para França , Alemanha, Portugal, EUA, Argentina e Brasil.
Reentrâncias Maranhenses	Conj. de povoados com forte tradição em pescaria artesanal, conectados ao mar por canais naturais navegáveis.	Ecoturistas da Europa c/ prioridade para França , Alemanha, EUA, Portugal, Argentina e Brasil.
Cachoeiras e Chapadas	Lazer entre cachoeiras e aventuras nas chapadas.	Estados vizinhos e resto do país.

Fonte: GEPLAN - Plano Maior: informe executivo

Recentemente foi anunciada a criação de um sexto pólo turístico, o Pólo da Baixada Maranhense.

É facilmente, perceptível pelo quadro acima, os benefícios que São Luís terá com a efetivação do Plano Maior e a criação destes Pólos. Primeiro porque o Pólo de São Luís será o “portão de entrada” para os demais; segundo, pelo seu grande poder de abrangência do histórico-cultural; e terceiro, pelo público-alvo ser o europeu,

colocando o público **francês** sempre como destaque.

4.1 O turismo em São Luís em números

Apresentamos aqui indicadores sobre a demanda do turismo em São Luís necessários à apropriação da realidade do mercado. Convém salientar que em São Luís os indicadores de turismo fornecidos pelo Estado ou pelo Município ainda não mostram de uma forma mais completa tal realidade, visto serem apurados de forma parcial, o que será exposto a seguir.

4.1.1 Indicadores de turismo / subgerência

Os dados fornecidos aqui quanto à demanda são informações apuradas somente junto à rede hoteleira através dos Boletins de Ocupação Hoteleira – BOH e da Ficha Nacional de Registro de Hóspedes – FNRH, encaminhados pelos hotéis. Ocorre que dos 38 meios de hospedagem reconhecidos pela pesquisa, só os dados de 7 deles (os classificados pela EMBRATUR em São Luís – 35,5% do total de leitos) é que são utilizados na pesquisa, ficando de fora os 31 outros estabelecimentos não classificados (64,5% dos leitos). Essa metodologia, portanto, deixa de fora um percentual expressivo de hóspedes, o que pode interferir na nossa apropriação da real demanda de São Luís.

IDENTIFICAÇÃO DO TURISTA QUE VISITA SÃO LUÍS

Aqui a entrevista abrange, por amostragem, todos os turistas que visitaram São Luís (regionais, nacionais e estrangeiros).

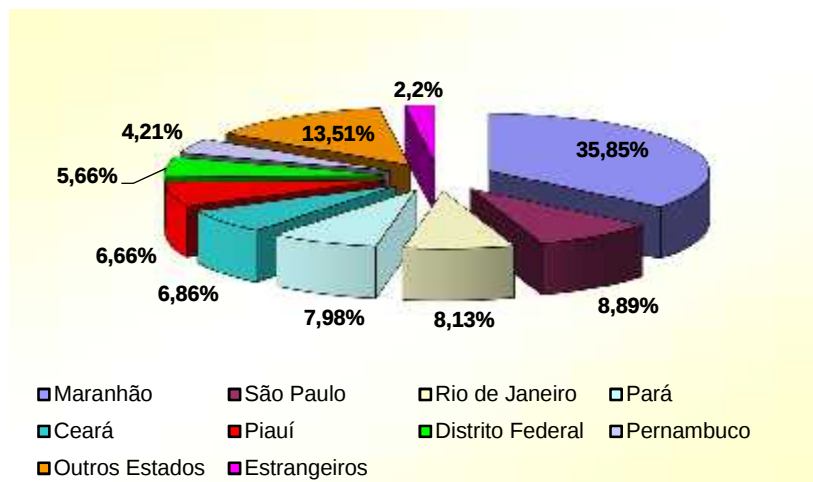


Gráfico 1 – Turistas em São Luís segundo a residência permanente

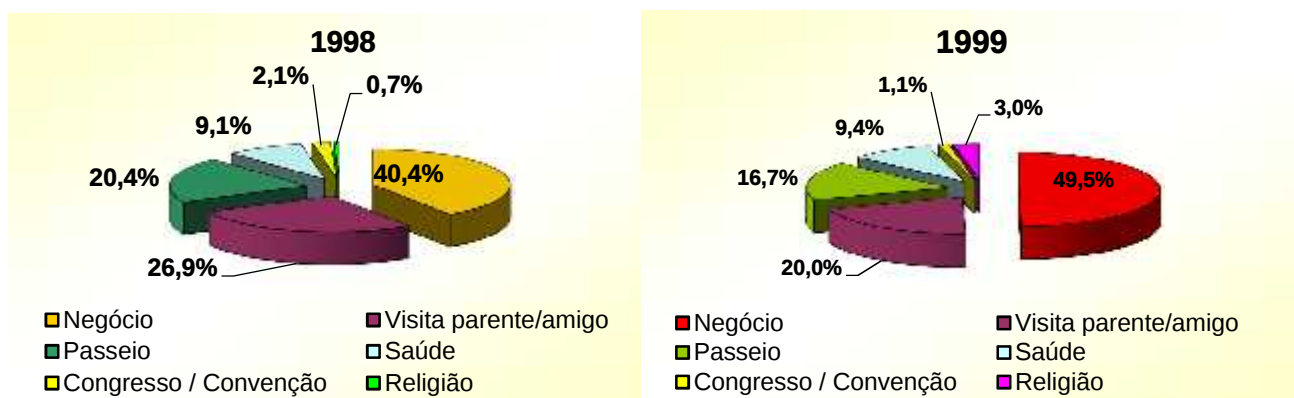


Gráfico 2 – Turistas em São Luís segundo o motivo da viagem

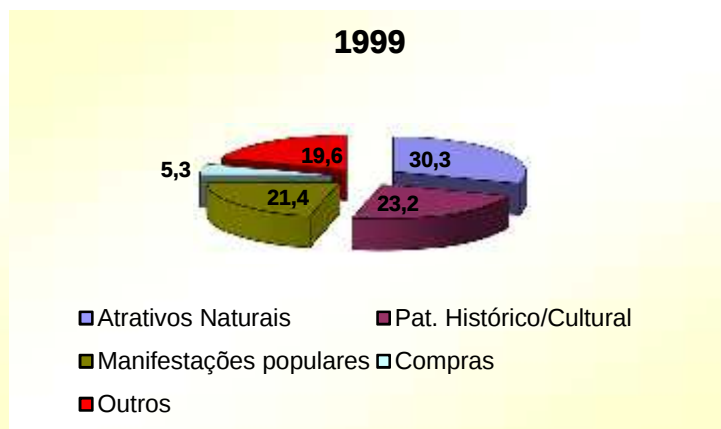
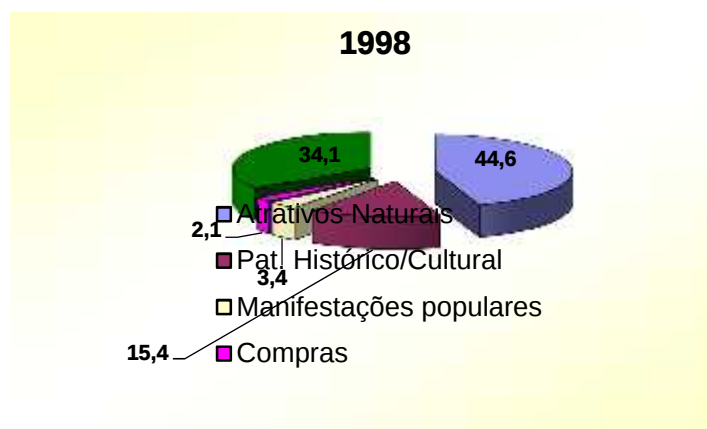


Gráfico 3 – Fator decisório da visita a São Luís

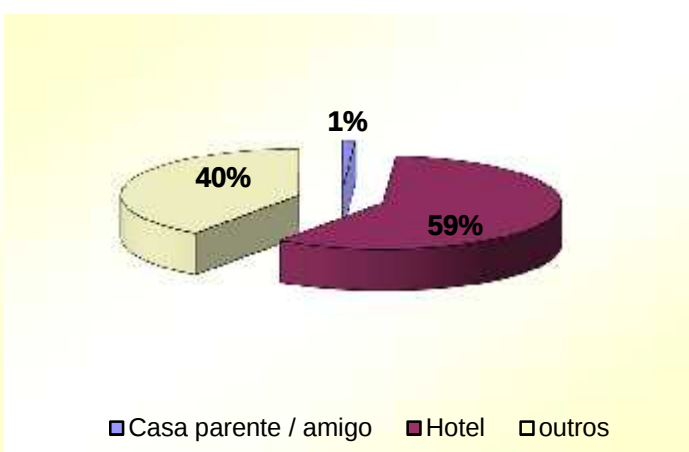
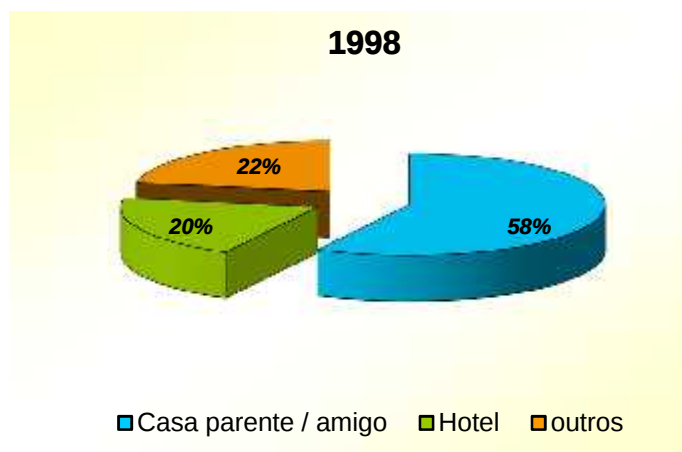


Gráfico 4 – Turistas em São Luís segundo o meio de hospedagem

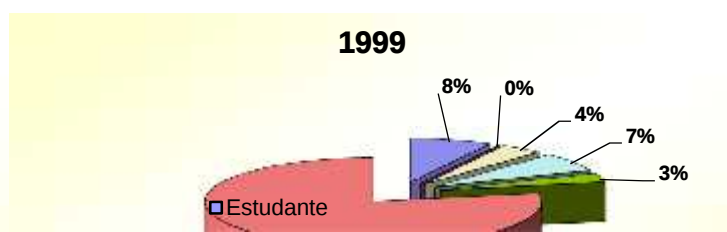
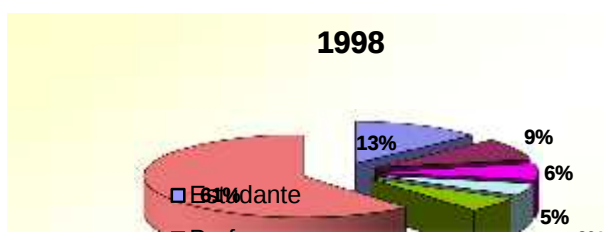


Gráfico 5 – Turistas em São Luís segundo a Profissão

O turista que viaja a São Luís, então, vem a **Negócio ou Visita a Parentes ou Amigos**; o principal Fator Decisório da Viagem são os **Atrativos Naturais**; o principal Meio de Hospedagem é **Casa de Parentes/Amigos**; a principal ocupação é **Estudante ou professor**.

Estas informações, nos seus vários aspectos, mostram que é preciso que se dê mais ênfase nos aspectos culturais e no marketing da cidade, tendo em vista que 90% da sua oferta turística são história, patrimônio arquitetônico e manifestações populares. Percebemos, portanto, a clara falta de segmentação e de posicionamento de mercado, visto a patente vocação de São Luís para o histórico-cultural e no entanto, a maior visitação, atualmente, ser de turistas em busca de atrativos naturais.

4.1.2 Hóspedes nos hotéis classificados de São Luís: demanda internacional

A média de turistas estrangeiros durante a década de 90 foi de 6,2% do total de turistas que visitaram São Luís. Estados Unidos e França foram os maiores

emissores internacionais durante a década e, no somatório total, foram os únicos que superaram o quadro de 10% do nº de visitantes estrangeiros. Vale lembrar que, segundo a EMBRATUR, EUA é o país que mais viaja a negócio, enquanto a França viaja mais a turismo. Portugal, Argentina e Inglaterra não alcançaram 5% do total de estrangeiros. Espanha, Canadá e Holanda apresentaram baixo desempenho. A seguir estes e outros dados dispostos na Tabela 6.

Tabela 6 – Demanda Internacional

EMISSOR / ANO		91	92	93	94	95	96	97	98	99	00	TOTAL
ALEMANHA	Nº	398			467	426	217	202	224	385	344	3.768
	%	8,3			10,3	12,3	7,0	6,1	7,5	12,2	8,7	9,53
			11,8	10,7								
ARGENTINA	Nº	236			370	-	93	90	72	-	250	1.677
	%	4,9			8,1	-	3,0	2,7	2,4	-	6,3	3,94
			4,4	7,0								
FRANÇA	Nº	917			461	357	271	247	206	348	556	4.519
	%	19,2			10,2	10,3	8,7	7,4	6,9	11,0	14,0	11,19
			12,5	11,2								
EUA	Nº	623			779	697	607	715	635	604	868	6.688
	%	13,0			17,2	20,2	19,6	21,5	21,5	19,2	21,9	17,82
			11,2	12,5								
PORTUGAL	Nº	427			-	-	-	-	127	311	407	1.752
	%											
			274	209								

	%	8,9	5,7	4,1	-	-	-	-	4,3	9,9	10,3	4,33
ITÁLIA	Nº	437	538	603	475	284	241	253	410	318	272	3.831
	%	9,1	11,2	12,0	10,5	8,2	7,8	7,6	13,9	10,1	6,8	9,76
SUIÇA	Nº	220	218	313	192	193	101	76	88	124	116	1.641
	%	4,6	4,5	6,2	4,2	5,6	3,2	2,2	2,9	3,9	2,9	4,02
JAPÃO	Nº	233	286	-	-	138	83	147	70	131	155	1.243
	%	4,8	6,0	-	-	4,0	2,6	4,5	2,3	4,1	3,9	3,22
HOLANDA	Nº	-	-	253	262	167	74	-	-	-	-	756
	%	-	-	5,0	5,8	4,8	2,3	-	-	-	-	1,79
INGLATERRA	Nº	-	-	-	153	134	-	75	36	142	118	658
	%	-	-	-	3,3	3,8	-	2,2	1,2	4,5	2,9	1,79
ESPANHA	Nº	-	-	-	-	-	-	-	91	177	159	427
	%	-	-	-	-	-	-	-	3,0	5,6	4,0	1,26
CANADÁ	Nº	-	-	-	-	-	-	-	-	106	-	106
	%	-	-	-	-	-	-	-	-	3,3	-	0,33

Fonte: Subgerência de Turismo do Estado

Obs.: Hóspedes estrangeiros nos hotéis classificados de São Luís na década de 90.

4.1.3 Demanda por informações nos postos da Secretaria Municipal de Turismo: público estrangeiro

Estas estatísticas registram os turistas estrangeiros que se dirigiram

aos Postos de Informações desta Secretaria, no ano 2001, localizados em pontos estratégicos da cidade, como o Centro Histórico e o aeroporto, por exemplo.

Tabela 7 - Demanda por informações nos postos da Secretaria Municipal de Turismo: público estrangeiro

País de origem.....	Nº de visitantes	%.....
França	267	17,9
Alemanha	218	14,6
Estados Unidos	162	10,9
Itália	83	5,5
Suiça	77	5,1
Inglaterra	77	5,1
Guiana Francesa	65	4,3
Espanha	54	3,6
Argentina	49	3,2
Outros	433	29,1
TOTAL	1.485	100,0

Fonte: SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO, 2001

Nestas estatísticas percebemos que há uma inversão em relação aos dados da Subgerência, pois, aqui os franceses aparecem com 17,9% e os americanos 10,9%; A Guiana Francesa (4,3%) se apresenta como o principal emissor da América do Sul. A Argentina em segundo com 3,2%; A França e a Guiana Francesa juntas somam 22,2% do total; E os franceses são os turistas que mais demandam por informações.

5 ...OS BENEFÍCIOS À ATIVIDADE TURÍSTICA: a terceira onda gaulesa em São Luís

5.1 Os franceses no ramo alimentício de São Luís

Como mencionado no capítulo 3, os franceses, estabelecidos no século XIX em São Luís, formavam uma *Colônia de comércio de artigos de luxo*, negociando perfumaria, jóias, tecidos etc e artigos de botica. Atualmente uma nova Colônia ensaia se formar, desta feita no *ramo de alimentos e bebidas*.

Profissionais como: Laurent Ravet, Gilbert Demousseau, Valery, François, Dominique, Arnaud Fox dentre outros, proprietários respectivamente:

doçaria/confeitaria Delices de Paris, restaurante Le Bistrot, Valery confeitaria, um complexo de padarias, bar e restaurante Le Papagaio Amarelo, elegeram a capital maranhense como lugar de trabalho e residência.



Fonte: Registro da pesquisa

Figura 5 – Le Papagaio Amarelo (ao lado do Antigamente no Centro Histórico, de propriedade de Gilbert e Dominique)



Fonte: Registro da pesquisa

Figura 6 Valéry (proprietário da Padaria que recebe o mesmo nome, na rua do Giz)

Alguns deles vieram de regiões tradicionais da França. Laurent, por exemplo, veio de Lyon, capital francesa da gastronomia. Arnaud, gerente do Le Papagaio Amarelo, pretende em breve abrir um “bistrot” com vinhos importados do Sul da França. Outros, porém, como o padre Jean Marie, preferiram trabalhar em projetos de assistência social. Marie, proprietário do Sítio Piranhenga (local este que preserva relíquias de

séculos passados, como uma “Casa Grande” de Ana Jansen, juntamente com a Senzala e os fornos de produção de cal; também uma fortaleza em ruínas) dirige um projeto que presta assistência a menores, projeto este, em parte, mantido com ajuda de amigos que moram na França.



Fonte: Registro da pesquisa

Figura 7 – Confeitaria pertencente a Laurent localizada no Calhau

5.2 São Luís, um lugar dos franceses

São Luís além dos franceses, já teve outras ondas de visitação estrangeira durante os séculos, sendo elas: portuguesa, holandesa, inglesa, sírio-libanesa e, atualmente, americana. Ocorre que a motivação principal destes fluxos sempre foi o comércio e a realização de negócios e, com exceção dos penúltimos, todos se foram. Os gauleses, entretanto, estão se mostrando exceção a esta regra, pois São Luís, ainda continua, fazendo parte do roteiro francês, como já observamos pelas pesquisas mostradas anteriormente. Todavia, como também já mostrado, por não serem completas, realizamos então uma pesquisa de amostragem (33%) dos hotéis

não classificados pela EMBRATUR em São Luís (Apêndice A), os chamados pequenos hotéis (e pousadas) do Centro Histórico, no mês setembro de 2002.

Hóspedes estrangeiros em doze hotéis não classificados pela EMBRATUR.

Tabela 8 – Hotéis não classificados pela EMBRATUR

PAÍS DE ORIGEM	Nº DE TURISTAS
França	175
EUA	56
Portugal	21
Alemanha	54
Suíça	27
Itália	39
Argentina	25
Guiana Francesa	14
Outros	45

Obs.: Período: 1º semestre 2002

O resultado foi surpreendente: Primeiro, porque a reclamação dos proprietários destes estabelecimentos foi geral com respeito a desassistência a que (segundo eles) foram legados pelos Órgãos turísticos governamentais. E, segundo, porque os franceses são, disparados, nesses hotéis, os maiores

freqüentadores de São Luís, conforme se observa acima.

Más por que será que os franceses, mesmo sem terem tantos negócios aqui como os americanos e sem políticas mercadológicas de turismo direcionadas a eles, ainda mantêm visitação regular a São Luís?

A resposta pode ser a geografia e/ou a história. Geografia, pela proximidade com a Guiana Francesa. E a história, porque toda a parte norte do Brasil desde o século XVI sempre fez parte do roteiro gaulês.

Assim, o processo de colonização do Brasil se deu no decorrer de vários séculos. Porém, ainda nos dias atuais, se verifica grande afluência e preferência de determinados países que participaram desse processo a locais de sua influência histórica, conforme se pode observar pelas estatísticas oficiais da EMBRATUR, mostradas na Tabela 9:

Tabela 9 - Turistas estrangeiros no Brasil segundo local de influência histórica

REGIÃO	ESTADO	INFLUÊNCIAS HISTÓRICAS	MAIORES VISITANTES ATUALMENTE	
			EUROPEUS	SULAMERIC.
PORÇÃO NORTE	Pará	Principal lócus de atuação dos franceses nos séc. XVI e XVII. França Equinocial	Franceses	Guianeses
	Maranhão		Franceses	Guianeses Argentinos
LESTE	Pernambuco	Região de maior influência ibérica no período de colonização	Portugal	X
	Bahia		Espanhóis Alemães	Argentinos
SUL	Paraná	Migração de alemães, italianos e poloneses, dentre outros, no séc. XIX.	Alemães	Argentinos e Paraguaios
	Santa Catarina		Italianos	Argentinos e Chilenos
	Rio G. do Sul		Alemães e Italianos	Argentinos e Uruguaios

Fonte: EMBRATUR 98/99. Adaptação do autor.

Na Tabela acima, não mencionamos Estados Unidos, pois o mesmo, sendo um país formado recente – em comparação aos demais, não participou do processo de colonização. Além do mais, na atualidade, é o maior parceiro comercial do Brasil, mantendo negócios em todas as regiões brasileiras e, conforme o Anuário Estatístico da EMBRATUR, é, entre todos os que nos visitam, o que mais viaja a negócios. E não só no Brasil, mas em todo o mundo. E no Maranhão, por exemplo, mantêm negócios na ALUMAR, CEMAR, Base de Alcântara etc.

A seguir, os mesmos dados dispostos sobre o mapa do Brasil.



Figura 8 - Turistas estrangeiros no Brasil segundo local de influência histórica

São Luís, como observado, se beneficia pela influência histórica dos franceses nesta parte norte do Brasil, desses fluxos dispostos. E não só pelas suas paragens no Maranhão, mas pelo inegável interesse destes pela região amazônica. A

Guiana Francesa é, e deve se tornar mais ainda - caso as políticas de turismo local sejam direcionadas aos franceses -, um grande emissor de turistas da América do Sul para São Luís, visto que atualmente já nos visitam em proporção equivalente a dos argentinos. A contigüidade territorial com a Região Norte do Brasil (com o Estado do Pará) e a proximidade com este Departamento Francês e a Amazônia, enfim, nos torna potenciais e reais recebedores de turistas franceses.

Quem visita Porto de Galinhas em Ipojuca - PE, por exemplo, observa a grande quantidade de turistas portugueses que para lá afluem. Nos livros de assinatura para visitantes desta localidade, observa-se em quase todas as páginas, a presença de assinatura lusa. Em contrapartida, praticamente, inexistem franceses nas páginas do mesmo. O inverso acontece em São Luís, pois, por exemplo, nos livros de visitação da FUMTUR, em quase todas as páginas percebemos a presença de franceses, e raramente a presença de portugueses. Tudo isso nos leva a afirmar que o turismo está fazendo de **São Luís**, novamente, **um lugar dos franceses**. Por isso é importante conhecer melhor esta demanda.

Assim, só resta à capital maranhense tirar proveito deste benefício histórico e geográfico. E tal posicionamento também é compartilhado pelas Coordenadoras de turismo da FAMA, UFMA E UNICEUMA, as mestras Fabiana Lobato, Kláutenys Guedes e Mônica Araújo que em entrevista (Apêndice B, C e D), quando perguntadas se **achava possível São Luís ter suas políticas mercadológicas de turismo direcionadas ao público francês**, responderam:

“Com certeza! Deveria. Isso poderia ser melhor vendido, pois não fomos colonizados, mas fomos fundados por eles. Além do mais existe uma curiosidade por parte deles” (Fabiana).

“Claro. Até pela necessidade de resgatar a relação com os franceses”
(Mônica)

“Com certeza. Acho que é um nicho de mercado que deve ser explorado, pois existe muito boa vontade por parte dos franceses” (Kláutenys).

5.3 A Demanda francesa e o potencial da cidade em atraí-la

Do início de janeiro até meados de fevereiro foram realizadas três pesquisas na cidade de São Luís. Uma junto aos órgãos públicos de turismo e outra junto ao trade turístico e, ainda, uma terceira, com os próprios turistas franceses. O objetivo das duas primeiras foi obter um *feedback* sobre a oferta destinada a esta demanda estrangeira. E a terceira foi saber um pouco mais sobre o perfil destes turistas e o que eles acham e esperam da oferta turística da cidade.

6 ESTUDO DE CASO: análise e interpretação dos dados

6.1 Pesquisa aplicada junto ao trade turístico de São Luís

Pesquisa aplicada junto ao trade turístico (hotéis, agências de turismo e Cia's aéreas) de São Luís sobre a oferta da cidade ao público estrangeiro e principalmente o francês (Apêndice E).

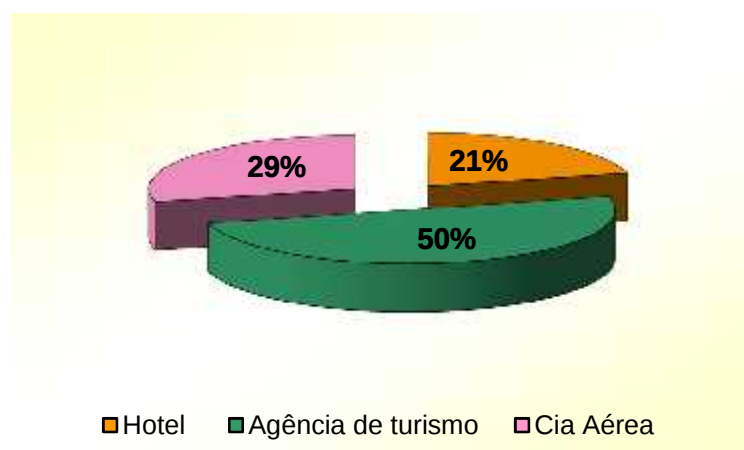


Gráfico 6 – Trade turístico segundo Ramo da Empresa

As agências de turismo correspondem à metade dos pesquisados pois são as mesmas que vendem o destino. As Cia's aéreas 29% (as 4 que operam em São Luís) e 21% corresponde aos hotéis.

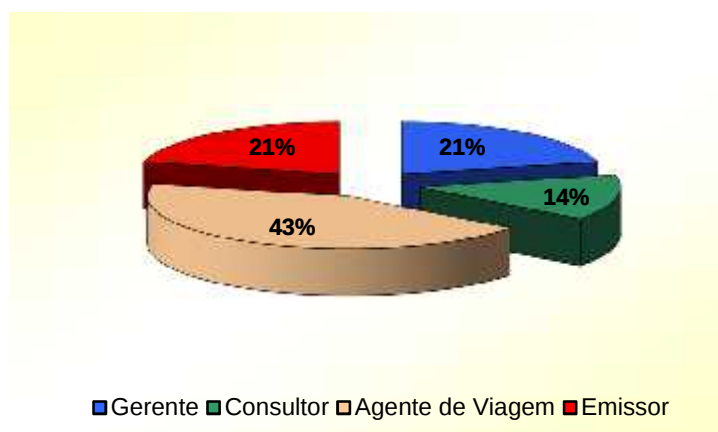


Gráfico 7 –Trade turístico de são Luís segundo o cargo que ocupa

Os questionários, mesmo tendo sido entregues aos gerentes das empresas, foram preenchidos conforme se observa acima: 21% por gerentes; 43% por agente de viagem; 21% emissor; 14% consultor. Conclui-se que a direção das empresas ainda não dá a devida atenção às pesquisas apesar da inegável possibilidade das mesmas contribuírem para melhoria da atividade turística na capital maranhense.

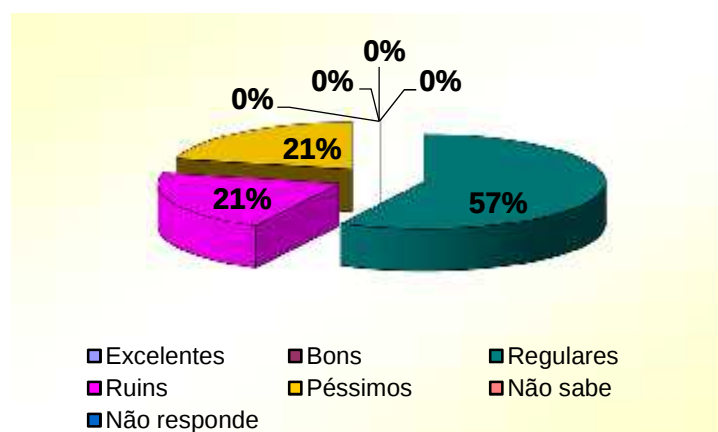


Gráfico 8 – Serviços públicos de São Luís aos turistas estrangeiros segundo o trade

Segundo os pesquisados, os serviços públicos de São Luís aos turistas estrangeiros carecem bastante de melhorias visto que 57% assinalaram que são regulares e 42% ruins ou péssimos.

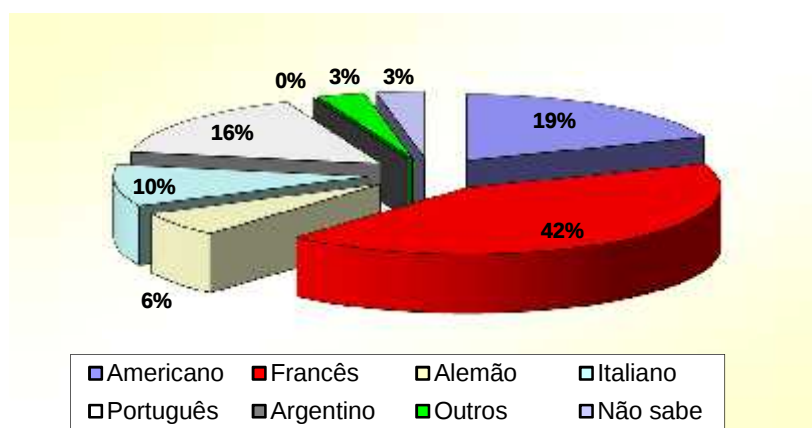


Gráfico 9 – Turista estrangeiro que São Luís tem mais possibilidade de atrair de acordo com o trade

Nesta, de acordo com o trade, observa-se que São Luís, apesar da grande marca lusitana denunciada pelos casarões coloniais, vê no público francês o grande consumidor de oferta. As marcas francesas mesmo “bem menores” que as lusitanas, parecem mais fortes e suficientes, pois 42% vê o público francês como o mais possível de ser atraído. Os “porquês” para tal foram os seguintes: a História da fundação da cidade; influências culturais; idioma neo-latino; a paixão do público francês pela cultura negra etc.

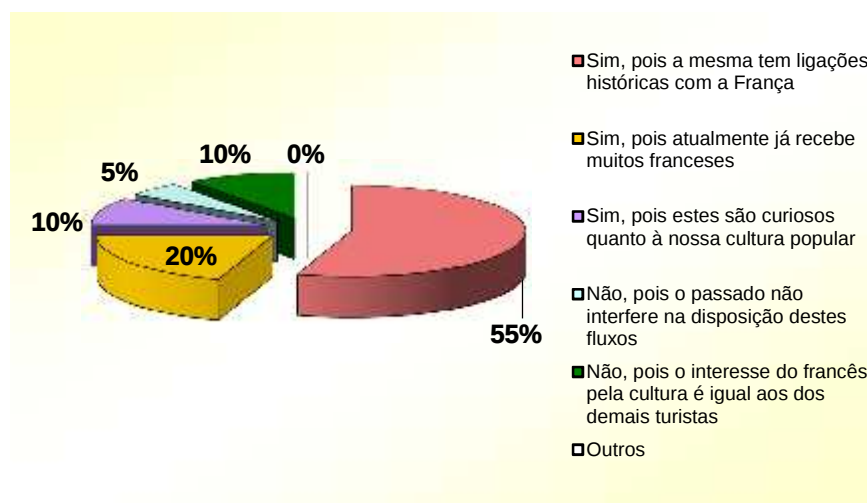


Gráfico 10 – Viabilidade de São Luís ter suas políticas mercadológicas direcionadas ao público francês.

Conforme se observa acima 85% dos pesquisados acham que sim e 15% que não.



Gráfico 11 – São Luís precisa dispor para melhor satisfazer a demanda francesa

Conforme o gráfico acima 31% acha que a cidade precisa de profissionais que falem a língua francesa; 24% de melhor serviço de informação; 20,5% políticas mercadológicas direcionadas a este segmento; 17% todas as anteriores e 7% outras (infraestrutura).

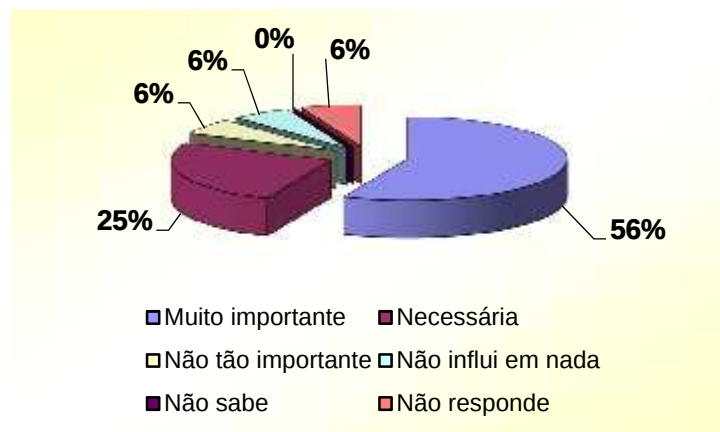


Gráfico 12 – Quanto à criação de um museu franco-maranhense para o turismo de São Luís.

Dos pesquisados, 81% acha que é muito importante ou necessária. As críticas e sugestões mais observadas foram que São Luís precisa de maior empenho governamental e de treinamento de pessoal.

6.2 Pesquisa junto aos órgãos públicos de turismo em São Luís

O presente trabalho foi aplicado junto aos órgãos públicos de turismo em São Luís, Secretaria Municipal e Subgerência, sobre a oferta da cidade ao público estrangeiro e principalmente ao francês.

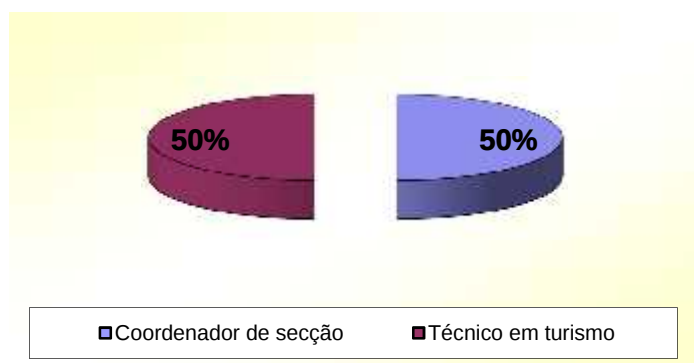


Gráfico 13 – Entrevistados segundo o cargo que ocupa no órgão público

Dos profissionais que responderam os questionários um era técnico em turismo e outro coordenador de secção.



Gráfico 14 – Serviços prestados pelo trade turístico de São Luís aos turistas estrangeiros segundo os órgãos públicos

De acordo com a pesquisa 100% acha que os serviços prestados pelo trade turístico de São Luís são bons.

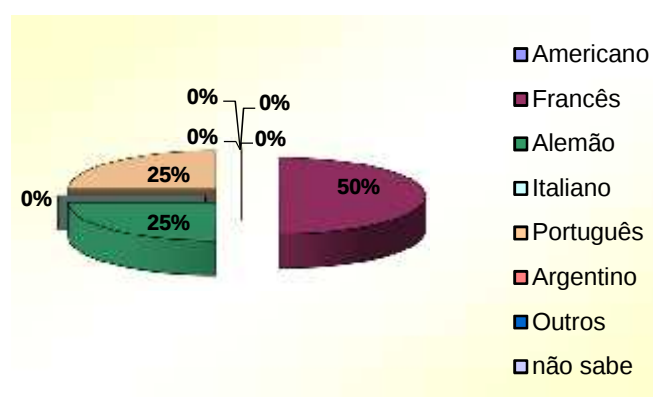


Gráfico 15 – Turista estrangeiro que São Luís tem mais possibilidade de atrair, segundo os órgãos públicos

50% respondeu que é o francês. 25% alemão e 25% português. As justificativas observadas foram: Em consequência da fundação da cidade pelos franceses e a influência dos portugueses.

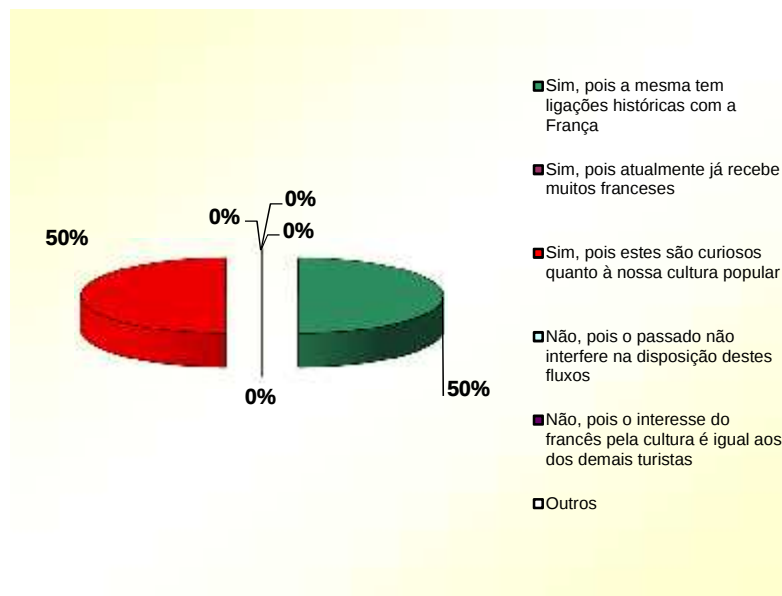


Gráfico 16 – Viabilidade de São Luís ter suas políticas públicas direcionadas ao público francês

Dos pesquisados 100% acha que São Luís deve ter suas políticas mercadológicas direcionadas ao público francês.



Gráfico 17 – São Luís precisa dispor na oferta turística para melhor satisfazer a demanda francesa segundo os órgãos públicos

100% acha que é de todas as opções apresentadas.

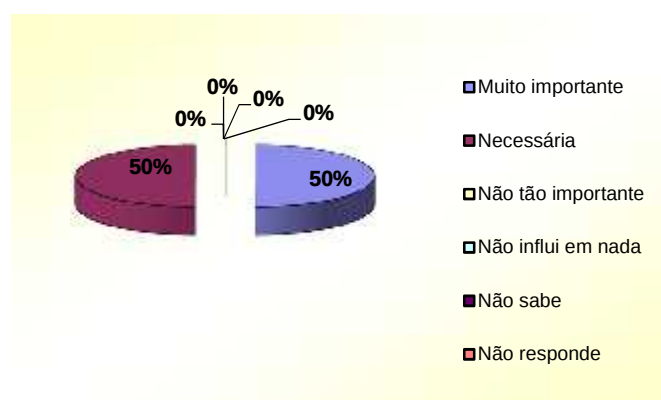


Gráfico 18 – Quanto à criação de um museu franco-maranhense para o turismo de São Luís

Metade respondeu que é muito importante e a outra metade que é necessária.

Aqui se encerra a primeira etapa da pesquisa onde se ouviu o trade e órgãos públicos de turismo sobre a oferta destinada aos turistas estrangeiros e principalmente aos franceses. E logo abaixo passa-se para a apresentação do segundo momento da mesma, e que diz respeito à oferta turística da cidade segundo os próprios turistas franceses.

6.3 Pesquisa aplicada junto aos turistas franceses

Este trabalho foi realizado junto aos turistas franceses nos meses de janeiro e fevereiro de 2003 sobre a oferta turística de São Luís a eles destinada. Convém lembrar que o universo – a soma das médias de turistas franceses para esses dois meses nos últimos cinco anos (de 1996 a 2000 segundo indicadores da Subgerência), é de 59 turistas. E neste trabalho coletamos 23 questionários (39% da média).

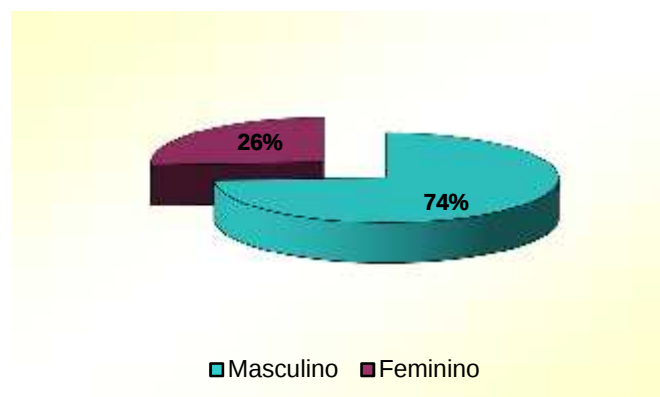


Gráfico 19 – Turistas franceses em São Luís segundo o sexo

De acordo com os resultados obtidos na pesquisa, 74% dos turistas franceses são do sexo masculino e 26% do sexo feminino.

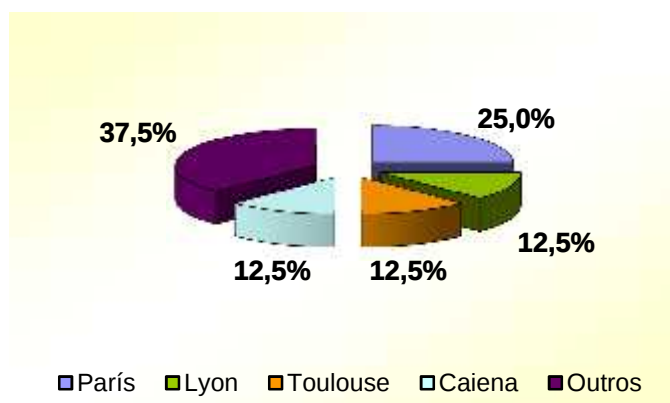


Gráfico 20 – Turistas franceses segundo residência permanente

Neste item verifica-se que os turistas que se deslocam para São Luís vêm de diferentes regiões da França prevalecendo, contudo, Paris com 25%.



Gráfico 21 – Turistas franceses por idade

A maioria dos turistas franceses tem menos de 40 anos, 70%.

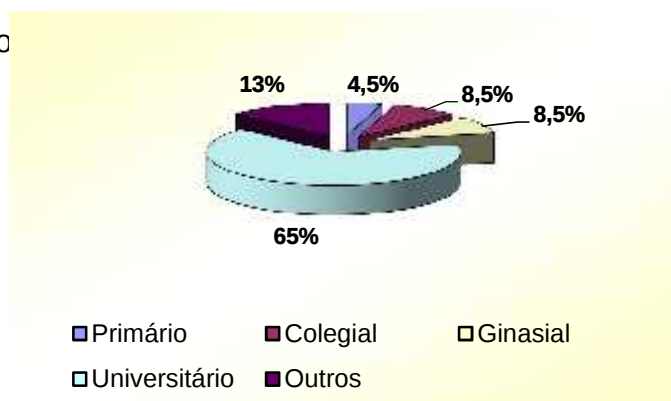
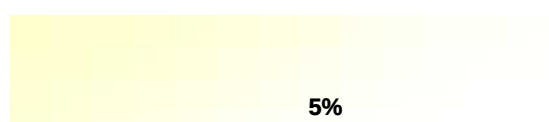


Gráfico 22 – Turistas franceses segundo a escolaridade

Neste item, conforme o gráfico acima, a demanda francesa em São Luís



possui nível escolar elevado pois 65% já passaram por universidade.

Gráfico 23 – Turistas franceses segundo hospedagem

Verifica-se que 78% usou a oferta hoteleira da cidade enquanto 17% ficou em casa de parente ou amigo.

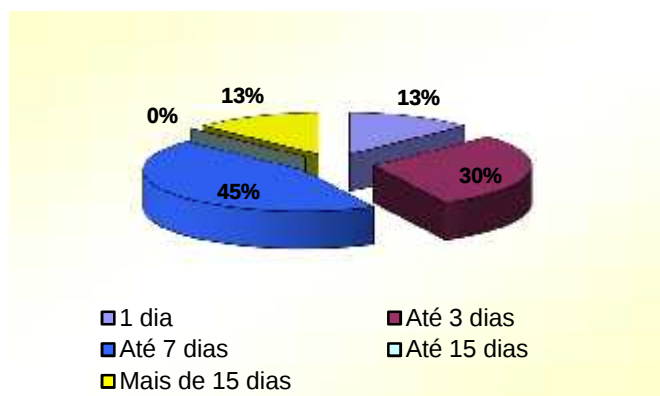


Gráfico 24 – Turistas franceses segundo a permanência média

Dos turistas pesquisados 43% disseram que ficariam em São Luís até 7 dias; 30% até 3 dias e 13% mais de 15 dias. Para a oferta turística da cidade essa permanência média é satisfatória.

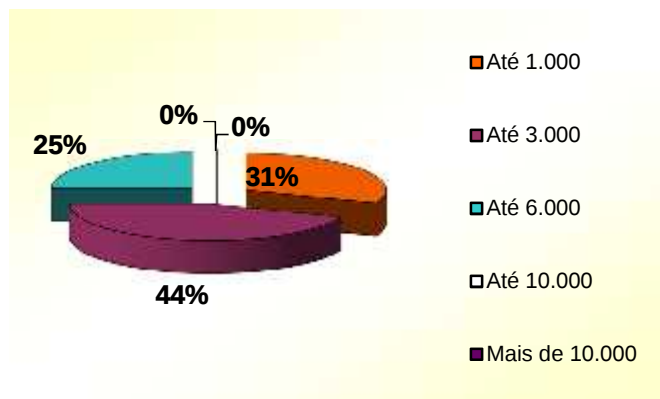


Gráfico 25 – Turistas franceses segundo a renda (US\$)

A maioria tem renda de até US\$ 3000. 30% percebe até US\$ 1000 e 25% até US\$ 6000.

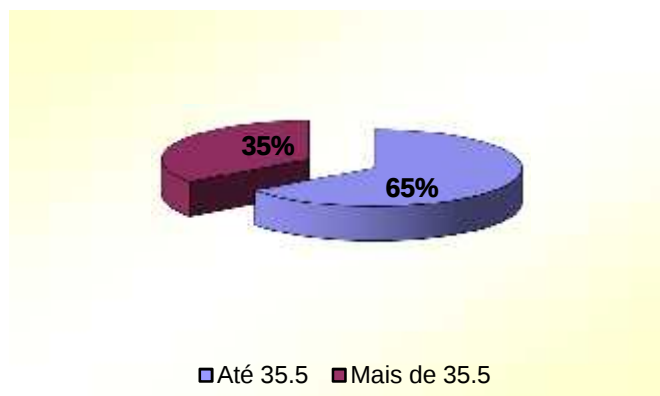


Gráfico 26 – Turistas franceses segundo gasto médio per capita/dia (US\$)

A média de gasto per capita/dia foi de US\$ 35,5 e 65% gastaram até esse valor, enquanto 35% gastaram acima desse valor.

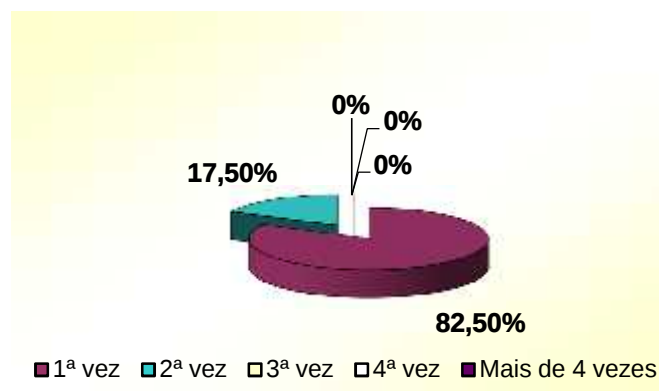


Gráfico 27 – Vezes que já visitou São Luís

Dos pesquisados 82,5% responderam que é a primeira vez que visita São Luís e 17,5% estão vindo pela segunda vez.

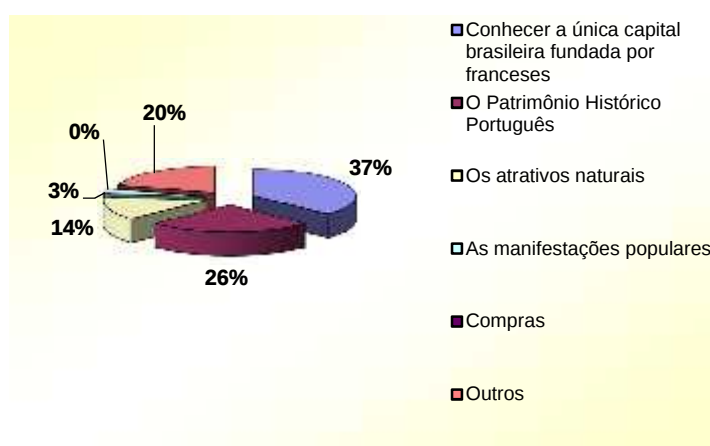


Gráfico 28 – Turistas franceses segundo o motivo da visita

Observa-se neste item a confirmação de uma das hipóteses apontadas no início deste estudo visto que 37% dos entrevistados vieram para São Luís para “conhecer a única capital brasileira fundada pelos franceses”. Pelo menos para estes turistas esse título é um diferencial. 26% objetivavam ver o acervo colonial português. E 20% outros (conhecer amigo, convite, casamento etc).

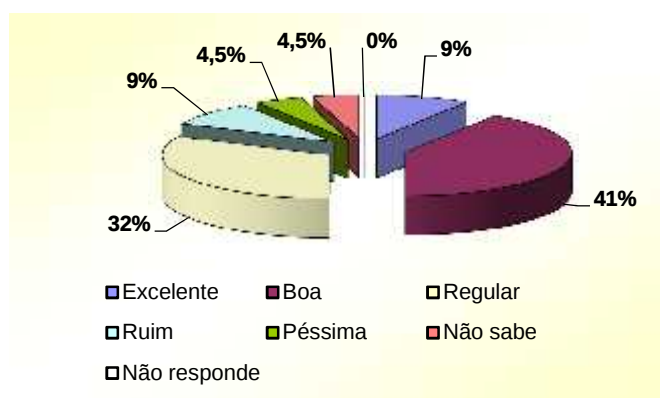


Gráfico 29 – Turistas franceses segundo a oferta turística da cidade

A oferta turística da cidade foi classificada como boa por 41% dos pesquisados; 32% acharam regular e 9% consideraram excelente. Apenas 13,5% ruim ou péssima.

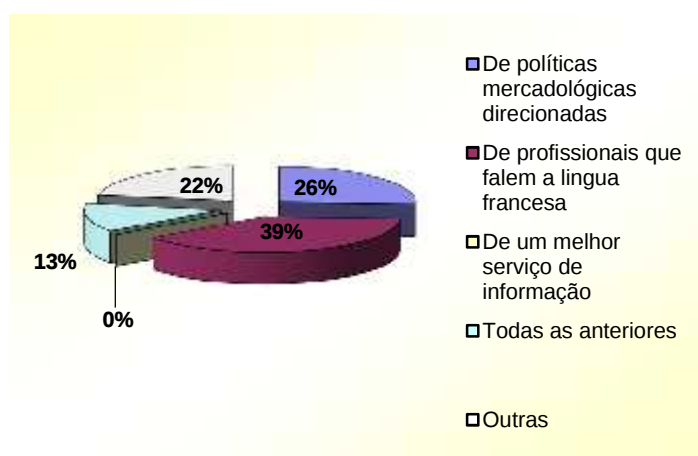


Gráfico 30 – São Luís precisa dispor para melhor satisfazer a demanda francesa

Nesta, 39% dos franceses acham que a cidade precisa de profissionais que falem a língua francesa. 26% acham que deve ter políticas mercadológicas direcionadas e 13% todas as anteriores.



Gráfico 31 – Quanto a criação do museu franco-maranhense para o turismo de São Luís

Conforme o gráfico acima 50% acha que é necessário, ou seja, São Luís precisa deste museu para melhor incrementar a oferta turística da cidade. 18% acha que não é tão importante. 13,5% que é muito importante, mesma proporção não sabe e 4,5% respondeu que não influi em nada.

As principais críticas e sugestões dos pesquisados foram: a falta de infraestrutura (lugar para se gastar) e a necessidade de sinalização em língua estrangeira.

Assim, por tudo o que foi observado, São Luís não pode ficar indiferente a esta demanda, pois agrada-la não requer muito esforço governamental, e sim uma ação focada e conjunta entre trade e órgãos públicos, interagindo entre si e a comunidade. Por isso apresentamos a proposta a seguir.

7 UMA PROPOSTA PARA O TURISMO DE SÃO LUÍS

A finalidade deste capítulo, após tudo o que já foi exposto, é propor uma ação focada para o segmento internacional francês, afim de melhor atendê-lo e como forma de captação mais efetiva, pois é sabido que pela oferta define-se uma demanda. Um bom exemplo é o caso do México que *“investiu certo e virou a Meca dos descolados”* (Anexo D). É óbvio que o país Asteca tem muita vantagem em relação ao Brasil e a São Luís, no entanto é um paradigma para qualquer localidade turística no que tange a segmentação de mercado. Acreditamos que São Luís, e só São Luís – por ter sido

capital da França Equinocial; ter o nome do rei da França; ainda não ter optado por um segmento específico; e o emergente interesse da cidade de Saint-Malo-Fr em resgatar o passado histórico entre essas duas cidades; dentre outros – entre as capitais brasileiras, pode direcionar seu aparelho turístico aos fluxos franceses. Convém ressaltar que visar um segmento específico não implica necessariamente esquecer, ou perder, outros potenciais, pelo contrário, o afluxo constante de uma determinada demanda acirra a curiosidade – ou a concorrência – de outras. E as propostas abaixo não são finais, mas somente uma possibilidade de, tal qual nos desfiles de moda que mostram as tendências para a próxima estação, serem aproveitadas, pelo menos em parte, para sedimentação do turismo de São Luís ligado a este segmento. Dessa forma propomos o seguinte:

7.1 Direcionar as políticas de turismo ao público francês

Pois de acordo com o resultado das pesquisas 1 e 2, é consenso que **o turista estrangeiro que São Luís tem mais possibilidade de atrair é o francês**. E se é o francês, seria um contra-censo não termos políticas mercadológicas direcionadas a este segmento, além do que a população francesa está entre as cinco mais ricas do mundo, e isto nos dá, no mínimo, a possibilidade de termos um segmento dentro de um segmento, ou seja, visarmos o grupo mais conveniente às possibilidades e interesses da nossa cidade como foi feito no México e citamos a pouco. Os benefícios, com certeza, serão sentidos, na geração de emprego e renda, não só na capital como no restante do Estado através do efeito multiplicador. A Balança Comercial brasileira por sua vez, também terá seu ganho com mais entrada de dólares e euros na conta exportação.

Convém salientar ainda que tal pensamento é concorde com a atual política adotada pela EMBRATUR no que tange o interesse na captação de turistas europeus para o Nordeste brasileiro.

7.1.1 Sinalização de pontos turísticos em português/francês

Em qualquer localidade turística a sinalização é muito importante, e quando se tem um fluxo estrangeiro regular, torna-se imprescindível. Falta de sinalização turística (e também de limpeza urbana e um eficiente serviço de informação) têm se constituído fator de intensa reclamação por parte dos turistas. Quando se trata de fluxo internacional, o idioma da sinalização constitui cortesia e predisposição em atrair determinado fluxo. Para São Luís seria fator de primeira necessidade sinalizar em francês os pontos turísticos da cidade, pois este idioma tem sofrido “desleal” concorrência do idioma inglês em todo o mundo. Os franceses então se sentiriam prestigiados e tocados no íntimo em ver os pontos turísticos da cidade em sua língua máter.

7.1.2 Retornar os nomes de alguns locais aos seus primitivos nomes

Retornar ao passado muitas vezes é salutar, ainda mais quando a causa é justa, como no caso específico da capital do Estado. São Luís tem alguns prédios e locais que tiveram nomes franceses nos dois momentos de influência histórica já destacados. Com o tempo foram substituídos por outros nomes, como por exemplo; Palácio dos Leões, Cais da Praia Grande, praça da Misericórdia, Convento Santo Antonio etc. Se, respectivamente, seus nomes voltassem para Forte São Luís, Porto Santa Maria, Praça Dr. Alfonse Saulnier

de Pierrelevée e Convento São Francisco etc, a cidade estaria resgatando este passado histórico.

7.1.3 Il faut parler français⁴

É inadmissível imaginar, por exemplo, o trade turístico do litoral catarinense, atender as demandas argentina e uruguaia sem saber falar espanhol – ou pelo menos o portunhol. O mesmo acontece no México, onde os profissionais de turismo têm que saber falar inglês. E assim, em qualquer localidade turística, saber a língua da sua demanda, é básico. São Luís, por tudo o que já foi falado – e conforme o resultado das pesquisas, no quesito: “de que São Luís precisa dispor na sua oferta turística para melhor satisfazer a demanda francesa?”, também precisa se adequar a essa realidade.

Muitos brasileiros reclamam que, na França, já foram destratados por algum francês na hora em que demandavam ou ofereciam algum tipo de atendimento. E isto se dá, na quase totalidade dos casos, porque os franceses, no seu nacionalismo extremo (acentuado pelos conflitos históricos com a Inglaterra, como por exemplo, a guerra dos Cem anos e o conseqüente fim de Joana D’arc), insistem em não aceitar o idioma inglês em seu país. Por isso, muitas vezes sequer dão ouvidos ao seu interlocutor. Ao contrário, “quando se fala quinze palavrinhas com eles em francês, tudo muda”.

Em São Luís, também, ainda somos indiferentes a tudo isso e, na maioria dos casos, os atendemos em inglês. O que, para eles, é mais que uma descortesia, é uma ofensa, pois a língua francesa é um legado dos seus

⁴ É preciso falar francês

antepassados, e algo que eles não abrem mão.

É mister então que os profissionais de turismo de São Luís e todos aqueles que atendem diretamente aos turistas, saibam falar ou, de alguma forma, se expressar em francês. Nessa esteira estão os atendentes, informantes, garçons, taxistas, guias turísticos, policiais do centro histórico etc. E para tal, propomos incentivos governamentais específicos para estes profissionais, como ministração de cursos de língua francesa a estes.

Nos cursos de turismo das universidades de São Luís a língua francesa já deveria ter sido incluída no currículo como disciplina obrigatória, ou pelo menos deveria ser incentivada. Tal posicionamento também é compartilhado pelas docentes Mônica Araújo e Kláutenys Guedes, que quando perguntadas se achavam importante o idioma francês para os estudantes de turismo (Apêndice B, C e D), responderam respectivamente:

“Sim. Aprender a língua da nossa demanda é sempre importante, mas não só o francês como também o inglês. O francês seria a nossa língua referencial” (Mônica Araújo).

“Acho muito importante, pois a demanda crescendo ele (o estudante) tem que saber da língua para lidar com os estrangeiros” (Kláutenys Guedes).

7.1.4 Incluir a história dos franceses (séculos XVII e XIX) nos roteiros de passeios e visitas da cidade

Um fluxo turístico é motivado por aquilo que o toca, ou seja, por aquilo que o gratifica e lhe apraz, ou ainda, que lhe dá uma sensação de bem estar. Dessa forma, seria incompreensível não incluirmos a história dos franceses nos roteiros turísticos da cidade, pois os mesmos, além do espírito desbravador, são impulsionados pelo nacionalismo e pelo desejo de ver os locais onde a sua cultura foi disseminada.



Fonte: Registro da pesquisa

Assim, existem vários lugares de influência histórica dos franceses que poderíamos

Figura 9 - Busto de La Ravardière em frente a prefeitura (antigo armazém

mostrar aos turistas interessados, como por exemplo toda a praça Pedro II e adjacências que é o principal lugar estabelecido pelos gauleses; o cais da Praia Grande, antigo port Sainte Marie; Seminário Santo Antonio, antigo Seminário São Francisco, local onde os padres franceses ensinavam as crianças indígenas e francesas; etc.

Esses roteiros é claro, podem perfeitamente coexistir com os já existentes, pois seria somente um acréscimo, um resgate dos primórdios da nossa capital.



Figura 10 – Seminário Santo Antonio (antigo Convento São Francisco à época da fundação da cidade)

7.1.5 Marketing de divulgação no Brasil e na França

Nacionalmente o Maranhão e a sua capital ainda são pouco divulgados. No exterior são praticamente desconhecidos. Segundo o secretário de turismo de Saint-Malo na França, Jean-Claude Weisz, o Maranhão foi mostrado uma vez só no seu país, e foi no ano passado quando uma televisão francesa mostrou, em vinte minutos, um especial sobre os Lençóis maranhenses, e só.

A Europa não conhece São Luís. Aliás, o Brasil, com exceção de São Paulo, Rio e Salvador, ainda é desconhecido lá fora. Essa ausência de divulgação, em parte, justifica recebermos apenas seis milhões de estrangeiros ano retrasado. E São Luís não é exceção a essa regra. Ocorre que, conforme afirmou Weisz em uma oficina sobre marketing turístico promovida pelo SEBRAE, a mesma possui grande potencial junto aos franceses. A história de São Luís interessa aos franceses. Não é à-toa que ele, em três oportunidades, afirmou: *“vocês dormem sobre um tesouro”*. E essa divulgação de São Luís deve ser feita em toda a França, com iniciativa, a princípio, dos órgãos públicos de turismo do maranhão, através de *fam-tours* com profissionais franceses da área

de turismo, bem como os ligados à mídia. Acreditamos, portanto, que um eficiente marketing de divulgação de São Luís na França (e principalmente na Bretanha) proporcionará grande afluxo de turistas interessados em conhecer melhor a nossa história (inclusive a que é ligada a eles) e a nossa cultura. Para isso, não precisaríamos “vender” São Luís como uma cidade francesa, mas, por exemplo, *“Fundada por franceses e colonizada por portugueses”*, ou ainda: *“Uma cidade fundada por franceses entre vários biomas e ecossistemas”*. E quando o aparelho turístico da cidade estiver preparado para atender em francês, os países da francofonia (todos aqueles que falam a língua francesa) tornar-se-ão potenciais emissores de turistas para São Luís.

No Brasil, parte da população, já sabe que São Luís é uma capital fundada por franceses – no carnaval carioca de 2002, São Luís foi divulgada assim, pela escola de samba Grande Rio: “Os Papagaios Amarelos nas terras encantadas do Maranhão” (Anexo E).

É importante lembrar que, ainda segundo Weisz, cada real investido em turismo, retorna valendo dez vezes mais. Então, divulgar é preciso.

7.1.6 Intensificar o intercâmbio entre São Luís e Saint-Malo

Cercada por pomposas muralhas a, milenar, cidade de Saint-Malo (Anexo F) fica na região da Bretanha, na parte oeste da França. Como mostrado no primeiro capítulo, desta cidade, no porto de Cancale, partiu a esquadra de La Ravardière para fundar a cidade de São Luís. Atualmente, com seus 50.000 habitantes, Saint-Malo vive do turismo, pois mais de 60% de sua receita provém desta atividade. Recebe por ano mais de 2,5 milhões de turistas (cinco vezes

mais do que todo o Estado do Maranhão) e 1,5 milhões de visitantes (www.nouvelouest.com) e (www.saint-malo.com). Conhecida como a “capital mundial corsária”, Saint-Malo apresenta uma grande semelhança com São Luís que é a grande amplitude de Maré. Só três lugares no mundo apresentam tão grande variação. Mas não é só isso que as tornam parecidas, pois a vocação ao turismo é algo inerente às duas. Saint-Malo também é conhecida como “capital internacional da vela” em função do grande movimento de embarcações em sua costa. Também, a história é um dos pontos fortes desta cidade pois suas construções seculares testemunharam momentos marcantes da história francesa e mundial. Eram, desta cidade e de Cancale que partiam os navios em busca de aventuras e de novas conquistas, no Brasil e no resto do mundo. Foi a partir de Saint-Malo que a política comercial do Rei Luís XII teve início. E foi em Saint-Malo que as tropas aliadas, na segunda guerra mundial, desembarcaram, com o fito de libertar a França do domínio nazista. Como se vê, temos muito que aprender com esta cidade, e a oportunidade é chegada, pois a mesma, nos últimos anos, tem procurado aproximação com as cidades e regiões do mundo onde ela algum dia, e de certa forma, influenciou. E São Luís está plenamente inserida nesse contexto.

Na década passada, em Saint-Malo, por ocasião da visita do ex-presidente José Sarney, os habitantes desta cidade foram declarados *cidadãos honorários do Maranhão*, e os habitantes do Maranhão também foram declarados *cidadãos honorários de Saint-Malo e Cancale*. E essas três cidades (Saint-Malo, Cancale e São Luís) se tornaram co-irmãs. Ver carta (Anexo G) enviada pelo Arquivo Público de Saint-Malo.

A partir do ano 2000 o secretário de turismo de Saint-Malo, Jean

Claude Weisz, passou a manter contato com São Luís com vistas a um intercâmbio entre as co-irmãs. Manteve contato com as principais autoridades do turismo de São Luís e do Estado; palestrou para o público da Aliança Francesa e também do CEUMA; realizou oficina sobre marketing turístico promovida pelo SEBRAE etc. E o intercâmbio, ainda que de forma precária, se iniciou com o curso de turismo do CEUMA que já mandou pelo menos um de seus alunos passar alguns meses na cidade bretã (Anexo H). Dois jovens malouins estão sendo esperados nos próximos meses. A UFMA também já manifestou desejo de participar desse intercâmbio.

Perguntadas se achavam *positiva a reaproximação de Saint-Malo com São Luís*, Mônica Araújo e Kláutenys Guedes responderam:

“Claro que é. Primeiro, pela possibilidade de resgate da história. Eu particularmente não sabia que Daniel de La Touche tinha vindo de lá. Então, o resgate histórico é importante. E segundo porque esse estreitamento de laços pode propiciar o interesse por Saint-Malo e nos despertar para o idioma francês. O CEUMA, por exemplo, já se beneficia com esse convênio” (Mônica).

“Claro. Com certeza. E é necessário divulgar esse vínculo que veio com Daniel de La Touche” (Kláutenys).

Portanto, acreditamos que o estreitamento de relações com Saint-Malo favorecerá bastante o amadurecimento do turismo para a cidade de São Luís, e os proveitos deverão ser facilmente observados.

7.1.7 Implantação de linha aérea regular São Luís/Paris/São Luís

São Luís desde os tempos coloniais é uma cidade isolada do resto do país. À época, não havia estradas que a unisse às outras províncias. Por outro lado, o fácil acesso aos países da Europa era uma realidade. Facilmente se ia ou se vinha de lá, pois existiam linhas regulares de navegação e uma intensa interação entre esta e aquela. Hoje ainda é difícil chegar em São Luís por terra, porquanto, as estradas do Piauí, Tocantins e Pará geralmente carentes de reparos, desestimulam os que para cá desejam vir. Por outro lado, perdemos a ligação com a Europa, pois não temos nenhuma linha aérea internacional e isto deixa a capital maranhense isolada desta parte do Velho Mundo – principal centro emissor de turistas para o Nordeste do Brasil, e sabemos que *facilidade de acesso é uma premissa para o turismo*.

A atividade turística, então, se apresenta como possibilidade de quebrar o isolamento existente, visto o patente interesse dos franceses pelo Maranhão e por São Luís. Ocorre que desta feita este afluxo não aconteceria de forma espontânea, como atualmente se observa, mas de forma sistemática, técnica, trabalhada e baseada em estudos científicos. Sendo assim, acreditamos que São Luís quando começar a trabalhar suas políticas mercadológicas de turismo aos fluxos franceses deve visar a criação de uma linha regular aérea entre São Luís e Paris.

7.2 Formação do museu franco-maranhense

O museu é a confissão palpável da história, e toda cidade deve ter

pelo menos um, pois sem museu não existe memória. E tomando-se em conta que as coisas não são tão homogêneas quanto parecem, às vezes é necessário se ter mais de um.

São Luís, pela grande demanda turística de franceses, necessita de um museu franco-maranhense, ou seja, que contenha documentos de interesse da cidade (de preferência do séc. XVII) e objetos das famílias francesas e maranhenses que mantiveram relação bilateral entre o Maranhão e a França. E existem objetos suficientes para formação deste museu?

Acreditamos que sim, porquanto, mesmo ainda não tendo feito o inventário de todos os objetos necessários à consecução do mesmo, temos amostras mais que animadoras. Sabemos, por intermédio do Professor e

historiador Mario Meireles, da existência de “*preciosos documentos nos museus e arquivos de Paris e da Bretanha que versam sobre a origem da cidade*”, e alguns deles foram divulgados recentemente por Nicolas Fornerod em seu livro *Sur la France Equinoxiale*. Do século XIX conhecemos o acervo da família Saulnier de Pierrelevée (ainda residente e domiciliada em São Luís) e que contem vários objetos trazidos para o Brasil a partir do ano de 1832, como estátua em bronze da heroína Joana D’arc; quadro do Dr. Alfonse – primeiro cirurgião do Hospital Português; busto em mármore que, segundo essa família, seria de Napoleão Bonaparte; dentre outros objetos. Se descobrirmos os objetos de cada família francesa (Valois, Champoudry, Bottentuit, Fournier, dentre outras) e maranhense (Jouffret, Alric, dentre outras) o resultado pode ser



Fonte: FORNEROD, 2001

Figura 11 – Carta de Ravardière a Felipe III (arquivo geral de Simancas – Espanha), um dos vários documentos sobre São Luís

surpreendente. Existem ainda aqueles que já estão em exposição há muito tempo nos museus da cidade e que já foram estudados, como os do Museu Histórico e Artístico do Maranhão, na rua do Sol, e do Museu de Artes Visuais, na Rua Portugal, que contem azulejos franceses.

Enfim, a formação do Museu Franco-maranhense ainda depende de muito trabalho a ser realizado e da diligência dos interessados (sugerimos que seja tema de uma outra monografia), visto que em São Luís, o que diz respeito aos franceses está muito no esquecido, e o que se precisa é de muita disposição para “juntar os cacos” da história dos mesmos no Maranhão, desde a França Equinocial até os nossos dias. Pois, segundo as pesquisas realizadas, o mesmo é, no mínimo, necessário para melhor satisfazer a demanda francesa.

8 CONCLUSÃO

O turismo, nas últimas décadas, tem gerado riqueza e prosperidade aos países e localidades que acreditam e investem nesta atividade. Mais aventurados ainda são aqueles que trabalham o aspecto histórico-cultural e descobrem com antecedência qual o seu segmento ideal, ou seja, o seu público-alvo.

O potencial político-econômico da França; a atual aproximação do Brasil com a mesma (no governo Lula); o comportamento sustentável dos turistas franceses; a ligação histórica com São Luís e o recente interesse de Saint-Malo e São Luís em firmar relações; torna a capital maranhense privilegiada para captação destes fluxos. Pois a mesma, pela influência histórica dos gauleses, tem grande potencial junto a estes, visto que os mesmos são ávidos por cultura e gostam de ver os locais onde a sua cultura foi disseminada. Outro fator positivo é a nossa proximidade com a Guiana Francesa e com a Região Norte do Brasil, locais de grande afluxo francês.

É consenso entre os profissionais de turismo da capital maranhense que o segmento francês é o público que São Luís tem mais possibilidade de atrair. Sendo assim, resta apenas abraçar a causa e tirar proveito desse legado, já que se sabe e se tem convicção de que a mesma é vocacionada ao turismo. Deixar de fazê-lo significa desperdício, abdicação de uma herança. Pois o nome da capital do Maranhão é, segundo o raciocínio do ensaísta e poeta Octavio Paz, *“uma espécie de pedra de fundação, um pacto com a permanência”* (APUD TRIGO, 1993. p.41). Um verdadeiro pacto com a França.

Observou-se no decorrer deste estudo, dentre outras coisas a confirmação das hipóteses visto que a maior parte dos próprios turistas franceses se manifestaram motivados a vir a São Luís para conhecer esta cidade que foi fundada por eles e que segundo as mestras entrevistadas São Luís já deveria ter políticas de reaproximação com Saint-Malo e com a França.

Direcionarmos, então, as políticas de turismo ao público francês depende de uma visão mais geral dentro do turismo, e entendermos que de todos os estrangeiros (portugueses, holandeses e ingleses) que já passaram por São Luís, os franceses foram os que, aqui, “deixaram o coração” . Um diamante que permanece no fundo do mar (do esquecimento), ainda não dilapidado: a história da fundação da cidade ligada aos mesmos. Sabemos que hoje, para alguns, a influência francesa em São Luís é classificada de vaidade. Entretanto, para o turismo, essa “vaidade”, se bem racionalizada, pode se tornar sinônimo de geração de emprego e renda.