

Destino Turístico Inteligente: Acessibilidade no Centro Histórico de São Luís – Maranhão, um estudo sobre a Reputação Online no *TripAdvisor*

Smart Destination: Accessibility at the Heritage City of São Luís – Maranhão, a study about online reputation based in *TripAdvisor*

Saulo Ribeiro dos Santos (saulosantosma@uol.com.br)
Doutor em Gestão Urbana, Universidade Federal do Maranhão, São Luís - MA

Valério Rodrigues de Souza Neto (valeriorsneto@gmail.com)
Graduando em Turismo, Universidade Federal do Maranhão, São Luís - MA

Luciano Rodrigo Silva Pereira (lucianorodrigosp@gmail.com)
Graduando em Turismo, Universidade Federal do Maranhão, São Luís - MA

José Manoel Gonçalves Gândara (jmggandara@yahoo.com.br)
Doutor em Turismo e Desenvolvimento Sustentável, Universidade Federal do Paraná, Curitiba – PR

Saulo Rondinelli Xavier da Silva (geoilheus@hotmail.com)
Mestre em Cultura e Turismo, Universidade Federal do Paraná, Curitiba – PR

RESUMO

Um destino turístico inteligente é resultado de diversos fatores, dentre eles as tecnologias da informação e comunicação (TIC's) que promove um território inovador, de cooperação e cocriação, principalmente por parte do turista. Entendendo este aspecto, a acessibilidade é uma das categorias presentes em um destino turístico inteligente, tanto no âmbito físico quanto virtual. Percebendo as limitações encontradas na cidade patrimônio cultural da humanidade, São Luís (Maranhão, Brasil), objetiva-se compreender a percepção sobre a imagem captada pelos visitantes mediante as análises dos comentários na plataforma interativa do sítio eletrônico *TripAdvisor*, utilizando a categoria acessibilidade proposto pelo Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas em indicadores de destino turístico inteligente. Quanto

aos procedimentos metodológicos, utiliza-se a metodologia de reputação online, para analisar os comentários dos turistas postados entre os períodos de setembro (2014) a agosto (2016), utilizando-se palavras-chaves do Manual de Orientações em Turismo e Acessibilidade do Ministério do Turismo e do *Manual Operativo para la Configuración de Destinos Turístico Inteligente* do Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas. Para obter-se maior aprendizagem sobre este tema buscou-se como uma das metodologias, livros, artigos e teses que exponham a real conjectura da acessibilidade em cidades históricas. Os resultados desta pesquisa apontam que há necessidade de um plano de desenvolvimento urbano, turístico e patrimonial para que São Luís esteja no patamar de destino turístico inteligente, conforme a categoria acessibilidade proposto pelo INVAT.TUR, como um instrumento que possa auxiliar gestores na adequação da infraestrutura urbana do centro histórico de São Luís.

Palavras-chave: Acessibilidade, Centro Histórico, Destino turístico inteligente, Reputação Online, São Luís.

ABSTRACT

A smart destination is the result of a number of factors, including information and communication technologies (ICTs) that promote an innovative territory, cooperation and co-creation, mainly by the tourist. Understanding this aspect, accessibility is one of the categories present in a smart destination, both physically and virtual. Realizing the limitations found in the cultural heritage city of São Luís (Maranhão, Brazil), the aim is to understand the perception of the image captured by the visitors through the analysis of the comments on the interactive platform of the TripAdvisor website, using the accessibility category proposed by Valencian Institute of Tourist Technologies in indicators of smart destination. As for the methodological procedures, the online reputation methodology is used to analyze the comments of the tourists posted between the periods of September (2014) and August (2016), using keywords from the Guide to Tourism Guidance and Accessibility from Brazil Ministry of Tourism and the Operative Manual for the Configuration of Intelligent Tourist Destinations of the Valencian Institute of Tourist Technologies. In order to obtain a better understanding of this theme, we collected some information's from books, articles and

theses that expose the real conjecture of accessibility in historical cities. The results of this research indicate that there is a need for an urban, tourist and heritage development plan for São Luís to be at the level of an smart destination, according to the accessibility category proposed by INVAT.TUR, as an instrument that can assist managers in the adequacy of urban infrastructure of the historical center of São Luís.

Key words: Accessibility, Historic Center, Smart Destination, Online Reputation, São Luís.

INTRODUÇÃO

Destino turístico é um termo que está em evolução (Pearce, 2014), pois, o crescimento dos estudos sobre esta terminologia é analisada por pesquisadores americanos, europeus e latinos (Framke, 2002; Saraniemi & Kylänen, 2011), que afirmam estar fragmentada, incompleta e sem um certo senso de direção.

Mas é no destino turístico que acontece o desenvolvimento da atividade turística (Framke, 2002), e é neste território que há a relação entre turistas e comunidade (Butler, 1980; 2004; Jovicic, 2016), e também são ofertados produtos e serviços (Sanz-Ibáñez & Anton Clavé, 2014). Um destino turístico pode ser urbano ou rural (Valls, 2006), e ofertar produtos segmentados, como o caso de áreas históricas.

De acordo com Murta (2009), o turismo em cidades históricas deve ser uma experiência de encantamento, de um verdadeiro transe cultural para o turista, ou seja, uma viagem pelo cenário ambiental do passado, uma rica interação com as pessoas no presente e o sonho de retornar no futuro.

Mas para que a experiência do turista seja cada vez mais positiva, Pine II e Gilmore (1998; 1999), afirmam que é necessário incluir valor ao serviço e produto ofertado. Mediante tal aspecto, e com o advento tecnológico, vê-se surgir um novo modelo de destino turístico, que tem como foco o turista (Buhalis & Amaranggana, 2014), além de promover ambiente inovador, participativo, integrado, acessível, e principalmente tecnológico, sendo denominado de destino turístico inteligente, ou *smart destination* (Ávila Muñoz



& García Sánchez, 2013; Blanco, 2015; Boes, Buhalis & Inversini, 2016; Buhalis & Amaranggana, 2014).

Para a Segittur (2013), um destino turístico inteligente (DTI) tem que ser acessível para todos, com o objetivo de facilitar a interação e integração do turista. São Luís, capital do estado do Maranhão, sendo um destino turístico consolidado (Santos, 2015), deve respeitar a expressão dos autores (Buhalis & Spada, 2000; Lew, 1987) sobre destino turístico em ser holístico e sistêmico, promovendo um desenvolvimento sustentável com gestão eficiente dos recursos e equipamentos.

Desta forma, entende-se que a acessibilidade em São Luís (Machado & Campos, 2012), mais precisamente no centro histórico deve ser dotada de infraestrutura proveniente de políticas públicas que contribuam para a mobilidade dos turistas, favorecendo a locomoção pelos diversos atrativos turísticos localizados na área histórica (Santos, 2015).

A maioria dos estudos voltados para acessibilidade no turismo centra-se na questão das barreiras físicas, na avaliação do nível de acessibilidades e infraestrutura para pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida (Ferreira, 2013; Omt, 2016). Diante deste panorama, percebeu-se a necessidade de realizar um estudo, utilizando a metodologia proposta para os indicadores de destinos turísticos inteligente, do Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas¹ quanto à categoria acessibilidade, que tem como premissa o uso de tecnologias físicas e digitais como auxílio na mobilidade para todos, ou seja, um turismo acessível (Invat.tur, 2015).

Além disso, o Invat.tur (2015) afirma que a acessibilidade pode ser vista também como a eliminação de obstáculos e barreiras, de forma que assegure

¹ Esta pesquisa está sendo desenvolvida dentro do Projeto de Pesquisa "Nuevos enfoques para la planificación y gestión del territorio turístico: conceptualización, análisis de experiencias y problemas. Definición de modelos operativos para destinos turísticos inteligentes" (Projeto CSO2014-59193-R) do Programa Estatal de I+D+I (Pesquisa+Desenvolvimento+Inovação) do Ministério de Economia e Competitividad da Espanha.

o acesso de maneira universal dos cidadãos ao ambiente, suas instalações, ao transporte e serviços turísticos.

Mediante tal justificativa, questiona-se: qual a percepção que os turistas possuem quanto à acessibilidade na área turística funcional do centro histórico de São Luís? Sob esta ótica, tem-se como objetivo geral de investigação, compreender a percepção de turistas quanto à acessibilidade (tecnologia física) no centro histórico de São Luís, mediante a metodologia reputação *online* (análise dos comentários) postados no site *TripAdvisor*, utilizando como parâmetro as categorias de destino turístico inteligente do *Invat.tur*.

Quanto aos procedimentos metodológicos utilizou-se de pesquisa bibliográfica e documental quanto ao estado da arte sobre destino turístico inteligente, indicadores e acessibilidade. O tratamento dos dados coletados (reputação *online*) é apresentado por meio de dados estatísticos, apontando os principais resultados alcançados, onde utilizou-se o Excel para ordenar os comentários e dados. Quanto a coleta de dados no *TripAdvisor*, delimitou-se quanto ao título utilizado pelos turistas, escolhendo “centro histórico de São Luís”, e o recorte temporal foi desde setembro de 2014 até agosto de 2016.

O artigo está dividido em três etapas. Na primeira, tem-se conceitos sobre destino turístico inteligente e acessibilidade. No segundo item, os procedimentos metodológicos utilizados. Em seguida, apresenta-se os resultados, e por fim, a conclusão, onde aponta-se algumas medidas paliativas para permitir o acesso universal aos principais produtos turísticos no centro histórico de São Luís tendo como base as tecnologias físicas.

2 DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE E ACESSIBILIDADE

Numa visão holística e sistêmica (Pearce, 2014), o destino turístico é uma área com limites físicos delimitados, que possui atrativos naturais e/ou artificiais (construído pelo homem), no qual Cooper et al. (2001) afirmam que este local possui atrações que motivam o deslocamento do turista, fazendo com que a oferta seja estruturada e direcionada com fins de atender a demanda.



A população urbana representará 5 bilhões de pessoas em 2030 (Unwto, 2012), e o segmento turismo urbano², tem crescido, desafiando os destinos turísticos a ofertarem infraestrutura de qualidade e serem competitivos (Jovicic, 2016; Valls, 2006). Além disso, o incremento das tecnologias de comunicação e informação (TIC's), fez com aumentasse a interatividade e conectividade das pessoas (Ivars Baidal, Solsona Monzonís & Sánchez, 2016), ampliando o conceito de “*smartness*” a destino turístico.

Destinos turísticos inovadores, consolidados com uma infraestrutura tecnológica de vanguarda, que garanta o desenvolvimento sustentável do território turístico, acessível para todos, que facilite a interação e integração do visitante com o entorno e incrementar a qualidade da experiência no destino turístico (Segittur, 2013, s/p) (tradução nossa).

Adicionado, Ávila Muñoz & García Sánchez (2013, p. 61) esclarecem que DTI está relacionado a “conceitos de sustentabilidade, acessibilidade, conhecimento e inovação tecnológica com os destinos turísticos”. Desta forma, percebe-se que a acessibilidade é um fator primordial em um DTI, já que a interação e integração promovem a competitividade do destino turístico, favorecendo uma experiência positiva ao visitante, assim como incrementos a qualidade de vida do residente, tendo como aporte ferramentas tecnológicas.

Como as cidades se tornam cada vez mais competitivas e complexas, a tecnologia da informação e comunicação (TIC's) irá coordenar todas as atividades e serviços, levando os cidadãos a estarem conectados, melhor informados e envolvidos. As TIC's irão tornar as cidades mais acessível e agradável para os residentes e visitantes através do serviço interativos que interligarão todas as organizações locais com o objetivo de fornecer serviços em tempo real e dados da central para uma melhor coordenação (Buhalis & Amaranggana, 2014, p. 553-554) (Tradução nossa).

Para o Invat.tur (2015), o turismo é um direito social, fundamental para todas as pessoas, traduzindo assim em oportunidades igualitárias, incluindo

² O turismo urbano é percebido aqui como oportunidade econômica e de geração de emprego, e tornou-se fator-chave no planejamento urbano global. Além disso, possibilita o aumento do bem-estar para milhares de cidadãos no mundo (Unwto, 2012, p. 04).

peças com mobilidade reduzida temporariamente (mulheres grávidas), pessoas com deficiência permanente (física, sensorial ou intelectual), famílias com crianças, além de agregar também pessoas de altura acima ou abaixo da média e pessoas com enfermidade temporárias e crônicas. Todas essas integrações devem ser cuidadosamente planejadas, pois, isso é uma necessidade de todos, já que são situações que mesmo as pessoas que não possuem deficiência, podem algum dia precisar da eliminação de barreiras e limitações.

O DTI deve impulsionar um turismo inclusivo, desenhado de maneira universal, social e inteligente (Buhalis & Amaranggana, 2014). Por “desenho universal” entende-se como produtos, programas e serviços que possam integrar as pessoas, em relação à acessibilidade física e digital. Para o Invat.tur (2015), a acessibilidade é um requisito para um destino turístico inteligente, ou seja, prioritário.

A acessibilidade física é própria das áreas urbanas, como estacionamentos para pessoas com deficiência, calçadas largas e sinalizadas, museus com sinalizações nas áreas interiores e exteriores, entre outros. Sendo assim, a importância da tecnologia e sua implementação possui amparo legal. Jester & Park (1993) colocam que a autonomia e a acessibilidade física em propriedades históricas podem ser conseguidas com planejamento cuidadoso, consulta a especialistas e projeto sensível. Recomendam ainda, identificar e executar modificações de acessibilidade que protejam a integridade e o caráter histórico das propriedades a partir de três aspectos: em primeiro lugar deve-se rever o significado histórico da propriedade e identificar a suas características. Em seguida, deve-se promover uma avaliação da propriedade existente e requerida ao nível de acessibilidade. Propõe-se também fazer outra avaliação, para verificar as opções de acessibilidade num contexto de preservação (Unwto, 2015). Isso significa, que as adaptações necessárias não podem ser feitas sem um estudo especializado prévio. É inegável o caráter emergencial para a implantação da acessibilidade física em áreas históricas (Shimosakai, 2012, s/p), pois:

Precisamos estar abertos para discutir a valorização e a contemplação dos espaços históricos, turísticos e culturais em relação ao acesso para que todas as pessoas tenham o direito de usufruir dos espaços públicos e de uso coletivo como cidadãos. Afinal, direito de ir e vir é de todos nós.

No entanto, estas não podem ser realizadas sem assegurar a preservação do bem tombado, de forma a não descaracterizá-lo, mas deve-se levar em consideração um entorno turístico acessível (Invat.tur, 2015; Omt, 2016).

A acessibilidade física afeta o meio ambiente urbano, os recursos turísticos (museus, monumentos, centros de interpretação, etc.), os alojamentos e serviços de catering oferecendo serviços complementares, afeta também a atividade turística, e os serviços de informações turísticas, etc. O desempenho prioritário de um DTI para alcançar a acessibilidade física é a implementação de um Plano de Acessibilidade Urbana (edifícios, praças, parques, acessibilidade urbana em geral) e, por outro lado, mais especificamente a atividade do turismo (museus, centros de informação, material promocional, alojamento, etc.): Plano Integral do Turismo para a Acessibilidade (Invat.tur, 2015, p. 110). (Tradução nossa).

A acessibilidade é uma ferramenta de integração e igualdade de direitos e oportunidades para se conseguir uma melhoria na qualidade de vida de pessoas com deficiência e sociedade no geral (Segittur, 2013).

A acessibilidade universal é uma condição que se deve cumprir nos ambientes, processos, bens, produtos e serviços, assim como os objetos, instrumentos, ferramentas e dispositivos, para serem utilizados e praticados por todas as pessoas em condições de segurança e comunidade e na forma mais autônoma e natural possível (Segittur, 2013, p. 123). (Tradução nossa).

Por outro lado, existe a acessibilidade digital (Omt, 2016) que é disponibilizar informações de arquivos digitais e *web sites* para todos, inclusive para pessoas com quaisquer deficiências (Invat.tur, 2015).

As regiões e os destinos turísticos com visão de futuro estão incorporando a diversidade e a condição humana em termos de idade, mobilidade, deficiência ou estado de saúde nas políticas de turismo e adotando medidas práticas a respeito disso. Além disso, agregam um enfoque prudente, conjugando políticas de integração social, técnicas de desenho universal e o emprego das novas tecnologias e ferramentas de informação, assim os gestores de destinos turísticos e os provedores podem atender de maneira eficaz aqueles visitantes que necessitam de 'acessibilidade' (Omt, 2016, p.05).

Nesse sentido, a acessibilidade digital é a capacidade de um produto ser flexível o suficiente para atender às necessidades e preferências do maior número possível de pessoas, além de ser compatível com tecnologias assistivas usadas por pessoas com necessidades especiais (Dias, 2003). A acessibilidade deve permitir que o usuário de qualquer tipo de tecnologia possa navegar, e ser capaz de visitar e interagir em um determinado sítio eletrônico, compreendendo inteiramente as informações nele apresentadas (Invat.tur, 2015).

A acessibilidade digital em um DTI afetará fundamentalmente a web e o material promocional *online*. A principal linha de atuação para conseguir esta acessibilidade é a adaptação da web de um DTI ao protocolo WAI (*Web Accessibility Initiative*) e outras normas que assegurem a acessibilidade desta informação a pessoas com deficiência. Por outro lado, o material promocional deve adaptar-se e melhorar a acessibilidade total (Invat.tur, 2015, p. 113). (Tradução nossa).

O Invat.tur (2015) destaca ainda que no setor do DTI devem ser encorajados a continuação do desenvolvimento de material promocional *online* adaptados e incrementados para uma acessibilidade total, de formar a melhorar a experiência turística e entendendo que esta medida se estabelece como uma vantagem competitiva.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para alcance do objetivo proposto, quanto à acessibilidade em destino turístico inteligente, adotou-se procedimentos de pesquisa descritiva, exploratória, bibliográfica e documental. Sendo que a descritiva tem por fim criar meios para descobrir e observar fenômenos, de forma a classificá-los, descrevê-los e interpretá-los para então estabelecer relações entre as variáveis de estudo. Quanto ao aspecto exploratório, no sentido de levantar dados que servirão de apoio para futuras pesquisas (Cervo & Bervian, 2002).

Classifica-se como bibliográfica, pois “procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos” (Cervo & Bervian, 2002, p. 55). A pesquisa bibliográfica foi realizada em livros e artigos científicos,



de periódicos e anais de eventos científicos da área do turismo e similares, disponíveis até agosto de 2016, nas bases de dados *Ebsco Host*, *Science Direct*, *Redalyc*, Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior e Publicações em Turismo, utilizando palavras chaves como: acessibilidade e turismo, destino turístico, destino turístico inteligente, indicadores e turismo, *smart destination*, TIC's e turismo.

Selecionou-se os artigos de maior relevância quanto a temática do objeto de estudo, com o objetivo de ampliar as perspectivas e possibilitar a discussão sobre acessibilidade e destino turístico inteligente. Quanto aos fins, tem abordagem quantitativa e qualitativa utilizando a coleta de dados sobre o perfil dos usuários, e comentários no site *TripAdvisor*. Pois, a reputação *online* tem como objetivo compreender a conversação de usuários em espaços administrados por uma empresa que dão voz ao consumidor (Montardo, 2009).

A reputação *online* é uma questão de monitoramento de mídias sociais, e tem crescido nos últimos anos o interesse em monitorar tais ferramentas como forma de estudo para compreender as métricas válidas (Cerqueira & Silva, 2011).

María-Dolores, García & Mellinas (2012, p. 03) definem reputação *online* como:

O conjunto de opiniões que se realiza na internet sobre uma determinada marca, bem ou serviço, é o que constitui a 'reputação online' de uma empresa. A princípio, trata-se de algo que está fora do alcance do empresário, já que se supõe que todas as opiniões são emitidas por usuários independentes [...] é importante compreender também em que medida os internautas recorrem às opiniões de outros usuários para tomar uma decisão de compra (tradução nossa).

Fez-se uma delimitação quanto ao título no *TripAdvisor*, definindo "centro histórico de São Luís", pois, esta área funcional turística é o principal produto turístico comercializado pelo destino. Delimitou-se um recorte temporal, verificando comentários inseridos na plataforma desde setembro de 2014, até agosto de 2016. Para a delimitação das palavras-chaves quanto à acessibilidade, utilizou-se o *Manual Operativo para La Configuración de Destinos Turísticos Inteligentes* do Invat.tur (2015) e o Manual de Orientações

em Turismo e Acessibilidade do Ministério do Turismo (2006), tendo-se as seguintes: assentos, sinalização; instalação; mobiliário; adaptado; libras; pessoal capacitado; área especial para embarque e desembarque; mobilidade reduzida e cão-guia.

Dados do barômetro do *TripAdvisor*³, apontam que o terceiro elemento decisivo para a escolha de uma acomodação em destinos turísticos são os “reviews online”, estando atrás dos atributos “preço” e “localização”. Ou seja, a reputação *online* é um fator preponderante na escolha de um produto ou serviço em um destino turístico.

A confiança é essencial na tomada de decisão em turismo. Pesquisas sobre viagens *online* se destacam como sendo a fonte mais confiável de informações sobre viagens. Em particular, informações sobre viagens publicadas nos sites são as fontes mais confiáveis (38%) e o mais útil (32%) de informação para as pessoas, informando como eles devem planejar e pesquisar suas viagens (*TripAdvisor*, 2013, p. 06).

A amostra da pesquisa é não-probabilística, pois, os critérios utilizados são baseados em julgamentos pessoais e representam uma população (Gil, 2006). Quanto ao recorte temporal, coletou-se 1.245 (hum mil duzentos e quarenta e cinco) *reviews* dos colaboradores no tópico “centro histórico de São Luís”. Leu-se todos os comentários, e elaborou-se uma planilha no Excel, dividindo em nove parâmetros conforme Quiroga, Mondo & Castro Júnior (2014), sendo: **pontuação geral e amostral do destino** (classificação geral e no período pesquisado, utilizada para o atrativo quanto a significância), **tipo do viajante ou visitante** (característica quanto ao perfil do usuário), **local de origem** (estado ou país do usuário), **título do comentário** (título que o usuário utilizou), **comentário** (comentário do usuário), **comentário com palavras-chaves** (comentários que discorram sobre o uso das TICs para implemento da acessibilidade), **data** (mês e ano dos comentários, sendo que nem todos possuem data completa), **nível do colaborador** (classificação do site para os usuários que comentam).

³ *TripBarometer by TripAdvisor®: The World's Largest Accommodation and Traveller Survey – Winter 2012/2013.*



Identificamos a partir da amostragem um percentual de pouco mais de 11% (149 reviews) de usuários autóctones do objeto, que foram desconsideradas dos resultados. Em termos de limitações do estudo, ressalta-se que o corpus analisado restringiu-se aos comentários publicados somente no *TripAdvisor*, quanto ao item criado pelos usuários “centro histórico de São Luís”.

Para a análise quantitativa, os dados foram sumarizados através de medidas de frequências relativas (%). Para a análise qualitativa, os depoimentos foram selecionados através da técnica do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), utilizando a palavra-chave “acessibilidade”. Esta técnica consiste num conjunto de procedimentos de tabulação e organização de dados discursivos provenientes de depoimentos, envolvendo, basicamente: a seleção da palavra-chave de cada discurso que revelam o principal conteúdo discursivo; a identificação da ideia central (IC); e o agrupamento de outras palavras-chaves referentes às ideias centrais semelhantes ou complementares, formando um discurso-síntese: o discurso do sujeito coletivo (Figueiredo et al., 2013). Neste estudo, o DSC foi construído a partir de agregações dos discursos de cada unidade amostra (depoimento do turista no aplicativo), podendo-se observar, assim, similaridades e antagonismos.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Conhecida por seu acervo arquitetônico, São Luís, patrimônio cultural da humanidade pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), consolidou-se como destino turístico utilizando como principal produto os casarões coloniais, becos, ladeiras e ruas estreitas localizados no centro histórico. A concentração de museus, órgãos públicos, empreendimentos e entidades culturais, contribuem para a manutenção desses acervos (Santos, 2015).

Segundo o Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan, 2014), São Luís é um exemplo excepcional de cidade colonial portuguesa

adaptada às condições climáticas da América do Sul equatorial, e que tem conservado o tecido urbano harmoniosamente integrado ao ambiente que o cerca.

O Centro Histórico de São Luís mantém o seu tecido urbano preservado com todos os elementos que o caracterizam e lhe conferem singularidade, expressos, especialmente, pelas técnicas construtivas utilizadas em adaptação às condições ambientais e possuindo dimensões adequadas que lhe permitem transmitir a sua importância no contexto do processo de ocupação territorial da região (Iphan, 2014, s/p).

O centro histórico de São Luís reúne cerca de quatro mil imóveis que, remanescentes dos séculos XVIII e XIX, possuem proteção estadual e federal, e reconhecimento internacional (Santos, 2015).

Mediante valor histórico, paisagístico e arquitetônico, é fundamental entender, como os turistas percebem/analisa o centro histórico, através de comentários, postados no site do *TripAdvisor*. Pois, dados de 2012 apontam que o *TripAdvisor* é o maior site de viagens do mundo, com um cadastro de milhões de usuários/viajantes que buscam informação sobre lugares com o objetivo planejar uma viagem (TripAdvisor, 2013).

Na pesquisa do *TripAdvisor* (2013), vê-se que 90% dos entrevistados acham importante a opinião/comentários de outras pessoas quando decidem/escolhem por uma acomodação, e 93% se sentem influenciados na elaboração do plano de viagens. Ou seja, a reputação *online* é fator chave/decisório e que deve ser levado em consideração quanto às informações existentes, pois, “os sistemas tecnológicos facilitam a conectividade [...] dinamizando a gestão eficiente da informação entre organismos públicos, agências de viagens e outras empresas do setor turísticos e visitantes” (Segittur, 2013, p. 151) (tradução nossa). Enfatiza-se então, que a informação é fundamental em um destino turístico inteligente, pois,

A atividade turística é caracterizada pelo uso intensivo de informações, o que explica o impacto considerável dos processos de consumo das TIC's e produção nesta área. A evolução tecnológica é um fator importante de mudança que alterou o comportamento do consumidor e requer uma adaptação das empresas e dos destinos, que dificilmente podem manter o ritmo com a evolução tecnológica [...] Neste contexto, adquiriu atualmente um inquestionável foco em destinos inteligentes, derivado, basicamente, do conceito de cidade



inteligente (*smart city*), um conceito que reflete a natureza emergente das cidades como centros de conhecimento, gestão da informação, tecnologia e inovação, de modo que eles passam a se identificar com um novo ambiente de inovação, graças à confluência entre a inovação e as TIC's, impulsionado principalmente pelo desenvolvimento da Internet (Ivars Baidal, Solsona Monzonís & Giner Sánchez, 2015, p. 03). (Tradução nossa).

Para compreender o perfil do usuário, o *TripAdvisor* os denomina de "TripColaboradores", que é o programa avançado para colaboradores que premia todas as contribuições dos viajantes no *TripAdvisor*. São intitulados assim, pois, ao participarem do site contribuindo com avaliações, fotos e publicações no fórum, o colaborador ganha pontos que aumentam seu nível (há um total de seis níveis).

Com o incremento no número de visitantes no *TripAdvisor*, torna-se claro que as *reviews* são visualizadas por cada vez mais turistas. Se um colaborador é reconhecido pelas suas *reviews* como experiente e confiável, as suas opiniões exercem uma influência significativa nas decisões de compra de outros consumidores de viagens (Fernandes, 2015, p. 42).

Com relação à pesquisa realizada, tem-se 26% classificados no nível 6. Em seguida, os usuários nível 3 com 22% e nível 4 e 5, com 20%. Os de nível 2 corresponde a 8% e os de nível 1, com 3%. Usuários classificados como "sem nível", correspondem a 1%.

Isto confirma que os usuários classificados nos níveis 3 a 6 são os que mais comentam, ratificando o exposto por Fernandes (2015) quanto aos colaboradores, pois, torna-se confiável a sua opinião para um leitor. Na pesquisa de demanda realizada pela Secretaria Municipal de Turismo de São Luís (Setur.Slz, 2014) no período junino, tem-se que 0,20% dos entrevistados apontaram a internet como um veículo que influenciou a visita ao destino. Nota-se que é necessário para um destino turístico inteligente ampliar seu alcance nos sítios eletrônicos, utilizado a seu favor as TIC's (Ivars Baidal & Solsona Monzonís & Sánchez, 2016) p. 329)

Completa-se, destacando que a informação *online* é um fenômeno atual, no qual turistas buscam a internet para obter dados sobre o destino.

O viajante de hoje tem um apetite voraz por todo e qualquer tipo de informação tradicional e online, com o objetivo de planejar sua viagem antes e durante. O aumento do uso da informação virtual é também um fenômeno que transcende os viajantes de todas as idades e níveis de afluência (Brown, 2015, p. 23) (tradução nossa).

Diante dos parâmetros classificatórios propostos pelo *site*, a pesquisa apontou a satisfação da maioria das pessoas que visitaram São Luís, mais especificamente o centro histórico, ou seja, 33% classificaram como “muito bom”, já 30% consideraram “excelente”, 26% com “razoável”, e 9% consideraram “ruim” e 2% acharam “horrrível”. Na pesquisa da Setur.Slz (2014), o grau de satisfação dos visitantes com relação ao patrimônio histórico foi de 12,62% como excelente, 14,00% classificaram como bom, 9,07% como regular e 57,59% classificaram como não se aplica. Percebe-se pouca similaridade na avaliação dos usuários do *TripAdvisor* em relação aos turistas entrevistados na pesquisa de demanda realizada pela Secretaria Municipal de Turismo.

Na pesquisa sobre intenção de viagem publicada por Visa para 2016 (Brown, 2015) aponta que 33% dos turistas em nível mundial viajam com o objetivo de conhecer locais que possuem “rico patrimônio e cultura forte”, ratificando a importância de destinos históricos como o caso de São Luís, que é patrimônio histórico da humanidade.

Uma baixa satisfação com relação ao patrimônio histórico destacado na pesquisa da Setur.Slz (2014), é ratificado por Gama (2012, p. 01), onde o autor afirma que é possível compreender a visão dos entrevistados quanto à degradação do patrimônio histórico no centro histórico de São Luís:

A má conservação dos prédios ameaça um dos maiores conjuntos arquitetônicos de origem portuguesa no Brasil, localizado no centro histórico de São Luís (MA). Segundo registros do IPHAN (Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional) e da Defesa Civil municipal, cerca de 70 casarões correm risco iminente de desabar. O IPHAN diz que boa parte dos casarões pertence a estrangeiros ou a brasileiros que não residem no Maranhão. [...] É um absurdo o que vemos aqui. O descaso com o abandono desses imóveis, que fazem parte da história do Estado e do país. A maioria dos donos desses imóveis se apaixonou pelo local, adquiriu um imóvel e hoje não gasta um centavo para conservação dos mesmos.

Quanto ao tipo de visitante, o *TripAdvisor* classifica em cinco categorias (famílias, romântico, sozinho, negócios e amigos), onde teve-se o predomínio

de pessoas que viajaram com amigos (30%), seguido de 26% dos que viajam em família, com 21% os românticos, 12% sozinho e por fim com 10% de negócios.

Há uma predominância de 77% dos usuários em viajarem acompanhados, diferentemente da pesquisa da Setur.Slz (2014) que aponta 58,19% dos turistas que visitam São Luís viajaram sozinho e 41,81% viajam acompanhados (família, amigos e/ou excursão). Em contrapartida, numa pesquisa sobre intenção de viagem publicada por Visa informa que 23% dos turistas no mundo viajam em família (Brown, 2015).

Verificou-se também o período em que os usuários viajaram para o destino São Luís. Teve-se que 33% foi entre os meses de junho e agosto, seguido de setembro a novembro (25%), março a maio (23%) e dezembro a fevereiro com 19%.

Os meses de maior taxa de ocupação hoteleira em São Luís são os meses de maio a julho (média de 60%) e dezembro (60%), março e abril (58%), outubro e novembro (55%) de acordo com dados da Setur.Slz (2010). Afirma-se que o período junino e férias de julho são os meses com maior demanda de turistas para o destino São Luís, portanto, em ambas as pesquisas se justificam elevada taxa.

Identificou-se a procedência dos usuários do *TripAdvisor* que classificaram o “centro histórico de São Luís”. Teve-se que 32% não informaram a sua região de origem. Entretanto, 31% são oriundos da região Sudeste, seguidos do Nordeste (15%), o Sul com 7%, o Norte com 6%, o Centro Oeste com 5% e por fim os estrangeiros representando 4%.

Dados da Setur.Slz (2014), apontam que 22,6% são oriundos da região Sudeste, seguidos de 17% do Nordeste, 11% do Norte, o Centro Oeste com 7,7% e por fim o Sul com 3,2%. Vê-se que as procedências são próximas em ambas as pesquisas, e isto, justifica-se pela existência de voos diretos ligando São Luís aos destinos São Paulo, Rio de Janeiro, Belo Horizonte, Campinas, Brasília, Belém, Fortaleza, Teresina, Recife (Infraero, 2016).

Quanto ao perfil dos usuários, tem-se 51% do sexo masculino e 49% feminino. E o gênero predominante na pesquisa da Setur.Slz (2014) é o masculino com 61% dos entrevistados.

Em um destino turístico inteligente, a acessibilidade é um dos fatores primordiais para que o destino seja acessível, inclusivo e competitivo a todos (Invat.tur, 2015; Seggitur, 2013; Buhalis & Amaranggana, 2014). Na pesquisa, identificou-se que somente 2% dos usuários (21 reviews) citaram algum instrumento, e 7% (93 reviews) discorreram direta ou indiretamente a respeito de um território acessível. E apenas 5 reviews destacaram uma das palavras-chaves selecionadas.

Abaixo, alguns comentários que estão relacionados as palavras-chaves, como do colaborador nível 6, este mencionou a acessibilidade física (mobilidade e infraestrutura):

Bacana pela história do lugar, influenciado pela cultura portuguesa com os azulejos, eiras e beiras das casas. Patrimônio histórico tombado pela Unesco, é um dos lugares essenciais para se conhecer em S. Luiz. Aspecto negativo: a cidade não é um exemplo de mobilidade e infraestrutura e a discrepância entre o abismo de classes se vê nas ruas da cidade.

Outro colaborador (nível 5) complementa esclarecendo quanto a sinalização:

Visitamos os principais pontos turísticos neste centro histórico, todos os casarões estavam deteriorados por fora e por dentro [...] sem sinalização pra identificar as atrações. Azulejos caídos, praças com calçadas esburacadas, mal cheirosas, sujas, e com muitos homens mal encarados [...] uma pena! Mesmo com o descaso do governo com o patrimônio histórico, as pessoas foram simpáticas nas atrações que visitamos! Foram poucas as fotografias que registrei!

Um dos usuários (nível 3) mencionou também a questão da sinalização:

Com exceção do Palácio dos Leões, o centro histórico de São Luís é decepcionante. Mal cuidado e com sinais de abandono, são poucos os prédios bem conservados e com os azulejos da fachada preservados. Não existe sinalização dos atrativos principais e você tem que ficar perguntando às pessoas, que muitas vezes não sabem indicar.

Há menção sobre o valor arquitetônico do centro histórico, mas quanto à acessibilidade somente destacaram a questão de mobilidade urbana, infraestrutura urbana e sinalização. Faz-se perceptível que o quesito acessibilidade ainda não é pertinente quando se trata do turismo no centro histórico, com base nos comentários dos usuários da plataforma *online*. A sinalização turística é fundamental em um DTI, pois, o turista orienta-se através de informativos e placas inseridas na área turística funcional, buscando experiências únicas e personalizadas.

Em reportagem no site G1 (2015), é destacado a falta de rampas de acesso, calçadas padronizadas e adequadas para pessoas com e sem deficiência, conforme depoimentos:

Os portadores de deficiências ou pessoas com mobilidade reduzida enfrentam muitos problemas para se locomover no Centro Histórico. A falta de rampas de acesso aos prédios e calçadas é só um deles. Pelo menos é o que diz a autônoma Maria de Jesus Rocha. Ela, que é cadeirante, trabalha nas proximidades e afirma que enfrenta uma verdadeira maratona para passar pelo o Centro Histórico. Além de ter que ser obrigada a subir e descer calçadas que não são adaptadas, ela ainda tem que caminhar entre buracos e as péssimas condições nas ruas e calçadas. 'É um raly de cadeira de rodas porque é complicado não só para o cadeirante como também para o deficiente visual, para o deficiente auditivo. É muito complicado porque tem vários obstáculos', relatou a cadeirante.

Na reportagem é destacado também que os empreendimentos também são prejudicados, pois, é necessário permissão do Iphan para construir ou inserir uma rampa ou tornar o local mais acessível, mediante apresentação de um projeto no órgão.

O comerciante Francisco Rego não conseguiu e resolveu fazer por conta própria uma rampa, só pra não perder a clientela que tem algum tipo de deficiência. "Eu avisei e o Iphan não permitiu, mandou que eu tirasse. A Prefeitura mandou que eu colocasse e o Iphan mandou que eu tirasse e eu não tirei. Afinal de contas, aqui a gente não sabe quem obedece: se é o Iphan ou se é a Prefeitura, se é o Estado", explicou (G1, 2015, s/p).

Um destino patrimônio cultural da humanidade se aplicar indicadores de acessibilidade, como do Invat.tur para tornar-se inteligente é fundamental que entenda o processo sistêmico e holístico que o tornarão acessível a todos, como esclarece Alessandra Pajama (G1, 2015, s/p):

Desde 2010 que houve um Termo de Ajustamento de Conduta que a gente aguarda que tenha um desfecho. Pessoas com baixa mobilidade, que não tem nenhum tipo de deficiência já tem aquela dificuldade de mobilidade por conta das pedras, que é histórico e a gente respeita isso, mas o que a gente quer garantir é o Patrimônio da Humanidade com a humanidade fazendo parte desse patrimônio também. Eu acho importante que a gente tenha esse pensamento inclusivo. Apesar da gente não gostar muito da inclusão. A gente quer é acesso.

Carvalho & Simões (2012, p. 205), contribuem com a afirmativa acima, em relação à área histórica de São Luís: “as intervenções pontuais e os investimentos realizados em infraestrutura na recuperação de imóveis para uso cultural, buscando a preservação e a revitalização do local, não levou em consideração a acessibilidade da área”.

Sendo a acessibilidade um dos indicadores fundamentais pertinentes aos destinos turísticos inteligentes, faz-se necessário uma visão estratégica na gestão para a acessibilidade no território turístico, como evidencia o diretor de acessibilidade da Fundação ONCE⁴:

A chave para tornar as cidades históricas acessíveis é o envolvimento e o trabalho em equipe de todos os atores interessados, incluindo os municípios como gerentes e líderes das cidades. Todos juntos com as organizações [...] Isto reflete num compromisso de continuidade, que torna a acessibilidade eficiente ao longo dos anos. (Ambrose, 2013, p.88). (Tradução nossa).

O município é responsável pela base estrutural do destino turístico (Carvalho & Simões, 2012), pois, este está mais próximo da sociedade e turistas, compreendendo as necessidades básicas. Promover qualidade de vida para a comunidade e superar as expectativas e experiências dos turistas são fatores preponderantes num destino turístico inteligente. Portanto, ações governamentais são *sine qua non* para que o destino seja acessível a todos.

Na pesquisa de Machado & Campos (2012, s/p) sobre acessibilidade no centro histórico de São Luís, destacaram que a qualidade da experiência do turista está diretamente envolvida com o acesso aos atrativos e equipamentos num destino turístico e que envolve também outros fatores como segurança,

⁴ *Fundación ONCE para la Cooperación e Inclusión Social de Personas con Discapacidad.*



limpeza, atendimento e diversidade. E na observação *in loco* de 27 pontos considerados atrativos históricos culturais concluíram que:

Observou-se que a maioria desses ambientes não possui mecanismos de facilitação ao acesso de pessoas com mobilidade reduzida, no âmbito dos quais os edifícios/monumentos (igrejas, casas de cultura, museus, feira, palácio) apresentam escadas com extensos lances de degraus; limitada oferta de elevadores e/ou rampas de acessibilidade; pisos inadequados, com textura lisa e facilitação para quedas; sinalização inexistente ou que não facilita a visualização e consequente orientação. Observou-se ainda que as maiores das praças visitadas oferecem rampas ou desníveis que tendem a facilitar na movimentação e acesso, embora sua estrutura física apresente buracos e sujeira aparentes. Inexiste também material informativo/publicações acessíveis e recursos sensoriais.

Em um DTI, a cooperação, coparticipação e integração estão relacionados ao modelo de turismo inteligente em um destino (Boes, Buhalis & Inversini, 2016; Del Chiappa & Baggio, 2015; Ritchie & Crouch, 2003; Fyall, 2011). Com a inclusão de São Luís na lista da Unesco, foi designado a criação do Núcleo Gestor do Centro Histórico de São Luís que é um modelo de governança (um dos onze indicadores do Invat.tur) com fins de:

Nele estão presentes os agentes responsáveis pelo planejamento urbano da cidade, órgãos do governo estadual, instituições privadas e representantes da sociedade civil. De acordo com estatuto do órgão, o Núcleo foi criado para promover uma gestão patrimonial descentralizada, servindo de referência para outras localidades [...] A expectativa em torno de sua institucionalização residia na possibilidade de uma gestão compartilhada, por meio de discussões sobre temáticas relacionadas ao desenvolvimento sustentável do espaço urbano e à preservação do patrimônio local. Convém observar a relação entre a preservação patrimonial e a sustentabilidade urbana, tornando-se necessário um planejamento integrado, que envolva as diversas dimensões da sustentabilidade mediante iniciativas públicas e privadas com a participação efetiva de membros da comunidade local (Carvalho & Simões, 2012, p. 205).

Ritchie & Crouch (2003) afirmam que é necessário à integração de todos os atores para transformar o destino em competitivo, e colaborativo criando valor econômico, social e ambiental para todos.

Considera-se a partir da visão de Luque Gil, Zayas Fernández & Caro Herrero (2015, p.22) que um DTI:

Representa a evolução natural das cidades inteligentes, ou seja, ambos têm objetivos semelhantes, como a melhoria da governança dos territórios e aumento da qualidade de vida dos moradores, pois, um destino turístico inteligente amplia a competitividade de destino e melhora a experiência turística. Num DTI, a combinação de dispositivos, sensores, redes de comunicação, capacidade de armazenamento e plataformas de processamento e de gestão, o tornarão possível para prestação de serviços de maneira mais eficiente e sustentável, melhorando a experiência turística, gestão de recursos, competitividade do destino e promovendo a sustentabilidade (tradução nossa).

Para que o destino turístico São Luís seja "inteligente", vê-se como um dos principais obstáculos à sua competitividade, a acessibilidade no centro histórico, como destacado no Índice de Competitividade do Turismo Nacional do Mtur (2010), que inclui a qualidade do acesso, e na pesquisa, São Luís obteve uma média de 61,5 pontos, inferior às outras capitais brasileiras (média de 72 pontos).

Ressalta-se que mesmo os usuários do *TripAdvisor* não terem mencionado na íntegra termos e palavras chaves sobre a acessibilidade, este, torna-se fundamental num mundo globalizado, onde as *smart cities* e *smart destination* devem promover a equidade e acessibilidade a todos os moradores, promovendo o bem-estar qualitativo, assim como aos turistas que a visitam.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude da situação que foram expostas na pesquisa, percebe-se que a realidade do centro histórico de São Luís, impede avanços primordiais para a consolidação do destino enquanto inteligente. O atual estado de insalubridade dos casarões e a ausência no rigor da execução de políticas públicas deixam o local numa situação de "precariedade".

Compreende-se então, que medidas paliativas podem ser inseridas podendo assim permitir o acesso aos principais pontos turísticos do centro histórico, tendo como base a aplicação de tecnologias físicas que permitam o acesso de pessoas sem e com necessidades especiais e mobilidade reduzida.



Deve-se primordialmente, fazer a implementação de planos locais de acessibilidade urbana, com o objetivo de minimizar as situações de barreiras encontradas no centro histórico, permitindo facilidade de locomoção e acesso.

Por se tratar de um tema recente nos estudos do turismo e das cidades, sugere-se que sejam realizadas novas pesquisas em destinos turísticos inteligentes e/ou cidades inteligentes, para identificar como os turistas percebem a acessibilidade nos comentários do site *TripAdvisor*, para então fazer análises comparativas.

Conclui-se que é fundamental governos e setor privado relacionado ao turismo, percebam a importância da implantação e execução de políticas e planos de acessibilidade urbana em áreas históricas, levando em consideração singularidades patrimoniais, envolvendo todos os atores na efetivação e avanço de ações, para transformar a área histórica de São Luís em um território acessível a todos.

Além disso, é inquestionável a importância do indicador acessibilidade no processo de transformação de um destino turístico em um destino turístico inteligente. Entende-se então que desenvolver recursos, metodologias, estratégias, práticas e serviços que objetivem promover a funcionalidade, relacionada à atividade e à participação de pessoas com deficiência ou mobilidade reduzida, visando sua autonomia, independência, qualidade de vida e inclusão social, são muito mais do que necessidades, são perspectivas de tornar as áreas de funcionalidades turísticas acessíveis verdadeiramente para todos.

REFERÊNCIAS

Ambrose, I.; Balmas, S.; Barragán Iturriaga, A.; Medina Higuera, M.; Orejas, M. (2013). *Accessible routes in historical cities*. League of historical and accessible cities.

Ávila Muñoz, Antonio López de; García Sánchez, Susana (2013). *Destinos turísticos inteligentes*. Segittur.



Baidal, J. A. I.; Monzonís, F. J. S.; Sánchez, D. G. (2016). Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): el nuevo enfoque de los destinos inteligentes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(2), 327-346.

Blanco, F.J.H (2015). *Libro Blanco de los Destinos Turísticos Inteligentes*. Madrid, España: LID.

Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108-124.

Brown, Millward. (2015). *Visa Global Travel Intentions Study 2015*. Executive Summary.

Buhalis, D. & Amaranggana, A. (2014). Smart Tourism Destinations. In Xiang, Z. & Tussyadiah, I. (Eds.). *Information and Communication Technologies in Tourism*. Heidelberg, Germany: Springer.

Buhalis, D., & Spada, A. (2000). Destination management systems: criteria for success—an exploratory research. *Information Technology & Tourism*, 3(1), 41-58.

Butler, R. (2004). *Geographic research on tourism, recreation and leisure: Origins, eras, and directions*. *Tourism Geographies*, 6(2), 143-162.

Butler, R.W. (1980). *The Tourism Area Life Cycle*. Channel View Publications.

Carvalho, K. D.; Simões, M. de L. N. (2012). Análise do modelo de preservação do centro histórico de São Luís do Maranhão: uso social e uso turístico. *Turismo: Visão e Análise*, 14 (2), p.196-213.

Cervo, A. L.; Bervian, P. A. (2002). *Metodologia científica*. São Paulo: Prentice Hall.

Cerqueira, R.; Silva, T. (2011). *Mensuração em mídias sociais: quatro âmbitos de métricas*.

Cooper, C., Fletcher, J., Wanhill, S., Gilbert, D. Shepherd, R. (2001). *Turismo, princípios e prática*. Porto Alegre: Bookman.

Del Chiappa, G. and Baggio, R. (2015). Knowledge transfer in smart tourism destinations: Analyzing the effects of a network structure. *Journal of Destination Marketing & Management*.4(3): 145-150.

Dias, C. (2003). *Usabilidade na web: criando portais mais acessíveis*. Alta Books.

Fernandes, F. A. R. (2015). *A indústria hoteleira e as reclamações online: o caso do TripAdvisor*.

Ferreira, A. C. (2013). *Turismo acessível: oportunidades, desenvolvimento e desafios* (Doctoral dissertation, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril).

Figueiredo, Z.A.M; Brasília, M. C., Goulart, B. (2013). "Discurso do Sujeito Coletivo: uma breve introdução à ferramenta de pesquisa quali-quantitativa." *Distúrbios da Comunicação*. 25(1) p. 129-139.

Framke, W. (2002). *The Destination as a Concept: a Discussion of the business-related Perspective versus the Social – cultural Approach in Tourism Theory*. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2(2), pp.92-108.

Fyall, A. (2011). Destination management: challenges and opportunities. In: Wang, Y.; Pizam, A. (eds.). *Destination marketing and management: theories and implications*. Wallingford, Cabi.

Gama, Aline. (2012). *Falta de manutenção ameaça patrimônio histórico no centro de São Luís; 70 casarões podem desabar*. Recuperado em 30 de setembro de 2016, <http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2012/01/23/falta-de-manutencao-ameaca-patrimonio-historico-no-centro-de-sao-luis-70-casaro-es-podem-desabar.htm>

G1 (2015). *Centro Histórico impede tráfego de pessoas com deficiência em São Luís*. Recuperado em 25 de Outubro de 2016 do <http://g1.globo.com/ma/maranhao/noticia/2015/05/centro-historico-impede-trafego-de-pessoas-com-deficiencia-em-sao-luis.html>.

Gil, A.C. (2008). *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas.

Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. (2014). *Centro Histórico de São Luís (MA)*. Brasília: IPHAN.

Infraero (2016). *Empresa Brasileira De Infraestrutura Aeroportuária*. Recuperado em 20 setembro de 2016, <http://www4.infraero.gov.br/>.

Invat.Tur. (2015) *Destino Turístico Inteligente: Manual operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes*. Valencia: Agència Valenciana del Turisme.

Jester, T. C; Park, S. C. (1993). *Making Historic Properties Accessible. Technical Preservation Services(TPS)*, Heritage Preservation Services Division, National Park Service, AIA.

Jovicic, Dobrica Zivadin (2016). Key issues in the conceptualization of tourism destinations. *Tourism Geographies*, 18(4), 445-457.

Lew, A. A. (1987). A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 14, 553-575.

Luque Gil, A. M.; Zayás Fernández, B.; Caro Herrero, J. L. (2015). Los Destinos Turísticos Inteligentes en el marco de la Inteligencia Territorial: conflictos y oportunidades. *Investigaciones Turísticas*. 10, 1-25.

Machado, D. T.; Campos, T. (2012). *Lazer, Turismo e Acessibilidade: diagnóstico de roteiros acessíveis à visitaç o do público idoso no Centro Histórico de São Luís*. Recuperado em 20 de setembro de 2016, <http://www.sbpnet.org.br/livro/64ra/resumos/resumos/2174.htm>

María-Dolores, S. M.; Bernal García, J. J., & Mellinas, J. P. (2012). *Los hoteles de la región de Murcia ante las redes sociales y la reputación online*. España: Revista de Análisis Turístico, (13), 1-10.

Ministério do Turismo, (2006). *Turismo e acessibilidade: manual de orienta es*. Brasília: MTur.

Ministério do Turismo (2013). * ndice de competitividade do turismo nacional: destinos indutores de desenvolvimento turístico regional*. Brasília: MTUR.

Ministério do Turismo (2016). *Manual de orienta es em turismo e acessibilidade*. Acessado em: 01 setembro 2016. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/manuais-1/item/47-manual-de-orientacoes-turismo-e-acessibilidade.html>.

Montardo, S. (2009). Conteúdo Gerado pelo Consumidor: Reflexões sobre sua apropria o pela comunica o corporativa. São Paulo: *Revista Brasileira de Ciências da Comunica o*.33(2), 161-180.

Murta, S. M. (2009). *Turismo cultural: estratégia, sustentabilidade e tendências*. Ilhéus: Editus.

Organización Mundial del Turismo (2016). D a Mundial del Turismo. *Turismo para todos: promover la accesibilidad universal. Buenas prácticas en la cadena de valor del turismo accesible*, UNWTO, Madrid.

Pearce, D. G. (2014). Towards an integrative conceptual framework of destinations. *Journal of Travel Research*. 53 (2): 141-163



Pine, B. J., II, & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97–105.

Pine, B. J., II; Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre business a stage*. Boston, MA: Harvard Business School Press.

Quiroga, R. M., Mondo, T. S.; Castro Júnior, D. F. L. (2014). Reputação online como instrumento para melhoria de serviços: um estudo na hotelaria de Garopaba e Imbituba–Santa Catarina. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 2(1), 95-112.

Ritchie, J. R. B.; Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*, CABI Publishing, Wallingford, UK.

Santos, S. R. dos. (2015). *Paisagem solidária: indicadores de sustentabilidade urbana em área turística funcional do centro histórico de São Luís, Maranhão*. 582f. (Doutorado em Gestão Urbana) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Curitiba.

Sanz-Ibáñez, C., Clavé, A. S. (2014). The evolution of destinations: Towards an evolutionary and relational economic geography approach. *Tourism Geographies*. 16, 563-579.

Saraniemi, Saila ; Mika, Kylänen (2011). Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches. *Journal of Travel Research March*. 50 (2), 133-143.

Secretaria Estadual de Turismo do Maranhão. *Plano de Desenvolvimento Integrado Do Turismo Sustentável – PDITS da área turística de São Luís*. São Luís: Governo do Maranhão, 2014. 517 p.

Secretaria Municipal de Turismo de São Luís.(2010) *Indicadores De Desempenho do Setor Turístico de São Luís 2008/2009*. São Luis: SEMTUR.

Secretaria Municipal de Turismo de São Luís.(2014). *Pesquisa de turismo receptivo / festa junina: relatório*. São Luís, junho.

Segittur. (2013). *Informe de Análisis, Diagnóstico y Recomendaciones de Palma de Mallorca*. Recuperado em 24 de setembro de 2016, <http://smartoffice.palma.cat/portal/PALMA/smartoffice/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/0_98401_1.pdf>.

Shimosakai, R. (2012). *Turismo adaptado: fazendo a diferença na busca pela igualdade*. Recuperado em 26 de setembro de 2016, <https://turismoadaptado.wordpress.com/2012/11/02/maranhao-apresenta-o-seminario-acessibilidade-em-cidades-historicas/>

TripAdvisor (2013). *Trip Barometer by TripAdvisor - Winter 2012/2013*.

Recuperado em 25 de agosto de 2016.,

<http://www.tripadvisortripbarometer.com/download/Global%20Reports/TripBarometer%20by%20TripAdvisor%20-%20Global%20Report%20-%20USA.pdf>.

World Tourism Organization. (2012). *Global Report on City Tourism - Cities 2012 Project*, UNWTO, Madrid.

