**ENTRE A PAISAGEM DO PASSADO E O DISCURSO DA REVITALIZAÇÃO: A MERCANTILIZAÇÃO DO CENTRO HISTÓRICO DE SÃO LUÍS**

Bruno da Silva Rodrigues UFMA/CNPq/GPELD

Conceição de Maria Belfort Carvalho UFMA/PGCult/GPELD

Mídia, Patrimônio Cultural e Sociedade

Ilza Galvão Cutrim UFMA/PGLetras/GPELD – orientadora.

[bruno98.rs@hotmail.com](mailto:bruno98.rs@hotmail.com) [cbelfort@globo.com](mailto:cbelfort@globo.com)

[ilzagal@uol.com.br](mailto:ilzagal@uol.com.br)

O Brasil possui treze locais reconhecidos como Patrimônio Cultural da Humanidade. No caso do Maranhão, o Centro Histórico, doravante CH, se encontra em sua capital, São Luís, que foi reconhecida como Patrimônio Cultural da Humanidade pela Unesco em 1997. Para um objeto ser tombado como Patrimônio Histórico e Cultural, precisa atender a pré-requisitos específicos da organização mantida pelas Nações Unidas, sendo classificado em pelo menos uma das três categorias: natural, cultural ou misto. O cultural precisa ter valor estético, histórico, arqueológico e científico, a exemplo de São Luís. Consideramos o tombamento de uma cidade como Patrimônio Cultural como um acontecimento histórico, portanto discursivo, que pode tornar a cidade, outrora antiga e talvez esquecida, em um lugar altamente turístico por meio da “mercantilização da paisagem do passado” (CORRÊA, 2014). Entendemos que essa mercantilização se dá, principalmente, por meio do turismo que está aliado à mídia, que por sua vez, é um dos principais meios de divulgação de um destino turístico e, na modernidade, é responsável por criar a motivação da viagem atuando na fronteira do espaço real e do imaginário, potencializando o discurso como estratégia de comercialização dos destinos turísticos. (RODRIGUES; CUTRIM; CARVALHO, 2016, p. 1). Neste estudo, temos por objetivos analisar: i) como as agências de viagem divulgam a Cidade Patrimônio; ii) o olhar do turista sobre o espaço da cidade de São Luís. Para uma compreensão do trabalho com a análise das discursividades é necessário destacar que discurso não é texto, não é fala, nem língua, mas “necessita de elementos linguísticos para ter existência material” (FERNANDES, 2007). Tais considerações sobre o discurso apoiam-se nas fundamentações da Análise do Discurso francesa. Recorremos também aos estudos da Geografia Humanista Cultural para trabalhar com a ideia de espaço, lugar e paisagem.

Palavras-chave: Centro Histórico. Discurso. Mídia. Patrimônio Cultural da Humanidade.