

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE GEOGRAFIA, DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

ALYSSON DE MELO ARAÚJO

**DESTINAÇÃO XINGÓ: ABRANGÊNCIA TERRITORIAL E A AÇÃO DOS
AGENTES DA TURISTIFICAÇÃO**

Maceió
2021

ALYSSON DE MELO ARAÚJO

**DESTINAÇÃO XINGÓ: ABRANGÊNCIA TERRITORIAL E A AÇÃO DOS
AGENTES DA TURISTIFICAÇÃO**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Alagoas, como requisito final para obtenção do grau de Mestre em Geografia.

Orientador: Prof. Dr. Lindemberg Medeiros de Araujo

Maceió
2021

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

A663d Araújo, Alysson de Melo.

Destinação Xingó : abrangência territorial e a ação dos agentes da
turistificação / Alysson de Melo Araújo. – 2021.

161 f. : il. color.

Orientador: Lindemberg Medeiros de Araujo.

Dissertação (mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Alagoas.
Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente. Maceió, 2021.

Bibliografia: f. 153-159.

Apêndice: f. 160-161.

1. Turismo. 2. Território. 3. Turistificação. 4. Destino turístico. 5.
Xingó (Mesorregião). I. Título.

CDU: 911.3:338.48

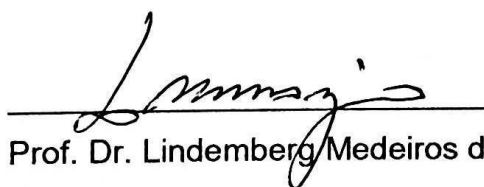
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
INSTITUTO DE GEOGRAFIA, DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

ALYSSON DE MELO ARAÚJO

**DESTINAÇÃO XINGÓ: ABRANGÊNCIA TERRITORIAL E A AÇÃO DOS
AGENTES DA TURISTIFICAÇÃO**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Alagoas e aprovada em 08 de setembro de 2021.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Lindemberg Medeiros de Araujo – Presidente



Prof. Dr. Paulo Rogério de Freitas Silva – Titular Interno



Prof. Dr. Aguinaldo César Fratucci – Titular Externo

Aos meus pais, Ana Aparecida e Martinho de Araújo.

Meus irmãos, Anielly de Melo e Martinho Júnior.

A toda comunidade científica.

AGRADECIMENTOS

À Deus;

A minha família, em especial aos meus pais, Ana Aparecida e Martinho de Araújo, pelo amor, apoio emocional e incentivo na jornada acadêmica.

Aos meus queridos irmãos, Martinho Júnior e Anielly de Melo, por toda parceria.

Ao professor orientador Lindemberg Araujo, pelas reflexões acadêmicas, paciência, apoio emocional, confiança e dedicação.

A todos os colegas e amigos que participaram de forma direta e indireta nas reflexões para a construção desta pesquisa.

A Joana Marina, por sempre compartilhar as experiências acadêmicas e pelo apoio durante a minha estada, em Maceió.

Aos colaboradores que me ajudaram na aplicação dos questionários, em especial a minha irmã, Anielly de Melo, que sempre me apoiou nos momentos em que pensei que não iria conseguir.

Ao Laboratório de Território, Turismo e Desenvolvimento (LTTD) da Universidade Federal de Alagoas (UFAL), pelo acesso ao acervo do material bibliográfico e pelas reuniões do grupo de pesquisa, nas quais foram pertinentes para a elaboração do trabalho.

Ao Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGG) do Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente (IGDEMA), por ofertar um ensino de qualidade.

Aos professores da banca, pelas importantes contribuições que foram fundamentais para o término da pesquisa.

A todos os funcionários terceirizados, gestores públicos, empresários e comunidade do destino turístico Xingó, que contribuíram com informações relevantes sobre a destinação.

RESUMO

O turismo é capaz de modificar, (re)produzir e (re)organizar os territórios em que se insere, o que ocorre por meio de um processo de territorialização turística. Isso faz com que os espaços que são apropriados pelo turismo passem por diversos tipos de modificações. O território sob processo de turistificação assume diferentes significados para os turistas e os agentes do mercado, o que exige que o Estado atue como mediador para, dentre outros objetivos, buscar soluções de problemas socioespaciais potenciais que se manifestem no destino. Compreende-se neste estudo que a territorialização do espaço pelo turismo nos destinos é guiada significativamente pelos usos que o turista faz do espaço geográfico, levando à constituição de territórios do e para o turismo. O destino turístico Xingó, objeto de estudo desta dissertação, está situado em uma área de confluência entre os estados de Alagoas e Sergipe. Essa área passou por mudanças socioespaciais e econômicas significativas a partir de 1994, quando a Usina Hidrelétrica de Xingó (UHE) foi inaugurada. A partir de então, com crescentes investimentos privados no turismo o destino se desenvolveu consideravelmente, tendo alcançado partes do território de cinco municípios. Com o conjunto de experiências ofertadas por Xingó, o destino se tornou uma força de interiorização do turismo em Alagoas e Sergipe, funcionando como uma alternativa frente à oferta de “Sol e Mar”. Este trabalho tem como objetivo compreender a territorialização turística do destino Xingó, com ênfase no papel exercido pelos turistas no uso do território do destino, isto é, o território efetivamente usado pelos turistas. O estudo adotou uma abordagem qualitativa, de caráter descritivo, explicativo e exploratório, com o emprego de entrevistas exploratórias com servidores das secretarias de turismo de Canindé de São Francisco e Piranhas e empresários ligados ao turismo, observação direta de campo, registro fotográfico, análise de imagens remotas do Google Earth, e aplicação de questionários. Os resultados oferecem evidências de que os turistas que visitam o destino são motivados por uma combinação de atrativos de caráter natural e cultural. O uso do território realizado pelos turistas se estende espacialmente para além das duas cidades que funcionam como portão de entrada do destino: Piranhas-AL e Canindé de São Francisco-SE, formando uma zona de destinação. Além disso, se constatou que as ações do mercado frente ao processo de turistificação apresenta alguma divergência em relação ao território efetivamente usado pelos turistas. Finalmente, se verificou também que o poder público tem ficado relativamente à margem do processo de turistificação do destino Xingó.

Palavras-chave: Turismo. Território. Turistificação. Destino Turístico. Xingó (Mesorregião).

ABSTRACT

Tourism can modify, (re)produce and (re)organize the territories in which it operates, which occurs through a process of tourist territorialization. This makes the spaces that are appropriated by tourism to undergo several types of changes. The territory under the touristification process takes on different meanings for tourists and market agents, which requires the State to act as a mediator to, among other objectives, seek solutions to potential socio-spatial problems that manifest themselves in the destination. It is understood in this study that the territorialization of space by tourism in destinations is significantly guided by the uses that the tourist makes of geographic space, leading to the constitution of territories for and of tourism. The Xingó tourist destination, object of study of this dissertation, is located in a confluence area between the states of Alagoas and Sergipe, in Brazil's Northeast region. The destination area has undergone significant socio-spatial and economic changes since 1994, when the Xingó Hydroelectric Plant (UHE) was inaugurated. Since then, with growing private investments in tourism, the destination has developed considerably, reaching parts of the territory of five adjoining municipalities. With the set of experiences offered by Xingó, the destination has become a force for the interiorization of tourism in the states of Alagoas and Sergipe, working as an alternative in relation to the offer of "Sun and Sea" tourism. This work aims to understand the tourism territorialization of the Xingó destination, with emphasis on the role played by tourists in the use of the destination's territory, that is, the territory effectively used by tourists. The study adopted a qualitative, descriptive, explanatory and exploratory approach, with the use of open exploratory interviews with public officials of the tourism secretaries of Canindé de São Francisco and Piranhas, and market workers, direct field observation, photographic record, analysis of remote images from Google Earth, and application of questionnaires. The results provide evidence that tourists who visit the destination are motivated by a combination of natural and cultural attractions. The use of the territory carried out by tourists extends spatially beyond the two cities that act as the gateway to the destination: Piranhas-AL and Canindé de São Francisco-SE, forming a destination zone. Furthermore, it was found that market actions in the face of the touristification process show some divergence in relation to the territory actually used by tourists. Finally, it was also verified that the government has been relatively on the sidelines of the touristification process of the Xingó destination.

Key-words: Tourism. Territory. Touristification. Tourist Destination. Xingó (Mesorregião).

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Zona de destinação turística	27
Figura 2: Raio de influência dos centros turísticos.....	29
Figura 3: Ciclo de vida de uma área turística	33
Figura 4: Modelo de desenvolvimento turístico de Miossec.....	36
Figura 5: Distribuição de usos recreativos	45
Figura 6: Sistema turístico de Leiper (1979).....	49
Figura 7: Localização do destino Xingó	72
Figura 8: Usina Hidrelétrica de Xingó.....	90
Figura 9: Cânion e lago de Xingó.....	91
Figura 10: Embarcações da empresa MFTur no lago de Xingó	93
Figura 11: Xingó Parque Hotel.....	94
Figura 12: Atrativos turísticos no destino Xingó.....	97
Figura 13: Casarios no centro histórico de Piranhas-AL	100
Figura 14: Museu do Sertão Marília Rodrigues	102
Figura 15: Torre do Relógio	104
Figura 16: Igreja Nosso Senhor do Bonfim e monumento Mirante Secular	105
Figura 17: Trilhas da Pedra do Sino e Linha Férrea	107
Figura 18: Principais rotas de deslocamento náutico das embarcações na Rota do Cangaço	108
Figura 19: Atrativos turísticos na Rota do Cangaço	112
Figura 20: Principais rotas de deslocamento náutico das embarcações no lago de Xingó	115
Figura 21: Restaurante Karrancas.....	117
Figura 22: Fazenda Monte Cristo	119
Figura 23: Restaurante Show da Natureza	120
Figura 24: Restaurante Reserva Ecológico Castanho	121
Figura 25: Prainha da Dulce	123
Figura 26: Cânion de Xingó	124
Figura 27: Vale dos Mestres.....	126
Figura 28: Museu de Arqueologia de Xingó	127
Figura 29: Fluxo turístico para o destino Xingó.....	131
Figura 30: Alguns dos hotéis da infraestrutura hoteleira no destino Xingó.....	138

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Principais mercados emissores para Alagoas	69
Gráfico 2: Canais de divulgação sobre o destino turístico Xingó	134
Gráfico 3: Meio de locomoção no destino turístico Xingó	141

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Distâncias entre Aracaju e Maceió e seus respectivos municípios do destino Xingó	73
Tabela 2: Coordenadas geográfica dos municípios do destino Xingó	73
Tabela 3: Demografia dos municípios de maior influência da destinação Xingó em relação ao seu respectivo estado.....	75
Tabela 4: PIB 2013-2017 a preços correntes (x 1.000) R\$	77
Tabela 5: Embarcações da empresa MFTur atuando no destino Xingó	92
Tabela 6: Rota efetuada pelos catamarãs nos espaços de deslocamento intradestino na Rota do Cangaço.....	109
Tabela 7: Rota efetuada pelos catamarãs nos espaços de deslocamento intradestino no lago de Xingó.....	116
Tabela 8: Cidades emissoras de turistas para o destino turístico Xingó	132
Tabela 9: Empresas ligadas ao turismo no destino turístico Xingó	137

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CBHSF	Comitê da Bacia Hidrográfica do rio São Francisco
CHESF	Companhia Hidro Elétrica do São Francisco
CPRM	Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ICMBIO	Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade
IDH	Índice de Desenvolvimento Humano
IFDM	Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal
IGDEMA	Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente
IPHAN	Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional
LTTD	Laboratório de Território, Turismo e Desenvolvimento
MAX	Museu de Arqueologia de Xingó
MONA	Monumento Natural
OMT	Organização Mundial do Turismo
PRODETUR	Programa de Ações para o Desenvolvimento do Turismo
PRT	Programa de Regionalização do Turismo
SEDETUR	Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo
TALC	Tourism Area Life Cycle
UFAL	Universidade Federal de Alagoas
UHE	Usina Hidrelétrica
UNWTO	World Tourism Organization

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1 EMBASAMENTO TEÓRICO-CONCEITUAL	21
1.1 Destinação Turística.....	21
1.2 Ciclo de vida da destinação turística	32
1.3 Território, territorialidade, territorialização e sua relação com o turismo	37
1.4 Turistificação dos espaços e produção do território para e pelo turismo	46
1.4.1 Aporte conceitual.....	46
1.4.2 Turistificação dos territórios turísticos	48
1.5 Planejamento turístico	52
2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	59
2.1 Critérios para a escolha do estudo.....	60
2.2 Etapas e técnicas da pesquisa de campo.....	63
2.3 Análise e interpretação de dados	65
3 CENÁRIOS DO TURISMO NO TERRITÓRIO DO DESTINO XINGÓ	67
3.1 Turismo em Alagoas	67
3.2 Destino Turístico Xingó	70
3.2.1 Aspectos socioeconômicos e demográficos	73
3.2.2 Aspectos naturais	80
3.2.3 Dos primórdios ao turismo atual	82
4 TURISTIFICAÇÃO NO DESTINO XINGÓ: AÇÃO DO MERCADO E DOS TURISTAS	88
4.1 O território do destino Xingó como uma zona de destinação efetivamente usada pelos visitantes.....	88
4.2 Aspectos da oferta e do fluxo turístico no destino Xingó	129
4.3 Pertinências e Incongruências das ações do mercado no destino turístico Xingó e o território usado pelos visitantes.....	143
CONCLUSÃO	148
REFERÊNCIAS	153
APÊNDICE A	160

INTRODUÇÃO

O turismo é considerado por muitos pesquisadores como uma das mais importantes atividades econômicas no mundo contemporâneo. As atividades que o compõem encontram-se integradas ao processo de globalização econômica, sendo responsável pela produção de novos espaços territoriais e pelo desenvolvimento socioeconômico de muitas regiões. Nessa perspectiva, o turismo é importante tanto em países centrais quanto em países subdesenvolvidos, cujos governos o veem como uma alternativa de desenvolvimento. Contudo, são necessárias medidas de planejamento e gerenciamento para que o turismo proporcione benefícios sociais e econômicos nos destinos turísticos, e diminua ao máximo os seus efeitos negativos (PEARCE, 2003; FRATUCCI, 2007; CÂMELO, 2016; ARAUJO; MOURA, 2007).

Com o avanço dos meios de comunicação e dos transportes, milhares de lugares ao redor do planeta estão ao mesmo tempo visíveis e relativamente próximos dos centros geradores de demanda turística, pelo menos para os que podem arcar com os custos das viagens aéreas. A exposição das paisagens naturais do mundo nos diversos tipos de mídias desenvolve nos indivíduos o desejo de estabelecer contato com o novo, representado, nesse caso, por lugares que eles ainda não visitaram. O contato com natureza supostamente preservada constitui atualmente uma das principais motivações das viagens de lazer. Por isso, o olhar dos turistas passou a se voltar para essas paisagens, gerando expectativas de vivência de novas experiências prazerosas, diferentes das associadas às paisagens habituais com as quais os indivíduos se deparam na sua vida cotidiana (URRY, 1990). Dessa forma, os mais variados tipos de paisagens são valorizados, desde os lugar-comum, como praias, lagos e planícies, até paisagens mais desafiadoras, como desertos, regiões semiáridas e montanhas. Assim, os processos de deslocamento de pessoas e visita aos destinos turísticos colocam em um estreito relacionamento os aspectos ambientais, socioculturais e econômicos, processo esse, que formam os territórios turísticos.

Como os grandes centros emissores de turistas frequentemente consistem em áreas urbanas com estilo de vida estressante, viajar tornou-se sinônimo de fugir da rotina para recuperar as energias. A indústria do lazer, como a denomina Krippendorf (2009), colocou à disposição dos cidadãos os mais diferentes meios tecnológicos e informacionais para que o indivíduo aproveite o seu tempo livre, envolvendo não somente a satisfação, mas também as expectativas e os desejos correspondentes, em lugares que não aquele no qual o turista

potencial reside e trabalha. Ao permitir o consumo¹ do clima, da natureza, da paisagem, da cultura, etc., Krippendorf (2009, p. 13) argumenta que “O turismo funciona como terapia da sociedade”. Segundo esse autor, viajamos e voltamos para casa, e logo todo o ciclo se repete. Assim sendo, “[...] o turismo é simultaneamente ócio e trabalho, produto do modo de viver contemporâneo, cujos serviços criam formas confortáveis e prazerosas de viver, restritas a poucos [...]”, como ressalta Coriolano (2006, p. 368).

O processo de viajar e consumir as paisagens, a natureza, o novo, adquirindo novas experiências em momentos de lazer, faz com que os espaços que são apropriados pelo turismo passem por um intenso processo de turistificação, como parte do processo de reprodução do capital (FRATUCCI, 2007). Nesse caso, a turistificação, segundo Knafou (1996), abrange desde o turista até órgãos públicos (agentes do poder público) e privados (agentes de mercado), responsáveis respectivamente pela visitação; planejamento, provisão de infraestrutura e gestão de destinos; e pela oferta de produtos, serviços e atrativos turísticos. O território sob processo de turistificação assume diferentes significados para os turistas, empresários e trabalhadores, o que exige que o Estado atue como mediador na solução de problemas potenciais. Para os turistas, o destino representa território de lazer e descanso das obrigações do trabalho. Para os trabalhadores e empresários, o território usado assume a posição de produção e trabalho, na qual, exercem influências na territorialização da atividade (VASCONCELOS, 2017; FRATUCCI, 2007). É com essa perspectiva que esta pesquisa busca analisar, como parte dos seus objetivos, os usos que os turistas fazem do território em seu momento de lazer no destino Xingó – nosso objeto de estudo –, associando esses usos a sua dimensão espacial, o que, em última instância, influencia a constituição de um território turístico que tem determinados limites espaciais.

Compreendendo o turismo como fenômeno socioespacial relacionado ao tempo livre, de ócio, em conexão com o interesse das pessoas em viver novas experiências, surgem nos destinos, como resposta à demanda, a oferta de infraestrutura e serviços, como a criação de meios de hospedagem e transportes para responder à crescente demanda que surge nos lugares por causa dos fluxos de turistas. Isso faz da atividade turística um sistema de produção econômica. Como consequência, Fratucci (2007, p. 12) argumenta que “[e]sse crescimento quantitativo, gera uma alteração qualitativa na estrutura das viagens e dos destinos turísticos, transformando o turismo em um dos setores econômicos mais dinâmicos e lucrativos da atualidade[...]”. É em parte com base nessa percepção que o governo brasileiro tem criado

¹ O consumo, assim como o ter, se tornou fenômeno muito valorizado no mundo atual.

políticas públicas de fomento à atividade, normalmente com o governo dos estados e municípios sendo chamados a desempenhar um papel central na execução da política setorial.

O turismo contemporâneo é, segundo Fratucci (Ibid., p. 09) “[...] resultado da apropriação dos elementos constitutivos do fenômeno socioespacial das viagens temporárias, que caracteriza o próprio modo de ser do homem, pelo capital”. Como consequência, o processo de turistificação do espaço gera atividades econômicas que contribuem para o crescimento da economia e pode contribuir também para o desenvolvimento² local e/ou região. Para se reproduzir, apropriam-se dos mais variados tipos de recursos contidos no território e apresenta-os como atrativos, dessa forma, o turismo age produzindo novas configurações geográficas, tanto na territorialização quanto na desterritorialização do espaço (CORIOLANO, 2006), fenômeno que é discutido por Haesbaert (2007) como sendo parte da dinâmica espacial no capitalismo contemporâneo em geral.

Na visão de Cruz (2002), ao se inserir em determinado lugar ou região o turismo também produz e ao mesmo tempo (re)organiza o território, o que faz com que o espaço geográfico seja modificado, (re)produzido e (re)organizado em função do turismo. Compreende-se neste estudo que a territorialização do espaço nos destinos é guiada significativamente pelos usos que o turista faz do espaço geográfico, levando à constituição de territórios do e para o turismo. Assim sendo, consideramos pertinente utilizar neste estudo a noção de “território usado” de Milton Santos, para compreender os usos que os turistas fazem do território no contexto da destinação Xingó. Entretanto, a noção de “território usado” empregada nesta pesquisa, tomada emprestada de Santos et al. (2007), foi adaptada para esta dissertação. Por exemplo, para Santos et al.,

O território não é apenas o conjunto dos sistemas naturais e de sistemas de coisas superpostas; o território tem que ser entendido como *território usado*, não o território em si. O território usado é o chão mais a identidade. A identidade é o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence. O território é o fundamento do trabalho. O lugar da residência, das trocas materiais e espirituais e do exercício da vida (2007, p. 14 – ênfase no original).

Assim, enquanto para os mencionados autores o território usado inclui, além do chão, a identidade, relações de pertencimento, nesta dissertação o termo diz respeito apenas ao uso do chão, isto é, o espaço geográfico que é efetivamente usado pelo visitante, não podendo haver, portanto, relação de pertencimento, uma vez que o visitante tem apenas uma vivência efêmera

² O crescimento econômico nem sempre contribui de forma significativa para o desenvolvimento social, isto é, para a melhoria na qualidade de vida das pessoas. Entretanto, dependendo da forma pela qual o turismo se desenvolve local ou regionalmente ele pode contribuir para o desenvolvimento.

com o destino; busca-se entender o uso funcional do espaço, constituindo, como consequência, territórios turísticos.

Além disso, o espaço é composto por sistemas de objetos e sistemas de ações. Por isso, quando uma área é turistificada, se instala no destino um jogo de relações que afeta os territórios anteriores e cria um território próprio do turismo cuja dinâmica envolve os interesses dos atores sociais. Santos (1985, p. 49) afirma que [...] “para estudar o espaço, cumpre apreender sua relação com a sociedade, pois é esta que dita a compreensão dos efeitos dos processos (tempo e mudança)”. Levando em consideração a concepção de território usado de Santos (Ibid.), podemos compreender o território efetivamente usado pelo turista como estando relacionado de uma forma ou de outra, às duas outras fontes de turistificação propostas por Knafou (1996), isto é, o governo e a iniciativa privada. Mais especificamente, se está interessado neste trabalho em se entender como se dá a relação entre o território efetivamente usado pelo visitante e as ações dos agentes do mercado (*trade*). Busca-se compreender se há convergência ou divergência entre as ações do mercado e o uso realizado pelos turistas no destino Xingó.

Para se estudar o fenômeno turístico em uma determinada destinação e entender como ela encontra-se configurada espacialmente, é necessário se recorrer a pelo menos alguns elementos da história do destino. Dessa forma, se pode entender quando e como o destino surgiu, as mudanças pelas quais ele passou, e como ele se encontra espacializado na atualidade. Para esse fim, pode-se recorrer ao modelo do Ciclo de Vida da Área Turística, que foi proposto por Butler (1980; 2006)³.

Para Butler, o *TALC* de um destino turístico inclui seis fases, a saber: Exploração, Envolvimento, Desenvolvimento, Consolidação, Estagnação e Declínio. O modelo do *TALC*, que é explicado em detalhe no primeiro capítulo, prevê que os destinos turísticos surgem com o início de visitas por exploradores alternativos e inexoravelmente chegam a uma situação de estagnação e declínio, podendo ser rejuvenescidos. Portanto, a aplicação do *TALC* a Xingó pode ajudar a entender como o destino surgiu e evoluiu até o presente. Entretanto, não se tem como objetivo uma compreensão completa de todos os detalhes de cada fase pelas quais esse destino passou. Para este estudo, interessa saber quando e como ele surgiu, e em que fase ele se encontra na atualidade. Busca-se, assim, uma compreensão sobre quais são os limites territoriais do destino turístico Xingó, isto é, até onde se estende o território efetivamente usado pelos turistas.

³ Em inglês, *Tourist Area Life Cycle (TALC)*, que será assim referido neste trabalho.

Com base no exposto acima, um dos interesses deste trabalho é delimitar espacialmente o destino Xingó, que tem como municípios centrais Piranhas, no Estado de Alagoas, situado à margem esquerda do rio São Francisco, e Canindé de São Francisco, em Sergipe, situado à margem direita do referido rio. Com base na delimitação empírica do destino, será estudado se os agentes do mercado têm como referência espacial para as suas ações toda a área do destino, como delimitada neste estudo com base no uso do seu território pelos turistas.

Atualmente, no campo da geografia do turismo, diversos autores estudam e mostram a importância da pesquisa e correspondente criação de conhecimento para o planejamento e gestão de uma destinação. Compreendendo que o turismo é uma atividade de grande importância para o desenvolvimento local e regional, é importante que a formulação de políticas públicas, assim como o planejamento e a gestão dos destinos tenham como base conhecimento científico. Porém, ainda existem diversas lacunas de pesquisa/conhecimento na literatura científica relacionada ao tema.

A região na qual se situa o destino Xingó envolve partes dos territórios de Alagoas e Sergipe (Figura 7), tendo como portões de entrada Piranhas, do lado alagoano do rio São Francisco, e Canindé de São Francisco, no lado sergipano desse rio. A partir de um desses dois lugares, os visitantes circulam pela região, até lugares relativamente distanciados espacialmente, como é o caso do restaurante Show da Natureza, localizado em linha reta a 19 km a Noroeste da sede municipal de Piranhas, às margens do rio São Francisco, no município de Olho d'Água do Casado, assim como a Grota de Angicos, a 11 km em linha reta a Leste de Canindé de São Francisco, local onde Lampião foi assassinado juntamente com parte do seu bando. De forma semelhante, os turistas usam serviços de transportes náuticos e de alimentação e visitam lugares localizados às margens do rio São Francisco ao longo de um trecho de aproximadamente 20 km⁴ a montante da barragem de Xingó.

O lugar no qual foi construída a Usina Hidrelétrica de Xingó já era visitado antes da construção da usina, mas com baixa intensidade, particularmente a cidade de Piranhas. Os dados colhidos em campo nos mostram que após a conclusão e entrada em operação da Usina em 1994, Xingó ganhou novo impulso econômico e em algum momento posterior já havia se consolidado⁵ como destino turístico, com diversas empresas (mercado) ligadas ao turismo tendo investido na área, passando a ofertar serviços, produtos e atrativos em Piranhas e

⁴ Os lugares visitados ao longo desse trecho são esparsos e incluem restaurantes e bares, mirantes, pequenas pousadas, lugares onde catamarãs e outros tipos de barcos param para os visitantes nadarem, foz de rios afluentes do São Francisco com bonitos paredões rochosos verticais etc.

⁵ São necessários estudos para saber a atual fase que o destino turístico Xingó se encontra.

Canindé de São Francisco, assim como em diversos lugares situados no seu entorno. Dessa forma, o conjunto de ofertas possibilitou que o turista e excursionista ao chegarem a Xingó pudessem circular dentro do destino, visitando os atrativos que não se reduzem apenas ao limite político-territorial dos dois municípios mencionados acima. Esse fato é evidenciado por outros estudos realizados sobre o destino Xingó, incluindo artigos e dissertações (BRAGHINI, 2005; BIANCHINI, 2006; SAMPAIO, 2017; ALVES, 2019; SILVA, 2007; PRADO, 2005; SANTANA, 2015), que serão explorados em outras partes dessa dissertação.

Diversos autores que estudam os destinos turísticos (VALLS, 2006; LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2012; GUNN, 1994; VIGNATI, 2012) utilizam diferentes critérios para definir o conceito de destino turístico⁶, o que tem implicações para o entendimento de como um destino pode ser delimitado espacialmente. No entanto, de uma forma geral um destino turístico possui alguns elementos centrais, tais como: características próprias que lhe conferem certa identidade ou marca, infraestrutura e acessibilidade de locomoção, atrativos e serviços. Contudo, a delimitação de um destino pode ocorrer ou ser entendida como sendo o resultado de diversos fatores, sendo eles físico-naturais ou histórico-culturais, inclusive com base nos usos do território pelo visitante.

Neste estudo, tomaremos como base a proposição de Gunn (1994) para delimitarmos espacialmente a área de abrangência do destino Xingó. O autor (Ibid.) compreende que um destino turístico normalmente se configura como uma “zona de destinação”, portanto um destino não se limitaria a um ponto específico no espaço, mas englobaria lugares, atrativos e serviços situados no seu espaço circundante. Segundo Gunn (op. Cit.), a área geográfica que compõe uma zona de destinação é dotada de lugares, comunidades, atrativos e diversos tipos de serviços que satisfazem as necessidades dos diferentes segmentos do mercado das viagens, entretanto, com sua composição podendo variar entre diferentes destinos. Com isso, um destino normalmente existe e é operado pelo mercado e planejado e gerido pelo poder público, com base em um conjunto de lugares articulados entre si de alguma forma, a partir de um lugar central. Este é o caso do destino Xingó, o qual tem Piranhas e Canindé de São Francisco como portões de entrada e sede da maior parte dos serviços ofertados aos visitantes, cidades essas a partir das quais os visitantes exploram a região de entorno, isto é, o destino turístico Xingó.

Com base nesse entendimento, entendemos que não seria adequado se planejar o destino Xingó pensando apenas nas duas cidades que configuram seus portões de entrada,

⁶ Esses critérios são discutidos em detalhes no primeiro capítulo.

mais os lugares e atrativos situados no seu entorno imediato, principalmente nas proximidades da barragem da UHE de Xingó. Como os turistas desse destino visitam lugares localizados fora da mencionada área, seria importante também incluí-los como parte do destino. Dessa forma, é necessário pensar o destino turístico como uma zona de destinação, assim como proposto por Gunn (op. Cit.), para fins da formulação de políticas públicas, planejamento, formatação da oferta e gestão do destino, envolvendo o governo e a iniciativa privada. Entendemos que, em tese, com base nesse tipo de abordagem tanto a política pública quanto o mercado, informados científica e teoricamente, teriam maiores possibilidades de sucesso ao longo do tempo na estruturação e gestão do destino.

Assim, levando-se em consideração as observações mencionadas acima, esta pesquisa buscou definir qual é a abrangência real do destino Xingó, usando como critério principal o uso do seu território por parte dos visitantes. Esse primeiro passo será fundamental para que se possa examinar se as ações dos agentes do mercado no destino vem adotando como referência espacial os limites territoriais efetivamente usados pelos visitantes. Com base em Gunn (1994), e levando em consideração os levantamentos de campo realizados na área de estudo, entendemos que o destino Xingó é formado por partes dos cinco municípios, a saber: Piranhas, Olho d'Água do Casado e Delmiro Gouveia, em Alagoas, e Poço Redondo e Canindé do São Francisco, em Sergipe.

Com isso, a pesquisa aqui proposta se alicerça sobre as seguintes questões norteadoras:

- Quais são os atrativos, lugares e serviços normalmente visitados e consumidos pelos visitantes do destino Xingó, situados além das imediações urbanas das cidades de Piranhas e Canindé de São Francisco?
- Com base no território efetivamente usado pelo visitante no destino Xingó, para além da área na qual se localizam os seus portões de entrada, e utilizando-se a noção de Zona de Destinação de Gunn (op. Cit.), qual seria a abrangência espacial real do destino Xingó?
- As ações dos agentes do mercado levam em consideração os limites espaciais efetivos do destino, e direcionam seus serviços com base nos usos efetivos do seu território pelos visitantes?

Mediante essas indagações, este trabalho tem como objetivos:

Objetivo geral

- Compreender a territorialização do destino Xingó, com ênfase no papel exercido pelos turistas no uso do território do destino, isto é, o território efetivamente usado pelos turistas.

Objetivos específicos

- Definir qual é a abrangência espacial do destino Xingó com base no uso do seu território pelo visitante;
- Caracterizar a oferta turista do destino Xingó, priorizando a sua distribuição espacial;
- Compreender a abrangência espacial das ações dos agentes de mercado referentes ao destino Xingó;
- Analisar a existência de convergência ou divergência da ação do mercado, com base nos usos do território pelos visitantes.

Com base na contextualização realizada nesta introdução, e levando-se também em consideração a literatura que foi usada para estruturar o estudo, levantamos a seguinte hipótese de pesquisa: O destino turístico Xingó não se resume apenas aos dois municípios que são os portões de entrada do destino – Piranhas e Canindé de São Francisco –, assim como o conjunto das ações dos agentes de mercado não alcançam, no seu conjunto, toda a zona de destinação formada pelo destino Xingó, levando-se em consideração o território efetivamente usado pelos visitantes.

A dissertação apresenta a seguinte estrutura: O primeiro capítulo aborda as questões teóricas relevantes para o estudo, nas quais, discutem como categoria teórica fundamental para o estudo, o conceito de destino turístico, território e suas relações com o turismo, destacando as principais formas de turistificação dos lugares, além de trabalhar os conceitos de planejamento e ciclo de vida de uma destinação. O segundo capítulo contém informações metodológicas utilizadas no trabalho. O terceiro capítulo apresenta uma contextualização geral do destino turístico Xingó, mostrando ao leitor os aspectos econômicos, sociais e físico-naturais, bem como, as características territoriais (material e simbólica) que serviram como

potencial de atrativo para os turistas. O capítulo também apresenta a abrangência efetiva da delimitação espacial do destino. Por último, o quarto capítulo apresenta e discute os resultados do estudo, destacando principalmente as informações colhidas através dos questionários aplicados aos turistas. Por fim, o texto da dissertação encerra-se com os principais aspectos conclusivos e demais apontamentos que podem servir como base para estudos posteriores que venham a ser desenvolvidos no destino Xingó.

1 EMBASAMENTO TEÓRICO-CONCEITUAL

1.1 Destinação Turística

Existem diferentes maneiras pelas quais se pode definir o conceito de destinação⁷ turística. É o que entendem Saraniemi e Kylänen (2011, p. 133), ao afirmarem que “[...] um destino turístico é um dos conceitos-chave do turismo institucionalizado, mas pesquisadores e profissionais ainda discordam sobre como deve ser definido⁸”. Cooper e Hall (2008) destacam a importância da definição do conceito de destino turístico, tanto para a pesquisa quanto para o planejamento e gestão de destinos. Ao mesmo tempo, esses autores argumentam que se trata de um dos conceitos mais complexos relacionados ao turismo, pois as pessoas (pesquisadores e profissionais de *marketing*) se referem a ele tendo como referência diversas escalas espaciais.

Para Lohmann e Panosso Netto (2012), o destino turístico está relacionado ao local onde pretendemos passar as férias fora do lugar em que residimos, permanecendo nele por um certo tempo, normalmente denominado de estadia. Esse lugar é dotado de atributos que o tornam único como destinação e que durante a sua estadia o turista vivencia experiências que o destino escolhido lhe oferece. Com base nesse entendimento, a área⁹ geográfica visitada pelo turista pode ser uma vila ou vilarejo, uma cidade, uma ilha, uma região, ou até mesmo um país inteiro. Panosso e Netto (Ibid., p. 353) argumentam que um destino ainda pode ser “[...] uma única localidade, um conjunto de múltiplos destinos, como parte de um *tour*, ou um destino móvel, como no caso dos cruzeiros marítimos”. Sendo assim, evidencia-se a pertinência e relevância de se entender as várias formas pelas quais destino turístico é conceituado, a depender do objetivo ou objetivos de quem o faz. Por exemplo, pode haver variações ou ênfase em determinado aspecto se o objetivo é planejamento e gestão, investimento, pesquisa científica, *marketing*, promoção, etc.

Conforme Vignati (2012), podemos também compreender o destino como sendo a região, cidade, local, estado ou país onde se movimentam os fluxos turísticos. Segundo o referido autor, o destino pode ser visto como um território que possui características próprias

⁷ Na literatura que trata do tema, as palavras destino e destinação possuem o mesmo significado, visto que, trata-se apenas de uma tradução literária. Dessa forma, utilizaremos ambas as palavras no decorrer desta dissertação.

⁸ A tourism destination is one of the key concepts of institutionalized tourism, but researchers and practitioners still disagree on how it should be defined. [Texto original].

⁹ Segundo Butler (1980), as áreas turísticas passam por transformações, ou seja, as áreas não são estáticas. Elas evoluem com o tempo e estão em constante processo de mudança. Butler (op. Cit.) utiliza o modelo ciclo de vida da área turística (TALC - *Tourism Area Life Cycle*, em inglês) para explicar as seis fases do ciclo de evolução pelo qual os destinos turísticos tendem a passar.

capazes de atrair fluxos de visitantes. Para esse autor, essa afirmação parte dos seguintes pressupostos:

- O destino turístico é uma unidade que engloba diversos recursos e estruturas, formando um sistema;
- O destino turístico não acompanha necessariamente limites políticos de território (municípios, estados, países). Isso significa que diferentes administrações poderão dividir a responsabilidade pela gestão de um mesmo destino turístico (VIGNATI, 2012, p. 96).

Com essa percepção, o destino pode ter variações na interpretação dos consumidores em função do seu trajeto de viagem, ou seja, um mesmo destino pode ter diferentes funções a partir do seu objetivo frente à demanda turística, devido à motivação ou motivações do visitante, tornando-se, portanto, uma imagem percebida. Por exemplo, a cidade de São Paulo pode ser um destino de lazer para um estrangeiro que comprou um pacote de viagem para visitar o Brasil, concomitantemente, essa mesma cidade pode ser um destino de negócios para alguém que busca oportunidades de investimento.

Jafari (2000) tem uma compreensão que se assemelha de alguma forma à dos autores que foram mencionados acima (VIGNATI, 2012; LOHMANN; NETTO, 2012). Por exemplo, ele vê o destino turístico como sendo o lugar em que o turista pretende passar algum tempo fora de sua casa, podendo o destino ser único ou formado por um conjunto múltiplo de destinos. Entretanto, Jafari (Ibid.) associa alguns elementos importantes ao afirmar que a procura por uma destinação pode ser influenciada por fatores que impulsionam o turismo na origem (emissão) e os fatores de atração nas localidades do destino. Dessa forma, ele destaca que o destino é determinado por algumas condições, dentre as quais são identificadas as que se seguem: os atrativos que constituem os elementos para atrair o turista, os quais podem ser naturais, artificiais, culturais ou sociais; serviços (entretenimento, alojamento, informações turísticas, serviços básicos) que ofereçam possibilidades para sua estadia e permanência no destino; acessibilidade e facilidade de locomoção (acesso a infraestrutura de transportes, incluindo aeroportos, ferrovias, estradas, portos, etc.) dentro ou entre os destinos; por fim, a imagem que compõe um destino, que, no mundo contemporâneo fortemente influenciado por vários tipos de mídia, termina tendo um grande impacto na forma pela qual um destino é percebido.

O autor Josep Francesc Valls (2006), especialista em turismo, com seus mais de vinte anos de vida profissional, se dedicando em estudar os diferentes segmentos de um destino

turístico, aborda em sua obra¹⁰ a conceituação de destino turístico, incluindo uma série de características que devem ser levadas em consideração no momento de defini-lo. Suas contribuições, assim como dos demais autores citados nesta dissertação, nos ajudará a compreender nosso objeto de estudo – destino turístico Xingó –, visto que, existem diferentes formas de conceituações e concepções na literatura pertinente. Com isso, o autor afirma,

[...] definimos destino turístico de país, região ou estado, cidade ou lugar como um espaço geográfico determinado, com características de clima, raízes, infra-estruturas e serviços; com certa capacidade administrativa para desenvolver instrumentos comuns de planejamento; que adquire centralidade atraindo turistas mediante produtos perfeitamente estruturados e adaptados às satisfações buscadas, graças à valorização e ordenação dos atrativos disponíveis; dotado de uma marca e que se comercializa tendo em conta seu caráter integral (VALLS, 2006, p. 16).

Nesse entendimento, o destino turístico pode ser qualquer unidade territorial em um espaço geográfico homogêneo, com suas características, mas que possua planejamento e administração para se desenvolver. Em função disso, a destinação pode estar relacionada a diversas escalas, podendo englobar um grupo de municípios, regiões, comunidades, estados etc., que, de certa forma, constituam unidades integradas que possuam características em comum.

O destino turístico deve adquirir centralidade, ou seja, o viajante deve ter como objetivo o território dotado de características do seu interesse como visitante, para que se torne uma experiência turística que atenda seus anseios e expectativas, que justifique o deslocamento do seu local de residência até o destino. Por atrair pessoas, cada território deve ser planejado e gerido com seus diferentes agentes de turistificação, cada um em relação ao seu âmbito de atuação, para que todas as dimensões importantes para que um destino funcione bem sejam contempladas. Valls (2006) enfatiza que os atrativos e recursos disponíveis para os turistas e demais visitantes em cada território, deve possuir uma estruturação na oferta para satisfazer os clientes. Assim, a valorização dos atrativos de determinado lugar será ordenada em função da sua procura. A destinação também tem por característica a sua marca, que, através da sua imagem, revele a sua potencialidade de oferta, para que possa ter sua comercialização em conjunto.

Tomando como base a conceituação de Valls (2006), podemos afirmar que as cidades brasileiras que possuem vocação turística estão dentro das características citadas pelo autor para serem consideradas como destinação. Possuem atrativos turísticos, serviços,

¹⁰ Livro intitulado *Gestão integral de destinos turísticos* (2006). Existem outras obras importantes de Josep-Francesc Valls: *Imagen de marca de los países* (McGraw-Hill, 1992), *Las claves del mercado turístico* (Deusto, 1996) e *Gestión de empresas de turismo y ocio* (Gestión, 2000).

infraestrutura, instalações, projetos e órgãos planejadores de políticas públicas. Embora, os destinos turísticos exijam mais harmonia interna entre o governo e entidades privadas, eles ainda apresentam clareza institucional e organizacional, com o objetivo de aumentar a indústria do turismo com mais regularidade e possibilitando uma maior satisfação aos visitantes.

Ainda na linha de pensamento de Valls (2006, p. 17), as funções do destino turístico configuram estruturas sociais, culturais etc., em forma de rede, a fim de alcançar a melhor qualidade de vida dos consumidores internos, isto é, dos cidadãos do próprio território; em competir em escala internacional em todos os aspectos possíveis e atrair os melhores turistas capazes de desfrutar de toda a oferta estruturada, ou de parte dela; obter um desenvolvimento econômico superior ao que se conseguiria mediante a combinação dos demais fatores de produção; e, em geral, a fim de que as pessoas que ali vivem, e os visitantes, obtenham a satisfação buscada, tendo seus interesses particulares atendidos. As funções que representam o destino turístico estão também relacionadas com quatro objetivos, sendo: a qualidade de vida dos seus cidadãos; na competitividade internacional para atrair capitais; desenvolvimento econômico superior; e possibilitar a satisfação do turista e visitante.

Refletindo o argumento de que a definição de destino turístico pode variar, Fletcher et al. (2018) destacam que para inúmeros consumidores, portanto, em uma visão influenciada pelas exigências do mercado, o destino turístico torna-se o fator principal da motivação por trás da escolha e das expectativas dos viajantes (consumidores). Nesse contexto, os autores sinalizam a possibilidade da existência de diversos tipos de destinos particulares, com base nas motivações dos consumidores, porém classificam-se basicamente em: 1) destinos costeiros; 2) destinos urbanos; e 3) destinos rurais. Assim, o *mix* de produtos que constitui a oferta do destino varia segundo a natureza de cada uma das categorias identificadas por Fletcher et al. (Ibid.).

À vista dessa forma de se compreender o que seria um destino, este deve oferecer suporte para o desenvolvimento e consumo, no sentido de fornecer comodidades e equipamentos exigidos pelo turista, visto como consumidor. Assim, constituem-se os recursos principais de um destino turístico:

- Unidade geográfica lógica reconhecida pelos visitantes;
- Contém atrações para visitantes;
- Acesso ou possível provisão de acesso;
- Rede de transporte interno;
- Infraestrutura e superestrutura turística estão presentes ou podem ser desenvolvidas;
- Administrativamente possível planejar e gerenciar (FLETCHER et al., 2018, p. 124).

O turista viaja motivado por razões que lhe despertam interesse, seja particularmente pela existência no destino de atrações, serviços, produtos, infraestrutura, dentre outros componentes de consumo que são colocados à disposição do visitante. Assim, a destinação possui uma estreita relação com a percepção do turista, lhes proporcionando a possibilidade de novas experiências, ou seja, o destino turístico é o ponto que abriga tanto os serviços quanto as instalações necessárias para atender às necessidades do turista, conforme as suas motivações (SAMPAIO, 2017; FLORES; MENDES, 2014), permitindo que, uma vez no destino, o turista possa experimentar uma experiência turística do seu interesse pessoal.

Além de reunir os componentes da oferta, tais como infraestrutura, serviços e atrativos, e os elementos da demanda, uma destinação precisa colocar todo o sistema turístico em movimento, que de forma direta e indireta envolve o turista em deslocamento, entre o ponto de partida (região emissora) e o destino (região receptora) (CRUZ, 2003). Conforme pontuam Flores e Mendes (2014, p. 225), “Primeiramente há a decisão do turista em viajar, influenciado por diversos fatores, tais como as motivações pessoais, a imagem que ele tem do lugar e as vantagens comparativas existentes entre os diferentes destinos alternativos”. Dessa forma, os agentes responsáveis pelo planejamento e gestão de um destino, particularmente o mercado e o poder público, enfrentam um grande desafio no sentido de serem efetivos no atendimento dos interesses dos visitantes, de tal forma que eles fiquem satisfeitos com sua experiência de destino. Esse desafio é muito desafiador na atualidade, no Brasil, uma vez que os destinos se multiplicam, o que impõe um nível competitivo mais elevado.

Em uma perspectiva mais de cunho técnico, a Organização Mundial do Turismo (UNWTO) identifica alguns aspectos e atributos que estão associados ao conceito de destinação turística, que é caracterizada como

Um espaço físico com ou sem limites administrativos e / ou analíticos nos quais um visitante pode passar a noite. É o cluster (co-localização) de produtos e serviços, atividades e experiências ao longo da cadeia de valor do turismo e uma unidade básica de análise do turismo. Um destino incorpora vários stakeholders e pode trabalhar em rede para formar destinos maiores. Também é intangível com sua imagem e identidade que podem influenciar sua competitividade no mercado¹¹ (UNWTO, 2016, p. 13, tradução nossa).

Observa-se na definição da UNWTO que o conceito de destino é definido tendo-se como referência o espaço físico, englobando os serviços, possibilidades de experiências e

¹¹ A physical space with or without administrative and/or analytical boundaries in which a visitor can spend an overnight. It is the cluster (co-location) of products and services, and of activities and experiences along the tourism value chain and a basic unit of analysis of tourism. A destination incorporates various stakeholders and can network to form larger destinations. It is also intangible with its image and identity which may influence its market competitiveness [Texto original].

atividades (atrações) que ele encerra, podendo envolver outros agentes para formar um destino maior. A ideia de *cluster* envolvendo produtos, serviços, atividades e a oferta ao turista de possibilidades de vivência de experiências parece ser mais condizente com a dimensão funcional de um destino turístico. Entretanto, a noção de limites territoriais do destino, que é de importância central para o planejamento e gestão, não é explorada.

Uma contribuição para o conceito de destino, que parece ser pertinente para este estudo é a de Gunn (1994), que além de levar em consideração as dimensões da demanda e da oferta, incorpora uma dimensão espacial. Para ele, um destino turístico deve ser visto como sendo uma “zona de destinação” (Figura 1). Para esse autor (Ibid.), o turismo se desenvolve em uma área que abrange comunidades interligadas. Assim, o planejamento precisa incluir na estruturação do destino as áreas rurais localizadas ao redor dessas comunidades, as quais estão incluídas dentro de uma determinada zona de destinação. Essas comunidades exercem papel fundamental para os visitantes, pois fornecem serviços para suprir a maioria das suas necessidades. Ao chegarem ao destino, os turistas demandarão os serviços disponíveis nas comunidades que formam o destino, assim como as atrações e demais recursos existentes na área circunscrita pelo destino, isto é, a zona de destinação nos limites da qual o visitante circula.

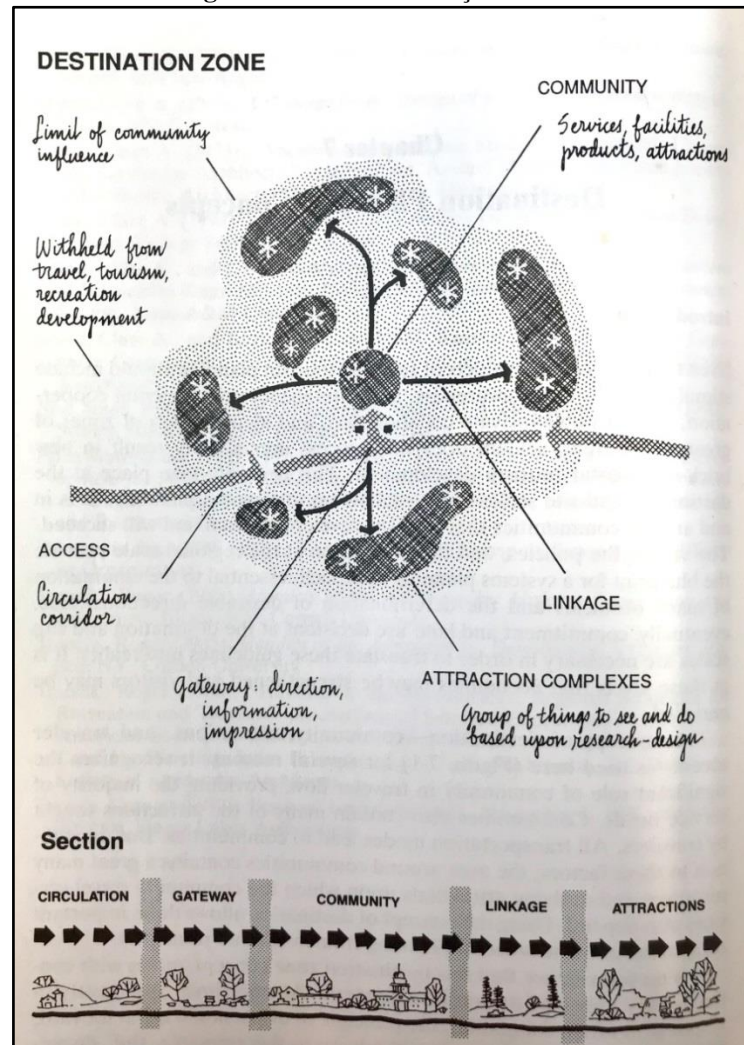
Uma zona de destinação constitui-se de alguns elementos básicos, a saber: “1. Transporte e acesso a uma ou mais comunidades; 2. Uma ou mais comunidades com serviços públicos e serviços de viagem adequados. 3; Complexos de atrações (*clusters*) que atendem às necessidades do mercado; e 4. Ligações de transporte eficientes e atraentes entre cidades e atrações¹²” (GUNN, 1994, p. 27-28). Sendo assim, pode-se deduzir com base na proposição de Gunn (Ibid.) que normalmente um destino não se limita a um ponto nodal no espaço¹³, mas articula uma rede de comunidades, atrações e serviços.

O autor (Ibid.) enfatiza que é importante que haja um planejamento adequado de uma zona de destinação, de tal forma que sejam atingidos objetivos sociais, econômicos e ambientais ao mesmo tempo, e para que o destino contenha atrações e serviços que satisfaçam o mercado turístico. Quanto maior a diversidade da oferta turística das localidades que formam o destino, em tese maior será a sua procura.

¹² 1. Transportation and access to one or more communities. 2. One or more communities with adequate public utilities and travel services. 3. Attraction complexes (clusters) that meet market needs. 4. Efficient and attractive transportation linkages between cities and attractions. [Texto original].

¹³ Obviamente, há casos nos quais o destino é muito contido espacialmente, mas esses casos tendem a ser exceções.

Figura 1: Zona de destinação turística



Fonte: Gunn (1994).

Entende-se então, que o turista chega ao ponto central da destinação, normalmente uma ou mais cidades que funcionam como portão de entrada a uma determinada região, composto por infraestruturas, atrações e serviços (transporte, atrativos, pousadas, hotéis, bares, restaurantes, farmácias, bancos etc.), e que durante o seu tempo de estadia o visitante circula entre a comunidade central e as atrações presentes no destino, distribuídas espacialmente até uma determinada distância da cidade principal. Entretanto, ao circular pelas comunidades e atrações do destino, poderá chegar um momento em que o turista se distanciará da comunidade central do destino¹⁴, podendo adentrar em outra destinação ou espaço desprovido da função turística.

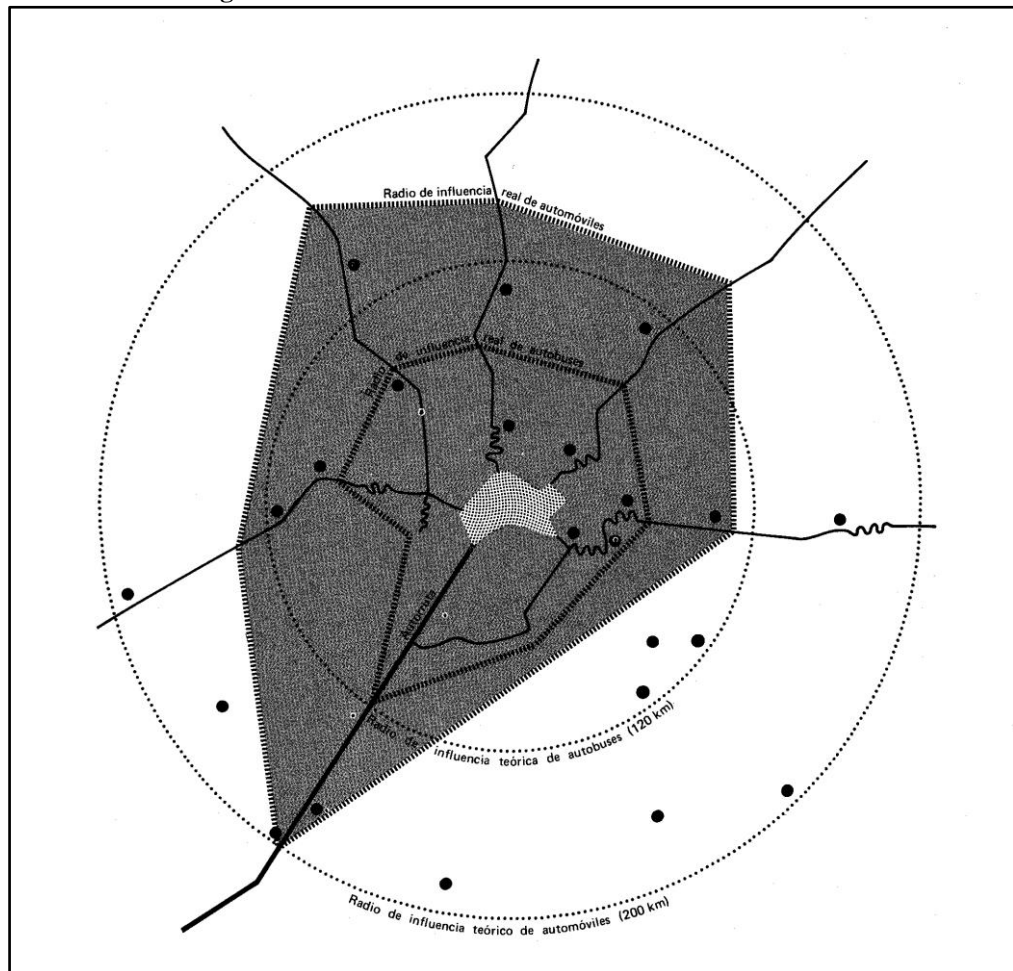
¹⁴ À medida em que o visitante se distancia da comunidade central do destino, normalmente decresce com a distância a função turística (oferta e procura) – a noção de *distance decay*. Esse fenômeno é de central importância para se estabelecer os delimites espaciais de um destino como uma zona de destinação.

A revisão teórica e a teoria do espaço turístico proposta pelo autor argentino Roberto C. Boullón, em sua obra intitulada “Planificación del espacio turístico” (2006), nos ajuda a compreender os componentes do espaço turístico. Boullón (2006) propõe a ideia do raio de abrangência do destino turístico (Figura 2) para exemplificar a distância percorrida pelo visitante a partir do centro principal do destino.

O raio de influência é entendido pelo tempo percorrido nos espaços físicos que permitem viagens de ida e volta em um dia. Nos centros turísticos, o raio de influência é estimado em duas horas de distância-tempo. Essa relação é uma medida para determinar a extensão do percurso em tempo em que um ônibus turístico pode percorrer naquela unidade de tempo. Com isso, a distância é considerada variável porque o número de quilômetros que podem ser percorridos depende da topografia do terreno, do tipo de estrada e da sua conservação (BOULLÓN, 2006).

O limite de duas horas proposto pelo autor (Ibid.), é um limite aproximado que serve como uma ferramenta de ajuda prática para estimar a extensão do território turístico que pode ser percorrido a partir de determinado centro. Em sua aplicação, deve-se haver flexibilidade, pois se trata de um critério e não apenas de medidas precisas, portanto, é razoável que se inclua alguns atrativos que estejam localizadas em alguns minutos de distância a mais do que o estabelecido.

Para exemplificar a distância percorrida, Boullón (2006) leva em consideração a velocidade média de um ônibus e uma rodovia de 60 quilômetros por hora, o raio máximo será cerca de 120 quilômetros e o raio mínimo de cerca de 60 quilômetros – calculado em uma velocidade de 30 quilômetros por hora em estradas que não estão bem conservadas. Ao escolher como meio de transporte o ônibus ou outro transporte, se trabalha com o turista de classe média, que são os que contratam os serviços de agências de viagens receptivas. Isso não impede que os turistas que viajam por estrada, dirigindo em carro próprio ou alugado façam essas viagens. Nesse caso, o tempo máximo de distância pode ser de até 200 quilômetros e o tempo mínimo, de até 100 quilômetros. Ter como base uma distância máxima de 200 quilômetros, não significa uma velocidade média exagerada, mas leva em consideração quando não se viaja em tour organizado, os horários são mais flexíveis. Essa possibilidade permite que em estradas bem conservadas, e que se deseje conhecer determinado atrativo, o turista pode percorrer uma distância de até 400 quilômetros de ida e volta em um dia para visitá-lo.

Figura 2: Raio de influência dos centros turísticos

Fonte: Boullón (2006)

A figura anterior (figura 2) sintetiza as situações que podem ocorrer. Os dois círculos delineados com uma linha pontilhada representam a dimensão máxima que pode ser alcançada em uma viagem de carro ou ônibus. Analisando uma situação real em estudo, traçando o raio de influência, permite que se observem os centros que compõe o sistema do destino turístico, e descobrir se esse campo teórico abrange áreas possíveis de atrações que não são exploradas – parte inferior da imagem –, seja por falta de acesso ou por estradas que necessitem de melhorias (BOULLÓN, 2006).

Ao pré-definir a distância máxima a que os visitantes podem encontrar locais de interesse, podem ser estabelecidos dados técnicos para enquadrar as ações para infraestrutura turística em cada centro. A partir do momento em que o acesso é melhorado, o alcance real de ônibus e automóveis pode ser ampliado. A vista disso, o raio de influência do centro turístico é flexível.

Continuando com a discussão em torno da noção de destino turístico, Framke (2002 *apud* FLORES; MENDES, 2014, p. 227), com base em uma análise social e cultural, afirma

que “[...] o destino turístico é apresentado como o resultado da prática social, sendo que cada atividade acontece em um lugar, e essas atividades formam o lugar”. Os referidos autores chamam a atenção para o fato de que o destino não é constituído apenas de uma aglomeração, seja de instalações ou empresas, de forma desconectada umas das outras. Na realidade, um destino envolve um grupo de sujeitos sociais participantes, que estabelecem relações entre si, e que dinamizam o recorte espacial que forma o destino. Assim, sempre ocorrem transformações de caráter espacial quando ocorrem mudanças nas atividades que constituem o turismo.

Além das características factuais e empíricas que formam os destinos turísticos constituindo sua dimensão tangível, eles tendem a desenvolver uma imagem, de forma intencional ou não, que é percebida pelo visitante efetivo ou potencial, apresentando uma dimensão intangível, que pode ter forte força atrativa. Assim, a imagem associada a um destino pode ser vista como uma marca, *brand* em inglês, que não se limita unicamente à área do *marketing*, mas pode incluir elementos tangíveis e intangíveis que as campanhas de *marketing* podem não captar. Por isso, Pimentel et al. (2006, p. 283) propõem que “A análise da imagem possibilitará que o destino seja gerido de forma a atender as expectativas dos visitantes, dos residentes e das organizações gerando o seu desenvolvimento e possibilitando sua permanência no mercado competitivo”. Desse modo, a imagem pode gerar nos consumidores turistas uma percepção sobre os destinos turísticos, o que pode, em tese, contribuir para que se entenda, na visão do visitante, até onde um destino se estende, em outras palavras, qual seria a delimitação espacial de um destino.

Por exemplo, Lohmann e Panosso Neto (2012, p. 356) argumentam que a “[...] imagem [de um destino] está ligada à percepção, à compreensão e à ideia que os consumidores, ou as pessoas em geral, têm do destino”. Para o destino turístico, a imagem tem se tornado cada vez mais essencial, pois através da mesma o turista decide o local a ser visitado, pois a imagem que os turistas têm de um determinado destino ‘seleciona’ seus elementos constituintes – aspectos sociais, econômicos, físicos, paisagísticos – os relacionando a um determinado recorte espacial, embora esse recorte possa ser um tanto vago na percepção do visitante. Por isso, é importante que se estude quais são as demandas e usos que o visitante efetivamente realiza quando está em um determinado destino, isto é, o território efetivamente usado (SANTOS; SILVEIRA, 2006) pelos turistas.

A imagem do destino é utilizada para o desenvolvimento do turismo, sendo responsável por transmitir a identidade da destinação ao público, principalmente, embora não exclusivamente ao turista. A imagem pode transmitir a natureza da oferta, que através da ação

do *marketing* pretende-se influenciar na escolha dos turistas, visando informar-lhes sobre o destino, seus produtos, ofertas e atrativos. Segundo Pimentel et al. (2006, p. 289),

[...] o desenvolvimento do destino depende das características dos produtos para gerar ações capazes de influenciar na organização do espaço com a intenção final de captar a procura para estes produtos. A marca e a submarca são devidamente planejadas com o objetivo de atrair a demanda segmentada para o destino.

A formação da imagem afeta o que os turistas desejam fazer durante a sua viagem, e, conseqüentemente, pode influenciar o recorte geográfico que poderá ser planejado com o objetivo de constituição de um destino turístico.

Segundo Gândara (2007, p. 02), a imagem é a “[...] soma do produto global que oferece (todos os distintos produtos que possam oferecer um destino), mais o conjunto de ações comunicáveis de que é o objeto este produto ou destino”. O turista cria em sua mente uma percepção sobre o local a ser visitado; essa percepção está ligada às informações e experiências que o turista desenvolve. Assim,

A percepção que os turistas têm com relação a um determinado destino, ou seja, a soma das informações e as experiências com relação a ele, influem, tanto na eleição do destino como na satisfação que os turistas venham a ter na futura viagem. A imagem é causa da decisão de compra, da satisfação e da possível repetição do destino turístico (GÂNDARA, 2007, p. 06).

Nesse sentido, o turista cria em sua mente uma percepção sobre a destinação escolhida, tornando-o um ponto chave na escolha da mesma, dessa forma, o turista simplifica as experiências e mensagens captadas sobre o destino. Cabe destacar que a imagem torna-se, para o destino, uma característica fundamental na escolha de um produto desejado. As percepções criadas envolvem atributos, tais como, clima e atrativos (cultural ou natural) e até mesmo a estrutura percebida do próprio destino como um todo (JAFARI, 2000; GOMES, 2015; GÂNDARA, 2007). Portanto, se propõe aqui que talvez haja uma correspondência entre o território efetivamente usado pelo visitante em determinado destino e a forma pela qual esse visitante percebe o destino, isto é, seus limites espaciais, experiências possíveis, serviços, infraestrutura, etc. Da mesma forma, talvez seja importante se investigar também se a oferta, envolvendo as ações do poder público e do mercado, levam em consideração no planejamento e promoção do destino elementos associados à percepção do visitante sobre o destino.

É importante lembrar também que os destinos turísticos não constituem uma realidade estática, isto é, um destino normalmente passa por mudanças ao longo do tempo, que são influenciadas por diversos fatores. Como consequência disso, Butler (1980) teoriza que os

destinos turísticos têm um ciclo de vida, ao longo do qual suas fases evolutivas apresentam características distintas.

1.2 Ciclo de vida da destinação turística¹⁵

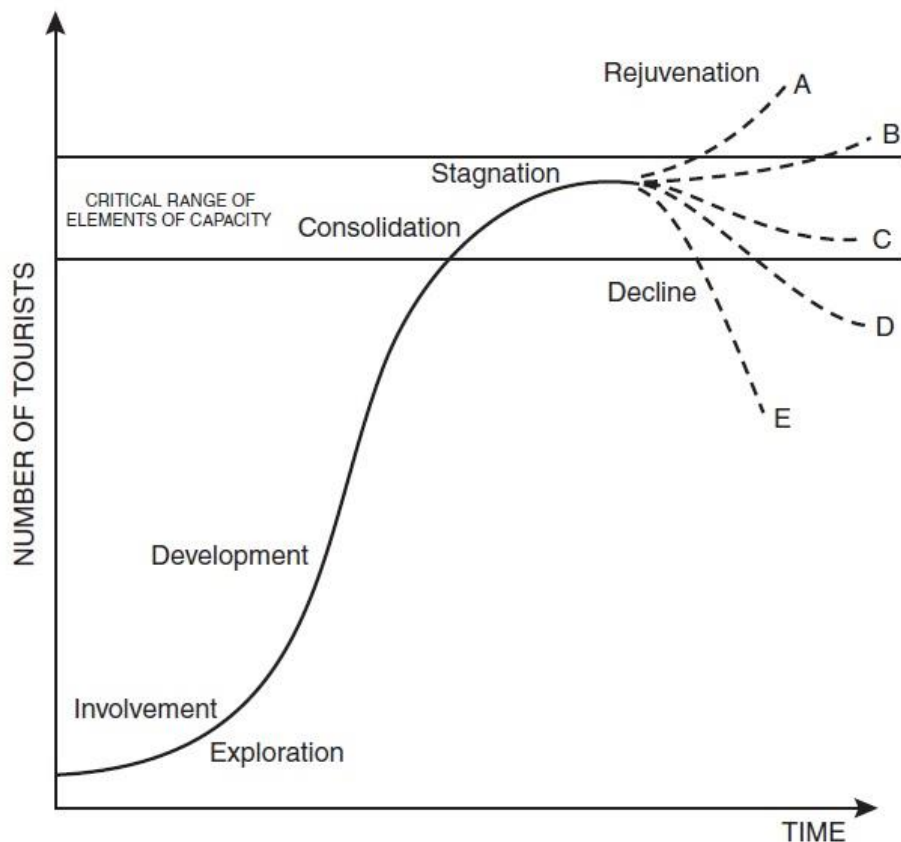
O modelo do ciclo de vida de destinos turísticos, (*Tourism Area Life Cycle - TALC*, em inglês) (BUTLER, 1980), é utilizado por diversos autores na literatura nacional e internacional, permitindo o estudo e aprofundamento no campo da geografia do turismo com o objetivo de compreender e explicar as fases pelas quais as destinações turísticas passam ao longo do tempo (VASCONCELOS, 2017; RUIZ *et al.*, 2014; LIMA; VILAR, 2014; SAMPAIO, 2017). Os estudos de outros autores como o de Christaller (1963), Fox (1973), Fuster (1975) e Miossec (1976), também contribuíram com seus modelos para explicar como os destinos turísticos se comportam à medida que evoluem ao longo do tempo.

Os modelos da evolução de uma destinação são parecidos, entretanto, possuem diferentes denominações ao classificar as fases de evolução de um destino turístico. Por exemplo, o modelo de Fox (1973), é composto de cinco fases denominadas de: pré-comercialização, introdução, crescimento, maturidade e posteriormente o destino declinaria. Já para Fuster (1975), as atividades turísticas de um destino são divididas em seis fases distintas, a saber: sem turismo; em crescimento; equilíbrio; saturação; dissolução; morte do destino turístico.

Contudo, Butler (1980) adaptou na década de 1980 os modelos e estabeleceu o modelo de ciclo de vida de destinos turísticos. Com isso, ele é considerado pioneiro por detalhar teoricamente sua teoria de como o ciclo de um destino turístico muda e age de acordo com sua evolução ao longo do tempo. Segundo o modelo de Butler (*op. cit.*) (Figura 3), o modelo do *TALC* visa identificar o estágio de desenvolvimento de uma destinação, que envolve seis fases distintas: Exploração, Envolvimento, Desenvolvimento, Consolidação, Estagnação e Declínio, após o que pode ocorrer um rejuvenescimento da demanda, criando um novo ciclo de crescimento. Estudos posteriores, editados por Butler (2006), encontraram evidências empíricas segundo as quais depois de passar por um processo de rejuvenescimento, um mesmo destino poderá enfrentar nova estagnação ou declínio, um fenômeno que pode se repetir ao longo do tempo.

¹⁵ A tradução literal da denominação do modelo de Butler (1980) seria Ciclo de Vida da Área Turística.

Figura 3: Ciclo de vida de uma área turística



Fonte: Butler (1980)

Exploração¹⁶. A primeira fase, denominada Exploração, refere-se ao período no qual ocorre a chegada dos primeiros turistas a um determinado destino turístico. A chegada dos turistas é caracterizada pelos exploradores (COHEN, 1972) e os alocêntricos (PLOG, 1974)¹⁷. Durante esse estágio inicial, o lugar não apresenta praticamente nenhum tipo de infraestrutura. Os turistas que o buscam estão normalmente motivados pela procura do novo, do exótico, do desconhecido. Assim, o único contato provável seria com os residentes locais; dessa forma, devido ao baixo fluxo de turistas no lugar, impactos no meio físico e social ainda não se manifestaram, e os movimentos dos turistas no lugar teriam pouca significância para a vida social e econômica dos residentes da localidade.

Envolvimento. O segundo estágio ou fase é caracterizado pelo envolvimento dos moradores locais com os turistas, principalmente por meio da dimensão econômica. À medida

¹⁶ A fase designada por Butler (1980) de Exploração, não ocorre quando o destino turístico passa a ser criado e planejado, a exemplo de Cancun no México e Costa do Sauipe, litoral norte do estado da Bahia.

¹⁷ Tipologias de Cohen (1972) e Plog (1974), pelas quais esses autores explicam as diferentes características comportamentais dos turistas no destino escolhido. Cohen (1972) classificou quatro tipologias de turistas, denominando-os de: nômades/mochileiros; explorador; turista de massa individual; turista de massa organizado. Já Plog (1974) estabeleceu três tipos de turistas: alocêntricos; mesocêntricos; e psicocêntricos.

em que a frequência das visitas aumenta e começam a ter regularidade, alguns residentes ou anfitriões passam a oferecer serviços aos visitantes, podendo ser exclusivos para os mesmos, e de natureza informal, em consonância com o tipo psicográfico do turista que visita o lugar durante esse estágio, isto é, o turista aloccêntrico (PLOG, 1974). Ao passo que as visitas aumentam, o contato entre moradores e turistas passa a ser mais intenso e começa a surgir determinadas propagandas para atrair turistas. Os residentes locais organizam a área inicial que será usada pelos turistas e à medida que os ajustes são realizados no padrão social pelos moradores locais, a pressão inicia-se sobre os governantes para proporcionar serviços (transportes, infraestrutura e demais instalações).

Desenvolvimento. Nesse estágio de evolução do destino, a área turística já está bem definida, com isso, as agências de publicidade divulgam fortemente o destino nos centros emissores. Ao passo que o desenvolvimento ocorre, empresas de hotelaria, instalações e novas infraestruturas passam a surgir no destino. A partir do momento que as organizações externas começam a investir no destino, o envolvimento com os residentes diminui de forma mais rápida, pois deixam de usar a maior parte das instalações que eram fornecidas anteriormente pela população local e passam a utilizar as mais modernas instalações fornecidas por novas empresas de hotelaria, normalmente de fora no lugar. Com maiores investimentos na infraestrutura, atrativos e serviços turísticos, o número de visitas tende a crescer, e em períodos de alta temporada esse número pode ser igual ou exceder a quantidade da população local, conseqüentemente, os conflitos entre ambos (visitantes e residentes locais) começam a aparecer, pois à medida que o fluxo da visita aumenta o território ganha extensas modificações com a prática do turismo, fazendo com que muitos dos residentes locais emigrem para outros lugares. Nesse momento do ciclo de vida do destino, as atrações naturais e culturais serão complementadas com outros atrativos, possibilitando a entrada de novos serviços e crescimento econômico mais denso e rápido.

Consolidação. A partir do estágio de consolidação, as atividades ligadas ao turismo já estão bem estruturadas, tornando-se uma atividade de grande importância para a economia da região. É caracterizada pela chegada de empresas que mantêm a competitividade na localidade, no entanto, com a maior concorrência, será iniciado um processo de esforços para aumentar o tempo de estadia dos visitantes. Essa fase é marcada por uma desaceleração das taxas de crescimento do fluxo turístico. Cabe destacar que algumas instalações podem não ser mais tão procuradas, passando a ser consideradas como sendo de segunda categoria; a partir desse estágio essas instalações perdem centralidade, podendo ser substituídas por outras, novas e mais afinadas com as demandas desse estágio.

Estagnação. Quando o destino atinge a fase de Estagnação, o número de visitantes começa a decair, ocasionando uma redução nas atividades econômicas no destino, os preços baixam e a demanda de turistas passa a ser composta por visitantes de menor poder aquisitivo. As atrações criadas anteriormente começam a se degradar e perder o interesse dos visitantes. Os problemas ambientais e sociais, que já se manifestaram na fase de Desenvolvimento, se agravam devido à construção de hotéis, restaurantes e outras instalações. Também nessa fase ocorrem problemas relacionados à visitação massiva que excede o limite da capacidade de carga local, que foi definida pela Organização Mundial do Turismo em 2001 (apud, SOLLER; BORGHETTI, 2013 p. 514), como sendo o “[...] máximo de uso que se pode fazer dele [destino] sem que causem efeitos negativos sobre seus próprios recursos biológicos, sem reduzir a satisfação dos visitantes ou sem que se produza efeito adverso sobre a sociedade receptora, a economia ou cultura local”. Portanto, a fase de Estagnação é crítica para o futuro do destino, demandando atenção por parte das organizações privadas e do governo.

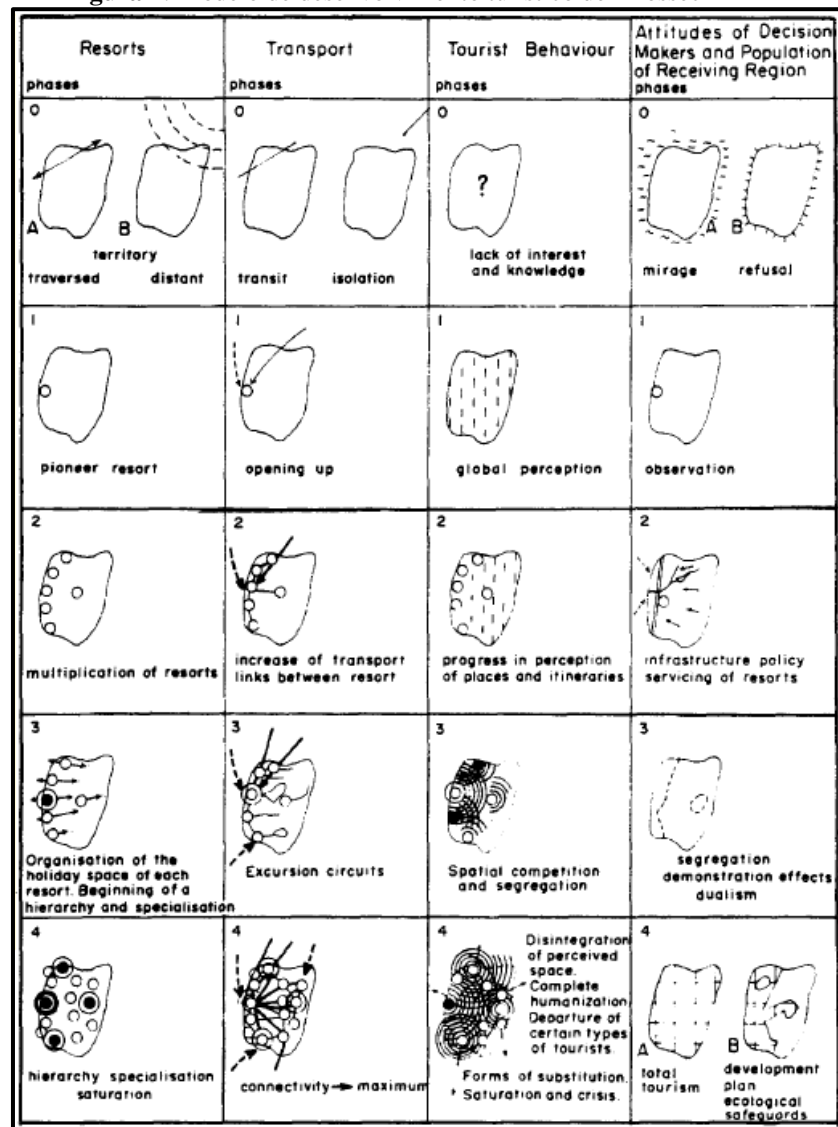
Após as cinco fases anteriores, o destino turístico pode continuar em Estagnação ou entrar em Declínio ou Rejuvenescimento; isso dependerá em parte da atitude dos administradores públicos e planejadores do destino em questão, frente aos problemas que levaram o destino a estagnar (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2012). Ao entrar em uma condição de declínio na sua demanda, a destinação perde visitantes para atrações de outros destinos turísticos, ou seja, a destinação em declínio passa a receber menos visitantes, porém, pode receber turistas para viagens de um dia ou finais de semana, o que em última instância é menos vantajoso para o destino, pois o pernoite implica gastos adicionais do visitante. Nessa situação, o destino não apresenta mais as características atrativas que lhe garantiram grande demanda no passado, com todos os benefícios econômicos e sociais associados.

A partir desse momento, duas possibilidades gerais se apresentam para um destino estagnado, a saber: declínio ou rejuvenescimento. Por um lado, ao passo que o destino se torna menos atraente para os visitantes, as instalações começam a desaparecer, fazendo com que aumente o envolvimento dos residentes locais com as atividades econômicas, pois à medida que o mercado passa a investir menos no destino, os preços ficam mais baixos, possibilitando a compra de instalações por parte dos residentes. Portanto, as infraestruturas e serviços que antes eram destinados ao turismo, passam a exercer outras funções, consequentemente, o destino pode perder sua função turística ou tê-la reduzido substancialmente. Assim, ao atingir uma situação de declínio, a destinação pode se estabilizar indefinidamente. Por outro lado, pode ocorrer o rejuvenescimento na demanda da destinação, resultado de investimentos em remediação ambiental, melhorias na infraestrutura e criação de

novos atrativos, que venham a causar uma mudança significativa na atratividade turística do destino.

Seguindo o fio norteador de desenvolvimento de destinos turísticos, o autor francês Jean-Marie Miossec (1977) também desenvolveu um modelo (Figura 4) parecido com o de Butler (1980) com a finalidade de explicar a “[...] evolução estrutural de regiões turísticas no tempo e no espaço” (PEARCE, 2003, p. 50). Segundo o autor, os destinos turísticos passam por quatro fases de evolução. Em cada fase, o modelo representa a evolução dos *resorts*¹⁸, das redes de transportes, no comportamento do turista e nas atitudes dos indivíduos que possuem a capacidade de decisões e da população receptora.

Figura 4: Modelo de desenvolvimento turístico de Miossec



Fonte: Miossec (1977 apud Pearce, 1979)

¹⁸ Na Geografia do turismo, o conceito de resort pode se referir a uma área em desenvolvimento como também ao próprio empreendimento. Nesta pesquisa, o modelo de Miossec (1977) foi utilizado com a finalidade de auxiliar e descrever a compreensão de desenvolvimento de um destino turístico.

A primeira fase do modelo de desenvolvimento (0 e 1), são as áreas pré-turísticas isoladas, com pouca movimentação e desenvolvimento, o turista não conhece a área, mas os residentes começam a se manifestar e desenvolver interesses para atraírem turistas. Na segunda fase, começam a aparecer pequenos grupos de turistas e a instalação dos primeiros *resorts* (empreendimentos) na área. A comunidade receptora observa o fluxo turístico e o espaço começa a se adensar com a multiplicação de novas infraestruturas, trabalhadores etc. A fase três é uma fase organizacional, ocorrendo a expansão do sistema hierárquico de *resorts* e das redes de transporte, nessa fase o turismo se acentua podendo ocasionar o dualismo no espaço onde o fluxo de turistas é maior e, a aceitação ou rejeição da comunidade receptora e controle da gestão e planejamento.

À medida que evolui, o destino se consolida e pode chegar à saturação (fase 4). Nessa etapa, a conectividade das rotas de comunicação tende a atingir ao máximo, com áreas que anteriormente eram pouca visitadas tornando-se lotadas, as infraestruturas já não suportam a demanda de turistas. O turismo apropria-se de todo o território, o que ocasiona saturação da área. Alguns tipos de turistas que antes buscavam o destino bem estruturado para fugirem da rotina, já não passam mais a ser encontrados (MIOSSEC, 1977).

Para Pearce (2003), o modelo (evolucionário) de Miossec (1977) destaca os diferentes aspectos relacionado às mudanças do comportamento dos turistas a medida que o destino turístico evolui, além disso, os turistas estão cada vez mais conscientes do que o destino turístico como um todo pode oferecer.

Dessa forma, propõe-se aqui que o conhecimento da fase em que um destino turístico se encontra, identificando, portanto, os fatores intervenientes, assim como a atitude do mercado e do poder público frente ao destino, por um lado, e a percepção e demandas de consumo dos seus visitantes, por outro lado, pode ser importante para se conhecer se, além de as ações estarem focadas nos limites espaciais adequados do destino, se elas estão ajustadas às características contextuais do destino.

1.3 Território, territorialidade, territorialização e sua relação com o turismo

Este tópico apresenta uma discussão referente ao conceito de território, o qual é, ao mesmo tempo, dimensão empírica dos destinos turísticos e uma categoria teórica da análise geográfica. Esta seção também aborda as noções de territorialidade, territorialização e multiterritorialidade, estabelecendo uma relação entre eles e os usos turísticos do território. Isso é importante para que se entenda a natureza dos territórios turísticos, visto que, a

atividade turística tem o poder de (re)ordenar os territórios a partir da sua prática de consumo, ou seja “O consumo dos territórios pelo turismo envolve o consumo de um conjunto, indissociável, de bens e serviços que compõe o ‘fazer turístico’, isto é, o ato de praticar o turismo e tudo aquilo que essa prática envolve, em termos de objetos e de ações” (CRUZ, 2002, p. 8). Portanto, o conceito de território, assim como outras noções teóricas a ele associadas, como indicado acima, é muito importante para que se entenda qual é o recorte espacial de um destino turístico, delimitado com base no seu território turístico e seus usos associados.

Primeiramente, se faz necessário compreender que o turismo se apropria e consome os espaços em que se insere, produzindo e (re)organizando os territórios (CRUZ, 2002), constituindo territórios do interesse do turismo. A partir desse entendimento, e recorrendo a outras construções teóricas associadas ao conceito de território, sobretudo com base no pensamento geográfico, oferecemos a seguir uma discussão para entendermos as relações existentes entre turismo e território, buscando compreender como os usos do território pelos turistas podem ser utilizados metodologicamente para se compreender quais seriam os limites territoriais efetivos de um destino turístico.

Santos e Silveira (2006) propõem que “[...] o território, em si mesmo, não constitui uma categoria de análise ao considerarmos o espaço geográfico como tema das ciências sociais, isto é, como questão histórica. A categoria de análise é o território utilizado” (2006, p. 247). Nesse caso, a análise realizada pelos autores se daria a partir do território usado, pois “[...] quando quisermos definir qualquer pedaço do território, devemos levar em conta a interdependência e a inseparabilidade entre materialidade, que inclui a natureza, e o seu uso, que inclui a ação humana, isto é, o trabalho e a política” (SANTOS; SILVEIRA, 2006, p. 247). Do modo como é proposto, o território inclui no espaço os sistemas de ações e sistemas de objetos. Assim,

O espaço deve ser considerado como um conjunto indissociável de que participam, de um lado, certo arranjo de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais, e, de outro, a vida que os preenche e os anima, seja a sociedade em movimento. O conteúdo (da sociedade) não é independente, da forma (os objetos geográficos), e cada forma encerra uma fração do conteúdo. O espaço, por conseguinte, é isto: um conjunto de formas contendo cada qual frações da sociedade em movimento. As formas, pois têm um papel na realização social (SANTOS, 1988, p. 10).

Como afirma Santos (1988), esses objetos interagem entre si, são solidários, mas também contraditórios. Os sistemas de objetos regulam, condicionam e dão forma às ações, já os sistemas de ações criam novos objetos ou se realizam sobre os objetos preexistentes. É

assim que ocorrem as transformações do espaço, e ao considerarmos o turismo como uma atividade que transforma o espaço, entendemos então, que o território é apropriado e modificado pelos interesses dos atores sociais que o integram, possibilitando os “[...] atores hegemônicos de intervir sobre o ordenamento e reordenamento de territórios, numa escala global, resulta[ndo] entre outras coisas, numa crescente artificialidade de objetos e de ações [...]” (CRUZ, 2002, p. 16). Assim, considerando o turismo como uma atividade socioeconômica semelhante a várias outras atividades humanas, entendemos que a transformação do espaço pelo turismo envolve igualmente um processo de apropriação e consumo do espaço, influenciado por fatores físicos, sociais, culturais e econômicos, criando assim os territórios turísticos. Dessa forma, se pode entender que o turismo constitui territórios próprios, na interação com os territórios preexistentes, às vezes os hegemônizando significativamente.

Para Saquet (2011, p. 10) “O espaço é, ao mesmo tempo, heterogêneo, em virtude das ações do Estado e dos agentes do capital que *organizam o território* de acordo com seus interesses” (ênfase no original). Desse modo, o território resulta da espacialização das atividades comandadas pelo Estado e pelo mercado, através do estabelecimento de relações sociais que criam organizações e relações de poder. Com isso, o território é modificado e apropriado largamente pelos interesses dos atores que o integram (SAMPAIO, 2017). Dessa maneira,

As forças econômicas, políticas e culturais, reciprocamente relacionadas e em unidade, efetivam o território, o processo social, *no e com o* espaço geográfico, centrado e emanado *na e da* territorialidade cotidiana dos indivíduos, em diferentes centralidades, temporalidades e territorialidades. Os processos sociais e naturais, e mesmo nosso pensamento, efetivam-se *na e com* a territorialidade cotidiana. É aí, neste nível, que se dá o acontecer de nossa vida e é nesta que se concretiza a territorialidade. O território é apropriado e construído socialmente, resultado e condição do processo de territorialização; é produto do processo de apropriação e domínio social, cotidianamente, inscrevendo-se num *campo de poder*, de relações socioespaciais (SAQUET, 2007, p. 57-58 – ênfases no original).

Dessa forma, o espaço compreende o território, que nele abarca e envolve as relações econômicas, sociais e políticas, efetivando-se então o território, ou os territórios, uma vez que um mesmo recorte espacial pode conter múltiplos territórios, como propõe Haesbaert (2004). Quando um determinado recorte espacial se torna território turístico, normalmente ele já é formado por outros territórios, com o turismo passando a exercer suas territorialidades, buscando construir um território distinto, com identidade própria, embora podendo estabelecer diferentes graus de cooperação com os territórios preexistentes.

Segundo, Haesbaert (2007), desde a sua origem o território nasce com uma dupla conotação, seja material (*terra-territorium*) ou simbólica, *terrio-territor* (terror, aterrorizar). O autor explica (Ibid.) que essa dupla conotação etimológica está relacionada ao ato de domínio (jurídico-político) da terra e pela colocação do medo, do terror, com aqueles que ficam afastados ou impedidos de entrar na terra, no *territorium* (território). Entretanto, percebe-se que para aqueles que usufruem do território, são tidos como privilegiados, pois, apropriam-se e identificam-se com o mesmo. Em qualquer que seja o entendimento, o conceito de território está ligado às relações de poder, seja na compreensão de dominação (concreto) ou no sentido de apropriação (simbólico).

Avançando nessa compreensão, Haesbaert (2007) destaca que, o território enquanto “espaço-tempo vivido”, será sempre múltiplo, diferente do território “unifuncional”, idealizado e proposto pelo mundo capitalista hegemônico, principalmente por um Estado territorial moderno que, ao contrário de outras formas de ordenação territorial, não idealiza uma multiplicidade e/ou territorialidades. Dessa forma, o território que se insere em relações de dominação e/ou apropriações entre sociedade-espaço está imerso num *continuun* entre o concreto e funcional (dominação político-econômica) e/ou cultural-simbólico (apropriação).

Ao pensar o território enquanto um *continuun*, Haesbaert (2007, p. 22) enfatiza que dentro de um processo de dominação e apropriação, “[...] o território e a territorialização devem ser trabalhados na multiplicidade de suas manifestações – que é também e, sobretudo, multiplicidade de poderes, neles incorporados através dos múltiplos sujeitos envolvidos [...]”. O autor destaca que para diferenciar os territórios, é necessário analisar os sujeitos que os constroem (empresas, instituições, Estado, etc.). Já no processo de territorialização exercida nesses territórios, objetivando o controle social através do controle de área (SACK, 2009), terá sua variação de acordo com a sua diversidade, ou seja, de acordo com a sociedade, cultura ou grupo que nele o integram. Com isso,

A territorialidade, além de incorporar uma dimensão mais estritamente política, diz respeito também às relações econômicas e culturais, pois está "intimamente ligada ao modo como as pessoas utilizam a terra, como elas próprias se organizam no espaço e como elas dão significado ao lugar" (HAESBAERT, 2007, p. 22).

Sendo assim, todo e qualquer território é ao mesmo tempo funcional e simbólico, independentemente das suas diversas combinações, tendo em vista que, a partir das suas relações de poder, o território exerce no espaço funções e a produção de significados. As “funcionalidades” que são relatadas por Haesbaert (2007), concernem às produções que o território é capaz de proporcionar com base nos “recursos naturais”, podendo incluir também

no processo de constituição do território, o conteúdo cultural dos lugares. Além do mais, o autor reforça que todo território “funcional” terá sempre uma carga simbólica, mesmo que seja com pouca expressividade. Percebe-se, então, que as territorialidades são formadas a partir da combinação do funcional com o simbólico, executando controle tanto na realização de funções, quanto na produção de significados.

Outro aspecto importante, e que precisa ser esclarecido para os efeitos desta dissertação, é a relação entre espaço e território, embora Santos (1994) afirme que às vezes um pode ser tomado pelo outro. Recorramos, aqui a Raffestin (1993), o qual, ao discutir a relação entre território e territorialidade, argumenta que espaço e território não são termos iguais ou equivalentes. Para Raffestin (1993, p. 143), o espaço é anterior ao território e que “O território se forma a partir do espaço, é o resultado de uma ação conduzida por um ator sintagmático (ator que realiza um programa) em qualquer nível [...]”. O ator envolvido, ao se apropriar do território, territorializa o espaço, com isso, o território passa a ter relações de poder, por envolver ações de trabalho que os indivíduos constroem para si, passando então a ser uma produção a partir do espaço, com base em relações sociais definidas historicamente.

Ao abordar territorialidades, Raffestin (1993) destaca que elas são o reflexo das múltiplas dimensões da vivência territorial em que uma sociedade no seu coletivo adquire. As relações dessa vivência é produto de um determinado sistema, que envolvem as ações produtivas e os atores que modificam as relações da natureza e sociais, com base em relações de poder. Portanto, “[...] a territorialidade poder ser definida como um conjunto de relações que se originam num sistema tridimensional sociedade-espaço-tempo em vias de atingir a maior autonomia possível, compatível com os recursos do sistema” (RAFFESTIN, 1993, p. 160). O autor também destaca que a territorialidade sempre terá uma relação com o espaço e com os atores, seja em um quadro de produção, de troca e de consumo. Contudo, todo sistema formado dentro de um território, segrega a própria territorialidade que os indivíduos e sociedades vivem, manifestado por meio do poder. De certa forma, a territorialidade deve levar em consideração todos os conjuntos que uma sociedade vive, ou seja, as relações que os indivíduos têm com o trabalho, com a família, etc. Além disso, os lugares, os ritmos e os agentes externos que condicionam a territorialidade local também fazem parte do território (RAFFESTIN, 1993).

Recorremos igualmente às concepções de Santos (2007) com o objetivo de estabelecer uma base teórica sobre território, que seja adequada para esta dissertação. Para o citado autor, é no território que acontecem todas as ações, sejam os poderes, as paixões, as forças, as fraquezas, ou seja, é onde acontece toda a história do homem por meio das

manifestações da sua existência, sendo um componente inseparável dos processos sociais, das relações e acontecimentos de um povo. Para Santos,

O território não é apenas o conjunto dos sistemas naturais e de sistemas de coisas superpostas; o território tem que ser entendido como *território usado*, não o território em si. O território usado é o chão mais a identidade. A identidade é o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence. O território é o fundamento do trabalho. O lugar da residência, das trocas materiais e espirituais e do exercício da vida (SANTOS et al., 2007, p. 14).

Essa forma miltoniana de teorizar território parece relevante para o estudo de destinos turísticos. Quando o turismo é introduzido em determinada área, normalmente já existe um “chão” e uma “identidade” que conferem particularidade ao lugar. Como consequência, existem nessa área múltiplos territórios com certo grau de integração. Quando o turismo se espacializa nessa área e constitui um território singular, ele se utiliza do mesmo “chão” previamente existente, mas utiliza sua base material e imaterial, e também contribui com elementos culturais que passam a fazer parte da identidade do território. Em um destino turístico, esses elementos novos, introduzidos pelo turismo no território, se evidenciam no núcleo central do destino, mas também aparecem, de forma decrescente no espaço, à medida que se afasta do núcleo central, até quando tais elementos não mais se evidenciam no território. Dessa forma, se propõe neste estudo que os usos turísticos, e sua espacialização formando território turístico, podem ser usados para se delimitar os destinos turísticos.

Além disso, a dimensão política também é um componente importante do território. Por exemplo, Souza (2000), afirma que o território está fundamentado a partir de um espaço delimitado e definido por meio das relações de poder. O território surge então, na geografia política, como espaço concreto, sendo apropriado e ocupado por grupos sociais. É no território que também encontramos as raízes e identidade de um povo, e essa identidade sociocultural está ligada às particularidades do espaço concreto (natureza, paisagem, patrimônio arquitetônico). Sendo assim, o território exerce um campo de forças e de relações sociais, sendo movido pelos interesses das sociedades envolvidas, com seus diversos usos e cultura. Por isso, no solo propriamente dito, o território é o espaço materializado por ele mesmo, em sua dupla dimensão, material e simbólica, que, portanto, envolve as condições naturais e as suas alterações ocasionadas pelo processo do trabalho humano.

Souza (2000) enfatiza que o processo de territorialidade é estabelecido quando alguma sociedade necessita e depende dos cursos naturais. Ao explorar os recursos disponíveis, através do trabalho e demais atividades humanas, a sociedade cria uma identidade cultural,

que se torna parte indissociável de determinado espaço. O território consegue transmitir as relações e conjunturas de um determinado período histórico, constituindo-se dessa forma como uma territorialidade, ou feixes de territorialidades. Portanto, o território é compreendido como um espaço controlado, arquitetado e estruturado pelo processo histórico-social. Além disso, o território como símbolo e identidade de um povo, pode sofrer modificações, ou seja, seu uso é mutável¹⁹, possuindo nele características diversas de um povo.

Portanto, fica claro que um mesmo recorte espacial pode conter múltiplos territórios e que esses territórios não são estáticos, mas dinâmicos, resultado de processos originados nas relações sociais de produção, que constituem o próprio território. É, portanto, importante voltar às proposições teóricas de Haesbaert (2007), particularmente à noção de “múltiplos territórios”, por entendermos que quando um destino turístico se forma, normalmente o turismo representa apenas um dos diferentes territórios que subjazem ao destino, importante entendimento relacionado ao objeto de estudo desta dissertação. Os “múltiplos territórios” ou “múltiplas territorializações” podem ser identificados, como “territorializações efetivamente múltiplas, uma ‘multiterritorialidade’ em um sentido estrito, construída por grupos que se territorializam na conexão flexível de territórios-rede multifuncionais, multi-gestionários e multi-identitários [...]” (HAESBAERT, 2007, p. 32).

A multiterritorialidade é vivenciada a partir das relações dos múltiplos territórios ou territorialidades que são exercidas por meio do processo de territorialização, ou seja, a multiterritorialidade é um processo obtido por meio das conexões e interações sociais dos múltiplos territórios, combinados, em um mesmo espaço. Além disso, a multiterritorialidade envolve também as suas articulações na forma de territórios-rede, que segundo o autor (Ibid.), refere-se à tecnologia-informacional, capaz de conectarmos e interagirmos com outros territórios. Sendo assim, a multiterritorialidade nos possibilita vivenciar e combinar diferentes territórios, seja num sentido local ou através da conexão por redes (HAESBAERT, 2007). No caso do turismo, as representações espaciais, são ocupadas pelo conjunto desses diferentes territórios, e entendemos que os limites de um destino turístico se estendem até onde os usos realizados pelo turismo se manifestam.

Haesbaert (2018) afirma que o espaço se organiza por meio da multiterritorialidade, envolvendo três tipos de elementos do espaço geográfico, a saber: territórios-zona, territórios-rede e aglomerados de exclusão. Esses elementos abarcam os meios políticos que regem os

¹⁹ Souza (2000) salienta que podem existir em uma mesma área geográfica diferentes tipos de território, podendo se sobrepor um sobre o outro, ou seja, o autor nos dá um exemplo de uma área de obsolescência em uma cidade com dois momentos distintos, de manhã, pessoas trabalhando no comércio e à noite essa área podendo ser utilizada como ponto de prostituição, efetivando assim uma territorialidade.

Estados-nação, a economia, dominada pelas corporações globais, e os espaços que não são habitados devido à desordem socioespacial. Com tais processos, a dinâmica socioespacial pode mudar em decorrência do capitalismo e, nesse caso, podem surgir novas formas de regionalização, isso quer dizer que dentro do processo de organização dos territórios-zona e territórios-rede existirão dentro dessas áreas as zonas de exclusão. Esse fenômeno, zonas ou áreas de exclusão, também ocorrem nos domínios de um destino turístico, uma vez que o turismo usa os recursos de forma espacialmente seletiva (CRUZ, 2003), o que leva à marginalização de áreas que não são de interesse para o turismo.

Ao discutir a relação do turismo com o território, Cruz (2003) afirma que o espaço geográfico é o principal objeto de consumo do turismo, e para que isso ocorra o turista tem que se dirigir até ao destino escolhido para consumir os produtos que estão sendo ofertados. A partir disso, o turismo se utiliza de objetos já dispostos no território ou introduz no espaço novos objetos que possibilitem o desenvolvimento da atividade. Ao mesmo tempo, com frequência o significado dos objetos preexistentes é alterado para atender à demanda turística. Com isso, abrem-se as possibilidades para a criação ou a (re)organização dos territórios turísticos. Propomos aqui que, em parte, a reorganização dos territórios ocorre por meio dos usos que os turistas fazem dos recursos turísticos disponibilizados em determinado destino, contribuindo, portanto, com os usos realizados pelos turistas, para materializar os limites espaciais do próprio destino, uma vez que, para Knafou (1996) o turista é uma das fontes de turistificação.

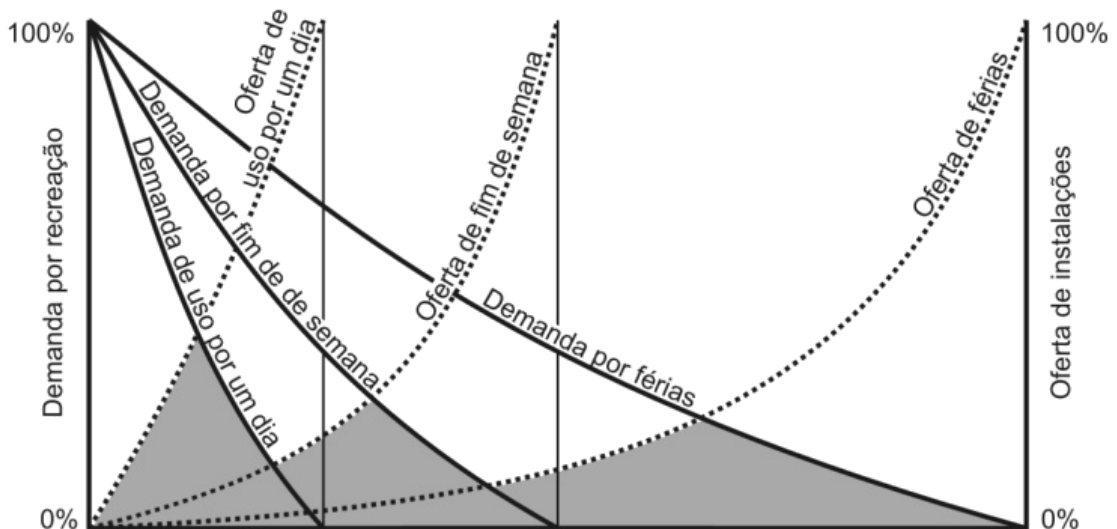
Assim, fica claro que a apropriação do espaço pela prática do turismo leva à produção e ao uso de novos territórios, ou seja, com a descoberta de novos espaços que possuem potencialidade para a prática social do turismo, esses serão valorizados por causa dos fatores, políticos, culturais ou econômicos que são de interesse para o turismo. A partir de então, com a intensificação do uso de determinadas porções do território abrangido pelo destino turístico, ocorre a introdução ou multiplicação dos objetos em função do desenvolvimento da atividade. Esse processo de apropriação do espaço para que o turismo possa se realizar, resulta, segundo Cruz (2003), na constituição dos territórios turísticos.

O destino turístico se materializa por meio das relações que se estabelecem entre os objetos através do seu uso pelos turistas. Ao frequentar os lugares que formam o destino, através de usos específicos de objetos dispostos no território, o turista cria diferentes tipos de fluxos, os quais, com origem geográfica que varia das regiões de entorno à escala global, se espacializa no interior do destino, levando à constituição do território ou territórios turísticos. Para que os fluxos ou as visitas turísticas possam ocorrer, é necessária a constituição de

empresas, investimentos infraestruturas e serviços, atrativos, instituições e vários tipos de organizações, as quais se territorializam nos diferentes lugares do destino. É por causa disso que Cruz (2003) argumenta que o turismo organiza ou reorganiza os territórios de acordo com os interesses dos planejadores e promotores territoriais, do mercado e do turismo, que são compreendidos por Knafou (1996) como agentes da turistificação.

Embora existam diversos lugares, com densidade variável de ocupação e uso pelos turistas, no âmbito de um destino turístico, é nos núcleos receptores que as maiores transformações socioespaciais ocorrem, a exemplo das novas infraestruturas que são criadas ou apropriadas para o uso turístico. Ao passo que o fluxo de turistas aumenta, surgem nos territórios turísticos novos empreendimentos, como pousadas, hotéis, *resorts*, atrativos, restaurantes, receptivos turísticos, etc. Segundo Cruz (2003, p. 25), “O que o turismo faz nos núcleos receptores é impor sua lógica e organização dos espaços (a lógica do lazer) as lógicas preexistentes. Daí as transformações que se colocam nos territórios em função do turismo”. Entretanto, é importante lembrar que os destinos normalmente têm lugares nos quais há uma maior concentração de investimentos e de fluxos turísticos, e que à medida em que se afasta desses lugares em direção às áreas mais distantes dos núcleos com maior demanda e centralidade, a função e oferta turística diminuem, como representado pelo modelo de distribuição de usos recreativos de Greer e Wall (1979 apud PEARCE, 2003, p. 33) (Figura 5).

Figura 5: Distribuição de usos recreativos



Fonte: Pearce (2003, p. 33)

Pearce (2003, p. 32) relata que alguns autores analisam a variação do volume das viagens turísticas, onde o “[...] volume de tráfego costuma decrescer à medida que se afasta do centro gerador, uma vez que aumentam os custos da viagem em tempo, dinheiro e esforços [...]”. O autor (op. Cit) destaca que as viagens do turismo doméstico são representadas por zonas concêntricas que circundam a cidade, nas quais são definidas por zonas para excursão de um dia, zona para finais de semana e zona de férias. A variação da demanda pode ser inversamente proporcional ao aumento da distância em relação à cidade, e ao passo que as áreas aumentam o potencial da oferta também pode aumentar existindo um pico de cone de visitação a certa distância do centro gerador. Com base no modelo da “distribuição de usos recreativos” Greer e Wall (1979), Pearce (2003) menciona que a relação entre a oferta e a demanda pode ser utilizada para explicar o fluxo e a distância da função turística no espaço a partir de um centro gerador de demanda por recreação, exatamente o que o turista faz ao chegar no lugar central de um destino.

Portanto, devemos levar em consideração no estudo dos destinos turísticos os agentes responsáveis pelas transformações do espaço pelo uso turístico, constituindo territórios turísticos, com base em seus objetos e suas relações, de acordo com os seus interesses e necessidades. Assim, as diferentes formas de se fazer turismo, possibilitam o surgimento de novas territorializações que se consolidam com a constituição de territórios turísticos. Como o turismo envolve o movimento de turistas no interior de uma determinada área, e que essa área não se estende de maneira indefinida, uma vez que nem todo o espaço está organizado para atender demandas turísticas, propomos que os limites de um destino podem ser definidos com base no seu uso turístico.

1.4 Turistificação dos espaços e produção do território para e pelo turismo

1.4.1 Aporte conceitual

Tendo em vista que a atividade turística é um fenômeno complexo, e, portanto, a produção dos territórios turistificados ou turísticos envolvem vários agentes e fatores, o destino turístico torna-se também um fenômeno complexo no seu desenvolvimento. Com esse entendimento, no mundo atual não existe nenhum modelo completo que contemple o processo de turistificação na sua totalidade, o que, de qualquer forma, não é um problema.

Tomando como base a discussão teórica realizada no tópico anterior – Território, territorialidade, territorialização e sua relação com o turismo – vimos que o espaço, segundo a

premissa de Cruz (2003), é apropriado pela prática social do turismo, configurando-se em territórios turísticos. Assim, recordamos também, que o território é funcional, e a categoria espaço e território são dois fenômenos que estão interligados um ao outro. Essa afirmação nos faz recorrer em avançar no referencial teórico, para analisarmos a relação entre o fenômeno turístico e os agentes da turistificação. Foram consultados importantes autores sobre o processo de apropriação dos espaços para e pelo turismo e autores que citam em seus estudos acadêmicos o termo turistificação (KNAFOU, 1996; BUTLER, 1980; MIOSSEC, 1977; PLOG, 1974; PEARCE, 1987; BOULLÓN, 2006; LEIPER, 1979; VALLS, 2006; CRUZ, 2003; FRATUCCI, 2008, VASCONCELOS 2017; CAMÊLO, 2016; KASPARY, 2012; OLIVEIRA, 2013; RODRIGUES, 2015), dentre outros. Os estudos têm como objetivo contribuir para o entendimento dos diversos elementos e fatores que compõe a atividade turística, seja para fins de planejamento, organização etc.

O termo turistificação, segundo Fratucci (2008, p. 66) é utilizado para denominar o “[...] processo de apropriação de trechos do espaço pelos agentes do turismo para a implantação da atividade turística, pela inclusão de novos fixos e/ou da re-funcionalização de outros já existentes e de novos fluxos e relações que caracterizam o turismo como fenômeno socioespacial contemporâneo”. Ainda segundo o referido autor (Ibid.), os estudos sobre o processo de apropriação dos espaços, teve seu início a partir da primeira metade do século XX, para compreender as transformações e estabelecer eixos norteadores nas áreas onde o turismo se manifesta.

Por outro lado, Rodrigues (2015) entende que o processo de turistificação configura-se em “[...] novas funcionalidades a espaços pré-existentes, num movimento de apropriação e readaptação das atividades anteriores, muitas vezes significando a valorização de potencialidades turísticas imanentes” (p. 99). A autora (Ibid.) cita Benevides (2007) para avançar na discussão sobre o processo de turistificação. Segundo ele, os “[...] territórios são denominados de turísticos quando sofrem esta remodelação para abrigar atividades e práticas turísticas” (p. 88). Rodrigues (2015) enfatiza que mediante as diferentes classificações impostas ao conceito de turistificação, ainda não dão conta da diversidade das situações e formas que fazem o fenômeno turístico acontecer.

O processo de turistificação também é citado e discutido por Vasconcelos (2017, p. 53) em sua tese de doutorado, como sendo “[...] um processo espacial de territorialização pelo e para turismo, assentado em um viés de produção do espaço que tem por finalidade a (re)produção da atividade turística”. A partir do pensamento desse autor (Ibid.) compreendemos que o processo de turistificação resulta em territórios turísticos, os quais dão

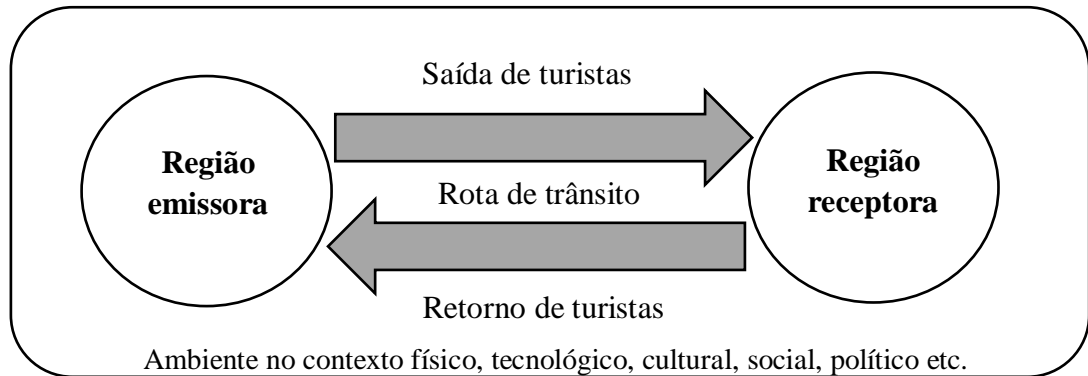
origem aos destinos turísticos. Assim, a prática turística passa também a estabelecer novos significados, funções e usos ao território (KASPARY, 2012).

1.4.2 Turistificação dos territórios turísticos

O processo de apropriação dos territórios turísticos ou turistificados teve sua intensificação com as viagens de lazer, que na atualidade são em grande parte resultado do desenvolvimento das forças produtivas do modo de produção capitalista. A capacidade de produção das sociedades avançadas foi ampliada de maneiras inimagináveis a partir da Revolução Industrial, e se ampliou particularmente no pós-segunda Guerra Mundial, com base nas conquistas tecnológicas que foram alcançadas como resultado do esforço bélico. Esses avanços estão hoje disponíveis a milhões de pessoas em todo o mundo, podendo ser desfrutados durante o tempo livre, de ócio (THEVENIN, 2011). Assim sendo, “[...] o turismo é simultaneamente ócio e trabalho, produto do modo de viver contemporâneo, cujos serviços criam formas confortáveis e prazerosas de viver, restritas a poucos”, como ressalta Coriolano (2006, p. 368).

Segundo a autora Cruz (2002), o consumidor-turista necessita se descolar até o produto a ser consumido. Em função dessa característica, Fratucci (2008) também afirma que o “[...] turismo constitui-se no deslocamento de indivíduos pelo território, sozinhos ou acompanhados, sempre em movimentos de ida e volta, portanto temporários” (p. 65). Nesse contexto, Castro e Tavares (2016) complementam que “[...] o turismo implica viagens de ida e volta, a um lugar diferente daquele a qual o turista pertence, predominantemente ligado a atividades de lazer, ainda que as vezes o deslocamento seja realizado no contexto de atividades profissionais” (p. 62).

As afirmações expostas pelos autores citados acima, nos remetem a observar o clássico modelo de representação do sistema turístico (Figura 6) elaborado por Leiper (1979), para compreendermos o fenômeno socioespacial do turismo, no processo de deslocamento, nas quais se destacam: região emissora, região receptora, região de trânsito, turistas e indústria turística.

Figura 6: Sistema turístico de Leiper (1979)

Fonte: Adaptado a partir de Leiper (1979)

Os cinco elementos citados por Leiper (1979), estão relacionados, ordenados e que interagem com os fatores político, social, cultural, físico e tecnológico em um ambiente onde se desenvolve em diferentes contextos a atividade turística.

O sistema turístico é colocado em funcionamento a partir do turista, quando este resolve se deslocar da região emissora (origem) até a região receptora (destino turístico) por meio da rota de trânsito, e após retornando para o ponto de origem. Ao se deslocar, o turista/visitante necessitará dos meios de transporte para chegar até o destino turístico escolhido, posteriormente, o turista utiliza os serviços oferecidos pelo mercado – alimentação, acomodação e demais serviços.

Os serviços oferecidos no sistema turístico pelo *trade* turístico, é o fator econômico, denominado de indústria do turismo. O mercado – serviços ofertados pelas empresas – disponibiliza ao visitante um conjunto de ofertas durante o seu tempo de estadia na destinação. Dessa forma, o turista é o principal agente em colocar em funcionamento o sistema turístico por meio do seu deslocamento. Leiper (1979) ainda destaca que a indústria do turismo são todas as empresas que atendem os diversos desejos que o turista procura realizar na prática.

O geógrafo francês Knafou (1996), considerado como um dos autores clássicos mais citados nos estudos sobre turistificação dos espaços para e pelo turismo, aborda e tipifica as três possíveis fontes – agentes – de turistificação e a sua relação entre território e turismo, sendo: os turistas, o mercado e os planejadores.

No primeiro caso, os turistas são a primeira fonte de turistificação. O turismo desenvolve-se através das práticas sociais de deslocamento temporário dos turistas no espaço. Em busca de novos lugares, diferentes daqueles com os quais estão habituados no dia a dia, o turista se desloca do seu local de residência – apropriando-se e consumindo os espaços – para

vivenciar novas experiências. O autor (Ibid.) cita Côte d'Azur, na Riviera da Flores, Chamonix, em Zermatt ou em Engelberg como exemplos de destinos turísticos que surgiram a partir do deslocamento de cidadãos que passaram a ser chamados de turistas.

A segunda fonte de turistificação dos espaços diz respeito ao mercado. Segundo Knafou (1996), o mercado é hoje a principal fonte de turistificação dos espaços com a colocação de produtos turísticos, e não mais por meio da prática turística em si. Em uma relação socioeconômica no mundo capitalista, novos destinos turísticos e um *mix* de produtos são criados, (re)organizados e (re)modificados a partir do mercado turístico e colocados à disposição do consumidor. Entretanto, Fratucci (2008) chama a atenção para os destinos e produtos turísticos que são criados e não aceitos pelo mercado consumidor, pois comete-se nesses casos, o equívoco de não se observar a evolução das práticas turísticas.

Os promotores e planejadores “territoriais”, representam a terceira fonte de turistificação proposta por Knafou (1996). Os agentes dos setores do Estado, – administração pública – podendo ser a nível local, regional, estadual ou nacional, são responsáveis por formular planos para o desenvolvimento do turismo, mas que apresentem, segundo o autor (Ibid.), as características ligadas ao lugar – destino turístico. Entretanto, “o principal perigo com o qual se defrontam os promotores territoriais é o fato de ignorarem o mercado e as práticas dos turistas ou de delas fazerem representações errôneas” (p. 71). Em muitas situações, os gestores ainda utilizam em seus planos estratégicos, o turismo como saída para resolverem todos os problemas do desenvolvimento econômico local, no entanto, deixam de lado, um conjunto de fatores a serem observados que podem ocasionar a não inserção do destino turístico no mercado. Fratucci (2008) afirma que nesses casos, é comum encontrar o desconhecimento das características turísticas e o interesse de líderes locais por trás do plano estratégico, apresentando o turismo como solucionador dos problemas da localidade.

Tomando como base a dimensão espacial e territorial produzida pelo turismo, Knafou (1996) apresenta três tipos de territórios. O primeiro seriam os **territórios sem turismo**. O autor, de fato, refere-se às inúmeras áreas em que o turismo não chegou para se apropriar do espaço. “Em contrapartida, com o progresso dos transportes e com a difusão da idéia segundo a qual todo espaço mundial é tão acessível, há cada vez menos territórios sem turistas” (KANAFU, 1996, p. 72), pois os lugares que hoje não exercem nenhum tipo de atividade turística, podem posteriormente passar a ser considerados turísticos ou fazer parte de uma destinação.

O turismo sem território, diz respeito à segunda forma de relação e tipo de território turístico. O autor (Ibid.) se refere aos produtos que são colocados no mercado pelos

operadores de turismo, mas que não são capazes de produzir um território turístico, sendo considerados como turismo “fora do solo”. Os “Center Parcs” europeus são oferecidos como exemplo de áreas do turismo sem território, ou seja, áreas criadas única e exclusivamente para o turismo.

A terceira forma de possibilidade de relação do turismo com o território é o caso dos **territórios turísticos**, que são “[...] territórios inventados e produzidos pelos turistas, mais ou menos retomados pelos operadores turísticos e pelos planejadores” (KANAFU, 1996, p. 73). Se trata aqui de lugares ou destinos que surgiram espontaneamente, com base em fluxos turísticos que se avolumaram ao longo do tempo, e que posteriormente podem ter sido alvo de grandes investimentos e até da criação de políticas públicas para o desenvolvimento ampliado do turismo. Nesse caso, podemos citar Porto de Galinhas em Pernambuco e Maragogi em Alagoas.

Tendo em vista que o turismo é uma atividade complexa e que envolve vários atores e agentes sociais, alguns autores (FRATUCCI, 2008; VALLS, 2006; RANGEL, 2010), entre outros, abordam e compreendem que o sistema turístico envolve outros agentes no processo de turistificação dos espaços, além dos considerados por diversos autores influentes – turistas, mercado, e o Estado em seus diferentes níveis –, a saber: sociedade receptora nos destinos turísticos; trabalhadores diretos e indiretos do turismo; população residente da destinação que não se envolve com o turismo. Esses agentes são capazes de modificar ou intervir no processo de turistificação, onde cada um, dentro de suas especificidades, contribui para o acontecer do fenômeno turístico. Nesse sentido, Temma (2000, *apud* VALSS, 2006, p. 21) destaca que “[...] um destino turístico é um sistema que requer uma oferta diferenciada e a coordenação entre os agentes”. O sucesso do destino turístico dependerá da capacidade desses agentes em desempenhar seus papéis e manter um consenso entre todos, no modelo de desenvolvimento turístico.

Levando em consideração as abordagens realizadas anteriormente, é fundamental compreendermos o processo de planejamento turístico, justamente para elaborar ações a partir do resultado da delimitação territorial do presente estudo, que contém a localização dos atrativos e o fluxo turístico, bem como a distribuição da infraestrutura de apoio nos municípios. Além disso, aborda-se a importância no processo de *marketing* do turismo para o desenvolvimento do destino turístico.

1.5 Planejamento turístico

Para que um destino turístico seja sustentável e bem sucedido em longo prazo, é necessário adotar um conjunto de medidas que envolva no escopo do planejamento e desenvolvimento turístico, aspectos econômicos, socioculturais e ambientais em todas as fases do ciclo de vida. Porém, é recorrente constatar em noticiários ênfase ao sucesso financeiro adquiridos por meio da atividade turística, se se mencionar com a mesma ênfase as dimensões social e ambiental. Fratucci (2014, p. 43) afirma que isso tem sido um equívoco, pois “os gestores públicos vêm se apropriando do turismo apenas como atividade econômica, deixando de lado, total ou parcialmente, as outras dimensões que envolvem o fenômeno socioespacial”, isto é, o chamado tripé do desenvolvimento sustentável – dimensões econômica, social e ambiental – não está sendo levado em consideração de maneira equilibrada. É entendimento comum entre os críticos dessa maneira de investimento no turismo que não basta apenas levar em consideração o fator econômico, é preciso estabelecer medidas que assegurem que se levem em conta as três dimensões do desenvolvimento sustentável, a fim de garantir que os recursos – atrativos naturais e culturais – não sejam prejudicados para o uso no futuro. Tais medidas visam atrair turistas, competir com o mercado, proporcionar renda e emprego para os agentes da comunidade envolvidos com o turismo etc. Petrocchi (2009) relata que os turistas estão cada vez mais exigentes na escolha por destinos turísticos, isso leva à existência de uma maior competitividade entre as destinações, necessitando de uma gestão competente para as adaptações no decorrer do desenvolvimento do turismo em qualquer destino. Valls (2006, p. 59) tem um pensamento parecido com o de Petrocchi (2009), ao dizer que

Os destinos turísticos competem em um mercado com uma presença crescente de concorrentes em oferta generalista, especializada ou diversificada; em oferta com diferente envolvimento dos agentes privados e das administrações públicas; em oferta cuidadosamente protegida ou aberta a investimentos internacionais.

Nesse sentido, os destinos turísticos necessitam de uma coordenação entre os agentes do poder público e o mercado, visando uma contemplação concomitante dos aspectos social, econômico e ambiental, sendo fundamental que sejam levados em consideração no planejamento estratégico do turismo. Dessa forma, em tese o planejamento teria maior possibilidade de estabelecer diretrizes para alcançar objetivo que inclua também os relacionados à conservação ambiental e à melhoria de vida das comunidades anfitriãs. Petrocchi (2009, p. 17) conceitua planejamento como sendo uma “[...] determinação de

objetivos para um destino de turismo, assim como o dimensionamento e a coordenação de meios e recursos para atingi-los”. O conceito de planejamento é fortemente relacionado à ciência administrativa, que enfatiza a necessidade de o planejamento, ao longo de seu ciclo, controlar, organizar e liderar a formulação e implementação da política de turismo. Assim sendo, ao estabelecer suas estratégias, o planejamento inclui projeções no sentido de pesquisar os *clusters* e possíveis cenários futuros que desejam tornar realidade. O autor (Ibid.) descreve que o processo de planejamento tem seu início a partir da percepção do cenário atual, e que em seguida são identificados os fatores críticos da destinação, os quais devem ser modificados; posteriormente, ao definir as estratégias para alcançar os objetivos, elas são colocadas em prática, sendo fundamental acompanhar no processo de planejamento o seu desenvolvimento, exercendo liderança.

Nessa percepção, o turismo como uma atividade que também consome espaço, necessita de um ordenamento territorial para o seu desenvolvimento, pois se utiliza dos recursos do território, podendo envolver na sua área de ação – destino – mais de um município, e os apresenta como sendo detentores de atrativos turísticos que justificam visitação. Amorim, Figueira e Soares (2015) também relatam que o turismo necessita se adaptar às diferentes dinâmicas do mercado para conviver com a competitividade dos produtos ofertados visando à  tica da sustentabilidade. Cabe então, ao estado e aos parceiros de governança, estabelecer medidas de política territorial para definir as políticas a serem seguidas ao longo do tempo. Os autores (Ibid.) afirmam que   necessário estabelecer a es que incluam todos os agentes que compõem o fenômeno turístico e interferem no território, seja de forma organizada ou individual. O turismo nesse caso pode gerar efeitos positivos ou negativos, por isso, o ato de planejar implica em minimizar os efeitos negativos, valorizando o destino turístico.

O planejamento turístico é compreendido também por Lohmann e Panosso Neto (2016) como sendo “[...] um processo que visa orientar o desenvolvimento turístico de uma empresa, localidade, região, município, estado ou país, a partir de uma determinada situa o, para atingir objetivos já propostos ou propostos durante o planejamento em si²⁰”. Os autores (*op.cit.*) consideram que o planejamento deve adotar enfoque que incluía ao mesmo tempo os aspectos econômicos, ambientais e sociais, podendo ser direcionado para parques temáticos, eventos, áreas protegidas e demais áreas de interesse para o desenvolvimento de um destino

²⁰ Tourism planning is a process that aims to guide the touristic development of a business, location, municipality, state or country, based on a given situation, to achieve objectives that have either already been proposed or are proposed during the planning itself [Texto original].

turístico. O planejamento e desenvolvimento requerem uma coordenação e cooperação conjunta entre os setores privado, público e demais agentes envolvidos no processo de turistificação no âmbito das comunidades envolvidas. Provavelmente, o setor privado vise apenas os lucros em curto espaço de tempo, enquanto o poder público seja mais prudente na tomada das decisões, o que, entretanto, é variável de destino a destino. Por outro lado, a população espera que o turismo venha contribuir significativamente para a melhoria da qualidade de vida. Nesse sentido, o planejamento precisa ser elaborado de tal maneira que todas essas dimensões sejam levadas em consideração, para que se tenha maiores possibilidades de minimizar os impactos futuros do turismo no destino.

Hall (2008, p. 08), ao discutir planejamento e política de turismo, diz que os termos estão relacionados entre si, mas o planejamento é totalmente ambíguo. Na visão do autor (Ibid.) o planejamento não é apenas um conjunto de medidas para uma ação no futuro, direcionando metas para atingir determinados objetivos. “O planejamento é um tipo de tomada de decisão e formulação de políticas; no entanto, trata-se de um conjunto de decisões interdependentes e sistematicamente relacionadas, em vez de decisões individuais²¹”. Nesse caso, é apenas uma parte do processo geral, sendo necessariamente separar planejamento de plano – ação para o futuro. No caso do turismo, o planejamento está mais voltado para as atividades ligadas ao uso do território propriamente dito. Hall (2008) destaca que o planejamento é uma função principalmente da esfera pública, apesar de ser feito em conjunto com órgãos privados e entre outros. Contudo, Rangel (2010) relata que apesar do setor público possuir um poder valioso na tomada das decisões do planejamento turístico, há sempre uma questão política – jogos de interesses – na política do turismo, algo que é enfaticamente mencionado e analisado por Hall e Jenkins (1995).

Autores como Jenkins, Dredge e Taplin (2011) também compreendem que política e planejamento de turismo são conceitos que estão inter-relacionados que são utilizados na maioria das vezes juntos ou separados, porém possuem significados distintos. O planejamento é definido como uma “atividade de definir metas e identificar passos para cumprir esses objetivos²²” (p. 26), enquanto a formulação de políticas está voltada para o processo de políticas públicas, que possui algumas características, a saber: a política envolve o governo, um compromisso, um curso de ação, o futuro, a política é qualquer ação, é uma prática organizacional ou resposta a um problema, é fundamentalmente sobre tomadas de decisões e

²¹ Planning is a kind of decision making and policy making; however, it deals with a set of interdependent and systematically related decisions rather than individual decisions. [Texto original]

²² planning is defined as the activity of setting goals and identifying steps to fulfil those goals. [Texto original]

escolhas, e a política envolve a mediação de valores e interesses dos *stakeholders* (JENKINS, DREDGE E TAPLIN, 2011).

De acordo com Dredge (1999, p. 774) o planejamento para destinos turísticos é “o processo de estabelecer uma visão estratégica para uma área que reflita os objetivos e aspirações de uma comunidade e implementá-la por meio da identificação de padrões preferenciais de uso da terra e estilos de desenvolvimento apropriados²³”. Nessa visão, os planejadores territoriais estão cada vez mais considerando no planejamento e gestão dos destinos a participação e interesses da comunidade, os interesses comerciais, a opinião pública, que antes não eram incluídos e considerados. Ainda assim, por considerar cada vez mais a participação pública, o planejamento não passa a ser racional e nem abrangente, ou seja, fica difícil para os planejadores territoriais considerar que todos os fatores sejam investigados e considerados de forma igualitária, pois existe uma crescente diferenciação entre os interesses da comunidade, tornando a tomada de decisão cada vez mais difícil.

Levando em consideração as diferentes abordagens sobre o conceito de planejamento e política do turismo, Rangel (2010, p. 45) afirma que as definições têm duas principais ideias, a saber: a de complexidade (sistema, processo, mecanismo) e as das ações que são voltadas para determinado objetivo no futuro. O planejamento é, portanto, “[...] uma atividade complexa que está voltada para o estabelecimento de um plano que visa a atingir um futuro desejado, e que tenha mais possibilidades de ser alcançado do que se agir de forma aleatória, ou com base no senso comum”, o que, de muitas formas, coloca o planejamento de destinos turísticos como uma necessidade objetiva.

Diversos teóricos abordam e apresentam modelos de planejamento e desenvolvimento turístico, que em sua grande maioria consideram os aspectos ambiental, social e econômico, apesar de muitas vezes o fator econômico prevalecer. Entretanto, o planejamento não deve ser visto como algo estático, pois sofre influências do meio interno e externo da destinação, podendo fazer com que interesses que se situam além do meramente econômico em algum momento sejam também considerados. Segundo Lohmann e Panosso Neto (2016), que afirmam que seja qual for o tipo de planejamento, o mesmo geralmente inclui algumas etapas básicas e itens essenciais, sendo: 1. Análise ambiental (externa e interna); 2. Diagnóstico; 3. Prognóstico; 4. Estratégia; 5. Implementação; 6. Evolução.

²³ Planning is the process of establishing a strategic vision for an area which reflects a community's goals and aspirations and implementing this through the identification of preferred patterns of land use and appropriate styles of development. [Texto original]

Na primeira etapa, de análise ambiental, é desenvolvida uma visão geral do destino onde será desenvolvido o planejamento, incluindo uma análise interna e externa do destino, com intuito de verificar a demanda potencial que visitará a destinação. A segunda etapa, diagnóstico, considerada crítica para os planejadores, deve obter os dados do destino que será planejado, e ter clareza sobre os objetivos a serem formulados, para tentar solucionar os problemas e compreender a relação dos agentes envolvidos com o turismo.

O prognóstico, considerado terceira fase do planejamento, refere-se às possibilidades que o destino turístico terá, baseadas em dados estatísticos anteriores, na política governamental, e possíveis tendências para o desenvolvimento do destino. Posteriormente ao diagnóstico, à quarta fase denominada de estratégia, consiste em estabelecer como a implementação da atividade turística irá alcançar os objetivos, de acordo com os recursos disponíveis.

A implementação da estratégia é a quinta etapa do planejamento turístico, que diz respeito à aplicação na prática do planejamento definido, e envolve a arrecadação de recursos, aplicação de políticas e *marketing*, logística, entre outros. Por fim, a avaliação configura-se como sendo a última etapa, sendo necessário avaliar continuamente o desenvolvimento do planejamento, acompanhando os resultados e corrigindo possíveis erros ou desvios que venham a acontecer. É necessário apoio e envolvimento dos agentes envolvidos no controle integral do processo de planejamento do destino turístico.

As etapas apresentadas acima apresentam benefícios para o ciclo de planejamento, porém, é um processo que deve ser revisado constantemente, pois não é, como mencionado, um processo estático. Valls (2006) e Lohmann e Panosso Neto (2016), identificam uma série de barreiras para a execução do planejamento turístico, pois constata-se que o processo possui um custo elevado, seja para o setor público ou privado, que dependerá em sua grande maioria da política e do benefício previsto. Ainda assim, por depender de recursos, a prática nem sempre segue a teoria. Em relação ao envolvimento de diferentes agentes da turistificação de um destino turístico no seu planejamento, torna-se difícil harmonizar, pois cada um tem seus interesses. Pequenas, médias e grandes empresas podem também gerar conflitos em determinadas situações, no momento de desenvolvimento. Por essas e outras razões, muitos destinos turísticos abandonam o plano estratégico. Por isso, o planejamento deve ser visto como algo dinâmico, se adequando e reajustando os possíveis erros na fase de acompanhamento.

Fletcher et al. (2018, p. 267) sinalizam que apesar de existirem diferentes tipos de planejamento turístico, alguns dos objetivos destacados são sempre levados em consideração nos planos de desenvolvimento, onde são definidos:

- Desenvolver um setor turístico que, em todos os aspectos e níveis, seja de alta qualidade, embora não necessariamente de alto custo.
- Incentivar o uso do turismo para intercâmbio cultural e econômico.
- Distribuir os benefícios econômicos do turismo, tanto diretos quanto indiretos, da forma mais ampla e possível para a comunidade anfitriã.
- Preservar os recursos culturais e naturais como parte do desenvolvimento do turismo e facilitar isso por meio de projetos arquitetônicos e paisagísticos que reflitam as tradições locais.
- Para atrair um amplo corte transversal de turistas internacionais (e domésticos) por meio de políticas e programas de desenvolvimento de locais e instalações.
- Maximizar os ganhos em moeda estrangeira para garantir uma balança de pagamentos sólida.
- Para atrair turistas "sofisticados" que gastam muito.
- Para aumentar as oportunidades de emprego.
- Ajudar as regiões periféricas aumentando a renda e o emprego, diminuindo ou impedindo a emigração.

Os objetivos citados pelos autores (Ibid.) são alguns exemplos que podem ser estabelecidos e seguidos, mas que podem também gerar efeitos conflitantes, sendo necessárias reformulações para não ocorrer ineficácia ou abandono do plano de desenvolvimento. Essa necessidade de planejamento e de ajustes ao longo do ciclo de planejamento, implantação e monitoramento, aponta para a importância de o poder público se envolver profundamente com o planejamento dos destinos turísticos, devido, igualmente à suas muitas responsabilidades, principalmente no sentido de garantir que os interesses coletivos sejam considerados, como propõe Giddens (2008).

Getz (2007), ao discutir planejamento e tomada de decisões, afirma que o planejamento é um processo que visa ações para o futuro, porém sempre ocorrem decisões políticas que competem por influências ou recursos. Embora o planejamento deva sempre ser um processo racional, muitas das vezes são tomadas decisões de forma irracional – política, como já mencionado. O planejamento racional diz respeito ao estabelecimento de metas levando em consideração os recursos, estratégias e ações ao longo do processo. Contudo, o autor (Ibid.) destaca a dificuldade de muitas destinações de elaborar um planejamento em conjunto e que não sofra interferências políticas em seu processo. Portanto, devemos considerar o planejamento como sendo um processo que visa ordenar ações para o futuro de forma coesa e dinâmica, com a finalidade de alcançar resultados satisfatórios por meio de

objetivos pré-definidos, e buscando minimizar os impactos negativos no território turístico e com os agentes envolvidos.

Inskeep (1991) considerado autor clássico nos estudos sobre planejamento turístico em destinações, é citado por diversos pesquisadores em seus trabalhos acadêmicos. Para o autor (Ibid.), o planejamento turístico pode ser aplicado em diferentes níveis, a saber: planejamento local, regional, nacional ou internacional. Sendo que cada um desses níveis deve possuir um determinado grau específico apropriado. Ainda assim, Inskeep (1991 *apud* TAVOLARA, 2006, p. 16), destaca que o planejamento está inserido nas ordenações das ações que possuem diferentes níveis, desde o nível individual estabelecendo atividades do cotidiano, até a um nível governamental, sendo responsável por elaborar planos nacionais. Em relação aos tipos de planejamento, Inskeep (1991, *apud* TAVOLARA, p. 16) destaca os que se seguem:

- Planejamento para o desenvolvimento econômico;
- Planejamento para a utilização do solo;
- Planejamento de infra-estrutura para serviços e facilidades de transporte, abastecimento de água, luz, esgotos e coleta de lixo e telecomunicações;
- Planejamento para facilidades sociais de educação, saúde e lazer;
- Planejamento para preservação;
- Planejamento corporativo;
- Planejamento regional e urbano.

Observa-se, por meio de diferentes modelos de planejamento turístico, a exemplo de Gunn (1994), Boullón (2006), Acerenza (2002) e Ruschmann (2015), que é necessário que o planejamento obedeça a uma visão integrada, com a participação principalmente do poder público e do mercado, com a finalidade de preservar os recursos disponíveis para a atividade turística. Ao mesmo tempo, a ideia de participação no planejamento turístico vem sendo cada vez mais defendido, como é mostrado, por exemplo, por Gómez et al. (2016), Araujo (2006) e Keogh (1990). Nas sociedades democráticas, se entende que a participação no planejamento pode contribuir para a sustentabilidade.

2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo foi realizado por meio de uma abordagem metodológica de caráter qualitativo, buscando compreender o fenômeno estudado dentro do seu contexto, com ênfase nas respostas dos entrevistados, a partir do questionário que foi utilizado com visitantes à área de estudo. Segundo Minayo (2009), a abordagem qualitativa normalmente busca compreender uma realidade cujas respostas estão nas relações humanas, em um contexto no qual essas características dificilmente podem ser representadas em sua inteireza por números e análises quantitativas. Porém, a pesquisa qualitativa não descarta necessariamente o instrumento de coleta de dados quantitativos (CHIZZOTTI, 2010), caso deste estudo.

Com o objetivo de alcançar os objetivos propostos, e testar a hipótese adotada, iniciamos os procedimentos metodológicos com um aprofundamento na revisão de literatura que trata dos temas de interesse da pesquisa. As consultas em fontes incluíram artigos de periódicos, anais de eventos, dissertações, teses e livros, através dos quais buscamos compreender em profundidade os conceitos científicos que norteiam a investigação, principalmente a noção de Turismo, Destino Turístico, Território, Territorialização e Planejamento. Dessa forma, buscou-se desenvolver um referencial teórico que nos permitisse entender o fenômeno estudado, com ênfase nos usos que os turistas fazem no território ao chegarem ao destino Xingó, e as ações do Mercado frente à turistificação do destino, incluindo a zona de abrangência da destinação. O levantamento de dados também recorreu a outras múltiplas fontes de dados, incluindo a análise documental, entrevistas abertas, observação e registro fotográfico de campo.

A realização da pesquisa bibliográfica de trabalhos produzidos anteriormente sobre o turismo desenvolvido na destinação Xingó e seu entorno foi muito importante para uma melhor compreensão sobre a realidade que estava sendo estudada, assim como a verificação de pontos de interesse que poderiam ser levados em consideração durante a investigação. De acordo com Gil (2008, p. 50), “A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. O autor (Ibid.) ainda destaca que a principal vantagem da pesquisa bibliográfica é de permitir ao pesquisador conhecer uma gama de fenômenos muito mais ampla relacionados ao objeto estudado do que aquele que poderia pesquisar diretamente. Nesse sentido, a consulta a essas fontes, juntamente com a leitura dos trabalhos relacionados especificamente ao destino Xingó, permitiram uma compreensão mais completa do destino do ponto de vista empírico e também alimentada pela

teoria. Em relação à pesquisa documental, a mesma se assemelha a pesquisa bibliográfica, entretanto, a pesquisa documental normalmente utiliza-se de documentos que não passaram por tratamento analítico.

Definido o marco teórico-conceitual que foi apresentado no primeiro capítulo da dissertação, e após a elaboração dos questionamentos e da problemática a que a investigação se propõe, desenvolvimento da hipótese, levando em consideração a base teórica do estudo e dados empíricos sobre o destino Xingó, foi definido o delineamento da pesquisa.

O delineamento refere-se ao planejamento da pesquisa em sua dimensão mais ampla, envolvendo tanto a sua diagramação quanto a previsão de análise e interpretação dos dados. Entre outros aspectos, o delineamento considera o ambiente em que são coletados os dados, bem como as formas de controle das variáveis envolvidas (GIL, 2008, p. 49).

Dessa forma, a pesquisa possui como delineamento uma base descritiva, explicativa e exploratória. No que diz respeito ao caráter descritivo, Gil (2008, p. 28) explica que esse tipo de pesquisa “[...] tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”. Ao passo que a dimensão explicativa busca “[...] identificar os fatores que determinam ou contribuem para os fenômenos” (p. 28). Nas pesquisas exploratórias, a principal finalidade é esclarecer, desenvolver e modificar conceitos e ideias, levando em consideração a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos que venham a ser desenvolvidos posteriormente. Além disso, as pesquisas exploratórias são desenvolvidas com a finalidade de proporcionar visão geral, do tipo aproximativo de determinado fato. Essas pesquisas são escolhidas quando determinado tema escolhido é pouco explorado (GIL, 2008). Assim sendo, todos esses aspectos se aplicam ao estudo desenvolvido a respeito do destino turístico Xingó.

2.1 Critérios para a escolha do estudo

Com base na análise de um objeto empírico a ser estudado, isto é, o destino turístico Xingó, alguns critérios foram levados em consideração para o prosseguimento na investigação do fenômeno estudado.

I - A pesquisa é pertinente a um programa de pós-graduação em Geografia, pois está diretamente associada a uma das categorias de análise da ciência geográfica, isto é, território, aplicado ao destino Xingó.

II - A pesquisa também é relevante, sobretudo por seu potencial de contribuir com o planejamento e a formulação de políticas públicas de turismo, na escala de destino turístico.

III – Apesar da disponibilidade de dados já existentes em estudos em nível de pós-graduação *stricto sensu*, ainda existem lacunas a serem respondidas, além de ser escasso o quantitativo de pesquisas em Xingó, comparado a outras destinações. E nenhuma delas [pesquisa científica] estudou o destino turístico Xingó enquanto zona de abrangência territorial, assim como preconiza o modelo de Gunn (1994).

IV – Relevância das cidades de Piranhas, em Alagoas, e Canindé de São Francisco, em Sergipe, situadas na divisa entre os dois estados mencionados, que se configuram como sendo duas das cidades mais visitadas do interior do Estado de Alagoas, consistindo dos dois portões de entrada do destino Xingó. Além disso, esse destino possui um turismo diferente do praticado no litoral – Sol e Mar. Xingó envolve, ao mesmo tempo, elementos naturais e culturais na constituição de sua oferta turística.

V – Acessibilidade à área de estudo e aos entrevistados.

Entendemos que algumas características pessoais do pesquisador também influenciaram a metodologia do estudo realizado, no que diz respeito à escolha do objeto a ser pesquisado, isto é o destino Xingó. Dessa forma, o VI critério para a escolha do objeto de estudo refere-se à trajetória do pesquisador. Por isso, utilizamos na escrita a primeira pessoa do singular.

Inicialmente, o interesse em estudar o destino turístico Xingó apareceu após visitar diversos atrativos na região e estar em contato diariamente com os fluxos de turistas e excursionistas que visitam a destinação, visto que, moro e sou residente do município de Piranhas, em Alagoas, como mencionado acima, um dos portões de entrada para o destino Xingó. A vista disso, ao me deslocar para os atrativos, percebia que adentrava outros territórios municipais, além de Piranhas e Canindé de São Francisco. Dessa forma, inicialmente fiquei interessado em compreender até que ponto os órgãos municipais de turismo da região, responsáveis pelo

planejamento do destino Xingó – não existe nenhum estudo científico que trate da delimitação do destino –, consideravam a real abrangência do destino, pois, os turistas, assim como eu, circulam dentro da região em diversos pontos de atratividade, fazendo também o uso de diversos serviços disponibilizados pelo Mercado. À vista disso, após sair do Instituto Federal de Alagoas (IFAL), em Piranhas, ingressei na Universidade Federal de Alagoas (UFAL), em Delmiro Gouveia/AL, para cursar Licenciatura em Geografia, quando tive o primeiro contato com a disciplina Geografia do Turismo e conhecer o quão rica e abrangente é esse campo de estudo.

A partir de então, comecei uma busca por pesquisas realizadas na área de Xingó, e sempre me deparava com pesquisas acadêmicas – dissertações e artigos –, que consideravam apenas alguns municípios como sendo o destino Xingó, às vezes Canindé de São Francisco e Poço Redondo/SE, e em outras como sendo Piranhas/AL e Canindé de São Francisco/SE. Entretanto, o turista ao chegar a determinada destinação, não leva em consideração limites político-territoriais para a realização de suas experiências no destino, ele normalmente circula dentro de um determinado recorte espacial e faz o uso dos produtos que são ofertados pelo Mercado, situados em diversos lugares dentro dos limites do destino. Com base nisso, após realizar levantamento de informações, percebi o quão pouco a área é estudada. Diante desse quadro, levei adiante o meu interesse pela pesquisa motivado pelo desejo de poder contribuir de alguma forma com a ampliação do conhecimento sobre o desenvolvimento do turismo no destino Xingó, talvez contribuindo com a identificação de questões que pudessem ser examinadas em futuros estudos que viessem a ser desenvolvidos a respeito desse destino.

Portanto, uma vez este estudo tendo sido realizado, acredito que seus objetivos intrínsecos tenham sido alcançados, gerando conhecimentos que permitam compreender a abrangência espacial do destino Xingó, por meio principalmente do conhecimento do território que os turistas do destino usam, e se as ações que são desenvolvidas pelo mercado no destino atendem a todas as áreas que são efetivamente usadas pelos turistas que visitam esse destino.

É importante destacar, que reconhecemos como legítimos e empiricamente relevantes todos os agentes e atores que contribuem para a configuração da turistificação do território turístico do destino Xingó, como por exemplo, o poder público e os trabalhadores. Entretanto, nessa dissertação, esses agentes não serão estudados. No início da pesquisa, havia como proposta incluir o agente poder público. Porém, apesar da boa receptividade dos gestores públicos durante as visitas para o levantamento de dados junto às prefeituras e secretarias de Cultura e Turismo dos municípios da destinação, encontramos dificuldades no fornecimento

de dados documentais. Isso demonstra talvez, que os mesmos não estão preparados frente aos desafios enfrentados pelo poder público relacionados ao desenvolvimento do destino no que diz respeito ao planejamento e à gestão. Além disso, o destino está inserido em uma área sob confluência de unidades federativas distintas, o que torna mais difícil a aquisição cooperada dos dados em curto período de tempo – o regimento do Programa de Pós-Graduação em Geografia – IGDEMA/UFAL, estabelece um prazo máximo de 30 meses (24 meses mais seis meses da prorrogação) para o término da pesquisa, considerando que os levantamentos de campo para o estudo foram realizados durante o período da pandemia do Novo Coronavírus (Covid-19), o que representou uma grande limitação. Com isso, decidimos prosseguir a pesquisa analisando o Mercado e os Turistas, que são considerados por Knafou (1996) como sendo as principais fontes de turistificação.

2.2 Etapas e técnicas da pesquisa de campo

Buscando compreender a zona de abrangência do destino turístico Xingó a partir da configuração da ação dos agentes da turistificação, especificamente os visitantes e o mercado, foram realizadas, paralelamente a pesquisa bibliográfica e documental, visitas em campo com a finalidade de observar o comportamento dos mencionados agentes da turistificação na destinação, bem como com o objetivo de registro fotográfico. Durante o campo, utilizamos uma caderneta de campo, para anotações em tempo real das percepções e elementos pertinentes ao estudo. Marconi e Lakatos (2003) enfatizam que a observação direta é uma técnica de coleta de dados para conseguir determinadas informações, utilizando os sentidos na obtenção de aspectos da realidade que sejam importantes para a pesquisa que está sendo realizada. Dessa forma, a observação não consiste apenas em ver e ouvir, mas também em examinar os fatos ou fenômenos que o pesquisador deseja estudar, na medida mesma em que eles acontecem na realidade empírica.

Durante a investigação científica na modalidade de observação, foram adotados os meios não estruturados (assistemática), que consiste em recolher dados e registrar os fatos da realidade – normalmente utilizada em pesquisa exploratória, o que também se aplica a esse estudo –, como também para a realização de observação estruturada (sistemática), sendo que nesse caso “[...] o observador sabe o que procura e o que carece de importância em determinada situação; deve ser objetivo, reconhecer possíveis erros e eliminar sua influência sobre o que vê ou recolhe” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 193). Algumas dessas observações já ocorriam frequentemente no cotidiano do pesquisador, uma vez que ele é

residente do município de Piranhas – porém, foram intensificadas com base nos objetivos do estudo durante o segundo semestre de 2019 e começo do primeiro semestre de 2020, para identificar e observar os serviços que são ofertados. Por exemplo, como estão configuradas as rotas dos catamarãs na Rota do Cangaço e Lago de Xingó, os passeios ofertados pelas agências de turismo, as principais vias de acesso e de circulação intradestino, a presença de museus e demais atrativos etc. A circulação entre os municípios da destinação ocorreu sem maiores problemas, visto a curta distância entre eles. Complementarmente, foram analisadas imagens remotas do Google Earth para uma melhor visualização da área, de maneira que não se pode fazer no campo.

É importante frisar que em meados de fevereiro e março do ano de 2020, o nosso país registrou os primeiros casos de contaminação pelo Novo Coronavírus, e sua consequência, isto é, a Covid-19, envolvendo alto poder de contágio, o que restringiu a circulação de visitantes entre e nas cidades do destino Xingó. Além disso, o poder público dos dois principais municípios que constituem o destino Xingó – Canindé de São Francisco e Piranhas –, emitiram um comunicado suspendendo diversas atividades do setor turístico e limitando o acesso a determinados setores da administração pública municipal. Esse comunicado – por tempo indeterminado – inviabilizou que os turistas circulassem no destino turístico Xingó e impossibilitou que se prosseguisse com a implementação da pesquisa de campo. Com isso, somente em novembro de 2020 os órgãos municipais do destino Xingó flexibilizaram as atividades, o que nos permitiu avançar com o levantamento de dados por meio do trabalho de campo. Nesse momento, foram realizadas entrevistas exploratórias com servidores das secretarias de turismo de Canindé de São Francisco e Piranhas, assim como empresários ligados ao setor turístico.

Considerando a abordagem qualitativa adotada e com a finalidade de complementar as etapas anteriores, foram aplicados questionários²⁴ a turistas que visitavam Xingó, no período de dezembro de 2020 a janeiro de 2021, no sentido de buscar informações que permitissem responder os objetivos do estudo, sobretudo no que diz respeito aos usos que os visitantes fazem ao chegarem no território do destino. Esse instrumento de coleta de dados foi fundamental para compreendermos como se configura na prática a zona de destinação de Xingó, como também as pertinências e incongruências das ações do mercado frente ao território usado pelos turistas. Marconi e Lakatos (2003, p. 201) afirmam que o “questionário é um instrumento de coleta de dados, constituído por uma série ordenada de perguntas [...]”.

²⁴ Roteiro de questionário: ver apêndice A.

As Secretarias de Cultura e Turismo dos municípios que formam a destinação Xingó não possuem dados precisos do quantitativo de visitantes, com isso, optamos em utilizar a estimativa disponibilizada pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) relativa às visitas na unidade de conservação Monumento Natural do Rio São Francisco (MONA) ocorridas no ano de 2019²⁵, que contou com 713.400 pessoas. O MONA do São Francisco envolve os cânions situados ao longo do lago de Xingó, incluindo a principal área de visitação do destino. A partir do quantitativo apresentado pelo ICMBio, definimos o número da amostra. Segundo Krejcie e Morgan (1970), para uma população superior a 700 mil indivíduos, o número da amostra deve ser de 384. Os autores (Ibid.) ainda destacam que quanto maior o grau de precisão que se deseja obter, maior deve ser o número amostral. Dessa forma, aplicamos 384 questionários, com um nível de confiança de 95% e erro amostral de 5%. Os questionários foram aplicados em dias e horários distintos em diferentes pontos de circulação dos turistas na destinação, nos meses de dezembro de 2020 e janeiro de 2021, período do ano em que o fluxo de turistas em Xingó é mais intenso.

Levando em consideração o número de questionários a serem aplicados em um curto período de tempo, contamos com a colaboração de quatro voluntários para a sua aplicação. O pesquisador responsável orientou os colaboradores na aplicação dos questionários, de maneira que todos os procedimentos necessários fossem por eles observados, com o objetivo de manter a consistência dos dados. Se buscou garantir durante a aplicação dos questionários que o trabalho ocorresse de maneira cordial e formal ao mesmo tempo, não tendo ocorrido nenhum problema durante a aplicação dos questionários.

2.3 Análise e interpretação de dados

Mediante a obtenção dos dados, foram realizadas a sua análise e interpretação, que consistiu na tabulação eletrônica dos questionários, separação das fotografias e sistematização das observações. A análise e interpretação são termos relacionados, ao passo que a análise refere-se à organização e sumarização dos dados a fim de possibilitar o fornecimento de respostas ao problema proposto da investigação (fenômeno estudado). A interpretação é um processo que sucede a análise, e que tem como objetivo a procura do sentido mais amplo das

²⁵ Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). Disponível em: <https://www.icmbio.gov.br/portal/images/stories/comunicacao/publicacoes/monitoramento_visitacao_em_ucs_federais_resultados_2019_breve_panorama_historico.pdf> . Acesso em: 10 nov. 2020.

respostas, sendo normalmente conduzida mediante a ligação a outros conhecimentos obtidos anteriormente (GIL, 2008).

As tabulações dos questionários estão disponíveis no Laboratório de Território, Turismo e Desenvolvimento (LTTD) da Universidade Federal de Alagoas, ambiente institucional no qual a pesquisa foi realizada. Além disso, com respeito à ética da pesquisa de campo, em todos os questionários não constam os nomes dos entrevistados, mantendo sempre o sigilo da identidade dos participantes, mesmo a pesquisa não envolvendo quaisquer aspectos que pudesse representar motivo de constrangimento do entrevistado ou entrevistada.

Após a análise e interpretação dos dados, foi realizada a descrição dos fatos, os quais foram examinados à luz do referencial teórico que foi desenvolvido para o estudo. Também foi possível representar as informações através de mapas, gráficos e tabelas, possibilitando um melhor entendimento a respeito do objeto estudado.

3 CENÁRIOS DO TURISMO NO TERRITÓRIO DO DESTINO XINGÓ

Os lugares que formam o destino turístico Xingó apresentam características diferentes das apresentadas pelo turismo no litoral brasileiro, que representam um cenário singular para o turismo em Xingó, proporcionando aos visitantes experiências únicas na destinação. O destino Xingó se formou através de um conjunto de atrativos de base ao mesmo tempo cultural e natural, que foi impulsionado pela chegada da Usina Hidrelétrica de Xingó (UHE-Xingó), cujo potencial foi percebido pelo *trade* turístico o qual passou a explorá-lo para desenvolver atividades relacionadas ao turismo. Criam-se então, diferentes dinâmicas territoriais, através dos agentes e atores da turistificação no território da destinação.

Com o objetivo de descrever e apresentar as características do destino, este capítulo está dividido em duas seções secundárias e três seções terciárias interligadas que revelam detalhes dos lugares e atrativos que constituem o destino. A primeira seção secundária apresenta de forma geral alguns aspectos do turismo em Alagoas. A segunda seção secundária apresenta as características e informações sobre a delimitação espacial do destino turístico Xingó.

As duas seções terciárias, contêm detalhes sociais, econômicos, demográficos e físico-naturais dos municípios que formam o destino. Por fim, a terceira seção identifica fatores que desencadearam o desenvolvimento turístico no destino, e que, de alguma forma, influenciaram a incorporação de novas porções territoriais ao espaço geográfico do destino Xingó, sobretudo através do uso exercido pelos visitantes, principalmente após a conclusão da construção da UHE-Xingó em 1994.

3.1 Turismo em Alagoas

O Estado de Alagoas é o segundo menor estado brasileiro em extensão territorial, com uma área de 27.842 km², localizado na parte leste da região Nordeste do Brasil. O estado conta com 102 municípios e possui limites: ao Norte com Pernambuco, ao Sul com Sergipe, ao Oeste com Bahia e a Leste com oceano Atlântico. Alagoas na maior parte do ano possui temperaturas elevadas, apresentando um clima tropical, com temperatura média anual de 24°C a 28°C em seu litoral (IBGE, 2019). Com temperaturas médias na casa dos 20°C, juntamente com o seu litoral com feições geomorfológicas e ecossistemas variados, Alagoas oferece muito boas condições naturais para a prática do turismo em contato direto com a natureza.

Por causa dos seus condicionantes naturais, Alagoas tem como seu principal foco o turismo de “Sol e Mar²⁶”, sendo Maceió, a capital do estado, o destino mais visitado. Nas últimas décadas, com a finalidade de intensificar o desenvolvimento do turismo no Nordeste, o governo brasileiro instituiu programas e projetos voltados para o desenvolvimento da atividade turística nessa região. Dentre tais ações, destacaram-se duas políticas com foco na escala regional. A primeira foi a Política de Megaprojetos Turísticos, lançada no início de 1980 (CRUZ, 2002, p. 80); a segunda política com essa característica foi o Programa para o Desenvolvimento do Turismo no Nordeste (Prodetur-NE), criado em 1991.

O Prodetur-NE tem como objetivo principal ampliar a infraestrutura básica para o desenvolvimento turístico na região e aperfeiçoar o sistema institucional voltado à gestão da atividade, proporcionando incentivos e investimentos para a implantação de equipamentos turísticos (CRUZ, 2002). O programa Prodetur-NE, segundo Beni (2006), contou com financiamentos provenientes do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e do Banco Mundial (BIRD), tendo como intermediador dos recursos o Banco do Nordeste do Brasil (BNB). Conforme Feitosa (2011), os recursos para obras de infraestrutura básica, capacitam a região para atrair maiores investimentos privados, podendo também melhorar a qualidade de vida da população local.

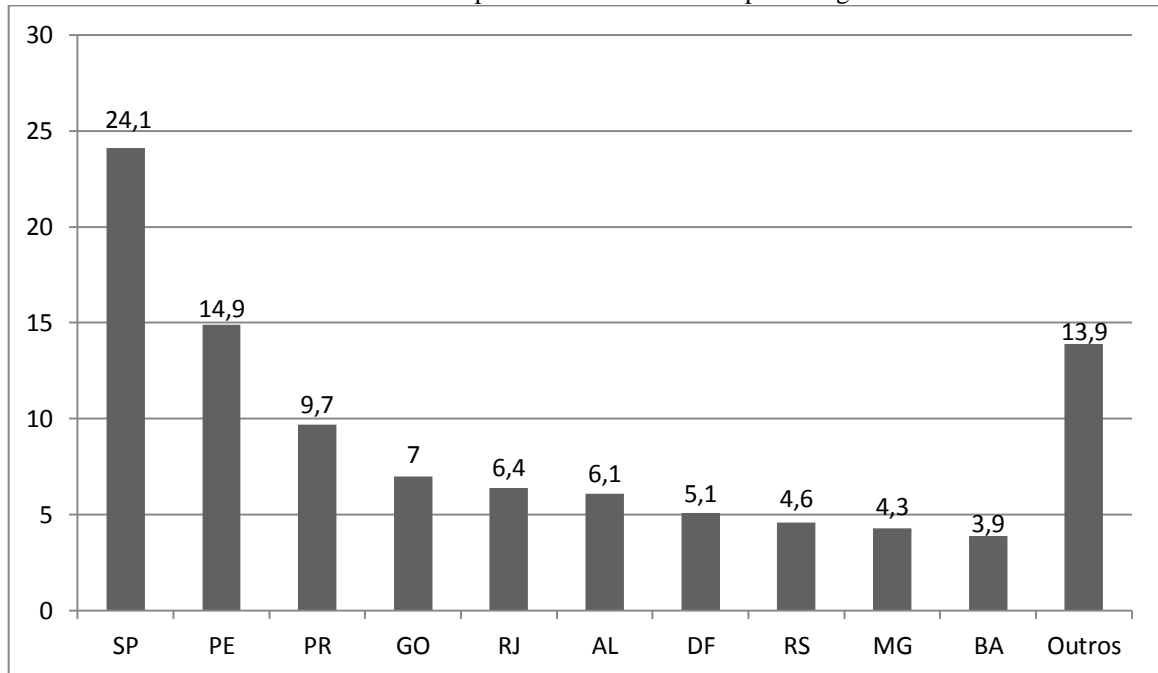
O programa foi dividido em duas fases, sendo o Prodetur-NE I responsável pela infraestrutura básica, com a finalidade de aumentar os fluxos terrestres e urbanos por meio da melhoria das vias rodoviárias e aeroportos. Essa primeira fase também tinha como objetivo contribuir para o desenvolvimento socioeconômico regional. Na segunda etapa, o Prodetur-NE II (2000-2009), teve como objetivo a implementação de ações para o turismo sustentável nos 14 polos que obtiveram inicialmente os investimentos do Prodetur-NE I. Além disso, o Prodetur-NE II teve também como objetivo ampliar a implantação de infraestrutura e contribuir para o fortalecimento institucional nas áreas alvo da sua ação. E em Alagoas, o polo turístico determinado foi o Costa dos Corais que reúne alguns municípios da região que receberam investimentos provenientes do Prodetur-NE.

Atualmente, o Prodetur-NE está inserido na Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo de Alagoas (Sedetur-AL), órgão oficial responsável pela gestão de políticas públicas para fomentar o desenvolvimento turístico no estado. Com base em dados coletados junto à rede hoteleira, a Sedetur-AL (2018) publicou que a grande maior parte da demanda turística de Alagoas é composta por turistas domésticos. Os estrangeiros

²⁶ Alternativamente, usa-se também o termo turismo de “Sol e Praia”.

representam apenas 5% da demanda total dos hóspedes, sendo o principal mercado emissor a Argentina. O gráfico 1 mostra que o maior mercado emissor de Alagoas é a região Sudeste, com São Paulo liderando o *ranking* entre todos os estados brasileiros.

Gráfico 1: Principais mercados emissores para Alagoas



Fonte: Sedetur-AL (2015); Fipe (2012).

Os turistas que visitam Alagoas buscam prioritariamente as suas praias, com mais de 95% dos turistas do destino mencionando que a natureza – normalmente se referindo ao litoral – foi um fator importante para a escolha do destino (VASCONCELOS, 2017). Ao longo dos seus 230 km de litoral, Alagoas possui 17 lagunas, muitas praias bem avaliadas pelos visitantes, rios, manguezais, falésias, matas de restinga e campos de dunas. Além de Maceió, o litoral tem dois outros destinos importantes, a saber: Maragogi, na divisa com o Estado de Pernambuco, e Rota dos Milagres ou Rota Ecológica, como também é conhecida, formada por três municípios do litoral norte: Passo de Camaragibe, São Miguel dos Milagres e Porto de Pedras. Portanto, a maior parte dos investimentos provenientes do Prodetur-NE foi alocada a projetos localizados na região litorânea de Alagoas, com o destino Xingó tendo ficado em segundo plano. No contexto alagoano, Xingó é o único destino de destaque localizado no interior do estado. Apesar do rápido crescimento do turismo no destino Xingó nas duas últimas décadas, as políticas públicas de turismo se concentraram na zona costeira de Alagoas e Sergipe, negligenciando, até certo ponto, o grande potencial de desenvolvimento turístico do destino em foco. Por causa disso, o poder público dos municípios de Piranhas e Canindé de

São Francisco precisaram ter significativa proatividade voltada à exploração do potencial turístico do destino Xingó, através de iniciativas próprias.

O surgimento do destino Xingó²⁷ começou a tomar forma muito antes da construção da Usina Hidrelétrica (UHE) de Xingó, cuja construção foi iniciada em março de 1987, com sua operação tendo começado em dezembro de 1994 (CHESF, 2020). Antes da formação do lago de Xingó e de a hidrelétrica entrar em operação, o interesse do visitante tinha como focos principais o rio São Francisco, a cidade histórica de Piranhas e o imaginário em torno do cangaço, cujo ícone principal, Lampião, foi assassinado juntamente com parte de seus companheiros na Grotta de Angicos, município de Poço Redondo/SE, a aproximadamente 10 km em linha reta, a Sudeste da cidade de Piranhas. Com a inauguração da hidrelétrica, o destino ganhou novas direções, com a chegada dos primeiros empresários ligados ao turismo voltados à exploração do potencial turístico do lago formado pela hidrelétrica.

3.2 Destino Turístico Xingó

O destino turístico Xingó é formado por cinco municípios que estão localizados na região Nordeste do Brasil, no interior dos estados de Alagoas e Sergipe (Figura 7), os quais, no seu conjunto, transformaram completamente as condições do curso do rio São Francisco, aumentando o potencial de atratividade da região. Essa área teve a sua ocupação e desenvolvimento influenciados pelo “Velho Chico²⁸”. Atualmente o destino Xingó envolve a Usina Hidrelétrica de Xingó, pertencente à Companhia Hidro Elétrica do São Francisco (CHESF).

Como foi discutido no Capítulo 1, há várias formas que podem ser usadas para se conceituar destino turístico e, conseqüentemente, existindo também variações para se delimitar espacialmente os limites espaciais de um dado destino. Adotando a premissa de Gunn (1994) de que normalmente um destino turístico conta com uma comunidade, cidade ou cidades principais, a partir da qual ou das quais o turista explora atrativos situados no espaço circundante, constatou-se por meio da pesquisa de campo que o destino Xingó é formado por cinco municípios, isto é: Piranhas, Olho d’Água do Casado e Delmiro Gouveia do lado de

²⁷ O destino Xingó tem como cidades centrais Piranhas/AL, na margem esquerda do rio São Francisco, e Canindé de São Francisco, na margem direita, que funcionam como os dois portões de entrada do destino. A barragem de Xingó se situa a 4,5 km a montante da cidade de Piranhas e a 2 km a montante da parte ribeirinha da cidade de Canindé de São Francisco.

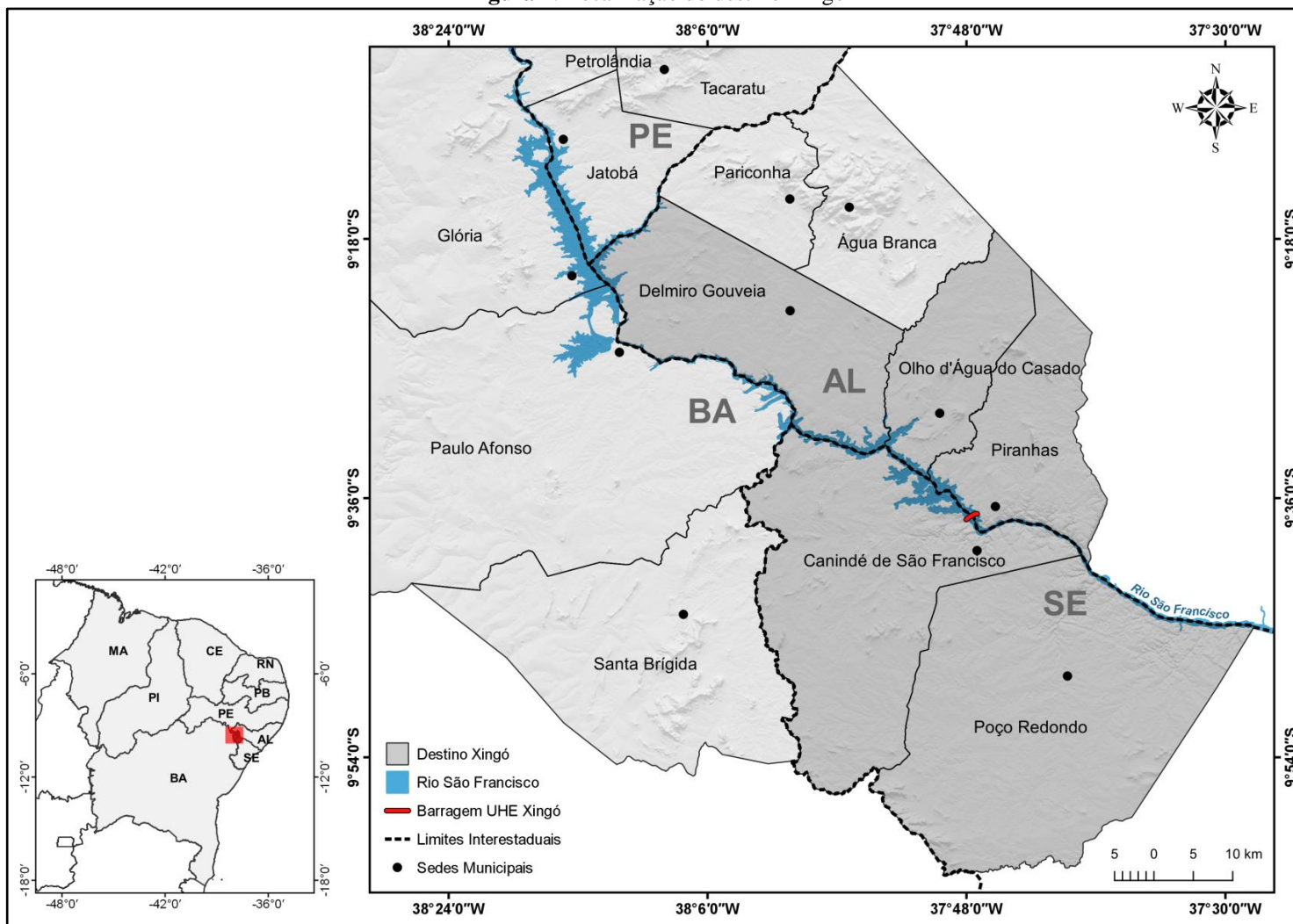
²⁸ Velho Chico é o nome popularmente dado ao rio São Francisco.

Alagoas e Canindé de São Francisco e Poço Redondo do lado de Sergipe, como sendo os formadores do território do destino Xingó.

É interessante destacar que ao se realizar buscas na internet com base em “destinos turísticos de Sergipe”, dentre os destinos aparece Xingó e/ou Canindé de São Francisco; ao se fazer buscas com base em “destinos turísticos de Alagoas”, normalmente aparece Xingó e/ou Piranhas. Esses achados parecem indicar a existência de uma visão dicotômica sobre o destino Xingó, uma vez que ele inclui indissociavelmente, na prática, a hidrelétrica de Xingó e as duas cidades. No início do *TALC* (BUTLER, 1980) desse destino turístico, o lugar de visitação quase exclusivo era a cidade de Piranhas. Entretanto, com a constru o da hidrelétrica outros lugares passaram a ser visitados, com a cria o de diversos atrativos e serviços, situados inclusive fora dos municípios de Piranhas e Canindé de São Francisco. Sendo assim, propomos aqui que os limites espaciais desse destino, com base no espaço usado pelo visitante, v o além dos limites político-administrativos dos dois municípios em questão, que forma os portões de entrada do destino.

O entendimento de base para essa proposi o de delimita o espacial do destino Xingó foi o de que após a constru o da barragem e do enchimento do lago da Usina Hidrelétrica de Xingó, o destino passou a ser mais visitado, surgiram investimentos crescentes por meio de empresas privadas de turismo, que exploram recursos os transformando em atrativos que estão situados dentro de um território de visita o/uso que se estende muito além das cidades de Piranhas e Canindé de São Francisco, assim como das instala es imediatas da hidrelétrica. Uma explora o estendida dos recursos naturais, artificiais e histórico-culturais no entorno da UHE para além desses três pontos focais mencionados, possibilitou a expansão espacial do destino. Entretanto, apesar desses municípios constituírem a base de atrativos localizados na região circunvizinha ao lago da hidrelétrica de Xingó, há varia es espaciais relacionadas à oferta e à demanda turística local (BRAGHINI, 2009), mas que são elementos constituintes do destino.

Figura 7: Localização do destino Xingó



Fonte: Organizado pelo autor e elaborado por Esdras de Lima Andrade

Em termos de captação de demanda, o destino Xingó está sob a influência de Maceió/AL e de Aracaju/SE, cujas distâncias em relação aos municípios que compõem o destino são mostradas na Tabela 1. Chega-se ao destino, a partir de Aracaju, pelas rodovias BR-101 e SE-230 (Aracaju – Xingó) e BR-101, AL-220 e AL-225 (Maceió – Xingó). O rio São Francisco corta a região e estabelece limite entre os municípios das margens de Alagoas e Sergipe.

Tabela 1: Distâncias entre Aracaju e Maceió e seus respectivos municípios do destino Xingó

CAPITAL	MUNICÍPIO	RODOVIAS (Km)	LINHA RETA (Km)
Aracaju (SE)	Poço Redondo	175	143
	Canindé de São Francisco	197	162
Maceió (AL)	Delmiro Gouveia	283	252
	Olho d'Água do Casado	261	232
	Piranhas	280	224

Fonte: Google Maps (2020).

Como se pode ver na Tabela 2, as distâncias entre as duas capitais e Xingó são razoáveis, particularmente porque o percurso é realizado por rodovias, cujo estado de conservação oscila ao longo do tempo. A Tabela 2 apresenta as coordenadas geográficas referentes à localização dos municípios formadores do destino Xingó.

Tabela 2: Coordenadas geográfica dos municípios do destino Xingó

LATITUDE	LONGITUDE	MUNICÍPIO
9° 48' 20'' S	37° 41' 01'' W	Poço Redondo – SE
9° 39' 44'' S	37° 47' 05'' W	Canindé de São Francisco - SE
9° 23' 04'' S	37° 59' 57'' W	Delmiro Gouveia – AL
9° 30' 11'' S	37° 49' 49'' W	Olho d'Água do Casado – AL
9° 36' 36'' S	37° 45' 41'' W	Piranhas - AL

Fonte: Google Maps (2020)

3.2.1 Aspectos socioeconômicos e demográficos

O município de Canindé de São Francisco/SE está localizado no Estado de Sergipe, na Mesorregião do Sertão Sergipano. Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), o município possui uma população estimada de 24.686 pessoas distribuídas em

uma área de 905,65 Km², o que representa uma densidade demográfica de 27,27 hab./Km². O município registrou um aumento da população entre os anos de 1991 e 2000, passando de 11.474 para 17.754, uma taxa média anual de 4,97% de crescimento. Entre 2000 e 2010, a população cresceu menos em relação aos anos anteriores, com uma taxa média anual de 3,35%. (ATLAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL, 2000; IBGE, 2010).

Já o município de Poço Redondo/SE possui uma população estimada de 30.888 pessoas distribuídas em uma área de 1.218,24 Km², com densidade demográfica de 25,04 hab./Km². O município está situado ao Noroeste de Sergipe, na Microrregião Sergipana do Sertão do São Francisco. Entre os anos de 1991 e 2000, a população saltou de 20.155 para 26.022 habitantes, com uma taxa média anual de crescimento de 2,88%. Entre os anos de 2000 e 2010 a taxa média anual de crescimento foi de 1,73% (ATLAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL, 2000; IBGE, 2010).

Em Alagoas, o município de Piranhas está localizado na região Sudoeste do estado e na Mesorregião do Sertão Alagoano. A população, no último censo demográfico (IBGE, 2010), contabilizou 23.045 pessoas distribuídas em uma área total de 408,47 Km², sendo sua densidade demográfica de 56,47 hab./Km². A população do município cresceu 3,68% entre os anos de 1991 e 2000, passando de 14.458 para 20.007 pessoas, respectivamente. Entre os anos de 2000 e 2010, a taxa média anual de crescimento foi de 1,42% (ATLAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL, 2000).

Olho d'Água do Casado-AL, também localizado na Mesorregião do Sertão Alagoano, possui uma população de 8.491 pessoas, com densidade demográfica de 26,29 hab./km² distribuídos em uma área de 324,54 Km². A população do município cresceu 1,07%, passando de 6.414 para 7.059 pessoas entre os anos de 1991 e 2000. Entre os anos de 2000 e 2010, o município apresentou uma pequena taxa de crescimento anual, de apenas 1,86% (ATLAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL, 2000; IBGE, 2010).

Com relação ao município de Delmiro Gouveia-AL, a população está estimada em 48.096 de habitantes distribuídos em uma área total de 606,49 Km², com densidade demográfica de 79,13 hab./km². A evolução populacional entre os anos de 1991 e 2000 registrou uma taxa média anual de crescimento de 0,59%, passando de 40.292 para 42.469. Entre os anos de 2000 e 2010, a taxa média anual subiu para 1,25% (ATLAS DE DESENVOLVIMENTO HUMANO NO BRASIL, 2000; IBGE, 2010).

Dessa forma, somando-se toda a população dos cinco municípios que formam o destino Xingó, chega-se a um total de 135.206 habitantes (IBGE, 2010), distribuídos em uma área de 3.463,39 km², representando uma densidade média de 39.03 hab./km². Portanto, se

trata de uma região com uma baixa densidade populacional, o que transparece a quem visita esses municípios, havendo a predominância de vastas áreas não urbanas, nas quais se constata remanescentes de caatinga, pastagens frequentemente nativas com a criação extensiva de gado, e agricultura de subsistência. No seu conjunto, essa paisagem tem grande poder de atratividade por sua beleza natural e contrastes com a paisagem urbana dos lugares nos quais os turistas do destino vivem.

A distribuição da população rural e urbana entre os municípios formadores do destino Xingó (Tabela 3) varia de forma distinta. Enquanto em Canindé de São Francisco, Piranhas e Delmiro Gouveia predomina população urbana, em Poço Redondo e Olho d'Água predomina a população rural. Delmiro Gouveia é uma importante cidade do Sertão de Alagoas, com boa infraestrutura e oferta de serviços, fatores que normalmente atraem pessoas para o meio urbano. No caso de Piranhas e Canindé de São Francisco dois fatores parecem ter influenciado para que ambas tenham população urbana maior do que a rural. O primeiro fator é que a UHE de Xingó localiza-se nas proximidades da sede desses municípios. Durante a sua construção a área das duas cidades atraiu muitos trabalhadores, parte dos quais pode ter permanecido no lugar, além da proliferação de serviços voltados a atender às demandas durante o período de construção da hidrelétrica. O segundo fator talvez seja o fato de essas duas cidades serem os dois portões de entrada do destino Xingó. Normalmente, quando há investimentos em desenvolvimento turístico, com a criação de bares, restaurantes, acomodação e a estruturação de atrativos, a cidade principal, ou no caso do destino Xingó, suas duas principais cidades, terminam por atrair pessoas à procura de emprego e melhoras de qualidade de vida, contribuindo para aumentar a população urbana. Os outros dois municípios têm sua economia estruturada principalmente com base em atividades econômicas ligadas à agropecuária, o que em países subdesenvolvidos contribui para a manutenção de parte significativa da população no mundo rural.

Tabela 3: Demografia dos municípios de maior influência da destinação Xingó em relação ao seu respectivo estado

(Continua)

Censo (2010)	População Rural	População Urbana	População Total
Sergipe	547.651	1.520.366	2.068.017
Alagoas	822.634	2.297.860	3.120.494
Canindé de São Francisco – SE	10.623	14.063	24.686
Poço Redondo - SE	22.342	8.538	30.880

Piranhas - AL	9.856	13.189	23.045
Olho d'Água do Casado - AL	4.464	4.027	8.491
Delmiro Gouveia - AL	13.242	34.854	48.096

Fonte: Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil, 2000; IBGE, 2010.

No que diz respeito às possibilidades de desenvolvimento turístico, destinos como Xingó, que têm ao mesmo tempo centros urbanos estruturados e com uma boa oferta de serviços para os visitantes, rico patrimônio histórico-cultural, recursos paisagísticos naturais notáveis e um mundo rural com seus saberes e fazeres em plena atividade apresenta um grande potencial para: 1. Diversificar a oferta; 2. Expandir espacialmente os limites espaciais da oferta/demanda; e 3. Aumentar o tempo de permanência do visitante. Um aproveitamento pleno dessas potencialidades depende em parte do desenvolvimento de uma boa estratégia de desenvolvimento, envolvendo ao mesmo tempo políticas públicas e ações do mercado em sintonia umas com as outras e que estejam conectadas a todo o domínio espacial do território turístico do destino.

Esse potencial de contribuição para a socioeconomia do destino Xingó é muito importante em um contexto regional com baixas condições históricas de desenvolvimento. Por exemplo, a região apresenta baixos índices de desenvolvimento, com o Estado de Alagoas apresentando maiores problemas sociais do que o Estado de Sergipe. Segundo o Atlas de Desenvolvimento Humano no Brasil (2010), o Estado de Alagoas tem IDH²⁹ de 0,631, sendo considerado na faixa de desenvolvimento humano médio, ocupando a 27ª posição no *ranking* dos estados brasileiros e DF. O Estado de Sergipe, mais bem posicionado no referido *ranking*, apresenta IDH maior que Alagoas, ocupando a 20ª posição em relação às outras unidades federativas do Brasil. Entretanto, com IDH de 0,665, o Estado de Sergipe também está posicionado na faixa de desenvolvimento humano médio. Não é de se estranhar essa semelhança em relação ao nível de desenvolvimento entre os dois estados, uma vez que ambos estão localizados em uma das regiões com socioeconomia das mais atrasadas do Brasil. Não é por acaso que as políticas públicas federais de turismo têm como parte dos seus objetivos contribuir para melhorar as condições socioeconômicas dos estados nordestinos.

Por apresentar essas disparidades em comparação a estados mais desenvolvidos do país, os municípios interioranos de Alagoas e Sergipe apresentam um quadro de atraso social

²⁹ O Índice de desenvolvimento Humano (IDH) mede a progressão de estados e municípios por meio de três fatores, a saber: renda, educação e saúde. A escala da faixa de desenvolvimento humano varia de 0,000 a 1,000. Sendo muito baixo (0,000-0,499), baixo (0,500-0,599), médio (0,600-0,699), alto (0,700-0,799) e muito alto (0,800-1,000).

e econômico, o qual afeta a população e as possibilidades de investimento do poder público. Nesse contexto, o turismo é visto como uma alternativa de desenvolvimento para a região de Xingó. O próprio governo federal vê a interiorização do turismo na região Nordeste como uma estratégia do Programa de Regionalização do Turismo (PRT). Espera-se que o crescimento do turismo venha a contribuir com o desenvolvimento de lugares, que contam com recursos importantes para o turismo e que não vislumbram outras alternativas de desenvolvimento (SILVA; FONSECA, 2017). Na realidade, já é comum encontrar nos municípios que formam o destino Xingó trabalhadores formais e informais envolvidos com ocupações ligadas ao turismo, ao verem na atividade uma possibilidade ímpar de aumentar a renda familiar e melhorar sua qualidade de vida, visto que a região apresenta poucas ofertas de postos de trabalho em atividades que possam alavancar o desenvolvimento regional de forma mais significativa.

Como mencionado acima, o nível de desenvolvimento dos municípios que formam o destino Xingó é baixo, condição que se reflete na renda da população, as colocando em situação de vulnerabilidade. Por exemplo, dentre os 102 municípios alagoanos, o Produto Interno Bruto (PIB) de Olho d'Água do Casado em 2017 ocupava a 70ª posição. Piranhas e Delmiro Gouveia encontram-se melhor posicionados, ocupando respectivamente a 40ª e 15ª posição entre os 102 municípios alagoanos. Na margem sergipana, Canindé de São Francisco ocupa a 5ª posição, seguido de Poço Redondo na 22ª colocação, em relação aos 75 municípios do Estado de Sergipe. A Tabela 4 demonstra o registro do PIB de Alagoas, Sergipe e dos municípios que formam a destinação Xingó.

Tabela 4: PIB 2013-2017 a preços correntes (x 1.000) R\$

Ano	2013		2014		2015		2016		2017	
	PIB total	PIB per capita	PIB total	PIB per capita	PIB total	PIB per capita	PIB total	PIB per capita	PIB total	PIB per capita
Alagoas										
Sergipe										
Canindé	574.469	21,1	681.202	24,5	1.232.885	43,5	1.271.165	44,0	1.632.435	55,5
Poço Redondo	212.897	6,4	232.829	6,9	252.872	7,4	262.575	7,7	297.783	8,6
Piranhas	140.447	5,7	164.366	6,6	175.713	7,0	199.329	7,9	221.988	8,7
Olho d'Água do Casado	51.539	5,6	52.189	5,6	54.947	5,9	63.504	6,7	70.402	7,4
Delmiro Gouveia	478.098	9,3	479.379	9,3	486.191	9,3	457.367	8,7	475.854	9,0

Fonte: IBGE (2010)

Considerando-se o Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) de Canindé de São Francisco-SE, o mesmo detinha um índice de 0,567 em 2010, que corresponde à faixa de desenvolvimento humano baixo. Já para o grau de concentração e distribuição de renda por meio do índice de GINI³⁰, Canindé de São Francisco apresenta 0,55, o que indica uma distribuição de renda com problemas e relativa concentração de renda. O Índice Firjan³¹ de Desenvolvimento Municipal (IFDM), sendo outra fonte de análise do desenvolvimento socioeconômico, caracteriza o município no aspecto de emprego e renda em 0,3636 para o ano de 2016, portanto baixo.

O município de Poço Redondo-SE, apresenta ainda maior situação de vulnerabilidade em relação a Canindé de São Francisco, com IDHM (2010) de 0,529, também o situando na faixa de desenvolvimento humano baixo. O grau de distribuição e concentração de renda, segundo o índice de GINI é de 0,59, com índice de emprego e renda, em 2016, de 0,2517 (FIRJAN, 2016), também o situando em situação crítica.

Para os municípios de Alagoas, a realidade não é em geral diferente se comparada com a condição dos municípios situados às margens do rio São Francisco em Sergipe. Por exemplo, Piranhas-AL atingiu o IDH de 0,589, em 2010, o situando na faixa de desenvolvimento humano baixo, com emprego e renda ficando na faixa de 0,4167, segundo a Firjan (2016). Com seu índice de GINI ficando em 0,60, em 2010, a concentração e distribuição de renda ainda é pior do que a situação de Canindé de São Francisco.

Tendo como referência o ano de 2010, o IDH do município de Olho d'Água do Casado-AL foi 0,525, classificando esse município também na faixa de desenvolvimento baixo. O grau da concentração e distribuição de renda entre os mais ricos e pobres nesse município, no mesmo ano, foi 0,50, enquanto no quesito de emprego e renda, Olho d'Água do Casado possui o índice de 0,3666, sendo indicadores gerais de baixo nível de desenvolvimento socioeconômico.

Delmiro Gouveia-AL, possuía em 2010 o IDH de 0,612, colocando esse município em posição melhor em relação aos outros quatro discutidos acima. Entretanto, o seu índice Firjan de desenvolvimento municipal é considerado de baixo desenvolvimento, com 0,3790, com base em emprego e renda. A distribuição de renda ou desigualdade por meio do índice de GINI para o ano de 2010 foi de 0,52, o que igualmente aponta para uma situação de

³⁰ O índice de GINI é um instrumento de análise para medir o grau de concentração e distribuição de renda entre os mais ricos e os mais pobres de uma localidade. O índice varia de 0 a 1. sendo 0 para total representatividade de igualdade e 1 para total desigualdade.

³¹ O índice Firjan é mais um método de análise de desenvolvimento socioeconômico dos municípios brasileiros, incluindo renda e emprego, saúde e educação. O índice varia de baixo (0 - 0,4), regular (0,4 - 0,6), moderado (0,6 - 0,8) e alto (0,8 - 1,0).

concentração de renda típica de um contexto socioeconômico de subdesenvolvimento, sugerindo poucas possibilidades de mudanças no *status quo*, na ausência de políticas robustas de desenvolvimento.

Com base nos dados socioeconômicos citados acima, constata-se na região uma situação de baixo desenvolvimento que afeta em maior ou menor grau todos os municípios que fazem parte do destino Xingó, com a população local enfrentando grandes dificuldades, principalmente devido a uma situação que apresenta estagnação do emprego e renda. Parece que o discurso usado na época de implantação da UHE de Xingó de que o empreendimento traria desenvolvimento para a região não se cumpriu de forma significativa. Como resultado, houve migração de parte da população da região em busca de novas oportunidades de emprego. Ao mesmo tempo, o turismo tem sido defendido como uma alternativa de desenvolvimento para a região, esperando-se que essa atividade crie melhores condições de emprego e renda, com melhor destruição de novas possibilidades na maior área geográfica possível nos limites territoriais do destino Xingó.

Na região compreendida pelo destino são poucos os postos de trabalho disponíveis para a população residente, apresentando grande número de pessoas trabalhando em condições informais, um quadro típico de regiões subdesenvolvidas. As principais atividades econômicas dos municípios em discussão estão ligadas a comércio, pecuária, agricultura de subsistência, silvicultura, extrativismo vegetal, além do recebimento dos *royalties* pagos pela Chesf. Dentre essas fontes da economia local, grande parte da população ainda depende da assistência dos programas sociais do governo brasileiro. É nesse contexto de crise continuada que o turismo é visto pelo poder público como uma alternativa de desenvolvimento para ajudar a solucionar os problemas sociais e econômicos locais, esperando-se que a atividade contribua com melhoras nos índices de desenvolvimento da região. Porém, a situação crítica em relação à distribuição e concentração de renda na região representa um sério problema em relação às perspectivas de desenvolvimento, pois, como argumenta Rangel,

É muito difícil crescer de forma continuada, com as respostas sociais geralmente mencionadas pelos políticos e iniciativa privada, em um estado e município[s] nos quais os recursos humanos – fator chave na atividade turística – encontram-se completamente marginalizados (2010, p. 80).

Fica evidente neste estudo disparidades em relação à distribuição de renda nos municípios em estudo, uma situação que pode se refletir como uma dificuldade na estruturação e desenvolvimento da oferta turística local. Ao analisar as condições de desenvolvimento no destino turístico Maceió, Rangel (2010) ressalta a importância de se dar

prioridade do planejamento e que os investimentos necessitam ir além dos índices de crescimento econômico, no sentido de promover o desenvolvimento de uma destinação turística. O autor argumenta: “[...] é necessário que ao gerar crescimento econômico, o turismo leve a uma melhora nas condições de vida da população residente. Tal melhoria terá inevitavelmente impactos positivos também junto ao visitante, com benefícios para a imagem da destinação (p. 82)”. E que de fato, com a adoção de medidas de planejamento, direcionando os investimentos para as áreas visitadas pelos turistas, a gestão dos municípios que estão inseridos na destinação, possam realizar uma melhor gestão do seu território turístico, de forma integrada com os interesses ligados aos territórios antecedentes à chegada do turismo na área. Entretanto, no caso do destino Xingó, os responsáveis pela estruturação da oferta turística e pela promoção do destino enfrentarão um duplo desafio: planejar o destino de forma efetiva e criar os meios para que o desenvolvimento do turismo na área venha de fato a contribuir para melhorar os índices de desenvolvimento, no contexto de uma situação corrente repleta de dificuldades.

3.2.2 Aspectos naturais

A situação socioeconômica da região em estudo está de alguma forma ligada a sua história e, parcialmente, a suas condições físico-naturais, as quais foram negligenciadas historicamente em favor de investimentos na zona costeira de Alagoas e Sergipe. A região do destino está inserida na bacia hidrográfica do rio São Francisco, sendo este o principal rio perene que banha os municípios envolvidos. Os afluentes intermitentes de maior influência na área da destinação destacam-se, na parte de Alagoas, as sub-bacias Ribeira do Capiá e Moxotó. Em Sergipe, os afluentes de maior destaque, são: Curituba, Campos Novos, do Jacaré e das Onças, consistindo todos de rios temporários que enchem em períodos de enxurradas e desaguam no rio São Francisco (BARBOSA, 2010; BRAGHINI, 2009).

Os municípios que compõem o destino Xingó estão inseridos no domínio da caatinga. Os lugares que fazem parte da destinação possuem características naturais e também culturais parecidas. A região possui clima tropical quente e seco, com médias dos índices de precipitação pluviométrica variando de 268 mm/ano a 800 mm/ano. A temperatura permanece alta em grande parte do ano, com médias em torno de 27°C, sendo que de setembro a dezembro configuram os meses de estiagem, podendo chegar à sensação térmica de 40°C. Já o período de maior índice de precipitação, ocorre nos meses de março a julho. Por possuir

clima com essas características, a região é caracterizada por baixos índices pluviométricos, baixa nebulosidade, elevadas taxas de insolação e evapotranspiração (2.000 mm/ano) (FREIRE, 2004; BRAGHINI, 2009; SAMPAIO, 2017). Essas condições são normalmente consideradas como sendo favoráveis para a prática do turismo, particularmente a insolação e temperaturas médias altas, particularmente em lugares nos quais há ofertas de atividades ligadas a corpos d'água, como é o caso de Xingó, com a presença marcante do rio São Francisco e o lago formado pela barragem da UHE de Xingó.

O relevo é marcado por uma paisagem de superfície aplainada, resultado de um processo erosivo que esculpiu suas rochas ao longo de milhões de anos. Ao longo do tempo geológico, as águas do rio São Francisco formaram um cânion navegável ao talhar toda a superfície suavemente ondulada, que apresenta falhas e fraturas. A presença do mencionado cânion possibilitou a construção da barragem e correspondente usina hidrelétrica no curso do rio São Francisco, sem ter que inundar áreas extensas. Segundo Braghini (2009, p. 73), a área do município de Piranhas “[...] tem sua sede em área de entalhe, mas possui parte da sua área inserida na unidade geoambiental Planalto da Borborema, formada por maciços e outeiros, formando vales profundos e esteiros” (BRAGHINI, 2009, p. 73), o que favorece a ocorrência de paisagens atrativas.

Em relação a suas condições edáficas, destacam-se basicamente solos rasos e pedregosos, com média fertilidade. Nos municípios de Piranhas, Olho d'Água do Casado e Delmiro Gouveia em Alagoas, predominam os planossolos, em patamares compridos e de baixas vertentes do relevo, que são solos mal drenados, com fertilidade natural média e com problemas de sais. No relevo ondulado, em topos de altas vertentes, ocorrem os podzólicos e brunos não cálcicos, e nas elevações residuais, os solos litólicos. Para o município de Canindé de São Francisco, os solos que têm maior predominância são os brunos não cálcios e litólicos. Já para o município de Poço Redondo, destacam-se os regossolos e planossolo solódico eutrófico (CPRM, 2005; EMBRAPA, 2006).

O cânion situado entre a UHE de Xingó e Paulo Afonso-BA, com uma extensão aproximada de 60 km, é, segundo Ab'Saber (1999), um dos mais importantes desfiladeiros do Brasil, resultado do entalhe das rochas realizado pelo rio São Francisco em plena região semiárida. Os paredões rochosos constituem uma paisagem com vegetação de espécies anãs e de pequenos arbustos do ecossistema caatinga. Apesar desse cânion ter perdido parte significativa da sua profundidade em função do seu alagamento com a construção da barragem da UHE de Xingó, ainda assim ocorrem nele paisagens muito bonitas, as quais têm

atraído, além de visitantes – turistas e excursionistas – a filmagem de novelas e filmes, os quais ajudam na divulgação da região e na formação de demanda turística para esse destino.

A vegetação ao longo do alto sertão é composta basicamente pela caatinga hiperxerófila e hipoxerófila, que possui fitofisionomias de porte arbóreo e arbustivo, com altura média de 2m e 10m. A caatinga hiperxerófila apresenta característica caducifólia, de pequeno porte, que durante a estiagem da estação seca perdem suas folhas para impedir a perda de água. Algumas das espécies de maior ocorrência são: catingueira (*Poincianella gardneriana*), coroa-de-frade (*Melocactus zehntneri*), xique-xique (*Pilocereus gounellei*), macambira (*Bromelia laciniosa*), aroeira (*Myracrodruon urundiuva*), umbu (*Spondias tuberosa*), mandacaru (*Cereus jamacaru*), dentre outras. No seu conjunto, a vegetação da caatinga apresenta grande variação fisionômica ao longo do ano, por causa das condições pluviométricas reinantes da região, o que soma às condições de atratividade turística, sendo bastante úteis também para atividades de interpretação ambiental em ofertas de trilhas para ecoturismo e educação ambiental.

Portanto, por um lado as condições naturais da região, particularmente os solos, representam um grande desafio para o desenvolvimento da agricultura e pecuária, em uma região com baixos índices de desenvolvimento humano e tecnológico. Por outro lado, as condições naturais adversas para a agricultura e a pecuária são valorizadas para fins turísticos, pela insolação e temperaturas médias relativamente altas ao longo de muitos dias do ano, pela paisagem rústica e esteticamente atrativa, e pelos meios de adaptação cultural que o sertanejo desenvolveu para viver na região, principalmente com base na pecuária extensiva e agricultura de subsistência. Assim, a presença da UHE de Xingó e do seu lago, juntamente com o relevo, condições climáticas, vegetação com características interessantes, mais o cânion, e patrimônio histórico-cultural, dotam a região de alto potencial para o desenvolvimento do turismo, oferecendo aos visitantes de Alagoas e Sergipe uma alternativa ao turismo de sol e praia litorâneo, ou como uma oferta complementar.

3.2.3 Dos primórdios ao turismo atual

Para que se possa compreender as possibilidades de desenvolvimento turístico de uma área, é importante se conhecer, além da sua configuração físico-natural, os seus aspectos históricos. Isso porque normalmente é a junção dos recursos naturais com o patrimônio histórico-cultural que oferece as condições necessárias para que uma região atraia visitantes e

se torne um destino turístico. Igualmente, são essas condições que oferecerão a base para que os agentes do turismo, principalmente os agentes do mercado e o poder público, possam planejar e realizar a gestão do destino a longo prazo. Por isso, para este trabalho, que estuda o destino Xingó, é importante se explicitar um pouco dos aspectos históricos da região na qual esse destino se situa.

Desde os primórdios até pouco depois do início do processo de colonização do Brasil, a região que hoje compreende o destino Xingó e região circunvizinha teve a sua ocupação humana realizada por pequenas populações indígenas que datam de milhares de anos atrás, conteúdo relevante para, uma vez trabalhado de forma apropriada, incrementar a atratividade do destino, oferecendo, além do contato com a natureza, uma compreensão histórica dessa parte do país. Dessa forma, se faz necessário compreendermos um pouco da síntese histórica da região, para analisarmos o atual cenário local, estágio de evolução alcançado pelo destino e suas perspectivas de desenvolvimento futuro.

Um item importante para a compreensão da presença humana na região é o Museu de Arqueologia de Xingó (MAX)³², situado no município de Canindé de São Francisco, a aproximadamente 400m a jusante da barragem de Xingó, o qual pesquisa, através do seu corpo técnico e pesquisadores de universidades, e preserva o acervo arqueológico dos primeiros povos a habitarem a região do baixo São Francisco. Inaugurado em 2000, as pesquisas possibilitaram o salvamento arqueológico realizado pela Universidade Federal de Sergipe (UFS) entre os anos de 1988 e 1997 com o apoio da Chesf, antes do início da inundação da área que viria a se tornar parte do lago de Xingó. Se buscou com a pesquisa e a preservação do patrimônio histórico, cultural e arqueológico preservar a memória da cultura dos povos pré-históricos que habitaram a região³³.

Os estudos desenvolvidos pela UFS e pelo MAX encontraram evidências da existência dos primeiros homens no Nordeste brasileiro desde 11.000 anos, sendo os índios pertencentes ao grupo mongoloide, que se espalharam pelas américas após migrarem da Ásia pelo estreito de Bering. Para a região situada no entorno da UHE de Xingó, referência espacial de interesse dessa pesquisa, os primeiros povos chegaram à área por volta do oitavo milênio B.P³⁴. Os grupos caçadores-coletores se fixavam na região próximos ao rio São Francisco para preparar o alimento adquirido por meio da caça e pesca (MARTIN, 2008). Os sítios arqueológicos encontrados indicam a presença de pinturas rupestres nos paredões rochosos com vestígios da

³² Informação retirada da página oficial do Museu de Arqueologia de Xingó (MAX). Disponível em: <<http://max.ufs.br/pagina/20239>>. Acesso em 08 de Jun de 2020.

³³ Atualmente, o MAX é um importante atrativo para os visitantes do destino Xingó.

³⁴ B.P. refere-se a antes do presente, termo em inglês Before Present.

cultura Canindé. Os sítios arqueológicos são parte importante da atratividade de muitas regiões ao redor do planeta, incluindo regiões de todos os continentes, pois normalmente são desafiadores para o imaginário humano, normalmente interessado nos marcos remotos da história cultural da espécie.

A presença de um rio do porte do São Francisco foi um dos fatores principais para o desenvolvimento de ocupação humana na região, pois além de fornecer água ele também oferecia possibilidades de pesca, recurso de importância vital em uma região semiárida, com escassez de caça. Santos (2014, p. 12) registra que “A presença desses grupos humanos deixou vestígios de sua passagem por esta região, confirmando a importância fluvial para essas comunidades, essas marcas foram encontradas em ambas as margens do rio (Sergipe e Alagoas)”. Dessa forma, esses vestígios arqueológicos se tornam importante recurso para estruturar mais atrativos no destino Xingó, que podem se somar aos atrativos naturais, o que é importante para a diversificação da oferta turística do destino. Uma oferta diversificada pode desempenhar papel importante para aumentar o tempo de permanência do visitante, e, conseqüentemente, gerar mais pernoites, o que indubitavelmente requer mais serviços, movendo mais a economia local.

Com o início da empresa colonizadora, a região de Xingó passou por transformações ao longo de sua história, influenciadas principalmente pelo homem sertanejo, que se adaptou de forma marcante às condições naturais semiáridas da região. Ao longo do tempo, as sociedades que ali se implantaram desenvolveram uma cultura própria, que reflete tanto a economia e os meios de vida do povo quanto às relações sociais de forma mais ampla. Por exemplo, do ponto de vista histórico-cultural, o cangaço marcou a região profundamente, havendo inclusive registros da passagem de Lampião na região com membros do seu grupo. Após ser morto com parte do seu bando, as cabeças de Lampião, Maria Bonita e demais cangaceiros que foram assassinados – Quinta Feira, Luiz Pedro, Mergulhão, Elétrico, Caixa de Fósforo, Enedina, Cajarana, Diferente e outro que não foi identificado – (O cangaço pelo Nordeste brasileiro ...), foram expostas em via pública na cidade de Piranhas. Esse fato de extrema importância para a história da região e, até certo grau, também do Brasil, marca o imaginário dos habitantes locais assim como dos turistas. Além dos cangaceiros que assolaram a região até aproximadamente a década de 1940 do século XX, figuras ilustres do mundo político e econômico também marcam a identidade da região de Xingó. O conjunto desses aspectos contribuíram de forma significativa para a ascensão e consolidação da destinação, passando gradualmente a fazer parte da oferta turística.

A área situada nas mesorregiões do Sertão Alagoano e Sertão de Sergipe contém hoje um conjunto de representações históricas datadas a partir da segunda metade do século XIX, por meio da estrada de ferro e navegação a vapor que foram implantadas na região, tendo a cidade de Piranhas como um ponto nodal do transporte naquela época, principalmente por ser o ponto de conexão dos barcos a vapor com o trem. O desenvolvimento da região é pontuado basicamente por dois momentos, representado pela primeira fase da navegação a vapor iniciada em 1867, seguido da inauguração da ferrovia em 1881, e na década de 1980 com início da construção da UHE de Xingó, que marcam a segunda fase de desenvolvimento da região.

Consistindo no último ponto navegável do baixo São Francisco, entre a cachoeira de Paulo Afonso-BA, e as cidades de Piranhas e Canindé de São Francisco, a região se tornou historicamente um importante polo de desenvolvimento comercial, ligando o alto e o baixo São Francisco. A evolução urbana uniu os dois aspectos, comercial e social, e logo a região começou a ganhar prosperidade econômica ao longo da segunda metade do século XIX. Com a navegação usando barcos a vapor e a implantação do trem, também a vapor, joias tecnológicas da Revolução Industrial, na primeira metade do século XX a região viveu sua época áurea. Esse tipo de informação, se bem elaborada e transformada em atrativo turístico, pode contribuir para a ampliação das possibilidades de crescimento do destino Xingó, contribuindo para a experiência experimentada pelo visitante no destino.

Situados no sertão de Alagoas, os municípios de Piranhas, Olho d'Água do Casado e Delmiro Gouveia e nas margens de Sergipe, Poço Redondo e Canindé de São Francisco, eles mantêm historicamente uma forte relação com o rio São Francisco. Em uma perspectiva geográfica e ambiental, o rio desempenhou papel importante no desenvolvimento da região. Santos (2015, p. 03), afirma que,

As condições ambientais e naturais de uma região resultam como um dos principais fatores do seu desenvolvimento, a presença do Rio São Francisco ocasionou o desenvolvimento da região através da navegação e da geração de energia elétrica, entretanto outras atividades ligadas à agricultura irrigada e piscicultura não obtiveram êxito dada às próprias questões geográficas e naturais.

As características naturais de uma região podem desempenhar papel importante no seu desenvolvimento, pois podem favorecer determinados tipos de investimentos. No caso da região de Xingó, houve uma confluência entre avanços tecnológicos, aportados com base em avanços alcançados pela Revolução Industrial – trem e barcos a vapor –, desenvolvimento econômico regional, e a necessidade de conectar o litoral e as cidades ribeirinhas do rio São

Francisco às cidades da região a montante de Piranhas; assim a combinação trem/navegação fluvial supriu as necessidades históricas de desenvolvimento da região. Além disso, a combinação regional entre os aspectos naturais, o avanço tecnológico e o desenvolvimento econômico, influenciou de forma direta o surgimento do destino Xingó, que, devido aos diversos recursos de ordem natural e histórico-natural, emergiu como um destino turístico em pleno semiárido nordestino. Ao mesmo tempo, Xingó oferece uma alternativa ao turismo de sol e praia litorâneo e representa a interiorização de um fator de desenvolvimento.

A história política, econômica, assim como parte da cultura na região na qual se situa o destino Xingó e seu entorno imediato, foram significativamente influenciadas pelo gênio do industrial e político Delmiro Gouveia. Ele instalou a primeira usina voltada ao aproveitamento hidroelétrico do rio São Francisco na região Nordeste. A Usina Angiquinho³⁵, construída sobre os paredões da margem esquerda do rio São Francisco, tinha como objetivo principal fornecer energia para a antiga "Fábrica da Pedra" – indústria de fiação e tecelagem –, construída a aproximadamente 18 km em linha reta da Usina Angiquinho, onde hoje é a sede urbana e administrativa do município de Delmiro Gouveia. Juntamente com o arrojo industrial envolvido na construção dessa primeira usina, a implantação de uma indústria moderna de fiação e tecelagem em área tão distante do litoral, ainda no início do século XX, representou um grande impulso para o desenvolvimento econômico da região. Entretanto, devido à concorrência de empresas inglesas, a Fábrica da Pedra se inviabilizou após o assassinato do seu dono, o industrial Delmiro Gouveia. Não por acaso, alguma parte dos turistas do destino Xingó realiza visita a Delmiro Gouveia e à Usina Angiquinho. Esse fato de ordem turística mostra que os visitantes de um destino podem circular espacialmente até lugares relativamente afastados do lugar que é considerado o portão de entrada do destino. Propomos nesta dissertação, como mencionado anteriormente, que esse tipo de uso do espaço pelo turismo, constituindo lugares como objeto da sua territorialização, pode ser usado como um critério para se estabelecer os limites espaciais de um destino.

Em período mais recente, isto é, a partir da década de 1980, com a construção da UHE de Xingó, a região ganha novo impulso econômico, abrindo novas possibilidades de emprego e renda para a população. Agora, os municípios que constituem o destino Xingó estão sob forte influência da UHE de Xingó, cuja construção possibilitou a formação do lago, que é utilizado como principal atrativo turístico do destino. A natureza, juntamente com o patrimônio histórico-cultural e tecnológico, forma um conjunto de combinações que fazem

³⁵ A usina Angiquinhos foi inaugurada em 1913, sendo considerada a primeira usina hidrelétrica do nordeste brasileiro. Está localizada nas margens de Alagoas da cachoeira de Paulo Afonso-BA (CBHSF, 2015).

com que “Xingó reúna importantes condições para o desenvolvimento do turismo em sua extensão territorial e áreas de influência direta, o que se constata nos diversos tipos de ofertas existentes na sua área de influência” (SAMPAIO, 2017, p. 54).

As atividades turísticas ligadas diretamente ao lago da hidrelétrica ocorrem principalmente por meio de catamarãs, que, juntamente com outros tipos de transporte fluvial, levam turistas para passeios aos vários cânions menores, formados como resultado da inundação da antiga foz dos tributários do São Francisco, principalmente na margem do lado do Estado de Alagoas. Além do banho no rio, os visitantes também podem acessar as encostas do rio e apreciar a beleza paisagística formada pelos paredões verticais existentes nas margens do lago. Há também inúmeros restaurantes e bares que foram construídos ao longo do rio, de novo, principalmente do lado alagoano. Um aspecto relevante da visita ao lago é, que por causa do relevo, os embarques náuticos para a visita aos atrativos do lago ocorrem na margem direita do rio, em Canindé de São Francisco, município considerado atualmente como portão principal de entrada para os cânions do São Francisco, interligando a rota Aracaju-Xingó.

4 TURISTIFICAÇÃO NO DESTINO XINGÓ: AÇÃO DO MERCADO E DOS TURISTAS

Este capítulo apresenta as ações dos agentes de mercado e dos turistas, bem como as suas especificidades sobre o processo de turistificação no destino Xingó. A análise é realizada em torno do conteúdo obtido dos questionários aplicados com os turistas no destino Xingó, buscando compreender quais são os usos realizados pelos visitantes ao chegarem ao destino. Mais especificamente, busca-se definir por meio das respostas dos turistas, qual é, do ponto de vista territorial, a zona de destinação de Xingó - sendo esse o principal agente pioneiro na turistificação do destino - e, se e como, as ações do mercado incidem sobre todo o território da destinação.

O capítulo está dividido em três seções interligadas. A primeira seção apresenta os usos realizados no território de Xingó pelos visitantes, na qual, foi possível delimitarmos a zona de abrangência territorial da destinação. Em seguida, são apresentados na segunda seção o fluxo e as características da oferta turística no destino, onde foi possível compreendermos o poder de atuação dos agentes da turistificação – poder público e mercado - na divulgação do destino. E por último, discutem-se as pertinências e incongruências das ações do mercado e o uso realizado no território de Xingó.

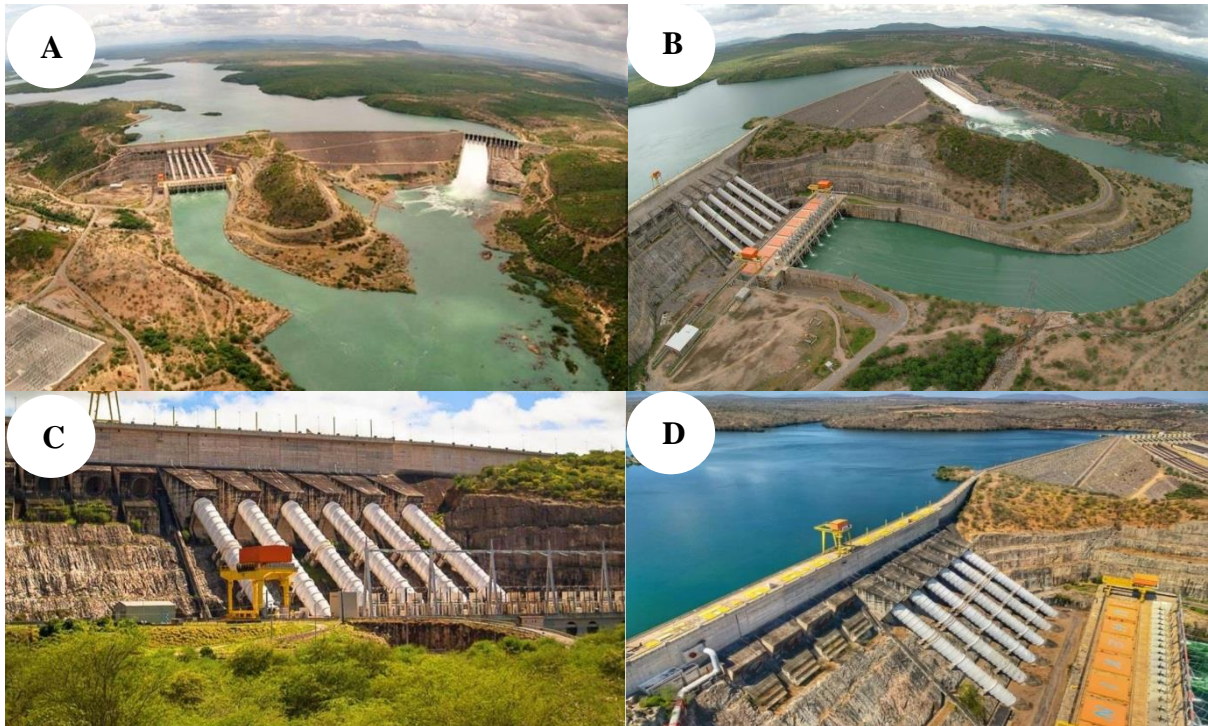
4.1 O território do destino Xingó como uma zona de destinação efetivamente usada pelos visitantes

Um dos objetivos centrais deste estudo é definir a zona de destinação de Xingó, por meio da inserção das empresas privadas e dos usos que os turistas fazem em seu território a partir do momento da instalação da Usina Hidrelétrica de Xingó e seu desenvolvimento enquanto destino turístico. Para atingir esse objetivo, foram aplicados questionários a 384 turistas em visita à destinação, que norteou as respostas dos participantes sobre os usos que realizavam no território de Xingó. As respostas dos servidores públicos das secretarias de turismo de Canindé de São Francisco e Piranhas, e dos empresários do setor turístico nos possibilitaram a compreender como o destino surgiu e evoluiu. Mais especificamente, para entendermos como ocorreu a chegada dos primeiros empreendimentos e produtos ofertados pelo mercado e as suas ações para atender a demanda de turística nos diferentes pontos de visita no destino Xingó.

Como já demonstrado em outras partes deste trabalho, o destino Xingó começou a ganhar visibilidade a partir da construção da UHE-Xingó e posteriormente com a chegada de novos empresários dos diferentes segmentos (*trade* turístico) – donos de hotéis, pousadas, restaurantes, bares, passeios náuticos etc., – com a finalidade de explorar a potencialidade turística existente na região onde se situa o destino, ofertando serviços com os objetos já materializados no espaço e criando novos objetos para serem divulgados como produtos turísticos. Com a chegada desses novos empreendimentos, o destino começaria a ganhar novos impulsos para aumentar o fluxo de visitantes e atender a sua demanda, visto que, antes da construção da UHE-Xingó o número de visitas era baixo, além de existir pouca oferta e infraestrutura insuficiente para a atividade turística.

As respostas dos entrevistados do setor privado foram parecidas entre si. Esse fato demonstra que o destino turístico Xingó se materializou como destinação após a construção da UHE-Xingó e com o conjunto de ofertas ligadas à história do cangaço e desenvolvimento da região, como também com os passeios náuticos realizados no rio São Francisco, principalmente no lago formado pela represa da hidrelétrica, e trilhas em meio às paisagens semiáridas. O conjunto dessa diversidade tornou o destino competitivo para atrair visitantes para Xingó.

Em relação a sua evolução, o destino Xingó começou a ganhar expressividade a partir do interesse da CHESF em instalar a usina hidrelétrica em uma área localizada a montante da sede municipal de Piranhas em Alagoas, a uma distância aproximada de 4,5 km de distância, em linha reta, e Canindé de São Francisco em Sergipe, situada a 06 quilômetros de distância, cujo eixo transversal corresponde ao final dos cânions (Figura 8). Na década de 1980, a CHESF iniciou seus estudos e análises para a implantação da barragem, que possibilitaria a produção de energia elétrica a partir das águas do rio São Francisco. Definida a área para instalação da barragem, em março de 1987 deu-se início às obras civis para a sua construção, e somente em dezembro de 1994 a usina entrou em operação.

Figura 8: Usina Hidrelétrica de Xingó

A e B: Vista aérea da UHE-Xingó, ao lado esquerdo das imagens o estado de Alagoas, e a direita o estado de Sergipe.

C e D: Os tubos brancos representam as seis unidades geradoras da UHE-Xingó.

Fonte: A- chesf.gov.br; B- alagoas24horas.com.br; C-guiaviagensbrasil.com; D-viajantecomum.com

Com coordenadas geográficas de 9°37'00" latitude sul, e 37°47'00" longitude oeste, a UHE-Xingó produz mais de 25% da capacidade total de geração de energia elétrica da região Nordeste e conta com um dos sistemas mais modernos entre as usinas hidrelétricas do Brasil. O trecho em que a hidrelétrica está instalada, possui distância de aproximadamente 179 Km da foz do rio São Francisco. Com extensão de 3.200 Km, o rio tem sua nascente na serra da Canastra em Minas Gerais e sua foz entre Piaçabuçu em Alagoas e Brejo Grande em Sergipe (CHESF, 2016).

A construção da barragem da UHE-Xingó formou um reservatório com área de 60 Km² e com comprimento de aproximadamente 60 Km, estendendo-se da barragem até a usina de Paulo Afonso-BA. O reservatório possui capacidade total de 3,8 bilhões de m³ de água. A usina é detentora de 3.162.000 kW de potência instalada, sendo composta por seis unidades de 527.000 kW de potência nominal unitária, havendo previsão para a instalação de mais quatro unidades de produção de energia idênticas às seis já instaladas. O represamento das águas do rio e a formação do lago de Xingó, face às condições naturais e a imponência do cânion formado pelos seus paredões rochosos, contracenando com a beleza da caatinga e as

diferentes tonalidades das águas do Velho Chico (Figura 9) tornou Xingó cenário para o turismo, através da navegação dos passeios náuticos.

Figura 9: Cânion e lago de Xingó



A, B, C e D- Paredões rochosos que formam o cânion de Xingó e a barragem da UHE-Xingó.

Fonte: A-viajantesemserie.com.br; B-qualviagem.com.br; C-blog.laredo.com.br; D-viajali.com.br

Com o intuito de aumentar o desenvolvimento do turismo na área ao entorno da UHE-Xingó, Braghini (2009 apud BIANCHINI, 2009, p. 112) enfatiza que o governo do Estado de Sergipe, entre os anos de 1991 a 1995, construiu embarcações catamarãs para serem utilizados no rio São Francisco, a partir da margem do lado de Sergipe, mas com o objetivo de serem cedidas por meio de concessão à iniciativa privada. Entre as seis concessionárias convidadas, apenas a empresa MFTur aceitou o convite da CHESF para levar embarcações para o lago de Xingó. O catamarã de nome Cotinguiba que atuava em Aracaju, São Cristóvão e Itaporanga D’Ajuda em Sergipe, foi transferido para atuar no lago de Xingó após o aceite do convite. Em maio de 1995 o então catamarã com capacidade para 60 passageiros é colocado para realizar passeios náuticos para o cânion de Xingó. Contudo, com o aumento da divulgação, ocorreu ano após ano, um aumento significativo da procura por parte dos turistas para visitarem o cânion de Xingó. Com isso, a empresa trouxe para o lago diversas embarcações com a finalidade de atender a demanda de turistas. Atualmente a MFTur possui

62 embarcações atuando em diferentes destinos, porém, no destino Xingó, a empresa atua com as embarcações descritas na Tabela 5 e ilustrado na Figura 10.

Tabela 5: Embarcações da empresa MFTur atuando no destino Xingó

Lago de Xingó			
Tipo de embarcação	Quantidade	Capacidade de passageiros	Local de embarque
Catamarã	6	250	Restaurante Karrancas
Lancha	4	14	Restaurante Karrancas
voadeira ³⁶	14	9 a 12	Porto Ranchico
Rota do Cangaço			
Catamarã	1	189	Centro histórico de Piranhas
Catamarã	1	60	Centro histórico de Piranhas
Lancha	4	14	Centro histórico de Piranhas

Fonte: MFTur (2020).

A empresa MFTur, portanto, configura-se como pioneira a iniciar o turismo náutico no lago de Xingó, sendo a empresa com maior domínio sobre a oferta de passeios no destino. Em paralelo a MFTur, o restaurante Karranca'S³⁷ – fornecedor de bebidas e alimentos -, localizado ao lado do *pier* da MFTur e a 10 Km do município de Canindé de São Francisco e 13 Km de Piranhas por vias de acesso e a 2,1 Km da UHE-Xingó em linha reta, também teve sua instalação e inauguração em 1995, tornando-se a primeira empresa de restaurante flutuante a atuar no lago de Xingó. Nesse contexto, a MFTur e o restaurante Karrancas marcam o início das atividades turísticas no lago de Xingó.

No ano de 1997, o número de turistas aumentou com o interesse de conhecer o destino, e as embarcações foram sendo introduzidas no lago. Os catamarãs recebem alguns nomes, a saber: Luiz Gonzaga, Apolônio Sales, Rei do Cangaço, Padre Cícero, Frei Damião, Delmiro Gouveia etc. Esse fato curioso refere-se às importantes figuras que tiveram papel relevante para o desenvolvimento de Xingó, incluindo dois religiosos muito conhecidos pelo povo nordestino.

³⁶ As 14 embarcações do tipo “voadeira”, realizam os passeios no lago de Xingó e Rota do Cangaço.

³⁷ Verificamos em diversos documentos que o estabelecimento recebe diferentes nomes, a saber: Karranca'S, Karranca's, Karrancas, Carrancas. Entretanto, nesta dissertação utilizaremos a palavra Karrancas.

Figura 10: Embarcações da empresa MFTur no lago de Xingó



A e B: Catamarãs navegando no lago de Xingó.

C e D: Lanchas para turistas que buscam maior privacidade e tempo superior de passeio. Ao fundo da imagem D, catamarã atracado ao *pier*.

Fonte: passeiosmftur.com.br

Considerando o modelo de Butler (1980), que sugere que um destino turístico atinge a fase de desenvolvimento quando está bem estruturado a partir de investimentos privados, a instalação de novas infraestruturas, e divulgação por parte das agências de publicidade, o destino Xingó encontra-se nessa fase. Com base em Sampaio (2017), Braghini (2009) e Bianchini (2006), sugere-se que o ano de 1994 representa um marco histórico no desenvolvimento do destino Xingó. A partir de então, houve uma grande expansão do *trade* turístico, constituindo uma evolução territorial do destino, que se estende até o presente.

A imagem dos cânions de Xingó e a história do cangaço, ligada ao patrimônio histórico-cultural e natural desempenha importante papel na atratividade do destino. Do ponto de vista histórico e cultural, a cidade de Piranhas obteve o tombamento do seu casario pelo IPHAN. Assim, os cânions e a cidade de Piranhas foram vinculados ao marketing e divulgados como dois grandes produtos do destino Xingó. A cidade de Piranhas, em Alagoas, e Canindé de São Francisco, em Sergipe, formam os dois portões de entrada do destino

Xingó. A partir dessas duas cidades, o fluxo turístico se dissemina para diversos atrativos no âmbito do destino, em partes dos estados de Alagoas e Sergipe. Na teoria do espaço turístico de Boullón (2006), os componentes para classificar um centro turístico devem obedecer aos requisitos mínimos de serviços, equipamentos e atrativos no seu raio de influência. No modelo de Gunn (1994), o turismo no destino desenvolve-se em uma área – na realidade, uma zona de destinação – interligada por comunidades dotadas de serviços, infraestruturas e equipamentos para fornecer suporte ao visitante. Nesse caso, os municípios em questão, são vistos como dois importantes centros turísticos do destino Xingó, a partir dos quais outros lugares e atrativos se encontram interligados.

Entre as décadas de 1990 e 2000, a turistificação em Xingó tornou-se cada vez mais intensa. Nesse período ocorreu um rápido aumento de serviços e equipamentos turísticos nas proximidades do lago de Xingó. O exemplo de um grande investimento em equipamento hoteleiro foi a instalação do Xingó Parque Hotel (Figura 11), considerado como um dos mais antigos do destino, com grande estrutura de lazer, lojas de artesanato, restaurante, 60 apartamentos e heliponto. O hotel está localizado na Serra do Chapéu de Couro³⁸, em Canindé de São Francisco, Sergipe, e conta com uma vista privilegiada para a UHE-Xingó e rio São Francisco.

Figura 11: Xingó Parque Hotel



Fonte: xingoparquehotel.com.br

³⁸ Na realidade, não se trata de uma serra, mas das encostas do cânion do São Francisco.

Com forte predominância no turismo náutico e cultural, e aumento significativo na procura por parte dos turistas para conhecer Xingó, fez com que o número de ofertas e serviços se multiplicasse. Cabe lembrar, que um destino turístico funciona como um sistema que necessita da atuação dos agentes da turistificação para um bom funcionamento. Dentre os agentes, alguns possuem maior poder na tomada das decisões, que, segundo a classificação de Knafou (1996), os planejadores e promotores territoriais (Mercado e poder público), ou seja, maior poder na formulação de políticas públicas, em uma ação que envolve o governo e o estado – em todas as esferas. No caso de Xingó, através de um fenômeno puramente empírico, e por falta de respostas por parte do poder público no fomento ao turismo os municípios estudados, o que nos parece, é que no destino Xingó, o mercado detém maior poder e participação na tomada das decisões, ficando o poder público desses municípios em segundo plano.

Obviamente, os visitantes são motivados também pelos produtos que se estruturam através dos recursos ou atrativos presentes no destino turístico (VALLS, 2006). Foram direcionadas perguntas para os participantes, sobre o porquê (motivação) eles escolheram o destino turístico Xingó para visitar. Os participantes direcionaram suas palavras para os aspectos naturais e culturais da destinação. As palavras **conhecer os cânions de Xingó, cangaço, Lampião, rio São Francisco, paisagens naturais, natureza, lugar de paz, lazer, descanso e pitoresco**, apareceram com mais frequência em suas respostas. Esse fato demonstra que os visitantes buscam a diversidade do conjunto dos aspectos naturais e culturais presentes no destino Xingó, estando, portanto, como importante agente de turistificação nesse destino. Além disso, percebe-se que o turismo que ocorre no destino Xingó é diferente, por exemplo, do turismo de “Sol e Mar” predominante no litoral de Alagoas e Sergipe. Essa característica confere ao destino bom nível de competitividade, tendo contribuído para a interiorização de parte da demanda turística nos estados de Alagoas e Sergipe.

A principal motivação dos visitantes de Xingó está relacionada aos aspectos naturais e culturais do destino, pelo fato do destino localizar-se em uma área com grande abundância de água para a prática de atividades aquáticas, com o desenvolvimento do turismo náutico, e pela utilização de objetos e lugares que fizeram parte da história do cangaço, ou seja, os lugares por onde Lampião e Maria bonita passaram, incluindo o local – Grota de Angicos - em que foram assassinados, além de igrejas e museus que reúnem peças da história local, casarões, dentre outros atrativos. O *trade* turístico local aos poucos foi diversificando a oferta e os visitantes da destinação passaram a consumir os produtos ofertados, como também fazendo o uso de outras partes do território. Assim, com base em Haesbaert (2007), o território de Xingó

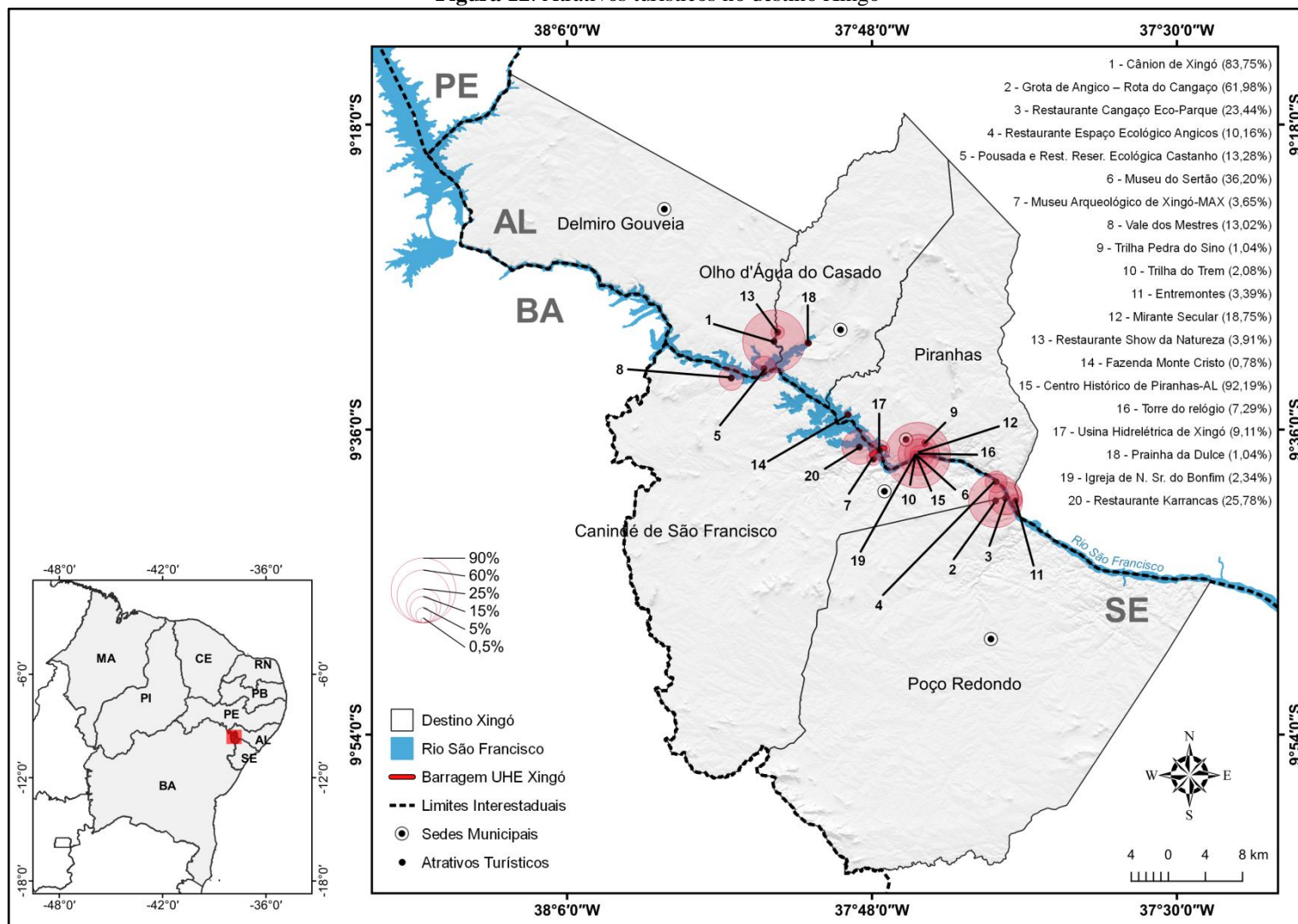
passou a ter novas “funcionalidades”, assumindo a posição de uso turístico dos seus recursos naturais e culturais, constituindo, então, novas territorialidades nos territórios preexistentes.

A partir da compreensão de Knafou (1996) sobre os agentes da turistificação, e de Gunn (1994) sobre a conceituação de uma zona de destinação, foram realizadas perguntas para os visitantes sobre qual ou quais atrativos eles iriam conhecer durante o tempo de permanência no destino Xingó. Dessa forma, levando em consideração esses dois autores (Ibid.), e o questionamento sobre os usos que turistas fazem ao chegarem no território de Xingó, além da oferta do mercado, poderíamos delimitar a zona de abrangência da destinação, ou seja, o limite da zona na qual os visitantes circulam no destino, ou, dito de outra forma, o território usado pelos turistas, e, conseqüentemente também pelo mercado.

Enfatizamos também, que o turismo introduz novos elementos em áreas mais afastadas dos portões de entrada do destino Xingó. Esses elementos atrativos se espacializam no território do destino de forma decrescente, em relação aos portões de entrada, até chegar ao ponto em que esses elementos não mais se evidenciam, podendo ser considerados como fator chave para a delimitação ou abrangência do território do destino. Com essas observações, buscamos compreender onde estão concentrados os maiores usos pelos visitantes e as ofertas por parte do mercado distribuídas em Xingó. O resultado desse estudo pode ser observado na Figura 12. Assim, a partir da compreensão dessa centralidade, poderemos explicar o território efetivamente usado, originando no destino Xingó, por meio de como ocorrem as práticas turísticas e o interesse compartilhado e articulado pelo *trade*, a exemplo das ofertas da rede hoteleira, agências de viagens, estruturas de receptivo, fornecedores de alimentos e bebidas etc.

É importante frisar, que a Figura 12 relata os usos citados pelos visitantes, mas isso não quer dizer que dentro do território dos municípios que formam o recorte territorial do destino Xingó, não existam outros atrativos visitados e demais ofertas.

Figura 12: Atrativos turísticos no destino Xingó



Fonte: Organizado pelo autor e elaborado por Esdras de Lima Andrade

A figura 12 apresenta mais de 100% do universo do quantitativo dos entrevistados. Isso ocorre porque os turistas poderiam marcar mais de uma opção em suas respostas sobre os atrativos visitados. Optou-se neste trabalho, em descrever os atrativos visitados pelos turistas em três partes, a saber: os que se encontram próximo ao lago de Xingó; os presentes no centro histórico de Piranhas; e os que fazem parte da chamada Rota do Cangaço.

Identificou-se que o território turístico usado predominante em Xingó, concerne ao centro histórico de Piranhas, em Alagoas, que obteve 92,19% de citação pelos entrevistados. Esse padrão de usos, ou seja, de territorialização e turistificação, relaciona-se ao fato de Piranhas ser uma cidade histórica, com inúmeros acontecimentos importantes, que formam importantes recursos para o desenvolvimento do turismo (Quadro 1). E com ofertas e facilidades de suporte ao visitante que se caracteriza como um centro irradiador dos fluxos turísticos para as demais porções do espaço no território de Xingó. Além disso, a maior comercialização de seus produtos pelo mercado tem origem a partir de Piranhas, como veremos no decorrer das outras seções desta dissertação.

O centro histórico de Piranhas reúne diversos atrativos que influenciam a sua visitação, que no passado teve um papel importante para o desenvolvimento, tanto da cidade quanto para outras localidades, como visto no capítulo dois. Segundo informado no site da prefeitura municipal de Piranhas, o município é atualmente o terceiro³⁹ mais visitado do Estado de Alagoas.

Quadro 1: Principais acontecimentos para o turismo no destino Xingó

(continua)

Segunda metade do século XVIII- Início do povoamento nas localidades de Piranhas e Entremontes.
1859 – Visita do imperador Dom Pedro II
1867 – Início da navegação a vapor de Penedo a Piranhas, em Alagoas
1878 – Início das obras de construção da estrada de ferro Paulo Afonso-BA
1881 – Inauguração da ferrovia Piranhas a Jatobá, em Pernambuco
1913 – Inauguração da usina Angiquinho, primeira usina hidrelétrica da região nordeste brasileira.
1914 – Inauguração da fábrica da Pedra, em Delmiro Gouveia - AL
Década de 1970 - Altamar Dutra divulga a cidade em seus Shows, incentivando a visita para a cidade de Piranhas.
1975 – A Rede Globo produz um documentário para o programa Globo Repórte intitulado O Último Dia de Lampião.
1979 - Gravação do filme Bye bye Brasil de Cacá Diegues.
1980 – Inauguração da pousada Lapinha em Piranhas, atual Secretaria de Cultura e Turismo de Piranhas, e do Museu do Sertão / Início dos estudos para construção da UHE - Xingó.

³⁹ Dados informados pela Prefeitura Municipal de Piranhas. Disponível em: <<https://prefeitura.piranhas.al.gov.br>>. Acesso em: 15 de abr. 2021

1982 – Inauguração do Museu do Sertão Marília Rodrigues / Gravação da minissérie Lampião e Maria Bonita pela Rede Globo.
1986 – Início das obras da Usina Hidrelétrica de Xingó.
1994 – Conclusão das obras e início da operação da UHE-Xingó
1996 a 1997 – Passagem da gestão dos bairros de Xingó e Nossa Senhora da Saúde da CHESF para Prefeitura Municipal de Piranhas.
1997 – Gravação do filme o Baile Perfumado de Lírio Ferreira e Paulo Caldas.
1999 – Piranhas é tombada pelo poder público municipal.
2000 – Inauguração do Museu de Arqueologia de Xingó.
2002 – O turismo se consolida com forte atividade econômica pela maior divulgação da região.
2004 – O município de Piranhas é tombado pelo IPHAN.
2005 – Piranhas é tombada pelo Governo do estado de Alagoas.
2007 – Governo de Sergipe cria a Unidade de Conservação denominado Monumento Natural da Grota do Angico.
2011 – Gravação de cenas da novela da Rede Globo, Cordel Encantado na Fazenda Mundo Novo em Canindé de São Francisco.
2012 – Inauguração da orla fluvial Altemar Dutra, em Piranhas
2014 – Gravação da Minissérie da Rede Globo, Amores Roubado na fazenda Mundo Novo e em outros pontos de Xingó.
2014 – Inauguração da orla da Prainha de Canindé de São Francisco
2016 – Gravação da novela Velho Chico pela Rede Globo
2017 – Gravação do filme Entre Irmãs pela Rede Globo
2021 – Gravação do documentário Au Bout C'est la Mer (No final está o mar), pela produtora francesa Step by Step Productions em parceria com a produtora brasileira TR Somogyi (Mar azul).

Fonte: Adaptado de Sampaio (2017); Araújo (2019); Braghini (2006); rede social Instagram da SECULT Piranhas (2021).

A rede local do turismo receptivo de Piranhas passa a “vender” e comercializar – em condições mercadológicas – os seus produtos como sendo “destino turístico de Piranhas”, esse fato, nas iniciativas de divulgação, reflete na territorialização simbólica e material do destino Xingó. Essa divulgação não está de acordo com o conceito de destino turístico proposto por Gunn (1994), aplicado ao destino Xingó. Os produtos turísticos comercializados pelo mercado se refletem na turistificação do espaço geográfico, influenciando a percepção dos limites políticos territoriais de Piranhas. Ao denominar o destino como sendo “o destino Piranhas, incluindo atrativos que estão localizados além dos limites territoriais desse município, o “destino turístico de Piranhas” é apresentado como possuindo produtos turísticos que estão localizados em outros municípios, principalmente a Grota de Angico, em Sergipe, e Cânion de Xingó, com grandes extensões localizadas em outros municípios. Piranhas então, nessa forma de entender o que é o destino ‘Piranhas’, exerce função de núcleo central e irradiador dos fluxos turísticos no âmbito do destino Xingó.

O centro histórico de Piranhas possui uma herança preservada, herdada das funções que foram exercidas na cidade em épocas anteriores do desenvolvimento da cidade. O patrimônio histórico arquitetônico representa grande parte da identidade cultural local, revelando como vivia a comunidade local. Os casarões preservados (Figura 13) passaram então a ter novos significados simbólicos e comerciais. No passado, esses casarões possuíam para a população um significado e utilidade diferentes. Entretanto, na atualidade os novos significados impostos pela sociedade vão lhe impondo novas utilidades e funções, como no caso do turismo. Santos (1988), ao dizer que o território inclui os sistemas de objetos e sistemas de ações, refere-se à interação entre esses dois fenômenos. No caso de Piranhas, o sistema de objetos deu forma às ações e o sistema de ações se realizam também sobre os objetivos funcionais preexistentes. Nesse contexto, “[...] o turismo é uma das atividades humanas capaz de incorporar o patrimônio das localidades como atrativo turístico e lhe dar uma nova função. Normalmente, os componentes que formam o patrimônio histórico e cultural de uma comunidade que é turistificada se tornam atrativos turísticos” (SILVA, 2016, p. 107).

Figura 13: Casarios no centro histórico de Piranhas-AL





A, B e C – Bares e restaurantes no centro histórico

D – Pousada Solar dos Rodrigues

E – Pousada O Canto

F – Palácio Dom Pedro II – Atual prefeitura Municipal de Piranhas e local onde foram expostas nas escadarias as cabeças de Lampião, Maria Bonita, e alguns integrantes do cangaço, mortos em Angicos, Poço Redondo, Sergipe, em 1938.

Fonte: A e B – Autor (2020); C, D, E, F – rede social Instagram lapinhadosertao

Os traços da arquitetura presentes no centro histórico de Piranhas revelam, portanto, a história de um povo, materializando-se como parte do território de Xingó. Os casarios são fruto das relações humanas que se desenvolveram ao longo do espaço-tempo histórico. Grande parte dos turistas que chegam a Piranhas, já tem em seu imaginário visitar os cânions de Xingó e Grota de Angico, como observado na fala dos entrevistados. As operadoras de turismo local, já incluem em seus pacotes, os passeios para esses atrativos. Assim, apesar do atrativo do casario antigo de Piranhas, com essa análise não podemos considerar que o destino em questão ocorra apenas em Piranhas, sem levar em conta os usos realizados pelos turistas em outras extensões territoriais, como demonstrado na figura 12.

O centro histórico de Piranhas também é conhecido por Piranhas Velha e Piranhas de Baixo, e são ofertados diversos serviços ao turista que se hospedam na cidade ou até mesmo para os visitantes que pretendem conhecer algum atrativo por um dia. Entre os monumentos tombados pelo IPHAN⁴⁰, o Museu do Sertão Marília Rodrigues (Figura 14) obteve 36,20% de citação pelos entrevistados como atrativo turístico visitado. O museu foi inaugurado em 1982 a partir da iniciativa da patrona Marília Rodrigues, quando então vereadora do município, e restaurado e revitalizado em 2008. A imponente arquitetura do museu de estilo neoclássico guarda os traços da antiga estação ferroviária, que foi construída a partir da instalação da estrada de ferro no fim do século XIX. São encontrados no acervo do edifício, peças do

⁴⁰ A maior parte do casario histórico de Piranhas foi tombada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em 2004.

cotidiano sertanejo, itens ligados ao cangaço, à navegação a vapor, religiosidade, documentos, fotografias, pequenas miniaturas de embarcações, entre outros itens importantes que retratam a história de Xingó.

Atualmente, no primeiro andar do edifício do Museu do Sertão, funciona também a Secretaria de Cultura e Turismo, e no térreo a biblioteca pública que foi inaugurada em setembro de 2005. Dessa forma, o museu constitui-se num dos atrativos mais visitados do centro histórico de Piranhas. O turista ao caminhar nas ruas calmas da Lapinha do Sertão⁴¹, pode apreciar os diversos casarios coloridos e monumentos tombados pelo IPHAN.

Figura 14: Museu do Sertão Marília Rodrigues



Fonte: compartilheviagens.com.br

A Torre do Relógio, construída em 1879, constitui-se em mais um dos monumentos visitados pelos turistas. A magnífica torre de estilo neoclássico, próxima ao Museu do Sertão, obteve 7,29% de citação. A Torre do Relógio abrigava antigamente uma caixa d'água que servia de suporte para a estação de trem e para irrigação do pomar e da horta que ficavam localizados ao lado da torre. Além disso, no alto da torre fica fixado um relógio inglês do tipo carrilhão que servia para orientar os trabalhadores, a população e a partida e chegada dos trens. No ano de 2010, a torre foi revitalizada e um café foi instalado, sendo conhecida atualmente por Café da Torre. Os turistas que a visitam, podem apreciar a vista do rio São Francisco e da Lapinha do Sertão enquanto tomam um café no alto da Torre do Relógio (Figura 15).

⁴¹ Lapinha do Sertão é o nome popularmente dado ao centro histórico de Piranhas.

Os turistas têm a seu dispor, no conjunto de ofertas, serviços de *food trucks* e barracas de alimentação no centro histórico, além dos bares e restaurantes instalados em casarios centenários. Os visitantes podem experimentar um pouco da culinária local e regional, a exemplo de macaxeira, carne de bode, buchada, galinha de capoeira, moqueca de surubim, peixada, umbuzada, cocada de coroa de frade, pituzada etc. Entre as bebidas, podem ser encontradas diversas variedades de cachaças.

Baseado em Butler (1980), a rede de serviços de Piranhas está passando por um rápido crescimento em seu estágio de desenvolvimento. Sampaio (2017), em sua dissertação de mestrado, ao estudar o estágio de desenvolvimento de Piranhas, em Alagoas, e Canindé de São Francisco, em Sergipe, relata que o turismo em Piranhas se caracteriza pela expansão acelerada de novos hotéis, pousadas, restaurantes e reestruturação na melhoria de infraestruturas e demais serviços na rede hoteleira e de alimentação.

A cachaçaria Altemar Dutra⁴² pode ser citada como um exemplo na diversidade de ofertas. Localizada no centro histórico de Piranhas, a cachaçaria tem horário de funcionamento noturno, e permite que o turista tenha uma experiência única em sua visita. Pois, possui um diferencial com apresentações de xaxado e forró pé de serra nos dias de quinta-feira e sábado. Os dançarinos se caracterizam e realizam a apresentação com itens ligados ao cangaço. Entretanto, ao mesmo tempo a cachaçaria oferta opções de massas e sushi.

⁴² Altemar Dutra foi cantor e compositor brasileiro, conhecido em toda a América Latina. Algumas vias, estabelecimentos e demais obras em Piranhas – uma estátua foi instalada na orla fluvial Altemar Dutra -, recebem o nome do cantor seresteiro.

Figura 15: Torre do Relógio

Fonte. Partiupeleomundo.com

Para os que desejam apreciar a paisagem do centro histórico e do rio São Francisco de um ponto alto no sítio urbano de Piranhas, o Mirante Secular (Figura 16) é uma das opções para ser visitada. O atrativo obteve 18,75% de citação pelos entrevistados. O monumento foi construído no final do século XIX, a pedido dos ingleses, como uma homenagem ao povo piranhense para celebrar a virada do século. O monumento também já foi utilizado como farol para orientar as embarcações, e ponto de encontro para os religiosos que acreditavam que nessa parte mais elevada da cidade, estariam mais próximos de Deus. Na década de 1980, foi construída uma escadaria no lugar, composta por mais de 330 degraus para acesso ao mirante, que também pode ser realizado por meio de uma estrada não pavimentada. Atualmente, o turista além de apreciar a paisagem, pode aproveitar o restaurante Flor de Cactus que funciona no local. Normalmente, nesse mesmo local, a Prefeitura Municipal de Piranhas instala fogos de artifícios na virada dos anos.

A igreja de Nosso Senhor do Bonfim, constitui-se em mais um dos atrativos da oferta de Xingó, sendo mais um mirante para apreciar o centro histórico de Piranhas. A construção para os religiosos é ponto de devotos que sobem os seus 250 degraus. O mirante da igreja é visto como uma homenagem da passagem do século XX para o século XXI, sendo construída também uma ‘caixa do tempo’ que abriga diversas cartas dos moradores da cidade que será aberta na passagem para o próximo século. O atrativo foi citado apenas por 2,34% dos

participantes dos questionários. Talvez a baixa porcentagem de visitação esteja ligada ao acesso à igreja, visto que não existem estradas de acesso, apenas por meio da escadaria, o que cria dificuldades para muitas pessoas, devido ao esforço físico exigido, normalmente com altas temperaturas.

Figura 16: Igreja Nosso Senhor do Bonfim e monumento Mirante Secular



A e B – Monumento Mirante Secular
C – Igreja Nosso Senhor do Bonfim
D e E – Vista do centro histórico de Piranhas, a partir da Igreja Nosso Senhor do Bonfim e Mirante Secular, respectivamente.

Fonte: A e B – maceioalagoas.com; C e D – Autor (2020); E – correionoticia.com.br

As trilhas enquanto atrativo turístico no destino Xingó, são pouco exploradas pelos turistas e não são divulgadas pelas operadoras de turismo. Foi constatado que a trilha Pedra do Sino e a trilha Trem⁴³ (Figura 17), não possuem nenhuma sinalização turística. O ecoturismo nessas trilhas geralmente ocorre devido à presença de turistas alcôntricos, como mencionado por Plog (1974). A trilha do Trem que obteve 2,08% de citação pelos visitantes, une o

⁴³ A Trilha do Trem também é popularmente conhecida como Trilha da Linha Férrea.

patrimônio natural e cultural, pois, no século XIX com a construção da linha férrea, Piranhas e outros municípios prosperaram com a expansão comercial, como também, local de chacina feita pelos cangaceiros. Contudo, na década de 1960 ocorreu a desativação da linha férrea, sendo atualmente explorada por turistas ou excursionistas que desejam conhecer parte do percurso que era realizado pelo trem, que partia do centro histórico de Piranhas. O percurso dessa trilha é todo realizado margeando o rio São Francisco em meio às diversas espécies da fauna e flora do bioma caatinga, e pode ser feita sozinho ou acompanhado de guia, pois nenhuma empresa oferta esse serviço em seus pacotes. A trilha tem extensão de 2,20 Km até a ponte que liga Piranhas e Canindé de São Francisco. O acesso pode ser feito a partir do centro histórico de Piranhas ou pela vila Sergipe, bairro Xingó.

A trilha do Parque Ecológico Pedra do Sino, compõe mais um dos atrativos naturais visitados pelos turistas alocêntricos. Citado por apenas 1,04% dos entrevistados, o parque já obteve investimentos para melhorar a infraestrutura do local. Criado pela Lei Municipal de Piranhas nº 18/2009, de 24 de novembro de 2009, o parque possui 21,7 hectares para a proteção ambiental dos elementos bióticos e abióticos. O seu nome refere-se ao monumento geológico composto pelo conjunto de rochas graníticas da Suíte Currealinho em relevo residual que foram esculpidas ao longo do tempo, e pelo seu som metálico que se assemelha ao dos sinos (CPRM, 2020). Entretanto, por nenhuma empresa se interessar em manter as condições necessárias para oferecer os serviços aos visitantes, como também por falta de investimento das gestões que passam pela Prefeitura Municipal de Piranhas, a trilha encontra-se sem sinalização e sem o suporte necessário aos turistas. A área que abrange o Parque Ecológico Pedra do Sino, já serviu de esconderijo para os cangaceiros que por ali passaram, como se comenta na comunidade.

É importante destacar que as trilhas presentes na destinação, citadas pelos poucos turistas, configuram-se em atrativos que ficam à margem dos lugares normalmente frequentados pelos turistas, e que são divulgados pelas operadoras de turismo, como o centro histórico de Piranhas; Rota do Cangaço; e cânion de Xingó. Talvez isso ocorra pela falta de rentabilidade devido à baixa procura ou o tipo de turista que visita o destino Xingó, ou ainda pela falta de interesse do *trade* turístico, e até mesmo dos órgãos públicos do destino. Provavelmente, se houvesse planejamento, divulgação, sinalização e melhorias nessas trilhas, com suporte adequado para o turista no atrativo, provavelmente o número de visitas seria mais expressivo. Contudo, independentemente das baixas visitas nessas trilhas, os setores do poder público municipal dos municípios ligados ao turismo, necessitam compreender e trabalhar com as demandas dos diferentes tipos de turistas que visitam Xingó. Mesmo que o

turista de massa predomine no destino, é importante que outras possibilidades de ofertas diferenciadas constem no planejamento do destino.

Figura 17: Trilhas da Pedra do Sino e Linha Férrea



A – Monumento geológico Pedra do Sino.

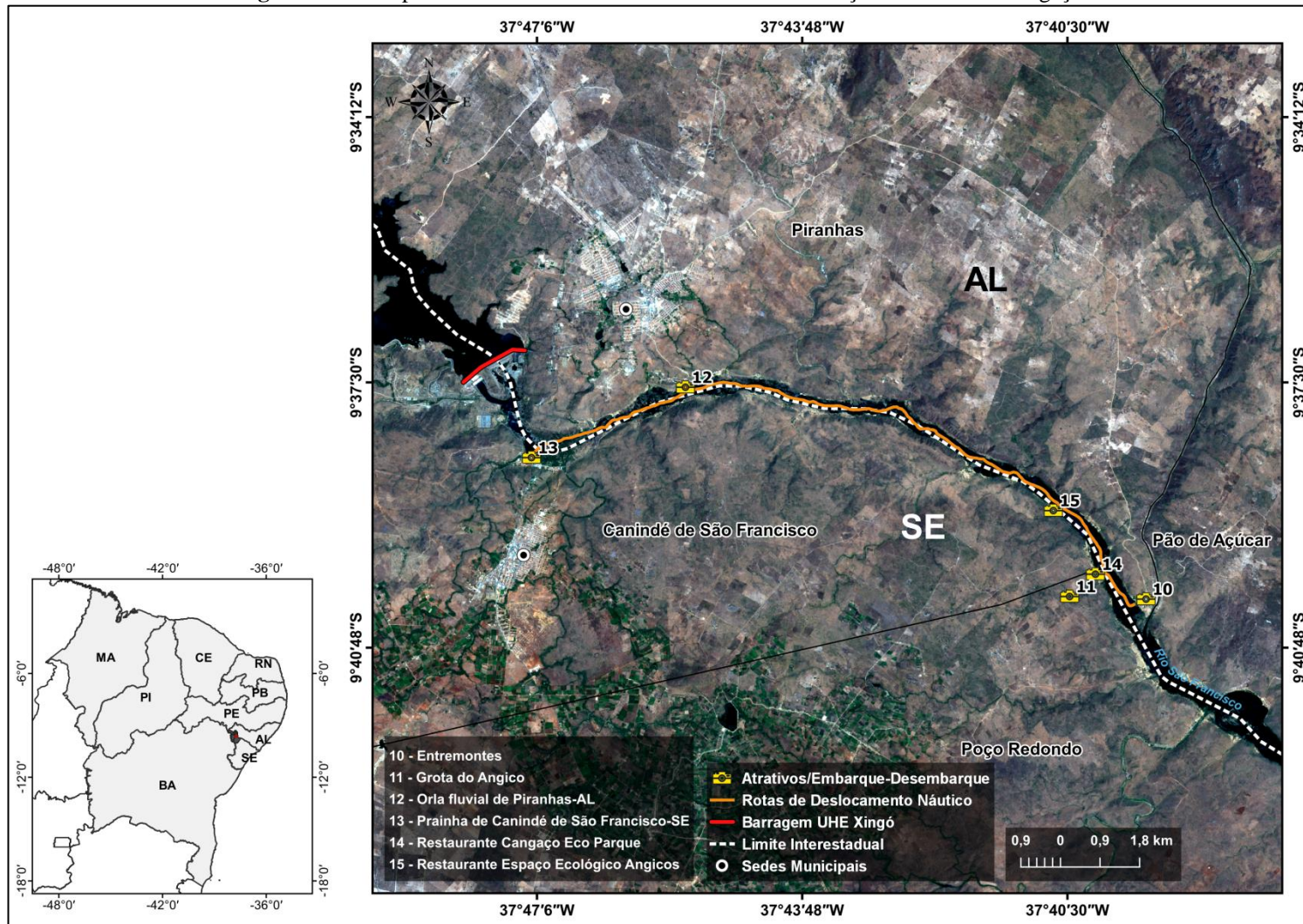
B e C – Trilha do Trem.

Fonte: A – cprm.gov.br; B e C – Autor (2020)

Os atrativos citados anteriormente correspondem aos que estão localizados no centro histórico de Piranhas, ou em locais próximo, que se configuram em um centro turístico de maior uso pelos visitantes. A figura 18 demonstra a rota ou roteiro comercializado pelas operadas de turismo e prestadores de serviços donos das embarcações na Rota do Cangaço. O produto denominado de Rota do Cangaço refere-se ao passeio pelas águas do rio São Francisco – turismo náutico –, a jusante da Usina Hidrelétrica de Xingó, com locais definidos de embarque e paradas em atrativos turísticos durante o percurso do passeio, dentre os quais, na extremidade do percurso, a possibilidade de entrada na caatinga para visitar a Grota de Angico, onde lampião morreu. No total, são 42 embarcações⁴⁴ cadastradas nas Associações de Operadoras de Turismo em Canindé de São Francisco, em Sergipe, e Piranhas, em Alagoas, para atuarem na Rota do Cangaço e no lago de Xingó.

⁴⁴ As embarcações cadastradas são: catamarãs, lanchas, e “voadeiras”. O município de Poço Redondo – SE, Olho D’Água do Casado e Delmiro Gouveia – AL, não repassaram informações referente ao número de embarcações cadastradas nas Associações de Operadas de Turismo dos municípios, disponíveis para atuarem no lago de Xingó.

Figura 18: Principais rotas de deslocamento náutico das embarcações na Rota do Cangaço



Fonte: Organizado pelo autor e elaborado por Esdras de Lima Andrade

Conforme ilustrado na figura 18, os espaços de deslocamento intradestino⁴⁵ na Rota do Cangaço, possuem pontos de embarque definidos pelas operadoras e prestadores de serviços turísticos. Os pacotes para o passeio náutico podem ser adquiridos pelos visitantes conforme o planejamento já definido pelas operadoras de turismo – rota pré-formatada –, ou personalizados de acordo o desejo do turista – roteiro programado e negociado com as prestadoras de serviço. Em relação à Rota do Cangaço, apenas as embarcações catamarãs efetuam essa programação preestabelecida, enquanto as lanchas e “voadeiras” se deslocam conforme o roteiro combinado pelo turista e proprietário da embarcação. A tabela 6 nos ajuda a compreender o deslocamento dos catamarãs na Rota do Cangaço. Cabe destacar, que os catamarãs não possuem paradas durante o seu deslocamento até o local de desembarque, na extremidade mais afastada da rota.

Tabela 6: Rota efetuada pelos catamarãs nos espaços de deslocamento intradestino na Rota do Cangaço

Quantidade	Capacidade de passageiros	Embarque/desembarque (Início da rota)	Embarque/desembarque (Término da rota⁴⁶)	Proprietário
01	60	Pier na orla fluvial de Piranhas	Restaurante Cangaço Eco Parque	MFTur
01	189	Pier na orla fluvial de Piranhas	Restaurante Cangaço Eco Parque	MFTur
01	189	Pier na orla fluvial de Piranhas	Restaurante Espaço Ecológico Angicos	Espaço Ecológico Angicos
01	60	Orla Prainha de Canindé de São Francisco-SE	Restaurante Cangaço Eco Parque / Restaurante Espaço Ecológico Angicos	HUGOTur

Fonte: Autor (2020)

Em relação à empresa HUGOTur, o catamarã disponível é o único que possui parceria com o restaurante Cangaço Eco Parque e restaurante Espaço Ecológico Angicos, cabendo ao turista decidir em qual atratividade visitar. Já em relação aos catamarãs da empresa MFTur e Espaço Ecológico Angicos, efetuam a rota apenas para os estabelecimentos mencionados na tabela 6. Diante disso, fica a critério do turista que visita o destino Xingó, escolher o passeio mediante a disponibilidade das operadoras de turismo e barqueiros prestadores dos serviços para o turismo náutico.

⁴⁵ Conforme o modelo de Gunn (1994), o autor classifica o (s) percurso (s) efetuado (s) pelos turistas dentro da destinação como sendo uma Ligação Turística. Entretanto, nesta dissertação, chamaremos esses percursos de Espaços de Deslocamento Intradestino. Conforme alguns autores, a exemplo de Cruz (2003), a autora aborda os espaços de turismo, como sendo: centros emissores, centros receptores, e os espaços de deslocamento. Com isso, em uma destinação, existem espaços de deslocamento intradestino.

⁴⁶ Todos os catamarãs retornam para o ponto inicial de embarque – início da rota.

O restaurante Espaço Ecológico Angicos (Figura 19), localizado à margem direita do Velho Chico em Canindé de São Francisco, obteve 10,16 % de citação pelos turistas como atrativo a ser visitado. O estabelecimento inaugurado em 1997 é considerado pioneiro a entrar em funcionamento na Rota do Cangaço. Com distância de aproximadamente 13 Km da Prainha de Canindé e 9 Km do *Pier* da orla fluvial de Piranhas, via navegabilidade pelo rio – único acesso –, o estabelecimento além de possuir o catamarã, conta com duas lanchas para 14 passageiros cada. Por estar às margens do rio São Francisco, o restaurante dispõe de diversos esportes aquáticos, como também de uma culinária própria. Os turistas que visitam o Espaço Ecológico Castanho podem realizar a trilha para a Grotta de Angico, sendo acompanhados por guias caracterizados com itens ligados ao cangaço, e que durante o percurso de 680 metros⁴⁷ os guias contam um pouco da história do cangaço.

Ainda no conjunto de atrativos na Rota do Cangaço, o restaurante Cangaço Eco Parque (Figura 19), corresponde a 23,44% de citação como ponto visitado pelos turistas. O atrativo está localizado à margem direita do rio São Francisco, município de Poço Redondo, Sergipe. Em relação à distância, o estabelecimento está a 15,8 Km da orla Prainha de Canindé e 10,8 Km da orla fluvial de Piranhas. Ao contrário do restaurante Espaço Ecológico Angicos, a inauguração do Cangaço Eco parque ocorreu apenas em março de 2014, e atualmente conta com a administração do restaurante Karrancas e da empresa MFTur. A navegação pelo catamarã dura em média 40 minutos e o total do passeio é de aproximadamente sete horas. São ofertadas várias opções de entretenimento, como por exemplo: tobogã, parede para escalada, mini parque infantil, *slackline*, passeio de pônei, *stand up*, bangalôs e trilha para a Grotta de Angicos, com percurso de 1600 metros⁴⁸ acompanhado de guias. Além do catamarã, o Eco Parque dispõe de quatro lanchas com capacidade para 14 passageiros, essas são utilizadas para os turistas que desejam tempo maior na duração do passeio e roteiro personalizado. O acesso para o atrativo pode ser feito via navegação ou por estrada não pavimentada a partir do município de Poço Redondo, Sergipe.

A Grotta de Angico localizada em Poço Redondo, Sergipe, possui grande valor cultural para o município e para o turismo do destino Xingó. Entretanto, Poço Redondo não apresenta desenvolvimento significativo na organização e nos investimentos para o turismo, sendo estes mais relacionados à administração de Piranhas e Canindé de São Francisco, com o produto turístico ofertado da Rota do Cangaço. Vieira (2000 apud BRAGHINI, 2009, p. 109) enfatiza que Poço Redondo “não apresenta condições mínimas de equipamentos e serviços para o

⁴⁷ O percurso da ida mais a volta são de aproximadamente 1.360 metros.

⁴⁸ O percurso da ida mais a volta são de aproximadamente 3.200 metros.

desenvolvimento do turismo, nem mesmo para visitantes pouco exigentes”. Assim como também pensa Silva (2007) ao afirmar que o município de Poço de Redondo não possui estrutura adequada para o mercado turístico, e continua enfatizando que “fica configurado o desprezo do município de Poço Redondo para explorar a atividade de maneira a incrementar a economia do lugar, gerando ocupação e renda para a comunidade”. A falta de interesse dos gestores, como descreve a autora (Ibid.), impossibilita que o mercado turístico se interesse em investir no potencial turístico do município para atrair visitantes, mas isso tem ocorrido por parte de empreendedores privados que operam a partir de Piranhas e Canindé de São Francisco. Essa situação demonstra de forma clara que os limites territoriais do destino se situam distantes dos seus portões de entrada, incluindo, inclusive, territórios de outros municípios. Talvez a inexistência de profissionais qualificados na área turística, se apresente como uma dificuldade no planejamento e desenvolvimento do turismo em determinadas partes do território do destino. Esse fato demonstra, como mencionado acima, que mesmo o atrativo turístico estando no território do município de Poço Redondo, a maior divulgação e comercialização do produto é feita por operadoras de turismo em Canindé de São Francisco e Piranhas. Dessa forma, percebe-se que a lucratividade turística provavelmente está aquém, em Poço Redondo, dos demais municípios que exploram a Rota do Cangaço.

A Grotta de Angico, citada por 61,98% dos participantes das entrevistas, possui acesso através das trilhas que se iniciam nos restaurantes Cangaço Eco Parque e Espaço Ecológico Angicos. O tempo médio de duração do passeio é estimado em torno de 1h00min e 2h00min, onde os turistas são conduzidos em meio às paisagens da caatinga. Na grotta, são encontradas as cruzes onde foram assassinados Virgulino Ferreira da Silva e Maria Gomes de Oliveira, respectivamente Lampião e Maria Bonita, e parte de seu bando em julho de 1938. O local desperta a curiosidade dos milhares de turistas que visitam Xingó, com a finalidade de conhecerem de perto o local onde os mencionados cangaceiros foram mortos. Os guias que conduzem os turistas, contam um pouco da história desse episódio intrigante que se passou na década de 30 do século XX.

Os visitantes que não desejam conhecer a Grotta de Angico, o povoado de Entremontes, localizado nas imediações da entrada da trilha que conduz à Grotta de Angico, do lado alagoano, é uma das opções ofertadas. Citado por 3,39% dos turistas, Entremontes se destaca pela sua história por ser o primeiro povoado de Piranhas. O conjunto arquitetônico se assemelha ao do centro histórico da sede do município. O acesso pode ser feito por estrada não pavimentada com 25 Km de extensão aproximadamente, a partir do bairro Nossa Senhora da Saúde, na sede municipal, ou por embarcação pelo rio São Francisco. Os restaurantes

Cangaço Eco Parque e Espaço Ecológico Angicos ofertam o passeio de lancha para o povoado, distantes 1,04 Km e 2,76 Km em linha reta respectivamente. A vila de Entremontes constitui-se como um atrativo turístico, apesar de não existir localmente nenhum equipamento ou infraestrutura voltada ao turismo, tais como hotéis, pousadas ou outros meios de hospedagem, para receber os visitantes; há no lugar apenas seu casario histórico e poucas embarcações típicas dessa parte do rio São Francisco. O maior destaque relaciona-se ao bordado (ponto de cruz e rendendê) de origem portuguesa produzido pela comunidade local onde criaram a Associação de Bordados de Entremontes. O material produzido pelas artesãs é vendido para os poucos turistas que visitam a associação, entretanto, seus produtos são também comercializados para outras localidades fora da destinação.

Figura 19: Atrativos turísticos na Rota do Cangaço



A e B - Restaurante Cangaço Eco Parque
C e D - Restaurante Espaço Ecológico Angicos
E – Casa do Bordado de Entremontes
F – Grota de Angico

Fonte: A e B – passeiosmftur.com.br; C e D – Rede social Instagram espacoangicos; E - rafaelstavares.wixsite.com; F - jornaldesergipe.com.br

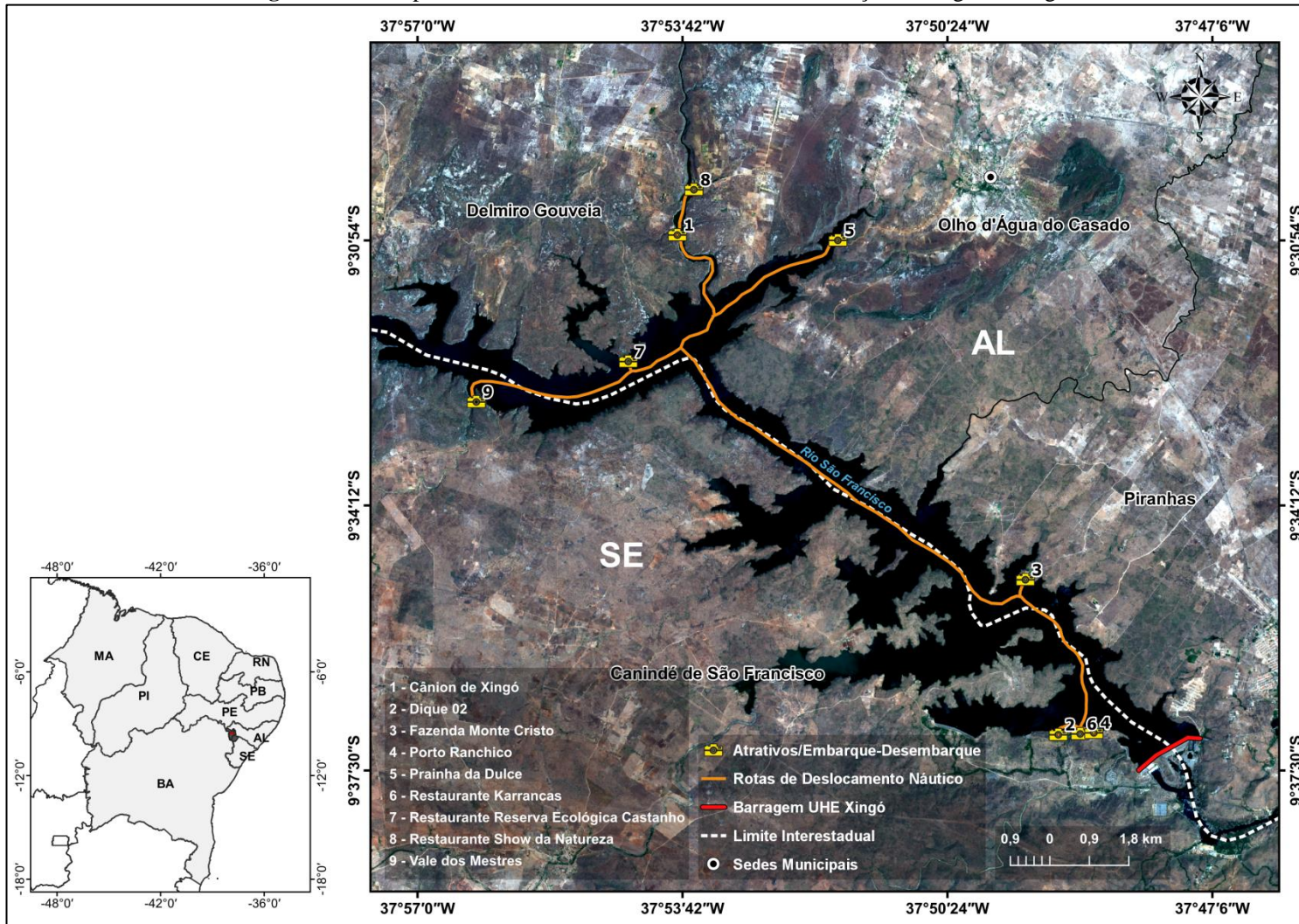
É perceptível, através das citações dos turistas, a diminuição dos usos realizados pelos mesmos quando se distanciam do centro histórico de Piranhas, considerado como centro turístico detentor de maiores recursos e ofertas para os visitantes. Ao aplicarmos o modelo de distribuição de usos recreativos de Greer e Wall (1979 apud PEARCE, 2003, p. 33), perceberemos que à medida que se afastam do núcleo com maior demanda, a função e oferta diminuem. Neste caso, exemplificamos a situação de Entremontes, tendo em vista, que o turista ao se deslocar nos espaços intradestino, faz pouco uso do território distante do centro gerador de demanda por recreação. O baixo número de visitas talvez seja pela falta de divulgação e investimentos do planejamento municipal, para aproveitar a potencialidade que o lugar turístico detém. Em relação às operadoras de turismo dos passeios náuticos, firmar parcerias com as associações e o poder público municipal para incluir na Rota do Cangaço a parada dos catamarãs em Entremontes, poderia ser ideal para aumentar a oferta e a permanência do turista no destino Xingó.

Pontuamos que o passeio Rota do Cangaço está em uma região fronteira entre os estados de Alagoas e Sergipe, por essa razão, muitos dos visitantes não conseguem se localizar espacialmente durante o passeio. Valls (2006) enfatiza que a estruturação dos destinos turísticos é composta por componentes tangíveis, componentes intangíveis, e componentes intangíveis globais, nesse último caso, os componentes intangíveis globais referem-se aos elementos estruturais para definir um destino, quanto a sua coerência, valorização, autenticidade e a sua qualidade ambiental, que envolve entre os componentes intangíveis de coerência, a sinalização. Segundo o autor (Ibid.), “No destino a sinalização é o eixo do acompanhamento. Não deve ser excessiva nem ausente, de modo que os turistas, tanto no interior dos estabelecimentos turísticos quanto no exterior, possam desenvolver a experiência que buscam com a máxima facilidade” (p. 38), o que pode contribuir para percepção de sentido de segurança por parte do visitante, aumentando o grau de satisfação com a experiência de destino.

Percebe-se que a maior potencialidade explorada pelas operadoras de turismo do destino Xingó está relacionada à junção do turismo náutico e cultural. Os atrativos que estão localizados no lago de Xingó, citados pelos turistas, estão às margens do rio São Francisco e

contam com a predominância de ofertas ligadas a passeios aquáticos, gastronômico e trilhas. A figura 20 mostra o trajeto que as embarcações efetuam no lago de Xingó com os turistas e excursionistas. Segundo gestores das secretarias de turismo dos municípios de Piranhas e Canindé de São Francisco, empresários e prestadores de serviços donos de embarcações afirmam que grande parcela dos visitantes para o lago de Xingó contratam o passeio de menos de um dia, os chamados de “bate e volta”, esses têm maior origem no Estado de Sergipe.

Figura 20: Principais rotas de deslocamento náutico das embarcações no lago de Xingó



Fonte: Organizado pelo autor e elaborado por Esdras de Lima Andrade

O deslocamento no espaço intradestino das embarcações catamarãs no lago de Xingó possui rota programada previamente, com local de embarque e desembarque definido pelos proprietários que administram as embarcações. Assim como ocorre na Rota do Cangaço, o turista tem a sua disponibilidade opções para contratar os pacotes previamente programados pelas operadoras de turismo ou personalizar o próprio roteiro de acordo com o seu desejo. Caso a escolha seja montar o próprio roteiro de passeio no lago, o valor é combinado entre o turista com as operadas e os prestadores de serviços das associações, donos das lanchas. As lanchas da empresa MFTur embarcam próximo ao restaurante Karrancas, no Porto Ranhico, já as lanchas da associação de Piranhas e Canindé de São Francisco embarcam no Dique 02, assim como visualizado na figura 20. A tabela 7 apresenta a rota dos catamarãs no lago de Xingó. Cabe destacar que todos os catamarãs não oferecem parada entre o local de embarque e o ponto de desembarque, exceto os catamarãs do restaurante Reserva Ecológica Castanho, que embarcam na Prainha da Dulce, esses possuem parada para almoço no próprio restaurante após o passeio aos cânions de Xingó.

Tabela 7: Rota efetuada pelos catamarãs nos espaços de deslocamento intradestino no lago de Xingó

Quantidade	Capacidade de passageiros	Embarque/desembarque (Início da rota)	Embarque/desembarque (Término da rota ⁴⁹)	Proprietário
06	250	Pier no restaurante Karrancas / Restaurante Show da Natureza	Cânion de Xingó	MFTur
01	80	Prainha da Dulce	Cânion de Xingó	Restaurante Espaço Ecológico Angicos
01	180	Prainha da Dulce / Restaurante Reserva Ecológica Castanho	Cânion de Xingó	Restaurante Reserva Ecológica Castanho
01	130	Prainha da Dulce / Restaurante Reserva Ecológica Castanho	Cânion de Xingó	Restaurante Reserva Ecológica Castanho

Fonte: Autor (2020)

O restaurante Karrancas, que está localizado no município de Canindé de São Francisco, em Sergipe, se situa às margens do lago. Foi citado por 25,78% dos entrevistados. Pioneiro por iniciar as suas atividades após o enchimento do reservatório de Xingó, o restaurante mantém parceria com a empresa de passeios náuticos MFTur. É desse restaurante

⁴⁹ Todos os catamarãs retornam para o ponto inicial de embarque – início da rota.

que saem os passeios para os cânions de Xingó e Gruta do Talhado⁵⁰. A MFTur possui agências de turismo em Salvador, Aracaju e Xingó, que direcionam os visitantes para o restaurante Karrancas. É a partir do estabelecimento que sai a maior parte dos passeios realizados para o lago de Xingó, visto que a MFTur detém o maior número dos catamarãs que exploram os passeios para vários pontos do cânion do São Francisco. Os visitantes que não compram os pacotes turísticos pelas agências podem adquirir o *ticket* de passeio no estabelecimento, que funciona de segunda-feira a domingo, com saídas diárias para os passeios. Nos catamarãs, a duração é de 3h00min, sendo: 1 hora de navegação pelo rio São Francisco, apreciando as paisagens com as diferentes formações rochosas, além dos guias de turismo que contam brevemente a história de Xingó, 1 hora de parada nos cânions para banho e mais 1 hora de retorno até o restaurante Karrancas. Para os que contratam o serviço de lancha, a duração, valor e roteiro do passeio é combinado com a operadora turística. O acesso para o restaurante via estrada é todo pavimentado, porém, no percurso da volta a estrada em um trecho de aproximadamente 2,5 Km não é pavimentada. A ausência de sinalização para o acesso é escassa, podendo o visitante errar o percurso caso não utilize o Sistema de Posicionamento Global⁵¹ (GPS).

Figura 21: Restaurante Karrancas



Fonte: A – partiupeleomundo.com.br; B – Rede social Instagram [karrancas_restaurante](https://www.instagram.com/karrancas_restaurante)

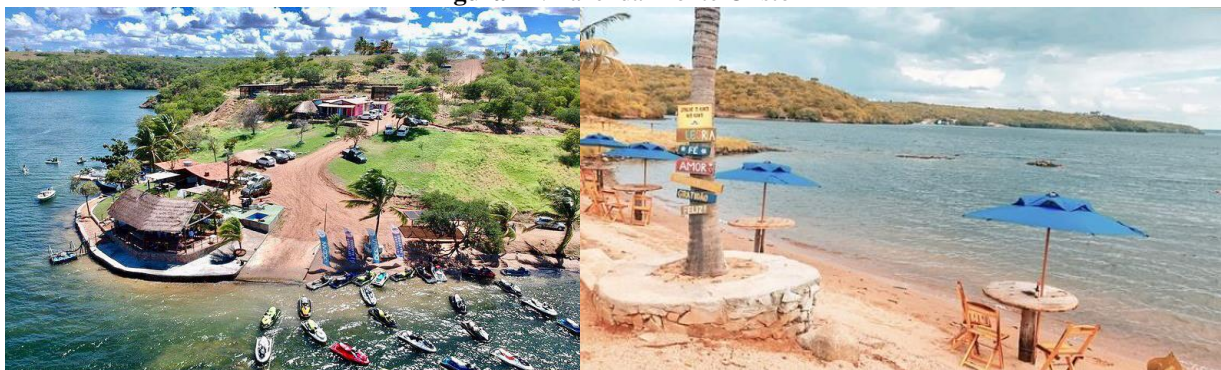
Ainda no conjunto de atrativos turísticos no lago de Xingó, após a instalação do restaurante Karrancas, outros estabelecimentos surgiram nas margens do rio, a exemplo do restaurante Fazenda Monte Cristo, situada no município de Piranhas, com distância da sede municipal de 14,3 Km. O acesso é realizado pela AL-225, sendo percorridos 8,3 Km por via

⁵⁰ A formação da gruta é resultado dos processos geológicos que aconteceram nas rochas dos cânions de Xingó. Também é conhecido por Riacho do Talhado e Paraíso do Talhado.

⁵¹ Traduzido do inglês Global Positioning System

asfaltada e 6 Km por estrada não pavimentada. Não foram identificadas, no levantamento de campo, sinalização que indicasse o percurso até a Fazenda Monte Cristo, saindo da sede municipal de Piranhas. A única sinalização vista foi no início da estrada não pavimentada. O atrativo obteve apenas 0,78% de citação pelos turistas. Esse fato talvez se reflita na ausência da divulgação por parte do empreendimento, como também pelos órgãos responsáveis da Prefeitura Municipal de Piranhas. A baixa territorialização em lugares situados longe do centro gerador dos fluxos turísticos talvez seja reflexo de falta de planejamento em divulgação, falta de empenho de órgãos públicos na criação de novos roteiros turísticos dentro do espaço geográfico do município de Piranhas e demais espaços intradestino nos outros quatro municípios que constituem o destino Xingó. O fato desse destino turístico se encontrar em desenvolvimento, uma vez se utilizando o modelo de Butler (1980), não significa que o investimento de recursos deve ser aplicado apenas nas zonas de maior circulação. A sinalização e boas estradas são alguns dos itens essenciais dos componentes dos elementos estruturais de uma destinação para a satisfação do turista. A coerência entre os elementos estruturais de um destino projeta a sua imagem junto à demanda turística. A sua imagem, que comunica uma espécie de ‘marca’ que é divulgada pode motivar a vinda do visitante para o destino. Se houver falhas na estruturação efetiva do destino, de tal forma que o visitante possa percebê-las, ele encontrará uma falta de correspondência com o seu imaginário prévio a respeito do destino. Autores como Vignati (2012), Valls (2006), Flores e Mendes (2014), Lohmann e Panosso Netto (2012), Urry (1990) apresentam e discutem assuntos relacionados à imagem, divulgação e percepção que o turista tem sobre o destino turístico, como sendo de grande relevância para o bom desenvolvimento dos destinos turísticos, algo que foi abordado na parte teórica desta dissertação.

Algumas das ofertas da Fazenda Monte Cristo, referem-se aos passeios para os cânions de Xingó e Vale dos Mestres, incluindo alimentação no estabelecimento. Não existem catamarãs saindo do local, apenas as lanchas. O visitante também tem a sua disponibilidade uma pousada que funciona todos os dias da semana.

Figura 22: Fazenda Monte Cristo

Fonte: Página da rede social Instagram fazendamontecristo_

O restaurante Show da Natureza (Figura 23), em Olho d'Água do Casado, constitui mais um dos atrativos citados pelos turistas. Inaugurado em 2005, o proprietário do restaurante começou anteriormente a inauguração do restaurante Show da Natureza, como pescador, e depois começou a receber visitantes interessados em realizar passeio no lago. Com 3,91% de citação, o estabelecimento tem, no conjunto de sua oferta, os passeios de catamarãs para os cânions de Xingó e lanchas para outros atrativos presentes no lago, *kayak*, *stand up*, *camping*, alimentação no estabelecimento e outras ofertas. As embarcações catamarãs que saem do restaurante, são de propriedade da MFTur, que mantém uma parceria com o estabelecimento para o transporte dos visitantes até os cânions. Esse atrativo está localizado a 14,3 Km da sede do município e 16,80 Km em linha reta a montante da UHE-Xingó. Após sair do centro de Olho d'Água do Casado pela rodovia AL-225, são percorridos 5,5 Km em estrada pavimentada e 8,8 Km em estrada não pavimentada. Em relação à sinalização, foram encontradas apenas placas informativas no início da estrada não asfaltada. Portanto, a escassez de sinalização não é um problema que atinge apenas Piranhas, ocorrendo também em outros municípios da destinação.

Percebe-se que quanto maior a distância dos portões de entrada do destino Xingó, detentores de maiores infraestruturas turísticas, a demanda decai. Essa constatação pode ser usada como um dos elementos para explicar quais são os limites territoriais do destino turístico Xingó.

Figura 23: Restaurante Show da Natureza

A e B – Vista do restaurante Show da Natureza e cânions de Xingó
C – Embarque de turistas no catamarã da MFTur
D – Serviço de *camping* ofertado pelo estabelecimento

Fonte: Página da rede social Instagram showdanatureza_oficial

O restaurante Reserva Ecológico Castanho (Figura 24), situado em Delmiro Gouveia, Alagoas, constitui-se de mais uma das ofertas no lado de Xingó, citado por 13,28% dos turistas como atrativo visitado. O estabelecimento está na unidade de conservação Monumento Natural (MONA)⁵² do São Francisco, que foi criada pelo Decreto Lei s/n.º de 05 de junho de 2009, e abrange parte dos estados de Alagoas, Sergipe e Bahia entre os municípios de Olho D'Água do Casado, Piranhas e Delmiro Gouveia/AL, Canindé de São Francisco/SE, e Paulo Afonso/BA. O MONA do São Francisco, com uma área de 26.736,30

⁵² Informação disponível para consultas na página do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). Disponível em: <www.icmbio.gov.br>. Acesso em: 05 de Ago de 2020.

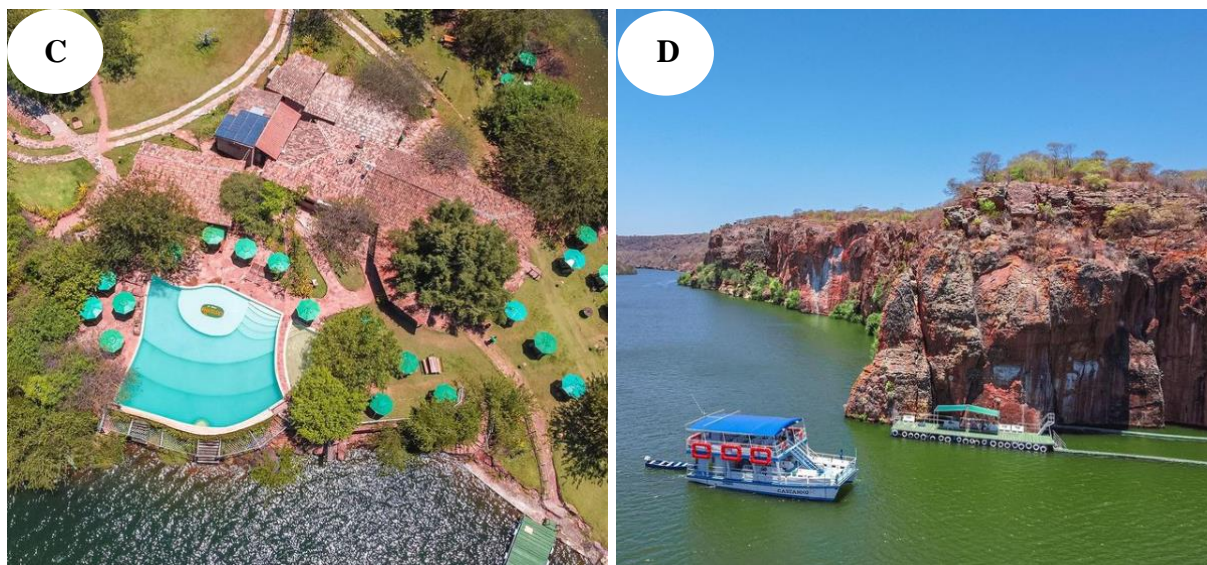
hectares, tem como objetivo preservar o ecossistema que envolve o cânion do São Francisco, com sua beleza paisagística natural, incluindo certa extensão de terras nas duas margens do rio. Dessa forma, por meio da criação dessa unidade de conservação, fica garantida a navegação nos cânions de Xingó, possibilitando também a sua exploração pelo turismo.

O acesso para o restaurante Reserva Ecológico Castanho é realizado em um percurso de 29,4 Km a partir da sede municipal de Delmiro Gouveia. Saindo do centro da cidade, são percorridos 12,2 Km pela AL-220 no sentido de Olho d'Água do Casado e mais 17,2 Km por estrada não pavimentada até o estabelecimento, situando-se a 15,20 KM em linha reta a montante da UHE-Xingó. O visitante que não contratar os serviços de *transfer* ou utilizar o GPS, talvez tenha dificuldade para chegar até o restaurante, pois, no que se refere à sinalização, foi encontrada pouca informação durante o percurso a partir da saída de Delmiro Gouveia. Por outro lado, para o embarque em Olho d'Água do Casado, as sinalizações para o embarque na Prainha da Dulce, nesse município, são mais intensas.

Dentre os principais serviços ofertados pelo Castanho destacam-se os passeios pelos cânions de Xingó, com opções de catamarãs e lanchas. As saídas dos catamarãs ocorrem tanto no próprio estabelecimento quanto na Prainha da Dulce, em Olho d'Água do Casado. Os turistas também podem personalizar o próprio roteiro de passeio no lago de Xingó, com valores, horário e local de embarque combinados com o prestador do serviço. Além disso, está disponível no conjunto de ofertas, serviços de hospedagem, alimentação, *kayak*, sistema *day use*, dentre outros.

Figura 24: Restaurante Reserva Ecológico Castanho





A, B e C – Restaurante Reserva Ecológica Castanho visto de cima.
D – Catamarã Castanho próximo ao *pier* nos cânions de Xingó.

Fonte: Página da rede social Instagram *restaurante_castanho*

A Prainha da Dulce (Figura 25) é mais um empreendimento localizado nas margens do rio São Francisco, em Olho d'Água do Casado. Com apenas 1,04% de citação pelos turistas, o empreendimento conta com parcerias do restaurante Espaço Ecológico Castanho e restaurante Espaço Ecológico Angicos para aumentar o fluxo turístico. Os catamarãs dos dois restaurantes são autorizados a utilizar o *pier* para o embarque e desembarque de turistas nesse atrativo. A rota do catamarã Castanho consiste no passeio para os cânions e em seguida para o próprio estabelecimento, para que os visitantes possam desfrutar dos diversos serviços ofertados pelo local, posteriormente, o catamarã retorna para a Prainha da Dulce. Já a embarcação do Angicos, têm seu percurso apenas para os cânions.

O acesso a partir da sede do município de Olho d'Água do Casado tem um percurso de 4,4 Km. Em dezembro de 2020, o governador Renan Filho, de Alagoas, inaugurou o percurso com nova pavimentação, que antes o seu acesso era por estrada não asfaltada. A obra foi executada pela Secretaria de Transporte e Desenvolvimento (Setrand), através do programa Pró-Estrada. Com a melhoria na pavimentação, os visitantes poderão contar com uma maior facilidade de acesso e segurança a partir do embarque pela Prainha da Dulce, especialmente para os turistas de Maceió, principal centro emissor do Estado de Alagoas para o destino Xingó. Segundo a Sedetur (2020), os empresários do destino destacam a importância da pavimentação desse trecho, pois esperam um maior fluxo de turistas e desenvolvimento do turismo, especialmente para Olho d'Água do Casado. O novo embarque será protagonista na

condição de principal concorrente do estado vizinho de Alagoas, Sergipe, sendo o Karrancas, do lado sergipano, um dos principais fluxos de turistas para os cânions de Xingó.

O estabelecimento na Prainha da Dulce não conta com uma infraestrutura moderna, comparada com os outros restaurantes no lago de Xingó para receber os visitantes. Isso talvez seja reflexo das baixas visitas no empreendimento decorrentes do tipo de turista que visita Xingó. Manter uma estrutura adequada e um conjunto de serviços atraentes pode ser que contribua para que os atuais baixos números de visita a esse atrativo sejam revertidos. A experiência do turista e a imagem percebida podem potencialmente influenciar negativamente o fluxo de turistas, mesmo que as estradas estejam pavimentadas e bem sinalizadas, mas com o estabelecimento não tendo o mínimo de infraestrutura, a tendência é de ocorrer uma migração de turistas para outros locais da destinação.

Figura 25: Prainha da Dulce



A – Infraestrutura na Prainha da Dulce

B – Vista da prainha da Dulce e rio São Francisco

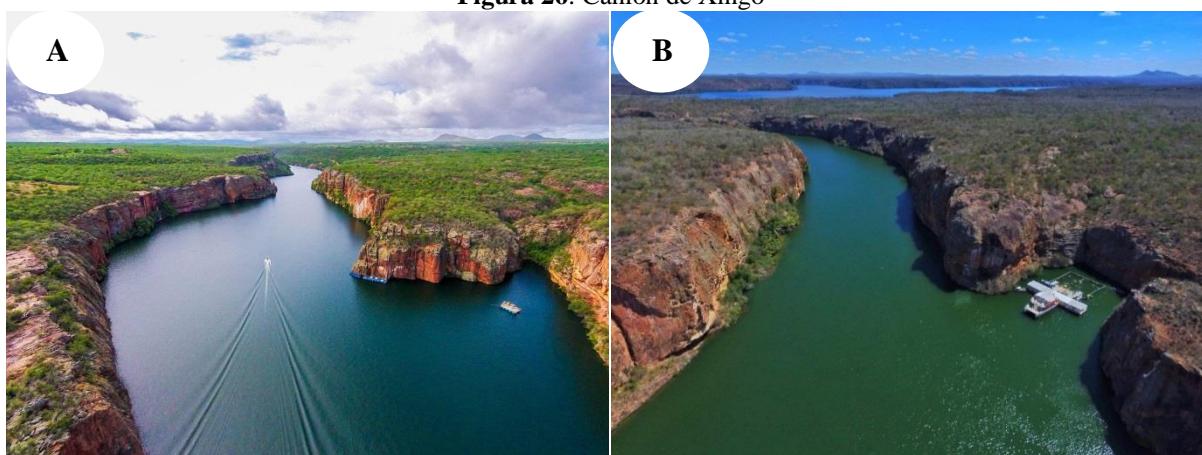
Fonte: A - rafapelomundo.com; B - Setrand.al.gov.br

O cânion de Xingó (Figura 26) constitui o principal atrativo turístico natural da oferta no lago de Xingó. O cânion obteve 83,75% de citação pelos visitantes. O atrativo turístico é atualmente o mais divulgado pelas operadoras turísticas privadas e propagandas do governo em relação às ofertas de Xingó. O cânion foi esculpido e moldado pelos processos geomorfológicos atuando por milhões de anos ao longo do tempo geológico. A construção da represa da UHE de Xingó tornou possível a navegação entre Paulo Afonso/BA e Piranhas, em Alagoas. O conjunto de atrativos ligados a esse rio na área do lago da hidrelétrica permite ao turista ter experiências únicas no destino Xingó, em um ambiente dominado pelas águas calmas do rio São Francisco – no lago da hidrelétrica – em uma região com clima semiárido,

o que representa um contraste. O cânion é comercializado principalmente pelo nome de Cânions de Xingó e Cânions de São Francisco, porém, são conhecidos por outros nomes, como destaca Braghini (2009), a saber: Canyon do rio São Francisco, Cânion do rio São Francisco, Cânion de Xingó, Canyon de Xingó, Canyon do São Francisco e Cânions do São Francisco.

O acesso para os cânions pode ser feito também por trilhas, que geralmente são exploradas por operadoras de turismo para apreciar o pôr-do-sol, ou, como mencionado antes, pelas embarcações navegando pelo Velho Chico, sendo os passeios de catamarãs mais conhecidos por levar os turistas e visitantes de um dia. Durante a navegação as embarcações passam por diversos lugares de grande beleza natural, até atracarem em *pier*⁵³ para que os visitantes possam tomar banho e contemplar o Paraíso do Talhado, localizado a 15 km a montante da barragem de Xingó, que é um cânion marginal ao cânion principal formado pelo rio São Francisco; se trata da foz afogada – com o enchimento do lago – de um riacho que deságua no São Francisco. O lugar é de beleza paisagística incomum, sempre superando as expectativas dos visitantes.

Figura 26: Cânion de Xingó



⁵³ Existem três *piers* nos cânions de Xingó para o desembarque dos visitantes, sendo: 02 pertencentes à empresa MFTur e 01 da empresa Reserva Ecológica Castanho. Entretanto, em um *pier* que está localizado na parte de Delmiro Gouveia, só atracam as embarcações da MFTur. O segundo *piér* da empresa está localizado na parte de Olho d'Água do Casado, nesse a MFTur permitiu atracar todas as outras embarcações de empresas que atuam no lago de Xingó. O *pier* do restaurante Reserva Ecológico Castanho, também está na parte de Olho d'Água do Casado, e atracam apenas as embarcações do estabelecimento.



A, B e C – Cânion de Xingó com embarcações catamarãs atracadas em *pier*
D e E – Plataforma para banho no cânion
F – Atrativo natural Paraíso do Talhado
G – Pôr-do-sol no cânion de Xingó
H – Catamarã navegando pelo rio São Francisco

Fonte: A - queroviajarmais.com.br; B, C, D, E, F – passeiosmftur.com.br; G – Rede social Instagram [karrancas_restaurante](https://www.instagram.com/karrancas_restaurante/); H – sertaobelo.com.br

O atrativo Vale dos Mestres é classificado como natural e cultural por possuir formações rochosas, caatinga e figuras rupestres que são datadas de 3.000 mil anos atrás e constitui parte dos atrativos citados pelos turistas como visita. Localizado em Canindé de São Francisco, o atrativo obteve 13,2% de citação. O acesso pode ser realizado pela trilha que

se inicia pela fazenda Poço Verde, com extensão de aproximadamente 3 km, ou por navegação pelo rio São Francisco. Atualmente apenas os pacotes com os passeios de lanchas incluem essa visitação, ficando os catamarãs fora desse roteiro. No local, é possível desfrutar das belas paisagens e tomar banho em suas águas calmas e rasas.

Figura 27: Vale dos Mestres



Fonte: Viajali.com.br – Foto: Cleverson Ribeiro, 2018

O Museu Arqueológico de Xingó (MAX) citado por 3,65% como atrativo visitado constitui outro atrativo explorado pelos visitantes (Figura 28). O museu está localizado em Canindé de São Francisco/SE e foi inaugurado em 2000 pela Universidade Federal de Sergipe (UFS) em parceria com a Chesf. O seu acervo reúne peças de arte, esqueletos humanos e diversos utensílios que foram descobertos por meio de pesquisas como parte dos trabalhos de salvamento arqueológico realizados nas margens do rio São Francisco, ao entorno da UHE de Xingó entre 1988 e 1997. O conjunto de acervo disponível no MAX possibilita o visitante conhecer a cultura e história dos povos pré-históricos que habitavam na região de Xingó.

Figura 28: Museu de Arqueologia de Xingó



Fonte: Viajali.com.br – Foto: Cleverson Ribeiro, 2018

A Usina Hidrelétrica de Xingó faz fronteira com o estado de Sergipe e Alagoas, sendo mais um atrativo que desperta o interesse dos turistas que visitam o destino turístico Xingó. A grande obra, citada por 9,11% de visitantes, foi responsável pela inundação da área que hoje se constitui o lago de Xingó; esse feito possibilitou a navegação para contemplar os diversos atrativos presentes na área. A visita guiada da usina hidrelétrica possui um percurso de aproximadamente 60 minutos para compreender como funciona o sistema de geração de energia elétrica, além de apreciar a paisagem a partir da área externa da UHE.

Os atrativos turísticos citados anteriormente correspondem aos citados pelos turistas que participaram das entrevistas feitas no destino Xingó. Com essa análise, foi possível compreendermos como estão distribuídos os atrativos mais usados pelos turistas, isso nos possibilitou a delimitarmos a zona de abrangência da destinação, assim como proposto por Gunn (1994), ou seja, o destino sendo, na realidade, uma zona de destinação.

Além dessas citações, estão presentes no território do destino Xingó atrativos que não foram mencionados pelos entrevistados, a exemplo das trilhas com presença de sítios arqueológicos na Fazenda Mundo Novo, Trilha da Arqueologia, Trilha do Cangaço, Trilha da Cordilheira do Sol, Trilha Alto do Céu, e Trilha dos Veados, além da Trilha Cachoeira do Lajedão, em Canindé de São Francisco, Sergipe. Em Piranhas, Alagoas, destaca-se a Trilha do Coito do cangaceiro Corisco, na Fazenda Patos e a Trilha Capiá, que tem início em

Entremontes, entre os municípios de Piranhas e Pão de Açúcar. Essa trilha percorre o leito natural do rio Capiá, e possui extensão de 6 km. Ainda em Piranhas, existe o Mirante da Usina no Centro de Visitantes da UHE, que costuma receber os visitantes que foram à hidrelétrica. Já no Centro Histórico de Piranhas, o Centro de Arte e Cultura, que abrigava a casa de máquina da rede ferroviária, foi inaugurado em 2007 e atualmente funciona no local um centro de comercialização dos produtos dos artesãos, entre as obras destacam-se: esculturas, bordados, cerâmica, traçados, tapeçaria, brinquedos, peças de couro e doces de sabores variados, que ajudam a divulgar as potencialidades da oferta do destino Xingó.

A Prainha da Orla Fluvial de Piranhas é um local que recebe diversos visitantes por um dia, em local que abriga bares e restaurantes e tem entre seus serviços uma culinária regional. O mesmo se aplica a Prainha de Canindé de São Francisco. No conjunto da oferta de restaurantes, o lampião, localizado às margens do rio São Francisco, na parte alagoana, ao lado da ponte que faz divisa entre os estados, e o restaurante Caboclo d'Água, próximo à UHE no lago de Xingó, constituem algumas das ofertas que não foram citadas pelos visitantes, porém, se destacam pela localização privilegiada com vista voltada para o rio.

Percebemos que o território do centro histórico de Piranhas constitui-se como centro detentor de maior territorialidade do turismo, pelas ofertas disponíveis nesse lugar e usos por parte dos visitantes. Paralelamente a essa turistificação, os passeios náuticos da Rota do Cangaço e Cânions de Xingó, são dois produtos de maior oferta nos municípios do destino. Dados da Sedetur (2019) informam que Piranhas, em Alagoas, recebe muitos turistas em épocas de feriados com intuito de visitar os cânions de Xingó e conhecer a cidade histórica tombada pelo IPHAN. Os dados da Secretaria de Cultura e Turismo de Piranhas e Canindé de São Francisco informam que as cidades representam o terceiro e o segundo destino mais procurados do estado, respectivamente. Os dados das secretarias corroboram o que foi identificado na pesquisa de campo, ou seja, ambas as cidades detêm aparatos para receber os visitantes e exercem papel importante para irradiar o fluxo de turistas para outros atrativos que estão além dos seus limites territoriais imediatos, fazendo com que partes dos outros municípios façam parte do destino de Xingó. Diante disso, fica claro que o planejamento e a gestão integral dos municípios que compõe o destino turístico Xingó, tornam-se fundamentais para um melhor desenvolvimento do destino Xingó.

A cooperação das gestões dos municípios do destino Xingó, possibilita evitar possíveis conflitos pela exploração de atrativos que estejam no território de outro município. Sampaio (2017, p. 92) destaca que “[...] quando há cooperação, a destinação pode se beneficiar e criar uma oferta turística mais harmônica, proporcionando ao visitante uma experiência mais rica

do lugar”. Por Xingó estar fase de desenvolvimento, de acordo com o modelo Butler (1980), recebendo investimentos por parte do estado e de empresas privadas da parte externa da destinação, o fluxo desses turistas tendem a crescer e o número de conflitos entre residentes e turistas passam a existir.

Constatou-se que os municípios de Piranhas, em Alagoas, e Canindé de São Francisco, em Sergipe, mantêm uma relação de cooperação e planejamento no que se refere à Rota do Cangaço. Entretanto, os demais municípios não mantêm uma relação harmônica com os esses dois municípios. Essa situação não harmônica pode ocasionar futuros problemas o destino, necessitando da cooperação e atenção por parte da gestão pública e das organizações privadas existentes nos cinco municípios que compõem o destino Xingó.

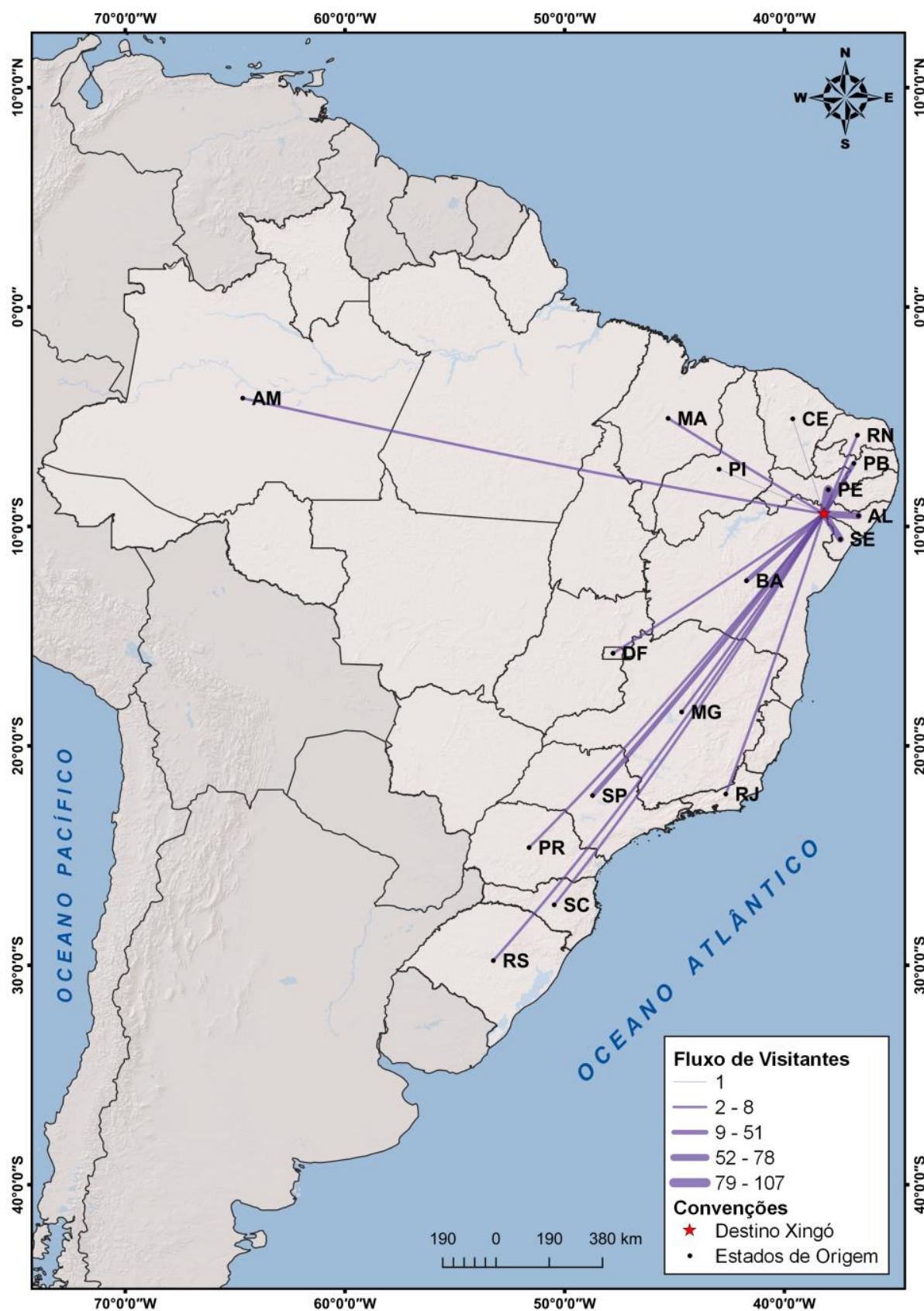
4.2 Aspectos da oferta e do fluxo turístico no destino Xingó

Buscando apresentar o número de visitas em cada atrativo turístico, assim como o quantitativo do fluxo turístico no destino Xingó, percebeu-se que os dados são incipientes, ou seja, os municípios que compõem o destino turístico Xingó, mostraram dificuldades em fornecer informações, demonstrando talvez, que não estão estruturados para organizar sistematicamente os dados, sugerindo deficiências do poder público local nas suas responsabilidades de gestor oficial do destino. Braghini (2009, p. 249) ao estudar o turismo nos municípios de Canindé de São Francisco e Poço Redondo, em Sergipe, e Piranhas, em Alagoas, constatou a mesma dificuldade em sua pesquisa de mestrado, evidenciando que de 2009 até os dias atuais os dados permanecem escassos nos órgãos públicos dos municípios envolvidos. Para fins de planejamento, os dados são importantes para auxiliar os gestores na tomada de decisões, visto que o destino recebe todos os meses do ano turistas e visitantes. O autor (Ibid.) ressalta a importância desses dados, e que os esforços dependem “[...] além das ações locais, do papel da gestão estadual, alinhado aos programas federais, no sentido de se unificar uma base de dados. As informações são essenciais para o gestor, portanto o sistema implantado para a coleta dos dados é importante para se caminhar no sentido da sustentabilidade”. Dessa forma, diante da escassez de dados oficiais nos municípios do destino, e considerando a estratégia principal usada para a coleta de dados para o estudo, esta seção apresenta uma discussão em torno das respostas obtidas pelas entrevistas feitas aos turistas na destinação.

É importante lembrar, novamente, que os destinos turísticos dependem do conjunto de produtos em sua oferta, bem como das representações da imagem da destinação que são divulgadas por ações do *marketing* para motivar a escolha dos turistas. Outra questão essencial que também merece destaque, diz respeito ao sistema turístico que é colocado em movimento a partir do turista no seu processo de deslocamento entre a região emissora e região receptora através da rota de trânsito (LEIPER, 1979). Nos espaços de deslocamento, o consumidor-turista necessita então se dirigir até a destinação para desfrutar dos produtos que são ofertados (CRUZ, 2002).

Levando em consideração o entendimento dos autores (*op. cit.*), buscamos compreender como ocorre a distribuição dos fluxos de turistas com os principais estados emissores para o destino turístico Xingó. A figura 29 ilustra os principais mercados emissores para a destinação.

Figura 29: Fluxo turístico para o destino Xingó



Fonte: Organizado pelo autor e elaborado por Esdras de Lima Andrade

Percebe-se por meio da figura 29 que a maior parte do fluxo de turistas que visitam o destino Xingó, possui origem na região Nordeste do Brasil, sendo os estados de Pernambuco (28%), Sergipe (20%), Alagoas (19%), Bahia (13%) e Paraíba (4%) como os cinco maiores emissores para a destinação. A região norte do país configura-se como a que menos contribui na emissão de turistas para esse destino. Os dados, portanto, revelam que o sistema turístico praticado no destino Xingó é colocado em funcionamento a partir do fluxo originado dos estados circunvizinhos, dado muito importante para o planejamento do destino. Além disso, os dados corroboram a importância de se aderir políticas e planejamento integral das gestões em conjunto com os estados e municípios que formam a destinação. De acordo com Valls (2006), são as políticas e as estratégias - implementação - que se configuram como sendo a terceira fase de um planejamento turístico, sendo, portanto, necessário que existam dados seguros para o planejamento.

As capitais dos estados de Pernambuco (Recife), Alagoas (Maceió) e Sergipe (Aracaju), são as três cidades que mais emitem turistas para o destino. Talvez, possa estar acontecendo uma maior interiorização na procura de um turismo diferente daquele que é praticado no litoral nordestino – turismo de massa, “Sol e Mar”. A tabela 8 apresenta as cidades – mercado emissor – de origem dos visitantes que participaram desta pesquisa, correspondendo, portanto, aos lugares de onde procederam os entrevistados.

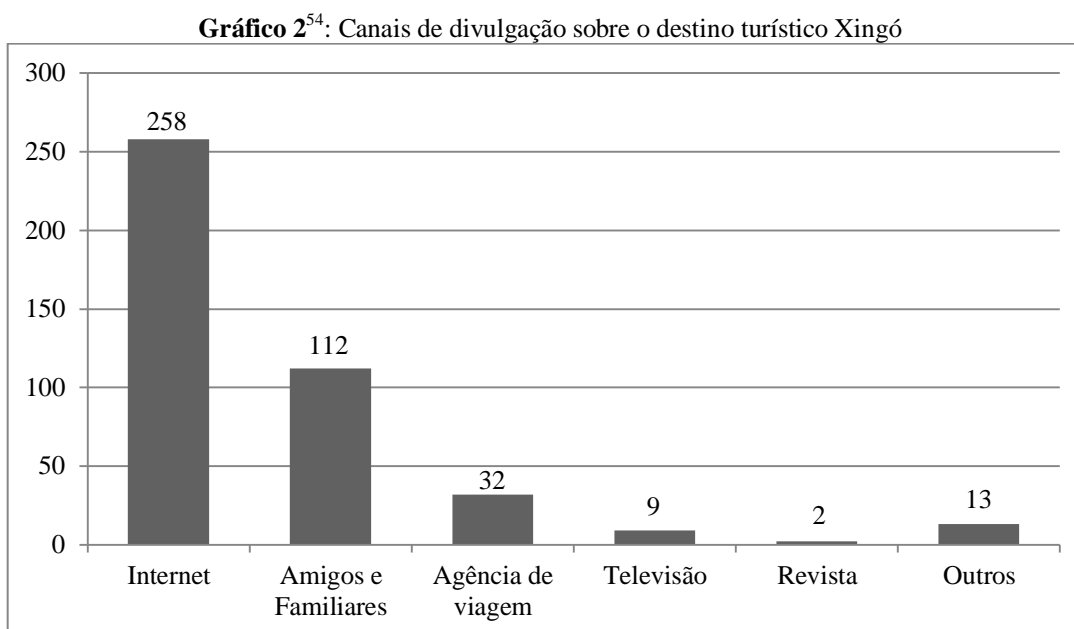
Tabela 8: Cidades emissoras de turistas para o destino turístico Xingó

(Continua)

Cidade	Estado
Água Branca	Alagoas
Águas Belas	Pernambuco
Aracaju	Sergipe
Arapiraca	Alagoas
Arcoverde	Pernambuco
Areia Branca	Sergipe
Bananeiras	Paraíba
Barueri	São Paulo
Belo Horizonte	Minas Gerais
Bonito	Pernambuco
Brasília	Distrito Federal
Caieiras	São Paulo
Campina Grande	Paraíba
Caruaru	Pernambuco
Cícero Dantas	Bahia
Codó	Maranhão
Coruripe	Alagoas
Curitiba	Paraná
Delmiro Gouveia	Alagoas
Fátima	Bahia
Feira de Santana	Bahia

Floresta	Pernambuco
Florianópolis	Santa Catarina
Formoso	Pernambuco
Fortaleza	Ceará
Garanhuns	Pernambuco
Girau do Ponciano	Alagoas
Guarulhos	São Paulo
Itabaiana	Sergipe
Itabi	Sergipe
Jaboatão dos Guararapes	Pernambuco
João Pessoa	Paraíba
Joinville	Santa Catarina
Lagarto	Sergipe
Lajedo	Pernambuco
Lauro de Freitas	Bahia
Maceió	Alagoas
Manaus	Amazonas
Maragogi	Alagoas
Marechal Deodoro	Alagoas
Monte Santo	Bahia
Mossoró	Rio Grande do Norte
Natal	Rio Grande do Norte
Nossa Senhora da Glória	Sergipe
Nossa Senhora das Dores	Sergipe
Nossa Senhora do Socorro	Sergipe
Olinda	Pernambuco
Osório	Rio Grande do Sul
Ouricuri	Pernambuco
Palmeira dos Índios	Alagoas
Patos	Paraíba
Paulo Afonso	Bahia
Penedo	Alagoas
Petrolândia	Pernambuco
Petrolina	Pernambuco
Porto Alegre	Rio Grande do Sul
Recife	Pernambuco
Ribeirão Preto	São Paulo
Rio de Janeiro	Rio de Janeiro
Salgado	Sergipe
Salvador	Bahia
São Carlos	São Paulo
São Cristóvão	Sergipe
São José da Tapera	Alagoas
São José dos Campos	São Paulo
São Luís	Maranhão
São Miguel dos Campos	Alagoas
São Paulo	São Paulo
São Sebastião	Alagoas
Sertânia	Pernambuco
Teresina	Piauí
Toritama	Pernambuco

Considerando que os maiores mercados emissores de turistas para o destino turístico Xingó possui origem na própria região Nordeste brasileira, buscamos compreender como os visitantes ficaram sabendo sobre o destino, para assim analisarmos o poder de atuação do mercado e do poder público frente à operacionalização do marketing. Valls (2006, p. 77) entende como operacionalização de marketing a “análise de dados do mercado para elaborar as experiências que os turistas buscam; ajustar adequadamente a oferta; selecionar os canais de comercialização e os instrumentos de comunicação do destino; e fomentar a busca de sugestões e queixas dos clientes como fonte de melhoria”. A partir da compreensão do autor (Ibid.) que inclui os canais para a comercialização do destino, o gráfico 2 apresenta os meios de divulgação pelos quais os turistas ficaram sabendo sobre a existência do destino Xingó.



Fonte: Autor (2021)

Esse dado confirma tanto o papel central da internet atualmente no turismo quanto a relevância mostrada pelo papel de amigos e familiares na divulgação turística, importante, portanto, para o planejamento e gestão dos destinos. Um grande contraste em relação aos meios de divulgação, diz respeito se a propaganda estaria vinculada a empresas privadas ou a órgãos do governo. Por isso, indagamos os turistas sobre essa questão. Os resultados mostraram que as informações sobre o destino turístico Xingó foram 83,87% veiculadas por

⁵⁴ O gráfico apresenta mais de 100% do quantitativo do universo dos entrevistados, isso ocorre porque os turistas poderiam marcar mais de uma alternativa em suas respostas sobre como ficaram sabendo sobre o destino turístico Xingó. A opção outro(s) representa o seguinte quantitativo: Google Maps (02), indicação de outros turistas (03), rede social Instagram (05).

meio da propaganda privada e 16,13% pela propaganda do governo. Pode-se deduzir com esses resultados, que as ações do mercado frente ao planejamento e *marketing* do destino ocorrem desde o início do desenvolvimento de Xingó, ou seja, as ações do mercado estão à frente no processo de turistificação, evidenciando que a liderança e o planejamento na tomada de decisões referentes a esse destino acontecem em grande parte pelo mercado, ficando dessa forma, evidente que os poderes públicos municipais do destino turístico Xingó estão em segundo plano em relação ao seu planejamento e gestão. A falta de protagonismo do poder público para o desenvolvimento socioeconômico da região, talvez esteja em direção contrária ao que preconizam as políticas públicas de interiorização do turismo instituídas pelo governo federal, ou caso estejam sendo aplicadas, essas políticas precisam ser revistas, pois podem não estar sendo eficazes para o destino Xingó.

A tomada de decisão para visitar determinado destino turístico, é reflexo do imaginário que é criado pelos turistas através da imagem que lhes são projetadas, essas imagens são projeções, que em sua grande maioria são realizadas pelas ações do *marketing* para atrair os seus visitantes. Dessa forma, a imagem pode gerar para o sistema turístico da destinação um efeito positivo ou negativo. Deduz-se então, que se os turistas não obtiverem boas experiências com os serviços prestados e que se o mercado não atender os desejos dos visitantes, estes podem não ser adequadamente atendidos. Portanto, são necessárias pesquisas para compreender as experiências efetivas dos visitantes, e assim ajustar os serviços prestados para atender as exigências dos visitantes, para que se possam evitar consequências negativas para o ciclo de vida do destino, levando a uma diminuição do fluxo turístico. De acordo com Butler (1980), existem variáveis que podem contribuir para estagnação no fluxo de turistas de uma estagnação. No caso de Xingó, percebe-se que a imagem do destino vinculada pelos canais de divulgação está sempre atrelada ao rio São Francisco e à cultura do cangaço, contracenando com as paisagens da caatinga. Segundo Rodrigues (2016, p. 2011) “O estudo da imagem torna-se importante no turismo porque influencia de forma decisiva na escolha do destino a ser visitado pelo turista”, sendo assim, a imagem do destino é construída ao longo do tempo, podendo ser concebida de diferentes formas na interpretação do turista. Verificou-se, no caso de Xingó, que a venda do destino e, conseqüentemente, a sua imagem, está ocorrendo principalmente por intermédio do mercado. Sendo assim, a falta de protagonismo do poder público, sobretudo dos estados e municípios que formam o destino Xingó, deixa grande espaço de manobra para que o mercado influencie de maneira desproporcional a construção da imagem do destino. Assim, o poder público perde uma excelente oportunidade

de imprimir junto à demanda turística uma imagem que valorize elementos do destino Xingó que sejam importantes para o interesse coletivo.

O conjunto de atrativos ligados à natureza em Xingó constitui as motivações dominantes das viagens para a destinação, a exemplo dos cânions de Xingó – como discutido na seção anterior. Há ainda diferentes motivações de viagens que podem levar na escolha das diversas práticas turísticas (KRIPPENDORF, 2009). Segundo os dados de monitoramento de visitas em unidades de conservação federais realizado pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), mostram que a unidade de conservação Monumento Natural do Rio São Francisco (MONA) recebeu em 2018, 658.556 pessoas, e, em 2019, foram 713.400. O MONA do São Francisco está no *ranking* das 10 unidades de conservação mais visitadas no país. O aumento que está ocorrendo nas visitas a esse destino parece mostrar que Xingó está na fase de desenvolvimento, mostrando também que há espaço para que o poder público desempenhe um papel mais central nessa destinação.

Segundo Butler (1980) essa fase caracteriza-se pela chegada de investimentos, e ao passo que se desenvolve, empreendimentos hoteleiros, novas infraestruturas e demais instalações passam a se inserir no destino. Com maiores números de visitas, a população local do destino passou a investir em hospedagens, transformando suas residências em casas de aluguel por temporada. Ao realizar buscas em sites de hospedagens (Booking, Airbnb, Trivago etc.), percebe-se que frequentemente novas casas de temporada estão disponíveis. Ao caminhar no centro histórico de Piranhas, também são identificadas placas de venda ou de aluguel para temporada colocadas por proprietários locais. Isso representa um aumento de investimentos pelo qual a destinação está passando em sua fase de desenvolvimento, ou talvez, parte dos moradores que colocam suas casas a venda, estão passando por um processo de não aceitação do aumento de fluxo de visitas, buscando outros locais não turístico. Esse é um aspecto importante que precisa ser estudado, pois o aumento no fluxo turístico nas cidades tem o poder de causar muitos tipos de impactos sobre os residentes.

Além disso, estão surgindo no destino, diversos empreendimentos do setor privado na construção de loteamentos, alguns de alto padrão e localizados próximos às margens do rio São Francisco, no lago de Xingó, e outros nas proximidades da rodovia na entrada da cidade de Piranhas. Determinados anúncios são feitos através de *outdoors* colocados ao lado da estrada, o que até poucos anos atrás não ocorria no lugar. O aumento dessas mudanças em relação a essas novas ocupações territoriais são perceptíveis quando analisamos o crescimento decorrente do fluxo turístico. Dessa forma, tem surgido no território do destino Xingó novas materialidades em virtude da valorização dos empreendimentos por meio do desenvolvimento

turístico. Os múltiplos territórios como menciona Haesbaert (2004) podem ocorrer em um mesmo recorte espacial. No caso de Xingó, a chegada de novos investimentos – elementos novos –, é reflexo do turismo que foi introduzido na área.

Em decorrência da destinação estar passando por um rápido crescimento na oferta hoteleira, tentamos contabilizar os meios de hospedagens em sites privados. Entretanto, ao passo em que realizávamos a contabilização, percebíamos a inserção de novas hospedagens, especialmente no que se refere às casas por temporada. Dessa maneira, decidimos identificar os fixos ligados ao turismo na destinação através de sites oficiais (Tabela 9).

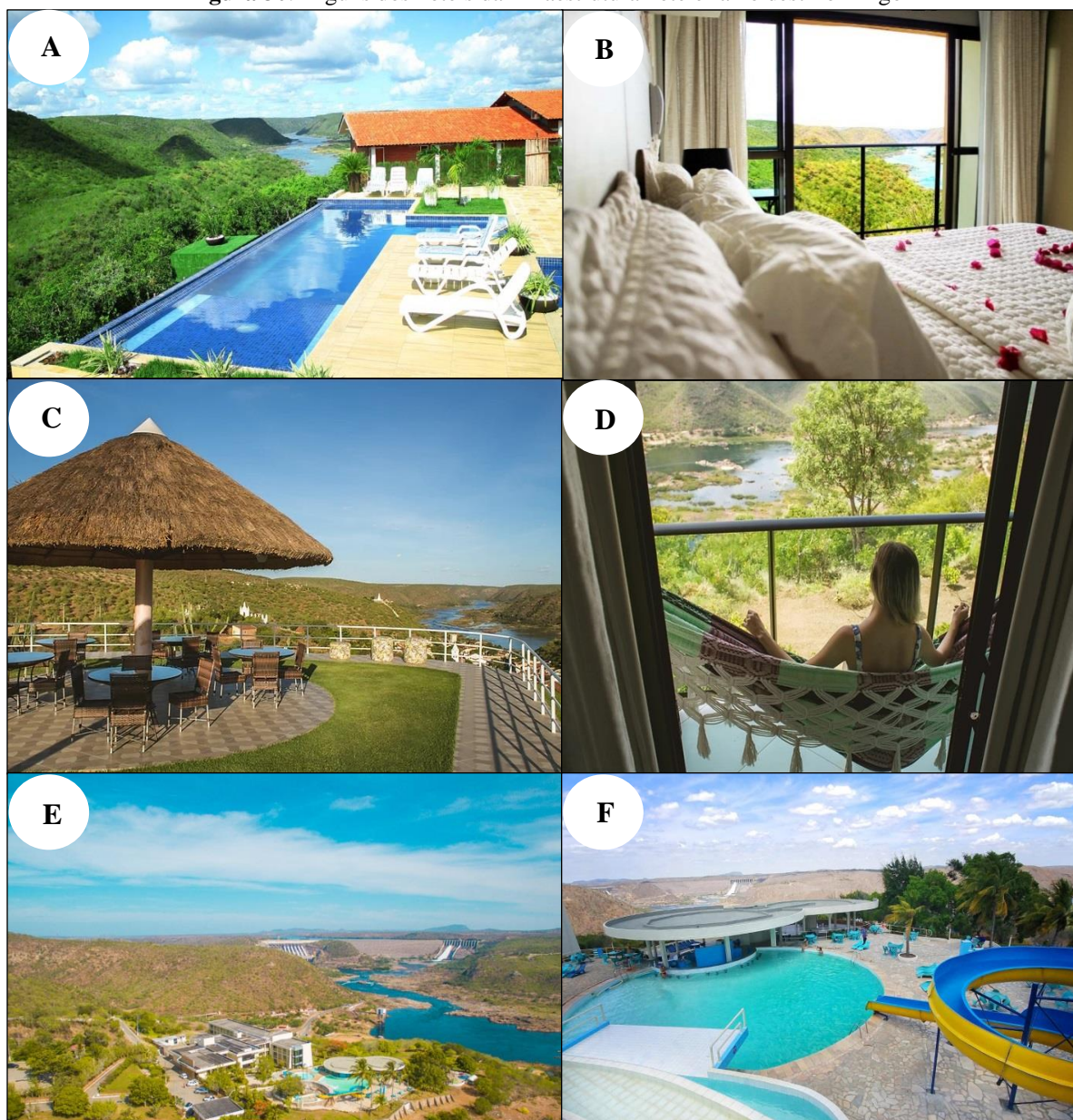
Tabela 9: Empresas ligadas ao turismo no destino turístico Xingó

MUNICÍPIO	AGÊNCIAS DE VIAGEM E TURISMO		BARES E RESTAURANTES		EVENTOS	TRANSPORTE
		ALOJAMENTO				
Poço Redondo	---	04	17	04	02	
Canindé de São Francisco	06	14	93	13	08	
Delmiro Gouveia	11	23	201	23	20	
Olho D'Água do Casado	03	06	16	---	03	
Piranhas	15	50	81	14	13	

Fonte. DataSebrae (2021)

Existe no destino Xingó, uma diversidade na oferta do tipo de hotelaria. Há meios de hospedagem, por exemplo, de diferentes portes, desde hotéis, pousadas, albergues, hostels até casas de aluguel por temporada, o que permite que o turista conte com os mais variados preços. Os hotéis que possuem maior destaque (Figura 30) na cidade de Piranha, em Alagoas, e Canindé de São Francisco, em Sergipe, estão situados nas encostas que margeiam o rio São Francisco, de onde o turista pode contemplar a paisagem do rio, sem dúvida a principal atração natural do destino.

Figura 30: Alguns dos hotéis da infraestrutura hoteleira no destino Xingó



A e B: Hotel Pedra do Sino, Piranhas/AL

C e D: Hotel Aconchego do Velho Chico, Piranhas/AL

E e F: Hotel Xingó Parque Hotel, Canindé de São Francisco/SE

Fonte: A, B, – pedradosinohotel.com.br; C, D – hotelaconselhodovelhochico.com.br; E, F – xingoparquehotel.com.br

Considerando Piranhas, em Alagoas, e Canindé de São Francisco, em Sergipe, como portões de entrada para o destino turístico Xingó, e centro irradiador do fluxo turístico para as demais partes do território da destinação, concentram juntos o maior número de leitos disponíveis para hospedagem dos visitantes. Piranhas lidera o *ranking* do maior número de leitos para hospedagem e agências de turismo, e Poço Redondo, em Sergipe, e Olho D'Água do Casado, em Alagoas, se situam nas últimas colocações em relação a esse tipo de

equipamento. Enquanto Piranhas passa a receber investimentos da iniciativa privada para melhorar e expandir a infraestrutura hoteleira, outros municípios do destino, a exemplo de Poço Redondo, parecem ter ‘parado no tempo’, ficando inerte comparado à aceleração na oferta de hospedagem dos demais municípios da destinação. A Grotta de Angico, localizado em Poço Redondo, local onde Lampião foi assassinado, com Maria Bonita e parte do seu bando, é um dos principais atrativos visitados pelos turistas, porém, as empresas que exploram esse potencial, são de Piranhas e Canindé de São Francisco, ficando evidente que o mercado desses dois municípios está tirando proveito na turistificação, no que diz respeito ao desenvolvimento socioeconômico.

Segundo Urry (1990, p. 20), “[...] boa parte da população, a maior parte do tempo, viajará para algum lugar com a finalidade de o contemplar e ali permanecer por motivos que, basicamente, não têm ligações com seu trabalho”, sendo esta uma característica das sociedades contemporâneas, pelo menos para as pessoas que possuem condições financeiras para custear esse tipo de experiência. De acordo com as entrevistas, os turistas que têm como opção o destino turístico Xingó para viajar e desfrutar do seu momento de lazer permanecem em média no seu tempo de estadia em Xingó, a saber: 01 dia (9,64%), 02 dias (49,48%), 03 dias (35,42%), 04 dias (4,95%), mais de 04 dias (0,52%). O maior fluxo dessas visitas concentra-se nos finais de semana, e ao compararmos esses dados com os atrativos visitados, percebemos que o tempo médio de 02 dias na destinação, é principalmente para as visitas do cânion de Xingó e da Rota do Cangaço, principalmente a visita à Grotta de Angico. O tempo de permanência de 02 dias é reflexo da maior parte das operadoras turísticas explorarem apenas esses dois atrativos – tempo médio para conhecer as duas atrações –, ficando em segundo plano as demais atrações. Dessa forma, levando em consideração a diversidade de ofertas que Xingó possui, seria ideal divulgar e fomentar os demais serviços e atrativos do portfólio turístico do destino, para que o visitante vá além das imediações da Rota do Cangaço e Cânion de Xingó. Com isso, pelo menos em tese, o turista poderia aumentar o tempo permanência na destinação. Isso seria um desafio para a administração pública dos municípios, como também para o setor privado que atua no destino Xingó.

Atualmente, operadoras de turismo internacionais, a exemplo da CVC, possuem parcerias com hotéis no destino Xingó. Além disso, sendo os estados do Nordeste (Pernambuco, Sergipe, Alagoas) os maiores emissores de turistas para a destinação, existem nesses locais, agências de turismo que vendem pacotes para Xingó. É comum, ao caminhar pela orla de Maceió e Aracaju, por exemplo, identificar operadoras de turismo que expõem através de *banners* os pacotes para o destino. Porém, 87,50 % dos entrevistados, afirmaram

que montaram a viagem por conta própria ao planejarem o passeio para Xingó, e apenas 10,94% recorreram a uma agência de viagem, o que reflete mudanças no campo do turismo, uma vez que os indivíduos contam atualmente com muitas alternativas tecnológicas e informacionais para planejar sua viagem de lazer. Amigos e familiares corresponderam a 1,56%. Deste total, 78,91% compraram um pacote de passeio ao chegarem ao destino para realizar passeios dentro do destino, e 21,09% não compraram nenhum pacote de passeio. Isso demonstra que apesar de possuir um número expressivo de agências turísticas que oferecem passeios para a destinação, com base no perfil dos visitantes que vão a Xingó, esses preferem montar por conta própria seu roteiro pessoal para deslocamento e visitas nos espaços intradestino.

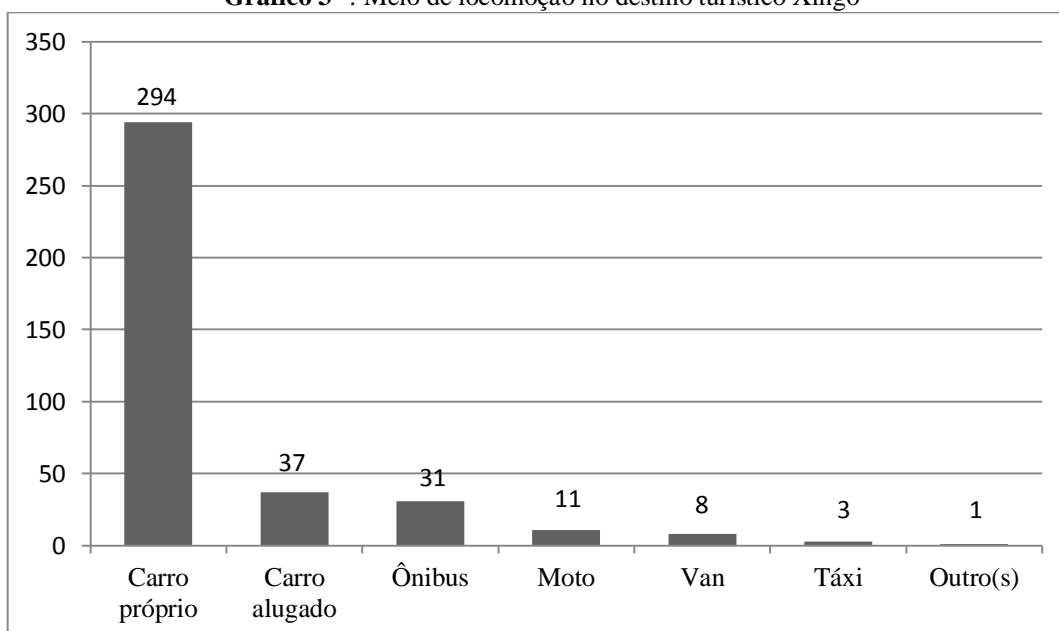
O centro turístico urbano de Piranhas, em Alagoas, é o que detém a maior infraestrutura em meios de hospedagem. Segundo a Sedetur (2019), Piranhas ultrapassa mais de 90% na sua ocupação hoteleira em épocas de feriados. O conjunto de serviços ofertados constitui uma das motivações para os visitantes se hospedarem na cidade. Por exemplo, 94,01% dos entrevistados afirmaram escolher Piranhas para sua estadia, enquanto 5,99% preferiram se hospedar em Canindé de São Francisco, Sergipe, cidade localizada na margem oposta do rio São Francisco. Piranhas, além de possuir o maior número de leitos, provavelmente concentra uma alta taxa na escolha pelos turistas em se hospedarem na cidade pelo fato de ser considerado um diferencial em alguns aspectos, a exemplo de: conjunto arquitetônico tombado pelo IPHAN; número de atrativos; apresentações culturais com encenações que remetem à época do cangaço, normalmente realizada no período noturno no centro histórico; diferentes opções gastronômicas etc. As diferentes ofertas e investimentos, fez com que Piranhas se destacasse em relação aos demais municípios da destinação. Se pode verificar, com base nesses dados, que ofertas culturais complementam o motivo principal da visita ao destino, isto é, o rio São Francisco, aspecto que pode ser trabalhado para aumentar o tempo de permanência do turista, e, assim, aproveitar melhor o potencial do turismo para contribuir com o desenvolvimento nesse importante destino turístico nordestino. Uma vez que esse destino está situado a aproximadamente 170 km em linha reta do mar, ele está exercendo, na prática, aparentemente sem a intervenção do poder público estadual de Alagoas ou Sergipe, importante papel na interiorização do turismo nesta parte da região Nordeste.

Portanto, nota-se que o turista que escolhe o destino turístico Xingó para a sua visita, possui como motivações o conjunto de atrativos de base natural e cultural. Contudo, como transparece do comentário no parágrafo anterior, o protagonismo por parte do mercado é maior que do que a influência do governo no desenvolvimento turístico do destino, visto que,

o *marketing* realizado para divulgar o destino, é realizado, em sua grande maioria, por agências privadas, que além noticiar os seus serviços, promovem uma divulgação de atrativos presentes na destinação, especialmente a Rota do Cangaço e Cânions de Xingó.

O fato das empresas privadas explorarem com maior protagonismo esses atrativos pode gerar algumas consequências futuras, como conflitos e saturação na exploração desses atrativos. No caso de Piranhas, a cidade passa por um rápido investimento na infraestrutura hoteleira, provavelmente, pelo fato de ser uma das cidades de maior fluxo turístico do Estado de Alagoas. Por isso, empresários tendem a se voltar para essa localidade, deixando as demais partes do território de Xingó com pouca ocupação. Porém, ao analisarmos o conceito e modelo de zona de destinação de uma área turística, conforme proposto por Gunn (1994), percebemos que em uma destinação, existe uma ou mais comunidades – centros turísticos – dotados de serviços para atender as necessidades dos visitantes. Nesse caso, Piranhas, em Alagoas, e Canindé de São Francisco, em Sergipe, exercem esse papel de forma dominante na destinação. No que concerne às ligações de transporte eficientes entre as cidades do destino e as atrações que o autor (Ibid.) cita como elementos básicos de um destino, o gráfico 3 apresenta os meios de transporte que os visitantes utilizam para se locomoverem nos espaços de deslocamento intradestino em Xingó.

Gráfico 3⁵⁵: Meio de locomoção no destino turístico Xingó



Fonte: Autor (2021)

⁵⁵ O gráfico apresenta mais de 100% do quantitativo do universo dos entrevistados, isso ocorre porque os turistas poderiam marcar mais de uma alternativa em suas respostas sobre o meio de locomoção utilizado no destino Xingó. A opção outro(s) representa o meio de transporte moto táxi.

Verifica-se, então, que as locomoções entre as atrações e as cidades do destino turístico ocorrem, na sua maioria, através de carro próprio, seguido de carro de aluguel. No entanto, talvez a escolha preferencial para viajar a Xingó de carro próprio seja reflexo da inexistência de alguns tipos de meios de transporte para algumas cidades do destino, a exemplo de Piranhas, pois não existem rotas regulares de ônibus que façam alguns trajetos, como Recife – Piranhas. Além disso, algumas agências de turismo limitam a venda de passeios exclusivamente para determinados roteiros na destinação, deixando o turista ‘preso’ a determinadas atrações. Existem também transportes alternativos – vans – que realizam o trajeto entre as cidades, mas dependendo do horário do passeio e do local de embarque, essa alternativa pode não ser viável para o visitante. O acesso para algumas atrações ocorre por meio de estradas não pavimentadas, o que pode também dificultar a implantação de transportes diários regulares.

Os motivos descritos anteriormente, talvez sejam alguma das razões na escolha pelo meio de transporte [carro próprio] para se locomover no destino turístico Xingó. Instalar meios de transporte eficientes entre as atrações pode levar ao aumento de visitas entre os atrativos, principalmente para aqueles que não têm carro próprio, possibilitando ao turista que conheça além das atratividades de maior fluxo, outros serviços que são ofertados pelo *trade*. Como exemplo, destacamos os *city tour* que são ofertados em outras destinações. Em Porto Alegre, Rio Grande do Sul, a Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo (SMDDET), dispõem de linhas de turismo que são realizadas em ônibus por alguns dos roteiros estabelecidos. O principal foco é fazer a ligação entre os atrativos, permitindo que o turista possa fazer o embarque e o desembarque no ponto que preferir. A prefeitura cobra uma taxa – ingresso de embarque – para que o passeio seja feito. As linhas para transporte turístico, poderiam se adequar ao destino, levando em consideração a extensão territorial e o conjunto de atrações, o que possibilitaria montar diversos roteiros. Além de que, permitiria diversificar a oferta com a instalação de *city tour*, arrecadação financeira para as prefeituras, e contribuição socioeconômica mais difundida no âmbito do território que forma o destino Xingó.

4.3 Pertinências e Incongruências das ações do mercado no destino turístico Xingó e o território usado pelos visitantes

Iniciamos a discussão dessa seção reafirmando que o turismo é um fenômeno socioespacial complexo, quando ele é examinado sob a lógica dos agentes da turistificação, na qual, cada um possui suas especificidades na apropriação dos espaços para e pelo turismo. Assim, cada agente desenvolve papéis diferentes na ordenação territorial de um destino turístico. Alguns com maior poder de decisões e outros sendo usados como massa de manobra por aqueles agentes que detêm maior domínio sobre a tomada de decisões. Os estudos de Knafou (1996) sobre os agentes da turistificação mostram que o mercado, os turistas e o poder público – em todas as esferas – são considerados as três maiores fontes de turistificação na constituição e dinâmica de um território turístico. Com isso, levando-se em consideração as especificidades de cada agente da turistificação, os espaços apropriados pelo turismo podem alterar significativamente as paisagens, o (re)ordenamento territorial, o cotidiano dos residentes, o significado de materialidades já existentes, entre outras ações para que a atividade turística aconteça.

Os destinos turísticos normalmente têm sua evolução a partir da chegada dos primeiros turistas – exploradores –, ou com grandes investimentos do setor privado, como por exemplo, por meio da construção de hotéis e/ou *resorts*, que são encontrados em maior quantidade nas regiões litorâneas. Esses empreendimentos são geralmente frequentados por turistas de massa, que segundo a classificação de Cohen (1972), buscam conforto, comodidade durante a hospedagem, sem ter que se preocupar com o roteiro dos passeios que realizam no destino, dentre outras atividades. No caso do destino Xingó, o turista foi inicialmente o principal agente turistificador. Entretanto, logo após a conclusão da UHE-Xingó, em 1994, o destino passou a ser visto por muitos empresários como sendo detentor de oportunidades para o desenvolvimento a partir de investimentos ligados ao turismo, principalmente após ter se formado na área um longo cânion navegável que possibilitaria a prática de atividades de recreação, com o turismo náutico. À vista disso, ao passo que os turistas exploravam também outras áreas, o *trade* passou a ocupar com maior intensidade determinadas porções territoriais situadas próximas às margens do rio São Francisco, com a construção de estabelecimentos no ramo alimentício e hoteleiro. De maneira complementar, da maior parte desses estabelecimentos são iniciados passeios pelas águas do Velho Chico, no lago da barragem de Xingó. Dessa forma, a destinação passou a contar com novos objetos introduzidos na área,

como também a exercer novas funcionalidades em seu território. Entretanto, o que se observa em Xingó, são as ações exercidas pelo mercado com maior domínio em determinados atrativos, e deixando de lado seus ‘olhares’ para outros lugares que são explorados pelos turistas.

Enquanto os turistas se deslocam entre a região emissora e os destinos turísticos, para desfrutar das paisagens e serviços ofertados pelo mercado em seu momento de lazer, cabe ao poder público estabelecer, por meio de políticas públicas de turismo, diretrizes voltadas para o fenômeno socioespacial associado ao turismo. Porém, não basta apenas enxergar o turismo como uma atividade econômica, ou apenas criar planos estratégicos sem acompanhar o seu desenvolvimento com os demais agentes da turistificação, além de não contemplar no planejamento, os aspectos sociais, culturais e espaciais de uma destinação. Hall (2008) afirma que o planejamento é a principal função do poder público, e esse planejamento precisa ser feito em conjunto com as empresas do setor privado e outros agentes do processo de turistificação. Contudo, o que se observa, é a ausência dos planejadores públicos para com o destino turístico Xingó, que deixam de exercer o planejamento de forma significativa em suas funções. Isso ocorre enquanto diferentes autores chamam a atenção para a importância do poder público exercer um papel central na formulação de políticas públicas no âmbito do turismo (HALL, 2008; AMORIM, FIGUEIRA E SOARES 2015; FRATUCCI, 2007, ARAUJO, 2006), uma vez que em geral cabe ao poder público pensar nos interesses coletivos.

As políticas públicas para o turismo, instituídas pelo governo federal, preconizam como uma das principais estratégias, um maior desenvolvimento econômico e melhoria das condições de vida da população anfitriã. Entretanto, observamos que no decorrer dos últimos anos foram criadas políticas públicas com ênfase na interiorização do turismo, que “[...] envolve concepções errôneas, omissão e participação equivocada do poder público, e, ainda, intervenções acertadas” (CRUZ, 2002, p. 34). Além disso, Fratucci (2008, p. 179), argumenta que as políticas públicas de turismo estão voltadas para favorecer os interesses do mercado, e continua afirmando que:

Nem mesmo os interesses dos agentes públicos (governos) são observados, uma vez que, para facilitar a captação de novos investimentos, o Estado abre mão dos seus direitos de arrecadação, fiscalização e de regulação, pela concessão de uma série de incentivos e da liberação de diversas facilidades de crédito. Para os demais agentes sociais envolvidos pelo turismo resta apenas um papel secundário, quase marginal, e os impactos quase sempre negativos que a atividade turística gera onde se instala.

A observação de Fratucci (Ibid.) nos informa que existem diversas lacunas nas políticas públicas, nas quais, na dimensão espacial do turismo, o espaço é tratado apenas para dar suporte ao progresso econômico e o ordenamento territorial só acontece quando existe interesse pela reprodução do capital. Com essa visão, os gestores públicos de turismo passam a não contemplar as demais dimensões do fenômeno turístico. Isso nos coloca em alerta para observarmos a importância da atuação do poder público como agente turistificador do espaço em um destino turístico, bem como, verificar se as políticas públicas instituídas estão sendo eficazes, pois sabemos que cada agente turistificador age de forma diferente no espaço apropriado pelo turismo.

Levando em consideração as observações feitas pelos autores citados acima, e tomando como base as políticas públicas que começaram ser formuladas pelo governo federal, a exemplo do Plano de Regionalização do Turismo (PRT), que tem como objetivo a descentralização e interiorização do turismo que atualmente é predominantemente localizada do litoral, passamos a analisar a atuação dos agentes no destino Xingó. Particularmente, é importante analisar se o poder público tem atuado como agente planejador e mediador de possíveis problemas potenciais no destino. E também se o governo local tem formulado diretrizes, buscando envolver todos os agentes constituintes do turismo no processo de tomada de decisão. Contudo, o que está acontecendo em Xingó, são ações contrárias ao que preconiza as políticas públicas de turismo. Ora, se o destino está em uma área de confluência entre municípios com limites interestaduais, e que passou a ganhar impulso em seu desenvolvimento após conclusão da Usina Hidrelétrica de Xingó, em 1994, com novos investimentos que foram feitos na área por agentes do mercado, ao passo que os turistas circulavam no território de Xingó, caberia aos gestores do governo municipal – dos cinco municípios que formam o destino – se alinhar com os governos estaduais de Alagoas e Sergipe, para planejar e gerir a destinação. Entretanto, com os dados de campo e análises de outras dissertações que estudaram alguns municípios do destino Xingó (BRAGHINI, 2009; BIACHINI, 2006), constatamos que os governos na esfera municipal, parece não estar suficientemente envolvido com a gestão do destino. Por exemplo, constatamos apenas parcerias entre o poder público de Canindé de São Francisco e Piranhas, deixando de lado os demais municípios. Falhas como essa, podem gerar efeitos negativos para o desenvolvimento de Xingó. Outro problema é que podem acontecer conflitos entre os municípios, como resultado da exploração do potencial de atrativos localizados em diferentes municípios, sem o poder público estar presente como mediador. Nesse caso, faz-se necessário o envolvimento integral de todos os que compõem o destino turístico Xingó, sobretudo na tomada de decisões,

com o poder público buscando assegurar certo grau de equilíbrio entre os envolvidos, não favorecendo nenhum setor em particular. Entretanto, esta dissertação verificou que o poder público local tem tido dificuldade em exercer o seu papel no processo de turistificação de Xingó.

A falta de musculatura do poder público para com o destino turístico Xingó, abriu ‘brechas’ para o agente mercado dominar o poder de atuação diante do fenômeno socioespacial do turismo. Como consequência, em Xingó o mercado tem atualmente se constituído no agente turistificador de maior poder nas tomadas de decisões na destinação, pelo que decide quais áreas necessitam de investimentos ou de ordenação territorial para que a prática turística aconteça, ou seja, aonde o *trade* quer que o turista visite. Sendo assim, encontramos problemas nas suas ações e nos usos realizados pelos visitantes no território de Xingó, sob a orientação do processo de decisão sobre investimentos privados. O mercado termina priorizando a exploração daqueles atrativos que podem conferir mais lucro no curto prazo. Nesse sentido, a maior divulgação do destino se resume a dois grandes atrativos, sendo os cânions de Xingó e a história de cangaço, com a Grota de Angicos entre as maiores visitas. Isso é reflexo da maioria das empresas ligadas ao turismo explorarem o entorno do lago de Xingó, voltando seus ‘olhares’ apenas para esses dois grandes produtos.

A ênfase nessas duas direções parece contradizer parte do que o turista de fato tem feito no destino. Apesar do número elevado de visitação nesses atrativos – Cânions e Grota de Angicos –, os visitantes fazem uso de outras porções do território, nas quais se localizam atrativos não ligados aos cânions ou ao cangaço. Com menor quantitativo de visitação a esses atrativos, verificamos que poucas empresas têm serviços ofertados para esses atrativos, o que deixa o turista ‘preso’, no sentido de visitar as duas principais atrações, que conferem mais lucro às empresas privadas, sendo o turista dirigido quase exclusivamente pelas ações do mercado. Como exemplo, citamos as trilhas que são exploradas pelo ecoturismo, a trilha do Trem, de beleza singular, margeando o rio São Francisco, o que permite ao visitante apreciar a rica paisagem do vale do São Francisco situado logo a jusante da Hidrelétrica de Xingó, durante o seu percurso. Em outras destinações, como, por exemplo, em Cajón del Maipo, no Chile, alguns *city tours* levam seus turistas para conhecerem as belezas das Cordilheiras dos Andes. Longe do barulho da multidão, os mesmos apreciam o pôr-do-sol e são contemplados com um diferencial que é ofertado – o piquenique. Assim, poderíamos fazer essa comparação com o destino Xingó, pela qual as empresas poderiam passar a ofertar outros serviços que são procurados pelos turistas. No amanhecer ou no entardecer – período que a temperatura na região é mais amena – o *trade*, poderia passar a ofertar mais esse diferencial para os turistas

na Trilha do Trem e em outras trilhas presentes na destinação, passando então a diversificar seus serviços. Talvez esse direcionamento excessivo para os temas dos cânions e do cangaço deixa de beneficiar proprietários de outras áreas, reduzindo o potencial de maior contribuição para o desenvolvimento social no destino Xingó.

De fato, compreendemos que o mercado exerce, atualmente, maior protagonismo no destino Xingó, direcionando os turistas para áreas do seu maior interesse, quando, na realidade, não podemos esquecer o papel do turista como agente na turistificação do território turístico, indicando novas experiências, à margem daqueles atrativos dominados pelas grandes empresas que exploram o destino. Knafou (1996) destaca que não existe turismo sem turistas. Dessa forma, não podemos ignorar os espaços visitados, uma vez que, o turista tem o potencial e liberdade para escolher os lugares que deseja conhecer, é ele o principal agente que coloca em funcionamento o sistema turístico.

CONCLUSÃO

O percurso percorrido para a elaboração desta dissertação permitiu o desenvolvimento de uma compreensão sobre como se encontra espacializado o destino turístico Xingó. Além disso, o estudo ofereceu elementos que permitiram se conhecer quais foram os agentes que desempenharam um papel central na constituição do território do destino. De forma complementar, o trabalho também permitiu o estabelecimento empírico de até onde, espacialmente, se estende o território do destino Xingó na atualidade, ou seja, quais são os limites territoriais do destino.

A pesquisa se apoiou na premissa segundo a qual a territorialização do espaço nos destinos turísticos é conduzida expressivamente pelos usos que os turistas fazem do espaço geográfico, constituindo-se dessa forma, em um território do e para o turismo, embora incorpore aspectos dos territórios preexistentes localmente. Outra premissa que norteou o desenvolvimento do estudo foi a concepção de que o estabelecimento do território do destino é muito influenciado pelos usos que turistas fazem do espaço, juntamente com outros agentes da turistificação.

Ao mesmo tempo, se usou igualmente a premissa de que um destino turístico, territorializado pelos agentes da turistificação, normalmente se manifesta empiricamente como uma “zona de destinação”, que engloba infraestruturas, serviços e atrativos, sem a observação de eventuais limites político-administrativos, podendo, portanto, envolver um ou mais municípios, e, às vezes, partes de diferentes estados da federação. Este é o caso do destino turístico Xingó, que se desenvolveu em uma área de confluência entre os estados de Alagoas e Sergipe, possui dois municípios que funcionam como portões de entrada do destino e como lugar central no atendimento de diversas necessidades dos visitantes.

Historicamente, o destino turístico Xingó ganhou impulso em seu processo de territorialização após a inauguração da Usina Hidrelétrica de Xingó (UHE-Xingó), em 1994, que é considerada um marco histórico para o desenvolvimento do destino. A partir de então, ocorreram investimentos do mercado na construção de restaurantes no entorno na barragem de Xingó, que também ofertavam passeios náuticos no lago do reservatório da hidrelétrica, para a realização de visitas aos cânions do rio São Francisco, segundo atrativo mais visitado no destino. Posteriormente, a área que veio a constituir espacialmente o destino foi gradativamente sendo territorializada pelos diversos agentes da turistificação. Contudo, antes

da construção da UHE-Xingó a área já era visitada, embora com menor expressão, tendo sido o turista, portanto, o primeiro agente turistificador do destino Xingó.

Constatou-se também que a oferta turística do destino Xingó se desenvolveu com base em um conjunto de componentes naturais, com passeios náuticos no rio São Francisco e trilhas na caatinga, juntamente com componentes histórico-culturais ligados ao cangaço, sendo Lampião e Maria Bonita os principais personagens. Os recursos histórico-culturais do destino também envolvem a construção de uma estrada de ferro, visita realizada por Dom Pedro II à região, as frequentes visitas do cantor Altemar Dutra, e a produção de diversos filmes, minisséries e documentários que foram gravados no município de Xingó. O conjunto formado por esses recursos, naturais e histórico-culturais, foram essenciais para o desenvolvimento do turismo.

São expostos a seguir alguns fatos importantes sobre a territorialização do turismo no destino Xingó:

- O destino turístico Xingó envolve partes do território de cinco municípios, a saber: Poço Redondo e Canindé de São Francisco, em Sergipe, e Piranhas, Olho d'Água do Casado e Delmiro Gouveia, em Alagoas.

- As cidades de Canindé de São Francisco-SE e Piranhas-AL concentram o maior fluxo de visitantes e empresas ligadas ao turismo dentre os municípios que formam o destino, funcionando, inclusive, como portões de entrada e centro irradiador do fluxo turístico para as demais porções do território do destino.

- O principal fator motivacional das visitas ao destino turístico Xingó está relacionado com os cânions do rio São Francisco, sobretudo na sua margem esquerda, Estado de Alagoas, e com o patrimônio histórico-cultural, principalmente a história do cangaço, e, secundariamente, o patrimônio arquitetônico da cidade de Piranhas. Como os atrativos de Xingó estão localizados nos cinco municípios que o constituem, ao usarem o espaço do destino na sua mobilidade espacial intradestino, os turistas exerceram forte influência na territorialização do destino, o que levou o mercado a ofertar novas funcionalidades, ou seja, novas territorialidades foram criadas e integradas ao território já existente, o que estendeu a área de abrangência do destino, até formar sua configuração atual.

- O município de Poço Redondo-SE investe minimamente no turismo. A Grota de Angico, principal atrativo da Rota do Cangaço, local onde Lampião e parte de seu bando foram assassinados, localizado no território do município de Poço Redondo, é explorada principalmente por empresas de outros municípios, isto é, Piranhas-AL e Canindé de São Francisco-SE. Nesse caso, se verifica a ação turistificadora do espaço do destino pelos turistas

e empresas que têm um raio de ação extramunicipal. Pensando no papel que o turismo pode desempenhar no desenvolvimento local, há aqui a necessidade de uma maior integração de Poço Redondo com os demais municípios que formam o destino.

- Considerando a extensão territorial do destino turístico Xingó, constatou-se a inexistência de sinalização turística quando se afasta dos portões de entrada, ou seja, Piranhas-AL e Canindé de São Francisco-SE. A sinalização é um item essencial do componente estrutural de um destino, assim como boas estradas, pois se refletem na imagem do destino. Verificamos ainda a ausência de transportes eficientes, que permitam ao visitante fazer a locomoção nos espaços intradestino. Existem atrativos visitados que se situam longe dos centros de maior fluxo, que necessitam de um maior investimento, planejamento e divulgação por parte do mercado e dos órgãos públicos municipais ligados ao turismo. Consideramos que seja importante que os recursos sejam aplicados também em áreas com menor circulação, visando uma maior distribuição dos fluxos turísticos no destino, para que mais pessoas possam ser beneficiadas pelo turismo.

- Os governos dos municípios que compõem o destino necessitam de mais integração e cooperação, ou seja, precisam se unir para articular e fomentar o planejamento do destino, pois constatou-se esse tipo de relação apenas entre Piranhas-AL e Canindé de São Francisco-SE, ficando evidente que os demais municípios agem por conta própria. Uma atuação isolada por parte do poder público de alguns municípios pode vir a ocasionar conflitos políticos e administrativos futuros, com potencial de prejudicar diversos interesses legítimos em um destino que está em fase de desenvolvimento.

- Grande parte da demanda turística que movimenta o destino procede dos estados circunvizinhos, o que indica a necessidade de integração no planejamento intermunicipal do destino Xingó. Isso porque a maioria dos visitantes que se dirigem a Xingó tomaram conhecimento sobre a existência de algum atrativo do destino a partir de propaganda realizada pela iniciativa privada, demonstrando que o poder público necessita de um maior protagonismo no sentido de promover a divulgação do destino.

- Existem novas ofertas de turismo que estão surgindo no destino, o que está influenciando a expansão urbana nas proximidades do rio São Francisco. Isso demonstra o crescimento decorrente da turistificação no destino Xingó com a chegada desses novos empreendimentos, o que levará os moradores locais a ter que interagir com novas mudanças causadas pelo turismo. Nesse sentido, destacamos a importância do planejamento para se pensar a expansão urbana que está ocorrendo na área através da atividade turística, pois os

novos objetos que são sendo introduzidos no território, de alguma forma alteram as territorialidades preexistentes.

Uma reflexão sobre os fatos apresentados acima, sobre a territorialização turística do destino Xingó, permite as seguintes conclusões: 1) O destino Xingó é formado por partes do território de cinco municípios, cuja rede de lugares e atrativos visitados forma uma zona de destinação turística, que se estende muito além dos portões de entrada do destino; 2) Os atrativos do destino Xingó são compostos por uma interessante combinação de componentes naturais e histórico-culturais que estão distribuídos por cinco municípios; 3) Os turistas e agentes de mercado têm desempenhado papel central na turistificação do destino, o que levou ao estabelecimento dos limites territoriais do município, com o poder público municipal dos cinco municípios envolvidos sendo menores protagonistas no destino; e 4) Há uma relativa incongruência entre as ações do mercado e os usos do território do destino que são efetivamente realizados pelos turistas, isto é, nem todos os lugares que são efetivamente usados pelos turistas têm recebido investimentos privados equivalentes. Esse fenômeno parece ratificar o entendimento de que o mercado é normalmente movido por investimentos que fornecem mais lucros, independentemente de outros interesses legítimos no âmbito dos destinos turísticos. No caso de Xingó, as empresas exploram duas grandes atrações do destino com maior intensidade, quais sejam, os cânions de Xingó e a Rota do Cangaço. Como consequência, outras áreas ou atrativos, como as trilhas, que possuem um grande potencial para o ecoturismo, não recebem grandes investimentos. Eventuais investimentos nas trilhas e em outros atrativos correlatos poderiam, pelo menos em tese, aumentar o tempo de permanência dos visitantes na destinação, com benefícios potenciais para mais pessoas.

Como foi verificado neste estudo, no destino turístico Xingó predominam as ações do mercado, com a ação dos planejadores públicos ficando em segundo plano. Com isso, o poder público municipal não tem contribuído de forma significativa com o processo de turistificação do destino Xingó, deixando de exercer suas funções de forma mais ativa. É importante que o poder público tenha um maior protagonismo para articular e fomentar políticas públicas e um planejamento estratégico que envolva a presença de todos os municípios da destinação, alinhando-se ao governo estadual e políticas públicas federais, bem como com os agentes de mercado e todos os que compõem o fenômeno turístico, para permitir que o destino Xingó desenvolva-se de uma forma mais sólida e sustentável.

Reconhecemos, ainda, as limitações deste estudo. Parte dessas limitações decorreu da eclosão da pandemia do coronavírus (Covid-19), o que criou dificuldades para a realização dos levantamentos de campo, principalmente junto a órgãos do poder público dos municípios

que compõem o destino. Por essa razão, deliberadamente se decidiu não estudar em profundidade as políticas públicas de turismo municipais e estaduais em relação com o destino, por causa das limitações de acesso aos órgãos públicos decorrente da pandemia. Além disso, uma eventual realização de entrevistas de longa duração com agentes do mercado e do poder público poderia revelar aspectos que podem não ter sido captados com a aplicação de questionários. Mais uma vez, seguindo protocolos públicos, relacionados a precauções relacionadas à pandemia, achamos por bem não realizar esse tipo de entrevista. Portanto, diante das mencionadas limitações, entendemos que são necessárias novas investigações que permitam o pesquisador desenvolver uma melhor compreensão acerca do destino turístico Xingó.

REFERÊNCIAS

- AB'SABER, A. N. Sertões e sertanejos: uma geografia humana sofrida. In: **Estudos Avançados**, 1999, v. 13, n. 36, pp. 7-59.
- ACERENZA, M. A. **Administração do turismo: conceituação e organização**. Bauru: EDUSC, 2002.
- ALVES, L. A. C. **Turismo arqueológico em Sergipe: do espaço de contemplação à construção de cenários arqueológicos para práticas turísticas**. Tese (Doutorado em Arqueologia) – Universidade Federal de Sergipe, Laranjeiras, 2019.
- AMORIM, E.; FIGUEIRA, L. M.; SOARES, C. **Planejamento e organização do turismo**. 1. ed. Curitiba: InterSaberes, 2015.
- ARAUJO, L. M. de. Participação sociopolítica no planejamento turístico. **Turismo – Visão e Ação**, vol. 8, n. 1, p. 153-164, jan./abr., 2006.
- ARAUJO, L.M.; MOURA, F.B.P. A expansão do turismo na zona costeira nordestina: crescimento econômico, degradação ambiental e erosão cultural: In: CORIOLANO, L.N.; VASCONSELOS, F.P. (Org.). **O turismo e a relação sociedade-natureza: realidades, conflitos e resistências**. 1. ed. Fortaleza: EdUECE, 2007, p. 94-114.
- BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 12. ed. São Paulo: Senac, 2007.
- BIACHINI, I. M. E. **Usina hidrelétrica de Xingó: Perspectiva do turismo em Canindé do São Francisco-SE**. 2006. 100 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Mato Grosso, Aracaju, 2006.
- BRAGHINI, C. R. **Sustentabilidade da atividade turística em Xingó (SE/AL)**. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2009.
- BOULLÓN, R. C. **Planificanión del espacio turístico**. 4. ed. México: Trillas, 2006.
- BUTLER, R.W. The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resouces. **The Canadian Geographer**, v. 24, n. 1, p. 5-12, 1980.
- BUTLER, R. W. (Ed.). **The tourism area life Cycle, Vol. 1: applications and modifications**. Clevedon, U.K.: Channel View, 2006.
- CAMÊLO, A. R. S. **Percepção das comunidades locais sobre a turistificação da Rota Ecológica em Alagoas**. 2016. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo), Universidade Federal de Alagoas – Maceió-AL, 2016.
- CASTRO, I. E de; GOMES, P. C. C; CORRÊA, R. L. (Org). **Geografia: conceitos e temas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

CHESF – **Companhia Hidrelétrica do São Francisco. Xingó**. Disponível em:
<<https://www.chesf.gov.br/SistemaChesf/Pages/SistemaGeracao/Xingo.aspx>>. Acesso em:
26/07/2020.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. 11 ed.: São Paulo: Cortez, 2010.
(Biblioteca da educação. Série 1. Escola; v. 16).

COHEN, E. Introduction: Investigating Tourists Arts. **Annals of Tourism Research**. Vol. 20.
P. 1-8. 1993.

COHEN, E. Toward a sociology of international tourism. **Social Research**, 39. Vol. 1: p.
164-182. 1972

Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais. Disponível
em:<<https://www.cprm.gov.br/geossit/geossitios/ver/1697>>. Acesso em: 23 de abr de 2021.

COOPER, C.; et.al **Turismo: princípios e práticas**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2007.

CORIOLANO. L. N. M. T. Turismo: prática social de apropriação e de dominação de
territórios. In: LEMOS, A. I. G.; ARROYO, M; SILVEIRA, M. L. (Org). **América Latina:**
cidade, campo e turismo. San Pablo: CLACSO, p. 366-378. Diciembre 2006.

CRUZ, R de C. **Introdução à geografia do turismo**. 2. ed. São Paulo: Roca, 2003.

CRUZ, R. de C. **Política de Turismo e território**. 3. ed. São Paulo: Contexto, 2002.

CRUZ, R.C. Planejamento governamental do Turismo: convergências e contradições na
produção do espaço. In: LEMOS, A.I.G; ARROYO, M; SILVEIRA, M.L. (Org) **América
latina:** cidade, campo e turismo. São Paulo: CLACSO, p. 37-350, 2006.

DREDGE, D. Destination place planning and design. **Annals of Tourism Research**, Great
Britain, v. 26, n. 4, p. 772-791, 1999.

FEITOSA, A. M. V. **Políticas públicas de turismo e desenvolvimento local no município
de Penedo, Alagoas**. 146 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente:
Desenvolvimento Sustentável) - Universidade Federal de Alagoas, Instituto de Geografia,
Desenvolvimento e Meio Ambiente, Maceió, AL, 2011.

FLETCHER, J. et al. **Tourism: principles and practice**. 6. Ed. Harlow, United Kingdom:
Pearson, 2018

FLORES, L.C. da S.; MENDES, J. da C. Perspectivas do destino turístico: repensando o
sentido do conceito. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 8(2), pp. 222-
237, maio/ago. 2014.

FOX, H. A framework for functional coordination. **Atlanta Economic Review**, vol. 23(6): p.
8-11, 1973.

FRAMKE, W. **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. 2002.

FRATUCCI, A. C. A dimensão das políticas públicas de turismo no Brasil. In: PIMENTEL, T. D.; EMMENDOERFER, M. L.; TOMAZZONI, E. L. (Org.). **Gestão pública do Turismo no Brasil: teorias, metodologias e aplicações**. 1. ed. Caxias do Sul, RS: Educs, 2014.

FRATUCCI, A. C. **A dimensão espacial nas políticas públicas brasileiras de turismo**: as possibilidades das redes regionais de turismo. 2008. 308 f. Tese (doutorado em Geografia), Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, 2008.

FRATUCCI, A. C. Turismo contemporâneo e capital: reflexões sobre suas relações dialéticas e dialógicas. **IV seminário da associação brasileira de pesquisa e pós-graduação em turismo**. ANPTUR, 27-28, ago. 2007.

FREIRE, N. C. F. **Desertificação na região de Xingó: mapeamento e análise espectro-temporal**. Dissertação (mestrado em Ciências Geodésicas e Tecnologias da Geoinformação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, 2004.

FUSTER, L. F. **Teoria y Técnica del Turismo**. Editora Nacional, 1975.

GÂNDARA, J. M. G. A imagem dos destinos turísticos urbanos. **Revista eletrônica de turismo cultural**. V semana de turismo, ECA – USP, p. 1-22, out. 2007.

GETZ, Donald. **Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events**. 1. Ed. Oxford, United Kingdom: Elsevier, 2007.

GIDDENS, Anthony. **The third way**: the renewal of social democracy. Cambridge, UK: Polity, 2008.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008

GUNN, C. **Tourism planning**. 3. ed. London: Taylor and Francis, 1994.

GOMES, W. J. F. **A construção do destino turístico Alagoas**: a tradução das políticas contemporâneas de turismo. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Universidade Federal de Alagoas, Instituto de Ciências Sociais. Maceió, 2015.

GOMÉZ, C. P.; FALCÃO, M. C.; CHEREM, L.; SILVA, T. N. A participação da comunidade no turismo de base comunitária: um estudo de múltiplos casos. **Caderno Virtual de Turismo**, vol. 16, n. 2, p. 263-279, ago. 2016.

HAESBAERT, R. Dilemas de conceitos: espaço-território e contenção territorial. In: SAQUET, M. A.; SPOSITO, E. S. (Org.) **território e territorialidades**: teorias, processos e conflitos. 1ª ed. São Paulo; Expressão Popular: UNESP, p. 95-120, 2008.

HAESBAERT, R. Território e Multiterritorialidade: um debate. **GEOgraphia**. Rio de Janeiro, ano IX, n. 17, p. 19-46, mar. 2007.

HAESBAERT, R. **O mito da desterritorialização**: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HALL, C. M. *Tourism Planning: policies, processes and relationships*. 2. ed. England: Pearson, 2008.

HALL, C. M.; JENKINS, John M. **Tourism and public policy**, London: Routledge, 1995.

ICMBIO. Disponível em: <https://www.gov.br/icmbio/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/relatorios/relatorio_de_monitoramento_da_visitacao_2020.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2021.

INSKEEP, E. **Tourism planning**: an integrated and sustainable development approach. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.

JAFARI, J. **Encyclopedia of Tourism**. World Reference, 2000.

JENKINS, J; DREDGE, D; TAPLIN, J. Destination Planning and Policy: Process and Practice. In: Wang, Y; Pizam, A. (Ed) **Destination Marketing and Management**: Theories and Applications. Wallingfors, Oxfordshire, United Kingdom: CABI, 2011.

KASPARY, M. G. A. R. **O desenvolvimento local e o desenvolvimento turístico do município de Maragogi, Alagoas**. 2012. 138 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Federal de Alagoas, Maceió/AL, 2012.

KEOGH, B. Public participation in community tourism planning. **Annals of Tourism Research**, vol. 17, p. 446-465, 1990.

KNAFOU, R. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, A. B. (Org.) **Turismo e Geografia**: reflexões e teóricas e enfoques regionais. São Paulo: Hucitec, 1996. p. 62-73.

KREJCIE, R. V., & MORGAN, D. W. Determining sample size for research activities. **Educational and Psychological Measurement**, n. 30, 1970, p. 607-610. Disponível em: <<https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/001316447003000308>>. Acesso em: 05 set. 2020.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo**: para uma nova compreensão do laer e das viagens. Tradução: Contexto traduções. 3. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEIPER, N. Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. **Annals of Tourism Research**, p.390-407, 1979.

LIMA, L. B. B. M.; VILAR, J. W. C. A aplicação do TALC no destino turístico de sol e praia no litoral sul de Sergipe, Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 3, p. 219-233, dez. 2014.

LOHMANN, G; PANOSSO NETO, A. **Teoria do Turismo**: conceitos, modelos e sistemas. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2012.

LOHMANN, G; PANOSSO NETO, A. **Tourism Theory**: concepts, models and systems. Wallingford, Oxfordshire, United Kingdom: CABI, 2016.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 7 ed.: São Paulo: Atlas, 2010.

MARTIN, G. **Pré História do Nordeste do Brasil**. 5. ed. Recife. Editora Universidade da UFPE, 2008.

MINAYO, M. C. S. (Org); DESLANDES, S. F; GOMES, R. **Pesquisa Social**: teoria. Método e criatividade. 26. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.

MIOSSEC, J.M. Un modèle de l'espace touristique. *L'Espace Géographique*, 1977, v.6, n.1, p.41-48.

O cangaço pelo nordeste brasileiro. Facebook. Disponível em:<
<https://www.facebook.com/pg/O-Cangaço-pelo-Nordeste-Brasileiro-996149110397040/photos/>>. Acesso em: 03 Ago. 2020.

PATROCCI, M. **Turismo**: planejamento e gestão. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

PEARCE, Douglas G. **Geografia do turismo**: fluxos e regiões no mercado de viagens. Série Turismo. São Paulo: Aleph, 2003.

PEARCE, D. Towards a geography of tourism. **Annals of Tourism Research**. Jul/set. 1979.

PIMENTEL, E; PINHO, T. VIEIRA, A. Imagem da marca de um destino turístico. **Visão e ação**, v. 8, n. 2, p. 283-298, maio/ago. 2006.

PLOG, S. Why destination areas rise fall in popularity. **The Cornell Hotel and Restaurant Quarterly**, vol. 14: p. 55-58. 1974.

PRADO, M. V. P. **Ecoturismo e capacidade de carga das trilhas da Fazenda Mundo Novo / Canindé de São Francisco-SE**. 142f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2005.

RAFFESTIN, C. **Por uma geografia do Poder**. São Paulo: Ática, 1993.

RANGEL, M. G. **Destinação turística Maceió: ciclo de vida e perspectivas de crescimento nos próximos anos**. 167 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente: Desenvolvimento Sustentável) - Universidade Federal de Alagoas, Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente, Maceió, AL, 2010.

RODRIGUES, L. C. Turismo em espaços urbanos: processos de turistificação no Nordeste brasileiro e no Caribe Mexicano. **Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR**, Penedo, Vol. 5, Número Especial, p. 81-104, abr. 2015.

RUIZ, T, C, D.; MIKI, A, F, C.; GÂNDARA, J, M. A geografia econômica evolutiva como perspectiva de análise da dinâmica dos destinos turísticos. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 14, p. 3, p. 316-336, dez. 2014.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável: a proteção do meio ambiente**. Campinas: Papirus, 2015.

SACK, R.D. **Human territoriality: its theory and history**. Cabrige, UK: Cambridge University Press, 2009.

SAMPAIO, F.F. **Surgimento e evolução da destinação Xingó: conflitos, cooperação e desenvolvimento**. 2017. 108 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Alagoas, Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente, Maceió, AL, 2017.

SANTANA, M. L de. **Eco Fazenda Mundo Novo e sua contribuição como atrativo turístico em Canindé de São Francisco/SE**. 54f. Dissertação (Mestrado profissional em Desenvolvimento Regional e Gestão de Empreendimentos Locais) – Universidade Federal de Sergipe, Aracaju, 2015.

SANTOS, M. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1985.

SANTOS, M. **Metamorfose do espaço habitado, fundamentos Teóricos e metodológicos da geografia**. São Paulo: Hucitec, 1988.

SANTOS, M. SILVEIRA, M. L. **O Brasil: território e sociedade no início do século XXI**. 9. ed. Rio de Janeiro: Record, 2006.

SANTOS, M. O retorno do território. In: MILTON, S.; SOUZA, M. A. A.; SILVEIRA, M. L. **Território Globalização e Fragmentação**. 4. ed. São Paulo, 1998.

SANTOS, M. BECKER, Bertha. (Org). **Território, territórios: ensaios sobre o ordenamento territorial**. 3. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

SANTOS, R. J. F. A. **SICG – M101** – Contexto Imediato documento IPHAN. Oficina de Projetos Ltda. Agosto de 2014.

SANTOS, R. J. F. A. **SICG – M102** – Contexto Imediato documento IPHAN. Oficina de Projetos Ltda. Agosto de 2014.

SAQUET, M. A. Abordagens e concepções de território e territorialidade. **Revista Geográfica de América Central**. Costa Rica, Número Especial EGAL, p. 1-16, 2011.

SAQUET, M. A. As diferentes abordagens do território e a apreensão do movimento e da (i)materialidade. **GEOSUL**, Florianópolis, v. 22, n. 43, p. 55-76, jan./jun. 2007.

SARANIEMI, S.; KYLÄNEN, M. Problematizing the Concept of Tourism Destination: An Analysis of Different Theoretical Approaches. **Journal of Travel Research**, March, 2011. Vol. 50: p.133-143 (first published on March 19, 2010).

SILVA, Rodrigo Cardoso da; FONSECA, Maria Aparecida Pontes da. Os investimentos do Ministério do Turismo e o Programa de Regionalização do Turismo: desencontros da política governamental no interior potiguar. **Caderno Virtual do Turismo**, v. 17, n. 3, p. 148-165, 2017.

SILVA, L. R. M. **Turismo de base comunitária**: um caminho sustentável para Poço Resondo e Canindé do São Francisco no semi-árido sergipano. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2007.

SOLLER, J.; BORGHETTI, C. Capacidade de carga turística: um estudo no Caminhos Rurais de Porto Alegre. **Rosa dos Ventos**, Porto Alegre, v. 5, n. 3, p. 511-527, jul-set, 2003.

SOUZA, M. J. L. de. O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I.E.de; GOMES, P.C. da C.; CORRÊA, R.L. **Geografia: conceito e temas**. 2. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.

TAVALORA, G. **Sistemas de avaliação e produto turístico**: um estudo de caso exploratório nas operadoras turísticas do município de Porto Alegre. 2006. 141f. Dissertação (Mestrado em Gestão do Turismo) – Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, RS, 2006.

THEVENIN, J. M. R. O turismo e suas políticas públicas sob a lógica do capital. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 122-133, abr. 2011.

URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagem nas sociedades contemporâneas. São Paulo: SESC\NOBEL, 1990.

VASCONCELOS, D. A. L. **Sol, praia e a “destinação” da cidade: compreendendo a turistificação de Maceió-Alagoas-Brasil**. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo, Universidade Federal de Alagoas, 2017.

VALLS, J. F. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. 1. ed. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

VIGNATI, F. **Gestão de destinos turísticos**: como atrair pessoas para polos, cidades e países. Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio de Janeiro, 2012.

APÊNDICE A



UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
 INSTITUTO DE GEOGRAFIA, DESENVOLVIMENTO E MEIO AMBIENTE
 PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA

QUESTIONÁRIO APLICADO COM TURISTAS NO DESTINO XINGÓ

1. Qual a idade do(a) senhor(a)? ____ anos

2. Sexo: Masculino Feminino

3. Qual o estado e a cidade de origem e residência do(a) senhor(a)?

Estado: _____ Cidade: _____

Estrangeiro. País: _____

4. Como o(a) senhor(a) ficou sabendo sobre o destino turístico Xingó?

Internet Revista Televisão Agência de viagem Jornal Propaganda privada

Propaganda do governo

Outros – Especifique: _____

5. Por que o(a) senhor(a) escolheu o destino turístico Xingó para a sua visita? _____

6. Como o(a) senhor(a) planejou sua viagem?

Montou a viagem por conta própria Recorreu a agência de viagem

Outros – Especifique: _____

7. O(a) senhor(a) comprou um pacote de viagem? Sim Não

8. Qual o meio de transporte que o(a) senhor(a) utilizou para chegar a Xingó?

OBS: Em caso de mais de um meio de transporte, marque as opções correspondentes.

Avião Ônibus Moto Carro próprio Carro alugado Van Táxi

Outros – Especifique: _____

09. Para se locomover no destino Xingó, qual o meio de transporte que o(a) senhor(a) utiliza ou utilizou?

OBS: Em caso de mais de um meio de transporte, marque as opções correspondentes.

Carro próprio Carro alugado Ônibus Táxi Van Moto

Outro(s) – Especifique: _____

10. Qual o tempo total de estadia que o(a) senhor(a) teve ou vai ter em Xingó?

1 dia 2 dias 3 dias 4 dias mais de 4 dias

OBS.: Caso haja pernoite, indicar quantos pernoites: _____

11. Em que tipo de meio de hospedagem o(a) senhor(a) está hospedado(a)?

Hotel Pousada Albergue Casa de temporada Flat

Casa de amigos Casa de familiares Camping

Outros – Especifique: _____

Cidade da hospedagem: Piranhas Canindé de São Francisco

Outra cidade ou lugar – especificar: _____

Sem pernoite

12. Qual ou quais atrativos o(a) senhor(a) visitou ou irá visitar durante sua estadia em Xingó?

Cânions Xingó – Gruta do Talhado

Povoado Entremontes

Grota de Angicos – Rota do Cangaço

Mirante Secular

Restaurante Eco Parque – Rota do Cangaço

Restaurante Show da Natureza

Restaurante Espaço Ecológico Angicos

Ilha do Ferro

Reserva Ecológica Castanho

Fazenda Monte Cristo

Museu do Sertão

Centro Histórico de Piranhas/AL

Museu Arqueológico de Xingó-MAX

Café da Torre

Vale dos Mestres

Usina Hidrelétrica de Xingó

Trilha Pedra do Sino

Trilha do Trem

Outros – especifique: _____

13. Como o(a) senhor(a) teve conhecimento da existência do atrativo ou atrativos visitados e/ou a visitar? _____

Obrigado por sua colaboração com esta pesquisa!

Entrevistador: _____

Local da entrevista: _____

Data: ____ / ____ / 2021