

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

MAGDA CAMPOS DE LIMA

RECURSOS GEOTURÍSTICOS E MANIFESTAÇÕES CULTURAIS EM
MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS

MACEIÓ-AL

2022

MAGDA CAMPOS DE LIMA

**RECURSOS GEOTURÍSTICOS E MANIFESTAÇÕES CULTURAIS EM
MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia, do Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente, da Universidade Federal de Alagoas, como parte das exigências para obtenção do grau de Mestre em Geografia: Organização Socioespacial e Dinâmicas Territoriais.

Orientador: Prof. Dr. Domingos Sávio Corrêa

MACEIÓ-AL

2022

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

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

L732r Lima, Magda Campos de.
 Recursos geoturísticos e manifestações culturais em municípios
 turísticos do sertão de Alagoas / Magda Campos de Lima. – 2022.
 159 f. : il. color.

 Orientador: Domingos Sávio Corrêa.
 Dissertação (mestrado em Geografia) – Universidade Federal de
 Alagoas. Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente.
 Maceió, 2022.

 Bibliografia: f. 150-157.
 Apêndices: f. 158-159.

 1. Turismo. 2. Geoturismo. 3. Manifestações culturais - Sertão -
 Alagoas. I. Título.

CDU: 911.3:379.85(813.5)

Dedico a Deus, aos meus pais, José Antônio e Maria Lúcia. Meus irmãos, Aline, Daniela, Pablo e Letícia. E a toda comunidade científica.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, pelo dom da minha vida, e ao Espírito Santo, pelos dons que me destes para construir esse trabalho. À Nossa Senhora da Imaculada Conceição, por tê-la como minha mãe, a São José, à Santa Teresinha, que a considero como minha madrinha, a São Miguel Arcanjo e ao exército de anjos celestes.

Aos meus pais, José Antônio e Maria Lúcia, principalmente à minha mãe Lúcia por ser a minha primeira alfabetizadora, sempre contribuiu com a minha formação. E também aos meus irmãos Aline, Daniela, Pablo e Letícia. Agradeço especialmente à minha irmã Letícia, que me ajudou em muitos momentos dessa pós-graduação.

Também sou grata aos meus tios Luís e Joana Darc por me acolherem em seu lar nos momentos em que precisei. À minha vó Maria Dasdores, pela sua contribuição, e à minha tia Maria do Socorro, pelas suas orações. À minha cunhada Ana e aos meus sobrinhos Júlio César e Kaio Miguel.

Ao professor orientador Domingos Sávio Corrêa, pelo apoio, paciência, dedicação e orientações que contribuíram na concretização desta pesquisa. Aos professores da banca pelas contribuições que ajudaram a aprimorar o trabalho. Ao Programa de Pós-Graduação em Geografia (PPGG) do Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente (IGDEMA) por ofertar um ensino público de qualidade.

Aos professores e colegas de curso, principalmente aos companheiros que iniciaram essa jornada comigo, o João Pedro Santos, pela paciência e cooperação na organização dos mapas. Serei sempre agradecida pela dedicação e por tornar realidade as minhas ideias. A Clenisvaldo Ventura, pela paciência e acreditar na minha capacidade de superação. E a Wagner Valdir, João da Hora e Jardel Estevam, pelo acolhimento. E a Débora Luzia, por ser prestativa.

À minha amiga Regilma Santos, por ser essa pessoa decidida e acolhedora que me incentiva a melhorar sempre. E aos colegas Jean Viana, Gabriela Lima, Camila Neves, e aos professores da ação de extensão (UFAL) por compartilhar conhecimentos sobre turismo.

Agradeço a Deus por essas pessoas estarem fazendo parte da minha vida e me ajudando a percorrer esse caminho. Obrigado a todos pelos momentos de aprendizado e companheirismo! Guardo todos em meu coração!

A todas as pessoas que responderam às perguntas dos questionários, que foram de extrema importância para a conclusão desta pesquisa! Ao padre Sizino Lemos Teles Júnior, por passar

algumas informações relacionadas ao Santuário Teresiano. E a todos que, direta ou indiretamente, ajudaram na construção desta dissertação!

Te louvo, Senhor Jesus, por não me deixar desistir, não me deixar desanimar e nem voltar atrás, mesmo diante dos desafios, perdas de familiares e amigos. Fico grata pela força que me destes, mesmo diante de todas as minhas imperfeições! Não é fácil superar os desafios. Mas, coloquei o pé e Deus colocou o chão!

Seja forte e corajoso ! Não se apavore, nem se desanime porque o Senhor teu Deus, é contigo por onde quer que você andar.(JOSUÉ 1,9).

RECURSOS GEOTURÍSTICOS E MANIFESTAÇÕES CULTURAIS EM MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS

RESUMO:

O turismo é uma atividade dinâmica, capaz de gerar diversas transformações direta ou indiretamente no ambiente em que é praticado, no modo de vida da comunidade local que sobrevive da atividade turística e nas percepções dos visitantes responsáveis por sustentar essa atividade. Os municípios turísticos do Sertão de Alagoas dispõem de abundantes recursos, tendo potencial para a prática de diversos tipos de turismo. A atividade turística aproveita dessas riquezas para, aos poucos, se estabelecer de forma espontânea e intencional de acordo com os interesses econômicos dos setores públicos e privados. Visando aproveitar esses recursos, surge a proposta do Ministério do Turismo (MTur) para tornar os municípios que têm potencial em turísticos. Os programas de regionalização e municipalização também têm sido implantados visando a interiorização do turismo nos municípios distantes dos grandes polos turísticos. Os recursos que os municípios turísticos do Sertão de Alagoas possuem têm atraído visitantes. O potencial desses municípios faz com que esses programas proponham o desenvolvimento do turismo nesse ambiente geográfico. Esta pesquisa tem o objetivo de identificar quais recursos geoturísticos e manifestações culturais têm motivado o deslocamento de visitantes para os municípios turísticos do Sertão de Alagoas. Para embasar esta pesquisa, a abordagem interpretativa usada é a fenomenológica. Como suporte, foi utilizado o método qualitativo. O levantamento de campo com aplicação de questionário semiestruturado foi realizado em duas etapas, usando a técnica de amostra intencional. A primeira etapa consistiu em escolher oito respondentes de cada município: Água Branca, Delmiro Gouveia, Inhapi, Mata Grande, Olho d'Água do Casado, Pariconha e Piranhas, no total de cinquenta e seis respondentes. Na segunda etapa, foram escolhidos dois respondentes de cada município turístico: Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado e Piranhas, no total de dez respondentes. Ao todo, foram sessenta e seis questionários respondidos. O resultado dos dados adquiridos através das respostas dos visitantes está demonstrado em gráficos, tabelas e quadros. As informações obtidas com observações, aplicação de questionário e uso de material fotográfico contribuíram com o desenvolvimento e os resultados da dissertação. Conclui-se que o recurso geoturístico que tem atraído visitantes aos municípios turísticos de Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas é o rio São Francisco. As estruturas e empreendimentos que estão nas suas margens contribuem com essa escolha. O rio São Francisco é o principal recurso geoturístico que proporcionou a formação de estruturas naturais como os cânions, e a construção de empreendimentos turísticos faz de Piranhas um produto turístico. Outros recursos e manifestações culturais também estão impulsionando o deslocamento de visitantes. No município turístico de Mata Grande, as romarias ao Santuário Teresiano têm sido constantes, caracterizando o turismo religioso. Os critérios do Ministério do Turismo de Alagoas e do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Alagoas de 2013-2023 são diferentes, o plano dá prioridade aos municípios que são um produto turístico, e esses recebem assistência do programa de regionalização. E o desenvolvimento do turismo dos municípios com potencial turístico fica a critério do programa de municipalização.

Palavras-chave: Turismo; Geoturismo; Recursos Geoturísticos; Manifestações Culturais; Sertão de Alagoas.

GEOTOURIST RESOURCES AND CULTURAL MANIFESTATIONS IN TOURIST MUNICIPALITIES IN THE SERTÃO DE ALAGOAS

ABSTRACT:

Tourism is a dynamic activity, capable of generating several changes directly or indirectly in the environment in which it is practiced, in the way of life of the local community that survives from the tourist activity and in the perceptions of the visitors responsible for sustaining this activity. The tourist municipalities of Sertão de Alagoas have abundant resources, with potential for the practice of different types of tourism. The tourist activity takes advantage of these riches to gradually establish itself spontaneously and intentionally in accordance with the economic interests of the public and private sectors. Aiming to take advantage of these resources, the Ministry of Tourism (MTur) proposes to turn municipalities that have tourism potential. Regionalization and municipalization programs have also been implemented aiming at the internalization of tourism in municipalities far from the major tourist centers. The resources that tourist municipalities in the Sertão de Alagoas have have attracted visitors. The potential of these municipalities makes these programs propose the development of tourism in this geographical environment. This research aims to identify which geotouristic resources and cultural manifestations have motivated the displacement of visitors to tourist municipalities in the Sertão de Alagoas. To support this research, the interpretive approach used is the phenomenological one. As support, the qualitative method was used. The field survey with the application of a semi-structured questionnaire was carried out in two stages, using the technique of intentional sampling. The first step consisted of choosing eight respondents from each municipality: Água Branca, Delmiro Gouveia, Inhapi, Mata Grande, Olho d'Água do Casado, Pariconha and Piranhas, totaling fifty-six respondents. In the second stage, two respondents from each tourist municipality were chosen: Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado and Piranhas, in a total of ten respondents. In all, sixty-six questionnaires were answered. The result of the data acquired through the responses of the visitors is shown in graphs, tables and charts. The information obtained from observations, application of a questionnaire and the use of photographic material contributed to the development and results of the dissertation. It is concluded that the geotouristic resource that has attracted visitors to the tourist municipalities of Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado and Piranhas is the São Francisco River. The structures and enterprises that are on its margins contribute to this choice. The São Francisco River is the main geotouristic resource that provided the formation of natural structures such as canyons, and the construction of tourist enterprises makes Piranhas a tourist product. Other resources and cultural manifestations are also driving the movement of visitors. In the tourist town of Mata Grande, pilgrimages to the Teresiano Sanctuary have been constant, characterizing religious tourism. The criteria of the Ministry of Tourism of Alagoas and the Strategic Plan for the Development of Tourism of Alagoas 2013-2023 are different, the plan gives priority to municipalities that are a tourist product, and these receive assistance from the regionalization program. And the development of tourism in municipalities with tourist potential is at the discretion of the municipalization program.

Keywords: Tourism; Geotourism; Geotouristic Resources; Cultural Manifestations; Sertão of Alagoas.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - Municípios turísticos do Sertão de Alagoas.....	20
FIGURA 2 - Desmembramento do território denominado Mata Grande (1853-1976) ...	51
FIGURA 3 - Regiões turísticas de Alagoas.....	57
FIGURA 4 - Programas de desenvolvimento turístico.....	60
FIGURA 5 - Mapa turístico de Alagoas (2019).....	64
FIGURA 6 - Localização da área do geoparque Cânion do São Francisco.....	67
FIGURA 7 - Santuário Teresiano em Mata Grande - AL	78
FIGURA 8 - Cenáculo Teresiano em Xingó/Piranhas - AL.....	79
FIGURA 9 - Festa religiosa no Santuário Teresiano (2019).....	80
FIGURA 10 - Romeiro pagando promessa no Santuário Teresiano.....	81
FIGURA 11 - Padre Sizo recebendo os visitantes no Santuário Teresiano	82
FIGURA 12 - Procissão do Santuário Teresiano em 2019	84
FIGURA 13 - Mapa do trajeto da procissão na festa de Santa Teresinha (2019).....	85
FIGURA 14 - Localização do município de Mata Grande - AL	86
FIGURA 15 - Espaço sagrado e profano.	88
FIGURA 16 - Transporte dos visitantes	89
FIGURA 17 - Grupo de visitantes no Santuário Teresiano.	92
FIGURA 18 - Barracas de artigos religiosos.....	94
FIGURA 19 - Rio São Francisco	96
FIGURA 20 - Cidade de Piranhas - AL.....	98
FIGURA 21 - Memorial Delmiro Gouveia	99
FIGURA 22 - Museu Regional Delmiro Gouveia	100
FIGURA 23 - Empreendimento turístico em Delmiro Gouveia - AL.....	101
FIGURA 24 - Ponto de embarque na praia da Dulce em Olho d'Água do Casado-AL.....	102
FIGURA 25 - Centro Histórico de Água Branca - AL.....	103
FIGURA 26 - Sinal do turismo religioso em Mata Grande - AL	104
FIGURA 27 - Loja do Santuário Teresiano	105
FIGURA 28 - Infraestrutura de Piranhas-AL	110
FIGURA 29 - Visitantes às margens de rio São Francisco em Olho d'Água do Casado-AL.....	111
FIGURA 30 - Shopping da Vila em Delmiro Gouveia - AL	112
FIGURA 31 - Conjunto arquitetônico de Água Branca - AL.....	113

FIGURA 32 - Visitação ao Santuário Teresiano em Mata Grande - AL	114
FIGURA 33 - Experiências turísticas memoráveis vivenciadas na região dos Cânions do São Francisco	131
FIGURA 34 - Experiências memoráveis proporcionadas pelas manifestações culturais no município turístico de Mata Grande - AL.....	134
FIGURA 35 - Experiências memoráveis proporcionadas pelos recursos geoturísticos na região dos Cânions do São Francisco.....	135
FIGURA 36 - Proposta de roteiro: Caminhos do Sertão.	138
FIGURA 37 - Proposta de roteiro: Caminhos do Sertão	139
FIGURA 38 - Proposta de roteiro: Caminhos do Sertão	140

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Recursos geoturísticos e manifestações culturais dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas	115
TABELA 2 - Imagem que faz visitantes lembrarem os municípios turísticos do Sertão de Alagoas.....	118
TABELA 3 - Características sociodemográficas dos visitantes.....	119
TABELA 4 - Ocupação dos visitantes dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas	120
TABELA 5 - Aspectos da economia dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas	121
TABELA 6 - Acompanhantes e transportes dos visitantes	123
TABELA 7 - Característica da visita nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas ..	124
TABELA 8 - Fatores que influenciam nas experiências vivenciadas nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas.....	125

LISTA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 - Estados de origem dos visitantes do Santuário Teresiano	106
GRÁFICO 2 - Municípios do Sertão de Alagoas reconhecidos como turísticos	109
GRÁFICO 3 - Municípios turísticos do Sertão de Alagoas mais visitados.....	116
GRÁFICO 4 - Estados de origem dos visitantes dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas.....	122

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Emoção positiva dos visitantes nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas.....	126
QUADRO 2 - Emoção negativa dos visitantes nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas.....	126
QUADRO 3 - Reações positivas dos visitantes com os serviços oferecidos nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas.....	127
QUADRO 4 - Reações negativas dos visitantes com os serviços oferecidos nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas.....	127
QUADRO 5 - Sugestões dos visitantes para melhorar as condições turísticas dos municípios visitados.....	128
QUADRO 6 - A frequência das visitas realizadas por visitantes durante a pandemia...	129

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CPRM	Companhia de Pesquisa de Recursos Minerais
COMTUR	Conselho Municipal de Turismo
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IGDEMA	Instituto de Geografia, Desenvolvimento e Meio Ambiente
IDHM	Índice de Desenvolvimento Humano Municipal
MTUR	Ministério do Turismo
ONU-HABITAT	Programa das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos
PPGG	Programa de Pós-Graduação em Geografia
PIB	Produto Interno Bruto
SEDETUR	Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo
SETUR	Secretaria de Estado do Turismo
SETRAND	Secretaria do Transporte e Desenvolvimento Urbano
TCLE	Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
UFAL	Universidade Federal de Alagoas
UNESCO	Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	16
2 ABORDAGEM TEÓRICO-CONCEITUAL	29
2.1 Turismo.....	29
2.1.1 Turismo cultural	33
2.1.2 Turismo religioso.....	35
2.1.3 Geoturismo	37
2.2 Recursos	40
2.3 Atividades turísticas e o consumo dos recursos	43
3 FORMAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO	51
3.1 Localização dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas	53
3.2 Regiões turísticas no Sertão de Alagoas	55
3.3 Programas de desenvolvimento turístico	58
4 EXPECTATIVAS PARA O TURISMO NO SERTÃO DE ALAGOAS	66
4.1 Geoparque cânion do São Francisco: uma proposta de desenvolvimento turístico.....	66
4.2 A utilização das manifestações culturais como recursos turísticos	70
4.3 Da romaria ao turismo religioso	72
4.3.1 Características do turismo religioso em Mata Grande	77
4.3.2 A importância do turismo religioso para a economia	87
5 CONSIDERAÇÕES SOBRE OS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS	96
5.1 Percepções dos visitantes aos lugares turísticos	107
5.2 Experiências vivenciadas nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas	130
5.3 Proposta para divulgação dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas	136
6 CONCLUSÃO.....	142
REFERÊNCIAS.....	150
APÊNDICE	158

1 INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade dinâmica, capaz de gerar diversas transformações direta ou indiretamente no ambiente em que é praticado, no modo de vida da comunidade local que sobrevive da atividade turística e nas percepções dos visitantes responsáveis por sustentar essa atividade. É uma atividade complexa e encontra-se relacionada ao uso dos recursos naturais e culturais. As suas peculiaridades e especificidades são responsáveis por atrair os visitantes e despertar percepções construtoras de experiências turísticas memoráveis. A experiência turística vivenciada pelo visitante possui significado que mexe com o sentimental, o emocional, o espiritual e as sensações.

Os visitantes não viajam apenas por prazer, mas para passar o tempo de descanso de forma mais significativa, buscando bem-estar, realização emocional e espiritual (WILLIAMS, 2006; WILSON; HARRIS, 2006 apud CHANDRALAL; VALENZUELA, 2015). Os eventos que marcam a vida pessoal dos indivíduos são considerados os mais relevantes, são também memoráveis, alegres e duradouros, ou seja, são as experiências mais lembradas. As experiências de viagens significativas em que os visitantes, geralmente, sentem como especiais, tendem a ser mais memoráveis (CHANDRALAL; VALENZUELA, 2015). As visitas aos lugares turísticos que têm um significado importante costumam ser lembradas com alegria pelos visitantes.

Os municípios turísticos do Sertão de Alagoas têm potencial para o desenvolvimento do turismo regional, pois dispõem de abundantes recursos. “Em sua região serrana concentra um acervo importante de patrimônio histórico e arquitetônico, e, às margens do Rio, esse patrimônio está articulado com cenários de grande beleza, como os Cânions do São Francisco” (ALAGOAS, 2014, p. 33). A atividade turística aproveita dessas riquezas para, aos poucos, se estabelecer de forma espontânea e também intencional, atendendo aos interesses econômicos dos setores: públicos e particulares (LIMA, 2021).

Formados pela natureza e pelo trabalho humano, os municípios do Sertão de Alagoas são o “resultado de um longo processo de transformação da paisagem natural em paisagem cultural” (CORRÊA, 1997, p. 185). Essa transformação é percebida ao longo do tempo e tem ocorrido com mais rapidez, para atender a propósitos específicos da regionalização turística. Algo que a priori não seria imaginado no Sertão de Alagoas, visto como um lugar distante do litoral, porém, os atrativos sol e mar não são mais os únicos responsáveis pela atividade turística de Alagoas.

São recursos naturais: cânions do rio São Francisco, cachoeiras, serras, montes, trilhas; e recursos culturais: igrejas, museus, santuário, mirantes, cruzeiros, restaurantes regionais, sítios arqueológicos, quilombos, aldeias indígenas e as manifestações culturais. Estão presentes nos municípios de Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas, que estão na região turística Caminhos do São Francisco¹ (região Cânions do São Francisco) e no município de Mata Grande, que está inserida na região turística da Caatinga. No passado, esses municípios pertenceram à extensa sesmária chamada Mata Grande. Além de serem próximos uns dos outros, eles têm essa ligação territorial.

Os seus recursos são usados como critérios para inserir os municípios do Sertão de Alagoas na região turística. Para categorizar os municípios turísticos e definir as regiões turísticas, o caderno orientador dos programas municipalização e regionalização estabelecem critérios de avaliação para a verificação do grau de atratividade dos recursos existentes nos municípios. O apoio dos programas de municipalização e regionalização são para os municípios que ainda não estão organizados para atuar no mercado turístico, mas para que os municípios façam parte de regiões turísticas (ALAGOAS, 2013).

São devido aos recursos naturais e culturais com algum grau de atratividade que fazem com que um lugar seja inserido em uma região turística. “As condições naturais são utilizadas de formas diferentes pelas sociedades humanas em cada período histórico e, do outro, pela própria natureza que é transformada pelo homem” (SANTOS, 2004, p. 81). Os recursos naturais têm uma funcionalidade na dinâmica de formação, manutenção e transformação da estrutura terrestre, como também na formação e sobrevivência da sociedade.

Os recursos naturais têm sido utilizados pelas sociedades ao longo do tempo nas diversas atividades, entre elas, a prática do turismo. Assim, como os recursos culturais que são elementos criados pelos povos ao longo da história, também as manifestações que podem ser entendidas como formas de expressões de uma cultura, todos esses elementos têm sido tratados como produtos da atividade turística. A existência de recursos naturais e culturais no ambiente geográfico em que está sendo praticada a atividade turística, como também a combinação do recurso geográfico e o recurso turístico pode ser entendido como recurso geoturístico.

¹ Em 2022 foi lançada uma nova atualização das regiões turísticas de Alagoas, a região Caminhos do São Francisco passou a ser denominada de região Cânions do São Francisco e foram inseridos nessa região, os municípios de Pariconha e Belo Monte. Fonte: <http://www.sedetur.al.gov.br/component/k2/item/3164-seis-municipios-alagoanos-sao-inseridos-no-mapa-do-turismo-brasileiro>.

Os recursos geoturísticos e as manifestações culturais, além de atrair os visitantes, são fomentadores de novas perspectivas para os municípios turísticos do Sertão de Alagoas. Sendo o turismo uma atividade que envolve o social, econômico e cultural, foi “apontado como um dos principais eixos de desenvolvimento. A beleza natural e a riqueza histórico-cultural de Alagoas são atrativos que movimentam grande fluxo de turistas e há ainda uma forte riqueza complementar pouco explorada” (ALAGOAS, 2017, p. 45). Também contribui com as interações: sociais, econômicas, políticas, culturais e religiosas.

Visando o desenvolvimento turístico e a geração de renda, o governo, os empreendedores e investidores têm buscado, de diversas formas, aproveitar a potencialidade turística, investindo na divulgação, ampliação e a mobilidade dos lugares. Para melhoria das vias de acesso no estado de Alagoas e consequentemente acessar os lugares turísticos, o programa Pró-estrada, desenvolvido pela Secretaria do Transporte e Desenvolvimento Urbano (SETRAND) de Alagoas, tem como proposta a integração regional, o crescimento econômico, a mobilidade urbana e o desenvolvimento turístico.

A pavimentação dos novos trechos que dão acesso aos municípios sertanejos permite a facilidade de locomoção da população e dos visitantes locais, como também os visitantes de outras regiões. A proximidade entre os municípios turísticos proporciona a maior facilidade de locomoção até os recursos existentes nesses lugares. Tem município que, por conta de ter o turismo já consolidado, recebe tratamento diferenciado em investimentos financeiros como também em divulgação. Porém, existem aqueles que ainda não receberam reconhecimento e investimentos da sociedade e dos órgãos governamentais.

Um dos modos de divulgação e sinal de reconhecimento de que um município turístico pode receber é estar inserido no mapa turístico. Para promover o turismo no estado, o Ministério do Turismo (MTur) tem lançado o mapa turístico de Alagoas. Mas, não são todos os municípios turísticos do Sertão de Alagoas que têm o nome destacado no mapa e nem um símbolo representando o recurso característico do lugar. Este é o caso do município de Mata Grande que, desde 2017, foi incluído pelo Ministério do Turismo (MTur) como lugar turístico. Desde então, o seu nome não está destacado e nenhum símbolo que represente algum dos seus recursos foi inserido no mapa turístico de Alagoas de 2019.

Isso pode representar uma desvantagem em relação aos outros municípios que passam a ter maior reconhecimento pelos nomes estarem em destaque no mapa, diferenciando dos que não são turísticos, além de inseridos no mapa uma representação simbólica de algum dos seus recursos naturais ou culturais. O símbolo é uma representação identitária de algum recurso

que demonstra a imagem do lugar. Sendo o símbolo um atributo, também pode indicar o tipo de turismo praticado no município e despertar o interesse de visitantes.

O mapa turístico como ferramenta de divulgação dos lugares turísticos tem o intuito de promover o turismo através dos símbolos que representam os recursos existentes nesses lugares. Por isso é importante que os símbolos inseridos no mapa possam demonstrar o tipo de turismo praticado em cada lugar, para que o visitante consiga identificar que o símbolo inserido no mapa é um dos recursos que fazem parte de um tipo de turismo e desperte o interesse de querer fazer a visita.

Existem aspectos que têm contribuído com a consolidação do turismo em alguns municípios turísticos do Sertão de Alagoas e também implicado a efetivação do turismo em outros? Entre os aspectos que têm contribuído para efetivar ou implicar o desenvolvimento do turismo, são a presença dos recursos naturais e culturais que têm sido usados como um dos critérios que reconhece o potencial turístico dos municípios do Sertão de Alagoas.

Esta pesquisa teve os objetivos de identificar quais recursos geoturísticos e manifestações culturais têm motivado o deslocamento de visitantes para os municípios turísticos do Sertão de Alagoas; diferenciar quais recursos geoturísticos e manifestações culturais estão sendo mais visitados e classificar de acordo com os tipos turísticos; verificar se os diferentes tipos de turismo podem contribuir com o processo de desenvolvimento dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas; comparar se os recursos geoturísticos e manifestações culturais que têm atraído visitantes aos municípios turísticos do Sertão de Alagoas são os mesmos que estão simbolizados no mapa turístico de Alagoas; Compreender que significado os recursos geoturísticos e manifestações culturais têm para os visitantes; Analisar que experiências os visitantes vivenciam nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas; Elaborar uma proposta que contribua com a divulgação e o reconhecimento do turismo nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas.

A identificação e o reconhecimento desses elementos são importantes, visto que o segmento do turismo cada vez mais vem ganhando destaque na região do Sertão de Alagoas. Se comparado com outras regiões do Estado, o crescimento da atividade turística nessa região começou a ocorrer recentemente. Alguns dos seus municípios têm despertado o interesse de visitantes locais e de outros lugares do país. Porém, os municípios turísticos que possuem recursos com maior potencial turístico são os que mais conseguem reconhecimento, divulgação e apoio financeiro do governo.

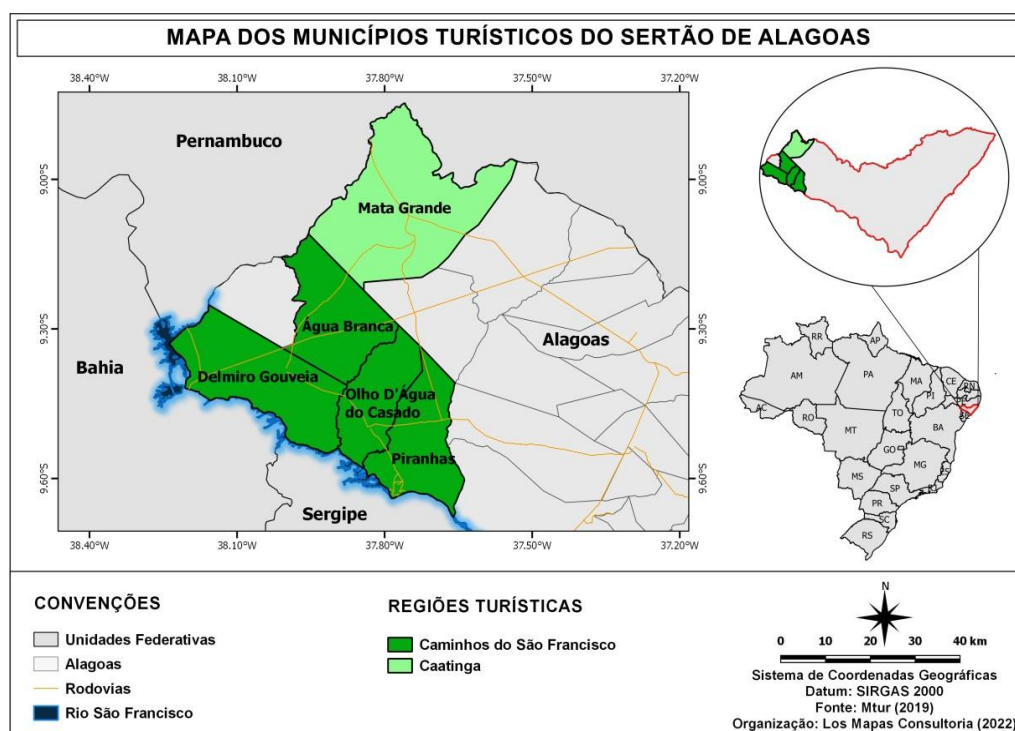
Entre os vários recursos geoturísticos que mais se destacam é o rio São Francisco. O rio possui uma forte influência sobre as atividades praticadas pelos municípios próximos a

suas margens. O turismo é uma atividade que depende do rio para atrair visitantes interessados em vivenciar experiências de recreação e lazer. Os municípios mais distantes do rio são visitados por aqueles que querem obter outros tipos de experiências, vivenciadas através das práticas culturais e religiosas.

É importante para o estudo da geografia a realização de pesquisas voltadas para a presente temática, pois o número de estudos com essa proposta é reduzido, o que dificulta a construção de informações sobre esses recursos. Por estar afastado do litoral, muitas vezes não recebe a devida atenção em relação a ser um objeto de pesquisa.

O Ministério do Turismo (MTur) considerou como lugares turísticos os municípios de Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado e Piranhas (Figura 1). E os programas de municipalização e regionalização preveem que, para que os municípios turísticos sejam estruturados e façam parte de regiões turísticas, devem ter como um dos critérios de avaliação a verificação de recursos que possuam algum grau de atratividade capaz de atrair visitantes aos lugares turísticos (ALAGOAS, 2013).

FIGURA 1 – MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS



Fonte: MTur (2019). Organizado por Los Mapas Consultoria (2022).

Por possuírem recursos que têm atraído visitantes, os municípios de Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado e Piranhas (Figura 1) foram considerados turísticos. E por conta de seus recursos, esses municípios são incorporados em

programas que visam o desenvolvimento turístico. Os recursos que têm gerado algum grau de atratividade, os recursos que os visitantes costumam visitar, nem sempre são os que estão representados por símbolos no mapa turístico de Alagoas.

Outro aspecto relevante para compreender a dinâmica do turismo de Alagoas é o mapa turístico, que foi elaborado de acordo com o perfil dos destinos e produtos previamente identificados. Em sua versão de 2019, incluiu 50 municípios em 7 regiões turísticas (ONU-HABITAT, 2020). O Ministério do Turismo (MTur) separou os municípios sertanejos em regiões turísticas: Caminhos do São Francisco (região Cânions do São Francisco) composto por Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas.

O mapa turístico foi instituído pelo programa de regionalização do turismo que orienta a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento das políticas públicas. Atualizado a cada dois anos, ele define o recorte territorial que deve ser trabalhado. Somente os municípios considerados turísticos ou impactados de alguma forma pelo setor de viagens e identificados com potencialidades turísticas são incluídos no mapa (MTUR, 2019).

Para contemplar os municípios que estão no mapa turístico de Alagoas, o governo do estado de Alagoas, em 2019, fez investimento de R\$ 10 milhões, mas apenas em áreas estratégicas. Os municípios turísticos representantes de três regiões turísticas do estado: Grande Maceió (região Metropolitana), Costa dos Corais (Litoral Norte), Caminhos do São Francisco (região Cânions do São Francisco) são os que fazem parte das áreas estratégicas (ONU-HABITAT, 2020).

Os investimentos foram para beneficiar o setor turístico, a expansão e melhoramento da malha viária do estado, a segurança pública, abrindo novas rotas e possibilidades para o turismo de Alagoas. Entre os municípios turísticos do Sertão de Alagoas inseridos no mapa do turismo, somente Piranhas recebeu investimentos para a promoção do turismo, por conta de fazer parte de áreas estratégicas (ONU-HABITAT, 2020).

Os municípios turísticos Delmiro Gouveia e Olho d'Água do Casado estão no mapa turístico de Alagoas dividindo a mesma representação simbólica. Os cânions são recursos geoturísticos que também fazem parte do município de Piranhas, porém é usada outra representação simbólica. Em duas edições do mapa turístico de Alagoas, 2017 e 2019, em que Água Branca está inserida, a sua representação simbólica está diferente.

No caso de Mata Grande, o seu nome não está destacado em negrito e não tem uma representação simbólica, como os municípios turísticos de Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas. Entre os diversos recursos e manifestações culturais que Mata Grande possui, nenhum foi utilizado pelo Ministério do Turismo (MTur) como sua

representação simbólica. Nesse sentido, seria significativo fazer a identificação e ter uma representação simbólica definitiva, assim como para os demais municípios turísticos.

Os órgãos governamentais relacionados ao turismo utilizaram a identificação de recursos como um dos critérios de avaliação para a categorização dos municípios de Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas como turísticos. Porém, não foram divulgados quais seriam. Diante disso, entende-se que é importante fazer a identificação dos recursos geoturísticos e manifestações culturais com a participação daqueles que costumam visitar esses lugares turísticos, os visitantes.

Colocar em evidência os recursos geoturísticos e as manifestações culturais presentes nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas influencia em diversos fatores. Os municípios dependem da presença constante de visitantes para que suas economias possam ser fortalecidas. Os recursos precisam de forte investimento, reconhecimento, divulgação, por isso é importante utilizar ferramentas como o mapa turístico e o roteiro, entres outros que sirvam para contribuir com o reconhecimento e divulgação. E contar com o apoio financeiro do governo para aumentar o seu potencial turístico e não ser apenas uma novidade que logo passa.

A pesquisa visa contribuir com a sociedade de forma efetiva no incentivo ao turismo e valorização da cultura local, promover a conscientização na preservação dos recursos geoturísticos e as manifestações culturais. Sem a existência dos recursos e das manifestações culturais, os municípios deixam de ser considerados turísticos; sem o reconhecimento, os municípios não recebem visitantes, e a atividade turística deixa de ser uma opção na geração de renda. Também não conseguem apoio governamental em investimentos financeiros destinados ao turismo para implantação de políticas públicas, do crescimento econômico e do desenvolvimento local.

A pesquisa pretende, ainda, relacionar de forma científica as áreas da geografia, do turismo, da cultura e da religião como norteadores na discussão, sobre a escolha de recursos geoturísticos e manifestações culturais. De igual modo, busca levar em consideração o envolvimento da comunidade local e dos visitantes com os fenômenos pesquisados. E que as informações adquiridas possam ser utilizadas pelas secretarias de turismo. Na área da educação, a proposta é promover nas escolas palestras sobre a importância de preservar os recursos e a cultura local.

Os recursos geoturísticos e manifestações culturais presentes nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas possuem potencial para se encaixar em vários tipos de turismo. As informações adquiridas por meio da pesquisa auxiliam no entendimento sobre as

características que cada um possui. Essa percepção é essencial na definição do tipo turístico que cada recurso pertence. Assim, conhecer as características e os tipos que os recursos geoturísticos e as manifestações culturais pertencem podem ajudar no planejamento e na organização de ações que visem não só o desenvolvimento turístico, como também o reconhecimento e a preservação.

Diante deste contexto, entre os procedimentos metodológicos escolhidos para o desenvolvimento da presente pesquisa, foram realizados levantamentos bibliográficos baseados em autores que contribuem com o campo de estudo, como por exemplo: Costa (2009), Corrêa (1997), Cruz (2003), Moreira (2014), Santos (2008), Rosendahl (2018), Tuan (2013). Esta pesquisa geográfica busca descrever, compreender e interpretar o significado atribuído pelos visitantes aos recursos geoturísticos e manifestações culturais.

A pesquisa tem uma abordagem interpretativa fenomenológica em que a percepção geográfica aliada à fenomenológica busca, através da compreensão, perceber o modo como as pessoas vivenciam as suas experiências e o significado que são atribuídos aos fenômenos. E se as experiências turísticas adquiridas nesses lugares turísticos são memoráveis.

O princípio da fenomenologia está baseado na percepção e intencionalidade da consciência, as ações comportamentais do indivíduo têm uma intenção, a de atribuir um sentido à sua realidade e ao mundo que vivencia.

Para fundamentar as investigações e obter entendimento sobre o fenômeno do turismo a partir das experiências turísticas vivenciadas no espaço geográfico, a teoria está embasada na perspectiva geográfica, fazendo a abordagem teórico-metodológica com a fenomenologia. Sendo a experiência um dos fundamentos epistemológicos característicos da fenomenologia, esta pesquisa orienta-se pela metodologia fenomenológica, na qual são realizadas reflexões sobre as formas de experiências que se manifestam nos lugares turísticos.

A análise geográfica, turística, cultural, religiosa e fenomenológica será usada para justificar a ideia de aprofundar o conhecimento sobre a área de estudo escolhida, os municípios turísticos de Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado e Piranhas. Citando Tuan (1961, p. 32 apud FERNANDES, 2019, p. 283) “Não tenho qualquer obrigação de descrever outra área senão aquela pela qual tenho um afeto especial ou uma inexplicável fascinação”.

Esses municípios inserem-se em uma espacialidade vinculada ao conceito geográfico de região, além de estarem localizados na região do Sertão de Alagoas, devido aos seus recursos fazerem parte de duas regiões turísticas: Caminhos do São Francisco (região com

cânions do São Francisco) e da Caatinga. Entre eles, existem uma proximidade de localização e a facilidade para locomoção dos visitantes.

A escolha de abordar o turismo pela prática sociocultural, socioeconômica e socioespacial tem como proposta unir a área humana com o meio físico, a (natureza), pois são diversos os recursos presentes nos referidos municípios turísticos, notadamente aqueles destinados ao chamado turismo religioso. Concordando com Bello (2006, p. 86) sobre a análise que a fenomenologia faz das áreas que constitui o espaço geográfico.

A interessante análise que a Fenomenologia realiza está fundamentada na seguinte ideia: através da análise dos atos, precisamos adentrar o mundo de caráter físico, da natureza, por exemplo, e nos damos conta também de que nós queremos conhecer o mundo físico, mas que conhecê-lo não é tão fácil. Talvez seja mais fácil conhecer o mundo humano, porque podemos conhecê-lo através de nossa interioridade. O mundo físico permanece sempre transcendente, externo a nós, mas temos um vínculo com esse mundo da natureza, que é a corporeidade. (BELLO, 2006, p. 86).

Além da abordagem fenomenológica utilizada como base de interpretação dos fenômenos, o método qualitativo também foi escolhido como suporte para embasar essa pesquisa. “Assim, a pesquisa desenvolvida sob o enfoque fenomenológico resgata os significados atribuídos pelos sujeitos ao objeto que está sendo estudado. As técnicas de pesquisa mais utilizadas são, portanto, de natureza qualitativa e não estruturada” (GIL, 2008, p. 15). A união desses métodos permite que o pesquisador tenha uma maior aproximação com as experiências vividas pelos indivíduos pesquisados; com isso, o pesquisador consegue obter uma percepção de cada realidade.

O método de interpretação relaciona-se com as posturas filosóficas, sendo um elemento de relação entre os vários campos da ciência e de cada um com a filosofia, um arcabouço estrutural sobre o qual repousa o conhecimento científico, [...] enquanto o método de pesquisa refere-se ao conjunto de técnicas utilizado e um estudo. (MORAES; COSTA, 1987, p. 27 apud PESSÔA; RAMIRES, 2013, p. 118).

Para obter a percepção das realidades turísticas vivenciadas pelos visitantes pesquisados, segundo Lage; Milone (2000, p. 307), “é indispensável um trabalho de campo para a investigação da cultura, do patrimônio histórico e dos costumes locais, além de uma busca temporal, ambiental, política, econômica e social”. Através da pesquisa de campo, foram realizadas observações do ponto de vista sociocultural, socioeconômico e socioespacial, visando compreender o fenômeno turístico ocorrido nos municípios do Sertão de Alagoas.

No estudo de campo, o pesquisador realiza a maior parte do trabalho pessoalmente, pois é enfatizada importância de o pesquisador ter tido ele mesmo uma experiência direta com a situação de estudo. Também se exige do pesquisador que permaneça o maior tempo possível na comunidade, pois somente com essa imersão na realidade é

que se podem entender as regras, os costumes e as convenções que regem o grupo estudado. (GIL, 2002, p. 53).

O método qualitativo direcionou a realização dos procedimentos para a coleta dos dados durante as etapas da pesquisa. Por apresentar uma variedade de recursos e manifestações culturais, na primeira etapa o campo foi realizado em todos os municípios do Sertão de Alagoas: Água Branca, Inhapi, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado, Pariconha e Piranhas. Nisto, foram feitas observações com relação a esses lugares, as visitas contribuíram no entendimento sobre os recursos geoturísticos e manifestações culturais que atraem visitantes e o seu uso na atividade turística.

As informações foram coletadas através de observações, questionário semiestruturado e materiais fotográficos. A aplicação do questionário ocorreu em duas etapas. Na primeira etapa do campo, a técnica usada foi de amostra intencional, que consistiu em escolher em cada município pesquisado oito pessoas, no total de cinquenta e seis respondentes. “Entender as "experiências vividas" identifica a fenomenologia como uma filosofia e como um método, e o procedimento envolve o estudo de um pequeno número de sujeitos” (MOUSTAKAS, 1994 apud CRESWELL, 2007, p. 32). Tanto na pesquisa fenomenológica e na qualitativa geralmente envolve um pequeno número de pessoas.

O critério de seleção para a escolha dos respondentes consistiu em escolher visitantes ou pessoas residentes em algum desses municípios Água Branca, Delmiro Gouveia, Inhapi, Mata Grande, Olho d'Água do Casado, Pariconha e Piranhas que fossem adultos acima de 18 anos até 70 anos. O critério de exclusão dos respondentes da pesquisa foram pessoas menores de 18 anos e acima de 70 anos. E que não tenha visitado ou que não tenha residido em nenhum dos municípios pesquisados e que não aceitou assinar o TCLE (Termo de Consentimento Livre e Esclarecido).

Foi pensado em duas opções para a aplicação do questionário semiestruturado de quinze questões, sendo seis objetivas e nove subjetivas (Apêndice - A): a presencial e a online. A proposta da pesquisa era presencial, mas, devido ao contexto de pandemia que estamos vivenciando e caso não tivesse a possibilidade de ser realizada, a pesquisa seria de forma online. Seria enviado o questionário para os usuários de celular, computador e notebook através das redes sociais e, ao completar um mês de publicação ou atingir o número de cinquenta e seis pessoas, o questionário seria recolhido e utilizado as respostas dos que atendessem aos critérios de inclusão.

Com a autorização da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa e a diminuição dos casos de Covid-19 nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas, a pesquisa foi realizada

somente na forma presencial e em duas etapas; a primeira, entre os meses de junho e julho de 2021. As perguntas foram feitas nos municípios de Água Branca, Delmiro Gouveia, Inhapi, Mata Grande, Olho d'Água do Casado, Pariconha e Piranhas para cinquenta e seis respondentes que atenderão aos critérios de inclusão. A duração de tempo das perguntas foi de quinze minutos, o tempo previsto para finalização dessa etapa durou quase um mês.

O risco que o participante poderia ter durante a aplicação do questionário foi mínimo. E seguiu os protocolos de segurança, uso de máscara e álcool em gel. Caso houvesse algum risco, o pesquisador conversaria com o participante e assumiriam a responsabilidade por ele para não continuar respondendo ao restante das perguntas. Concluindo essa etapa de campo, foi visto que seria necessário realizar uma segunda etapa de campo, apenas com os visitantes dos municípios do Sertão de Alagoas considerados turísticos pelo Ministério do Turismo (Mtur) até 2019.

A segunda etapa de campo foi realizada entre os meses de janeiro e fevereiro de 2022. Foram aplicados dez questionários semiestruturados com quinze questões, sendo seis objetivas e nove subjetivas (Apêndice - A). A técnica usada foi a de amostra intencional, que consistiu em escolher dois respondentes em cada município turístico: Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado e Piranhas no total de dez respondentes. E seguiu os mesmos critérios de participação dos respondentes usados na primeira etapa e seguindo os protocolos de segurança.

As informações adquiridas através das respostas dadas nos questionários pelos visitantes contribuíram na compreensão sobre os recursos geoturísticos e manifestações culturais que têm atraído os visitantes aos municípios turísticos do Sertão de Alagoas. Também serviram para complementar as informações adquiridas com os questionários aplicados anteriormente e poder fazer um comparativo das respostas dos visitantes locais com os visitantes de outros estados.

Os equipamentos para registrar os dados da pesquisa foram: folhas A4 impressas com as perguntas do questionário e as canetas para responder ao questionário. Alguns materiais visuais, como as fotografias utilizadas na proposta de roteiro, foram retirados da internet, de sites que tratam de assuntos sobre os municípios pesquisados. Para registrar imagens dos recursos geoturísticos e das manifestações culturais presentes nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas incluídos na dissertação, também foi usado o aparelho com câmera digital.

Seguindo essa concepção de estudo, é importante para o pesquisador “fazer o percurso investigativo passo a passo, chegando a uma consciência completa das diversas vivências” (BELLO, 2006, p. 13) principalmente para os que fazem a uma abordagem fenomenológica.

A pesquisa de campo dá uma ideia sobre o que motiva a manifestação dos fenômenos nos lugares, ajuda a entender o modo de vida e as relações humanas com o meio natural. As informações adquiridas com a coleta dos dados foram analisadas e comparadas. O resultado indica, através das escolhas dos visitantes, as semelhanças e diferenças encontradas em cada município.

Essas comparações permitiram classificar os dados adotando o procedimento da estatística qualitativa de variável nominal. As informações obtidas sobre os recursos geoturísticos e manifestações culturais presentes nos municípios turísticos de Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado e Piranhas foram organizadas em gráficos, tabelas e quadros. Os softwares usados para a construção dos gráficos, tabelas e quadros foram *Microsoft Word* e o *Paint*. Na representação cartográfica, foi utilizado o software *Qgis*.

O trabalho de gabinete consistiu na leitura e na pesquisa das bibliografias de autores que trabalham com conceitos relacionados à referida temática. Além da escrita do texto da dissertação, foram elaborados mapas, gráficos, tabelas e quadros que servem para demonstrar resultados obtidos, através das respostas dadas nos questionários. Também foi organizada uma proposta de roteiro com informações que complementam os dados da dissertação. Na proposta de roteiro Caminhos do Sertão, foram incluídas imagens de recursos geoturísticos e manifestações culturais mais significativas para os visitantes e para os municípios turísticos. Também contou com uma breve descrição das suas características e localização.

Pensando em estratégias de divulgação dos lugares turísticos do Sertão e na diversificação turística em Alagoas, o roteiro é uma ferramenta que pode ser usada para divulgar os recursos geoturísticos e orientar ao visitante sobre os lugares turísticos, com informações de suas características e localização. A divulgação e compartilhamento em redes sociais ou a distribuição de folder dos lugares turísticos permitem aos visitantes terem acesso a informações que despertam o interesse pela visita.

Diante desse contexto introdutório sobre os recursos geoturísticos e as manifestações culturais fomentadores de novas perspectivas para os municípios turísticos do Sertão de Alagoas, a dissertação foi organizada em quatro capítulos, e o primeiro capítulo aborda o conceito de turismo, com ênfase no turismo cultural, que engloba o turismo religioso e o geoturismo que pode evidenciar a geodiversidade presente na região turística do Sertão de Alagoas. Além disso, trata sobre os recursos natural, cultural, geográfico e turístico. A combinação desses recursos passa a ser entendido como recurso geoturístico e da relação das atividades turísticas e o consumo dos recursos.

O segundo capítulo faz menção à formação e à caracterização dos municípios turísticos de Água Branca, Mata Grande, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas, localizados no Sertão de Alagoas. Esses municípios foram escolhidos para fazer parte das regiões turísticas de Alagoas, a região Caminhos do São Francisco (região Cânions do São Francisco) e a região da Caatinga. Também discute a questão da prioridade dada a algumas regiões turísticas e que tem afetado municípios turísticos do Sertão de Alagoas que não recebem o mesmo tratamento. E o programa de regionalização e municipalização que norteia todos os programas e projetos a serem desenvolvidos nessas regiões e municípios turísticos.

O terceiro capítulo apresenta as expectativas para o turismo no Sertão de Alagoas. A proposta do Geoparque Cânion do São Francisco e as manifestações culturais podem ser vistas como alternativas para complementar o turismo de Alagoas e ampliar as opções de práticas turísticas. Aborda, ainda, a romaria como uma manifestação cultural e sua contribuição para o deslocamento de visitantes ao Santuário Teresiano em Mata Grande – AL. Através dessa manifestação cultural, a cidade tem apresentado características de turismo religioso, bem como também esse fenômeno tem sido importante para impulsionar a economia da região.

O quarto capítulo apresenta as considerações sobre os municípios turísticos de Piranhas, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado, Água Branca e Mata Grande e a maneira como são vistos através das percepções dos visitantes. Os dados obtidos com a identificação dos recursos geoturísticos e manifestações culturais que têm motivado o deslocamento de visitantes para os municípios turísticos do Sertão de Alagoas são demonstrados em gráficos, tabelas e quadros. Foram abordadas as experiências vivenciadas pelos visitantes e realizada uma proposta para a divulgação dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas.

Na conclusão, foi feito um recorte com os fatos conclusivos que norteiam esta pesquisa sobre os recursos geoturísticos e manifestações culturais presentes nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas. Também aponta os municípios que foram considerados turísticos pelos órgãos governamentais do setor do turismo e pelos visitantes. E os recursos que têm sido mais visitados e os que são tratados como produto turístico. E o município turístico que, por conta do seu recurso, tem sido beneficiado com estratégias e investimentos destinados ao desenvolvimento do turismo.

2 ABORDAGEM TEÓRICO-CONCEITUAL

O turismo possui diversas características e é visto como uma atividade sazonal que está relacionada ao deslocamento de visitantes. Sendo um bem intangível, pode ser vivenciado no lugar e no momento que está sendo ofertado.

No Brasil, tem vários tipos de turismo que despertam o interesse dos diversos perfis de visitantes. Com uma exuberante paisagem litorânea, o turismo de sol e mar é o mais praticado na região Nordeste. O povo nordestino também é conhecido pela religiosidade; os ricos vão a Roma, os pobres vão ao Juazeiro (VERDE, 2020). O turismo religioso é o segundo mais praticado na região Nordeste. Juazeiro do Norte, no Ceará, recebe anualmente milhares de visitantes e se tornou um grande centro religioso.

Em Alagoas, o turismo de sol e mar é o mais conhecido. Para não depender apenas desse tipo de turismo, foi proposta a diversificação turística, a fim de atrair outros perfis de visitantes, gerar empregos com a oferta dos serviços turísticos, obter lucros e melhorar a economia do Estado. Os programas de regionalização e municipalização incentivam a implantação do turismo distante do grande centro turístico. Para tanto, os municípios alagoanos com potenciais turísticos são incentivados à implantação do turismo.

Os municípios turísticos do interior do estado na região do Sertão de Alagoas, onde o rio São Francisco é utilizado para a prática do turismo, também estão sendo cogitadas a proposta de criação do geoparque e a prática do geoturismo. Esse tipo de turismo possui como característica a utilização da geodiversidade como recurso turístico para atrair visitantes aos ambientes geológicos, geomorfológicos ou paleontológicos. Sendo vista como promissora, essa proposta de turismo busca incentivar a conservação do patrimônio geológico e o desenvolvimento econômico das comunidades locais envolvidas.

Localizada no Sertão de Alagoas, a cidade de Mata Grande fica um pouco mais afastada do rio São Francisco. Lá, a prática turística religiosa é a que mais tem atraído visitantes a essa cidade. Sendo considerada um novo centro devocional, seguindo o exemplo de Juazeiro (CE), possui até certas semelhanças, pois, quem já visitou Juazeiro do Norte costuma visitar Mata Grande (AL). Conhecida pelas romarias ao Santuário Teresiano, a cidade tem propagado a devoção popular. O turismo religioso está relacionado ao turismo cultural, praticado pelos brasileiros e nordestinos, assim, como outros tipos de turismo.

2.1 Turismo

O turismo, assim como diversos outros fenômenos humanos, se estrutura e se transforma de acordo com as mudanças sociais que vão acontecendo. “Nesse sentido, é influenciado diretamente por acontecimentos e movimentos econômicos, sociais, ambientais e culturais que moldam a sociedade ao longo do tempo” (COUTINHO *et al.*, 2019, p.756). “O turismo vem passando por um processo de segmentação de mercado, fundamentado na divisão da demanda ou da oferta, em função de suas características intrínsecas” (MOURA-FÉ, 2015, p.54). As mudanças ocorrem visando atender ao mercado que produz, regula e vende os serviços como sendo uma necessidade do visitante.

O turismo expandiu pelo mundo no século XX dentro de um contexto social amplo, “com as mudanças no modo de produção (que determinariam quem viaja) e o desenvolvimento tecnológico (que determinaria a forma como se viaja)” (BARRETO, 1995, p.51 apud COSTA, 2009, p.27). As exigências dos turistas elitizados influenciaram na melhoria e na oferta dos serviços de transporte, hospedagem e alimentação, as melhorias introduziram o turismo na era industrial. Viajar passou a ser mais acessível, os destinos estavam mais compatíveis às condições financeiras e aos interesses pessoais dos turistas.

As motivações da viagem têm grande influência no estudo do fenômeno turístico por se originarem precisamente em comportamentos distintos, que provocam repercussões diretas na determinação do perfil do público nas destinações escolhidas, nas estruturas de gastos no tempo de permanência local visitado na frequência da visita em muitas outras características. (COSTA, 2009, p. 36).

A maioria das cidades cada vez mais está habitada e não se preocupa com o lazer e as necessidades de relaxamento/diversão dos seus habitantes. O crescimento das cidades tem invadido as zonas rurais, mesmo com os esforços desesperados para salvar alguns espaços verdes. Implantar alguns espaços de lazer não tem sido suficiente para melhorar a qualidade de vida dos indivíduos residentes nesses lugares. Os indivíduos procuram lá fora o que não encontram em seu lugar. Essa decisão é influenciada pela sociedade que oferece o turismo, como forma de atender à necessidade de descanso (KRIPPENDORF, 2000).

Atualmente as atividades turísticas existentes possuem características do turismo de massa e do alternativo. O turismo de massa e o alternativo ocorre em países desenvolvidos e em desenvolvimento. A economia depende consideravelmente da atividade turística, e os turistas possuem diferentes níveis de renda. Características relacionadas ao turismo de massa são as experiências superficiais vivenciadas pelos visitantes, também não tem um envolvimento com a realidade vivida pelos habitantes locais dos lugares visitados. A preocupação com a conservação dos recursos naturais e culturais não é uma prioridade.

O turismo alternativo promove a conservação dos recursos naturais e culturais, sendo oposto ao turismo de massa. Os visitantes que fazem o turismo alternativo buscam vivenciar novas experiências, seja individual ou em grupo, procuram passar mais tempo no lugar para conhecer melhor a comunidade, aprender a cultura e o modo como vivem. Essa forma de turismo se tornou um grande negócio comercial, os visitantes colocam em ação novos mecanismos de mercados que não escapam dos serviços turísticos, permanecem dependentes da sociedade industrial e do comportamento turístico (KRIPPENDORF, 2000).

Todos os visitantes são compradores, mesmo possuindo características diferentes. Assim, tanto o turismo de massa como o alternativo dependem da lógica capitalista, que incentiva o consumo dos serviços turísticos, até os recursos geoturísticos são ofertados e popularizados como produtos.

O turista de massa e o turista alternativo ainda que se distancie pelos diferentes interesses, motivação e percepção do turista, por outro lado fundamentam-se pela mesma dimensão mercadológica capitalista: o uso e bem de consumo de bens e serviços turísticos. (COSTA, 2009, p. 33).

Por mais que o turismo atual tenha diversos tipos, segue a mesma forma do turismo de massa e do alternativo, “se apossam de características de ambos os tipos de turismo, criando uma simbiose que se propõe como alternativa ao turismo de massa tradicional sem, entretanto, adquirir o caráter de excepcionalidade do turismo alternativo” (COSTA, 2009, p. 34). O turismo de massa e o alternativo proporcionam comodidade, a qualidade da oferta dos serviços de transporte, hospedagem, alimentação e os pacotes promocionais. Essas e outras comodidades têm a finalidade de atender à necessidade do turista, que é vivenciar momentos e lugares únicos.

Sendo o turismo um fenômeno que se expressa coletivamente, a partir das motivações pessoais individualizadas surgirão os motivadores gerais ou coletivos, denominadores comuns que levam grandes quantidades de pessoas a se deslocarem e que determinarão as tipologias turísticas. (COSTA, 2009, p. 34).

Distanciando-se dessa forma centralizadora que é o turismo de massa, sol e praia, predominante até o momento no Brasil, parte-se para um tipo de turismo responsável ou sustentável, que é visto como diferenciado e está se tornando tendência, no qual se aponta uma característica do turista consumidor que está em busca de diferenciais, valoriza as características peculiares dos lugares visitados, se interessa em interagir com a comunidade local, promove um turismo que pode gerar impactos positivos (RAMOS; RIBEIRO, 2015).

Outra característica do turismo atual está baseada na sustentabilidade, que oferece experiências com princípios ambientais, sociais, culturais e econômicos, em que a atividade

turística esteja aliada à preservação da natureza, à manutenção e conservação dos recursos naturais e culturais. Além do envolvimento e a participação da comunidade local, o desenvolvimento econômico parece consciente da responsabilidade ambiental e social. Essa forma também preza pela qualidade de vida, uma prática sustentável comprometida com o meio ambiente e a sobrevivência das futuras gerações.

No Brasil, as políticas implantadas para o desenvolvimento turístico têm como objetivo promover o turismo como fonte de renda, geração de emprego e de desenvolvimento socioeconômico. Influenciadas por fatores políticos, ideológicos, técnicos e práticos, essas políticas na prática ainda não atingiram os seus propósitos, pois a maior parte dos recursos financeiros são destinados aos principais receptores de turistas do país (BONFIN, 2007).

Em Alagoas, o turismo representa uma atividade econômica em processo de desenvolvimento. É o principal componente do setor de serviços, sendo a segunda atividade que mais cresce no estado, perdendo apenas para a indústria sucroalcooleira. A política atual de turismo insere-se como uma espécie de salvação para os problemas sociais, mas essa forma de turismo tem gerado uma conjuntura de exclusão da comunidade local no envolvimento em uma atividade econômica concentrada (RAMOS; RIBEIRO, 2015).

As comunidades e seus agentes multiplicadores sozinhos têm dificuldades em investir no desenvolvimento turístico, criar negócios e empreendimentos. Os municípios menores sofrem com a falta de recursos técnicos e humanos que inviabilizam a concretização do planejamento turístico (BONFIN, 2007). Se o processo de planejamento que foi estabelecido pelos programas turísticos ignorar as estruturas de poder consolidadas em Alagoas, isso pode comprometer o processo de consolidação dos objetivos e metas dos programas (RAMOS; RIBEIRO, 2015).

Mesmo com todas essas situações de facilidades para os principais receptores turísticos e dificuldades para os pequenos, os recursos financeiros, os programas de regionalização e municipalização turística têm sido trabalhados no país. Não de forma igualitária, mas, as tentativas de melhoria na condição de vida da população e sustentabilidade dos destinos são válidas quando não causam impactos irreversíveis.

Buscando concretizar o turismo nos lugares com potencialidades turísticas, os programas destinados ao desenvolvimento turístico e à melhoria dos serviços turísticos têm a intenção de atrair mais visitantes. Esses programas propõem a diversificação da oferta turística, a estruturação dos destinos turísticos, qualificação do produto turístico, ampliação e

qualificação do mercado de trabalho, o aumento do consumo, o fluxo, a permanência e o gasto dos visitantes (BONFIN, 2007).

As ações desses programas estão pautadas na justificativa econômica, social, cultural e ambiental, contam com o apoio dos segmentos sociais, empresariais e governamentais. O turismo provoca transformações no espaço geográfico: os centros emissores, os espaços de deslocamentos e os núcleos receptores. Também se vale das diversidades dos espaços, das paisagens, da identidade de cada lugar e das culturas para se manter (BONFIN, 2007).

Os negócios do turismo são derivados do lugar e das pessoas que formam a comunidade local. A demanda do turismo investe nos sonhos das pessoas, para usufruir das potencialidades de áreas litorâneas ou nos lugares que detêm algum atributo cultural (ALVES; DEUS, 2020). Os lugares estão envolvidos pela cultura daqueles que ali residem, mesmo quando não são reconhecidos ou apreciados. Nos lugares turísticos, existem uma influência cultural. O visitante é um agente de aculturação, pois, ao visitar os lugares, leva a sua cultura e também recebe influência de outras culturas.

2.1.1 Turismo cultural

A cultura tem sido uma das principais motivações do deslocamento de visitantes que querem visitar os lugares turísticos. O turismo cultural se configurou na visita aos recursos culturais voltados para proporcionar informação e conhecimento aos visitantes. Existe uma diversidade de tipos e conceitos que dificulta a definição do turismo cultural. Alguns estudos ficam restritos apenas ao objeto da visita. Mas, a atividade turística atual engloba diversas motivações.

E para compreender essa atividade, é preciso analisar as “motivações de seus participantes, das características de seu objeto e de seu público, da interatividade ou da vivência de experiências culturais e das possíveis inter-relações com a preservação e a educação por meio do patrimônio cultural” (COSTA, 2009, p. 39). O turismo cultural é uma abertura para vários tipos turísticos como: o religioso, o patrimonial, o gastronômico, entre outros. Através de quatro grupos, autores abordam conceitos que descrevem a prática do turismo cultural.

Os conceitos sobre o turismo cultural foram divididos em quatro grupos. No primeiro, os autores Hugles, Cobra, Barretto, Baudrihay, Silberg e Dias compreendem o turismo cultural como visita a recursos de origem cultural, as viagens para visitar lugares santos, monumentos históricos, santuários, os patrimônios arqueológicos e as viagens para estudos

culturais. Incluem também as festas populares, folclóricas e religiosas, o conhecimento dos bens materiais e imateriais realizados pelo homem (COSTA, 2009).

O segundo grupo de autores: Coelho, Runyard, Richards, Fabrizio, Moletta e Goidanich, representantes de uma corrente com visões distorcidas do turismo cultural, em seus conceitos, as atividades turísticas eram descritas aos modos da elite europeia, como a visita a museus, teatro, ópera, alta costura. Com o tempo, a percepção de turismo cultural mudou. Foram incluídos novos elementos considerados populares: os meios de comunicação, a gastronomia, o cinema e o esporte. Indiretamente existe a divisão da cultura, no uso dos termos “elite” e “popular”, o que ocorre na realidade é que a cultura vivenciada pelos ditos afortunados não é a mesma de grande parte da população mundial (COSTA, 2009).

O terceiro grupo de autores: MacCannell, Funari, Pinsky, Stebbins, MacCarthy, MacIntosh, Goeldner, Edgel entende o turismo cultural como uma ferramenta para a aprendizagem de uma cultura. Na concepção dos autores “MacCannell, Funari, Pinsky, as diversas formas de turismo são uma experiência cultural” (COSTA, 2009, p. 44). O turismo cultural é definido como uma experiência que propicia vivências. O visitante participa de outras culturas, conhece os hábitos, os costumes, as artes e adquire conhecimentos intelectuais e emocionais, participa de um estilo de vida diferente do seu e, tudo isso, dentro de um determinado tempo (COSTA, 2009).

No quarto grupo, os autores Goulart, Dias, Santos, Andrade defendem que o turismo cultural, independente da sua natureza, é uma ferramenta de aprendizagem, mas, que não deve ficar restrito às motivações destinadas a eventos artísticos, científicos, etc. Os autores entendem que o turismo cultural surgiu para atender às necessidades sociais de conhecer, aprender e pesquisar as diversas realidades que existem em outras culturas. “O objeto do turismo cultural é formado pelos elementos resultantes dos recursos culturais-materiais e imateriais - do local ou grupo visitado” (COSTA, 2009, p. 48). Os recursos culturais materiais e imateriais são os principais recursos que despertam o interesse do visitante.

Assim, o turismo cultural pode ser entendido como o deslocamento de um indivíduo interessado em visitar os lugares que têm algum tipo de cultura e que vivenciam experiências oferecidas por meio de recursos relacionados a uma cultura. É uma atividade que a motivação leva os visitantes a aprender algo, passa a ter uma nova percepção, seja em relação ao ambiente, às pessoas ou a si mesma.

O turismo cultural é uma atividade socioeconômica que oferta serviços, oferece ao visitante a possibilidade de viver diferentes experiências ao visitar os lugares turísticos e conhecer as várias formas de cultura. Um tipo de turismo que está vinculado ao turismo

cultural é o turismo religioso, pois as manifestações religiosas podem ser também consideradas manifestações culturais.

2.1.2 Turismo religioso

O turismo religioso é um tipo de turismo que coincide com o turismo cultural devido a constituir-se de expressões culturais vivenciados por determinados grupos sociais em locais de culto e romarias. “O turismo vivenciado de vários modos revela a existência de um segmento vinculado ao sagrado dentro do contexto cultural: o Turismo Religioso” (ARAGÃO, 2018, p.29). Para Dias (2003, p.17), “turismo religioso é aquele empreendido por pessoas que se deslocam por motivações religiosas e/ou para participarem em eventos de caráter religioso. Compreende romarias, peregrinações e visitação a espaços, festas, espetáculos e atividades religiosas”.

Nesse sentido, “os eventos religiosos constituem-se em expressões culturais de determinados grupos sociais ou expressam uma realidade histórico-cultural expressiva e representativa de determinada região” (DIAS, 2003, p. 17). O turismo religioso apresenta características que estão relacionados com o turismo cultural devido à visita ocorrer em “loais como santuários e igrejas, além dos aspectos dogmáticos, é também uma forma de conhecimento e reconhecimento cultural” (ARAGÃO, 2018, p. 29). Esses locais e os eventos religiosos podem ser considerados patrimônio cultural.

Quando um grande número de fiéis, devotos e romeiros se propõem a ir aos lugares considerados sagrados, criam uma mobilidade anual, pois, através das romarias, fazem deslocamentos para os santuários. As romarias, procissões e festas de padroeiro tornam o segmento do turismo religioso relacionado à devoção uma das principais atividades turísticas no país. Esses agentes sociais vivenciam um encontro com a sua essência, demonstram a identidade do grupo, a sua religião e cultura (ARAGÃO, 2018).

O turismo com fundo religioso ocorre pelo deslocamento vinculado à busca e praxis espiritual nos espaços e eventos segundo as religiões institucionalizadas (ARAGÃO, 2018).

“[...] tais como as de origem oriental, afro-brasileiras, espíritas, protestantes, católica, compostas de doutrinas, hierarquias, estruturas, templos, rituais, e sacerdócio” (BRASIL, 2008, p. 19). “São nos locais de culto e peregrinação, onde os indivíduos procuram momentos de realizações, que envolvem o preenchimento e conforto espiritual” (ARAGÃO, 2018, p.30).

A ideia do turismo religioso como um retorno do visitante à prática da espiritualidade “visitar santuários (tradicionais ou profanos) significa voltar ao lugar de identidade”

(OLIVEIRA, 2005, p. 339). Tem visitante que quase sempre já conhece o local visitado, e parece que esse turismo religioso é realizado devido ao compromisso com o Santo de devoção. Diferente do deslocamento onde se estabelece vínculos de lazer, enriquecimento cultural, contemplação e descanso (ARAGÃO, 2018).

Segundo Andrade (2002, p. 79) “depois do turismo de férias e negócios, o segmento que mais se desenvolve é o turismo religioso”. Para Silveira (2007, p. 38) “Ao naturalizar o termo “turismo religioso”, operou-se um deslocamento etimológico no significado das palavras/termos, o que permite inferir as transformações operadas no eixo religião/política/turismo/cultura”. Quando o termo “turismo religioso” passou a ser mais usado, realizou-se transformação nas várias esferas da sociedade e ele foi inserido no mercado turístico.

Sob o termo “turismo religioso”, agentes religiosos, empresariais, públicos e acadêmicos constituem uma ação articulada no sentido de extrair de práticas seculares de fé, como as peregrinações, caminhos santos e promessas, uma oportunidade de negócio, e, nos discursos mais otimistas, desenvolvimento socioeconômico de uma determinada região. (SILVEIRA, 2007,p.39).

O turismo se utiliza de três tipos principais de manifestações religiosas: as que estão relacionadas ao patrimônio arquitetônico como igrejas, templos, santuários; as dos rituais, onde se insere a celebração da Semana Santa; e as de eventos, com suas festas religiosas e festivais de música (SILVEIRA, 2007 apud ARAGÃO, 2018). As religiões assumem o papel de agentes culturais pelas manifestações de valores antigos, de intervenção na sociedade atual e de preservação no que diz respeito ao futuro dos indivíduos e das sociedades (ANDRADE, 2002, p. 79).

Os lugares turísticos ganham reconhecimento por terem um ou vários tipos de turismo, como o turismo cultural, o turismo religioso e o geoturismo. No mesmo lugar, o visitante pode vivenciar a experiência do turismo cultural, turismo religioso, geoturismo e de outros tipos de turismo. O visitante pode aproveitar dos mesmos serviços de transporte, hospedagem e alimentação para conhecer os recursos naturais e culturais. De acordo com Cecchin (2019), um tipo de turismo que vem crescendo em vários lugares do mundo, o Geoturismo, foi estabelecido a partir da oferta dos recursos naturais e culturais que identificam estes lugares turísticos.

O geoturismo tem ganhado cada vez mais adeptos que apoiam a utilização da geodiversidade como atrativo turístico. Para Cecchin (2019), esse tipo de turismo deve ser pensado de acordo com as condições locais e os recursos naturais e culturais, respeitando integralmente as tradições da população local. Seja pela demanda ou por suas características,

as quais lhe confere ser uma estratégia de desenvolvimento sustentável para a aplicação em um geoparque.

Os municípios turísticos do Sertão de Alagoas possuem recursos naturais e culturais reconhecidos e utilizados pelo turismo. Foi através da geodiversidade dessa região, que impulsionou o interesse de órgãos que buscam a conservação da natureza para criar o geoparque Cânion do São Francisco e com isso incentivar a prática do geoturismo. Segundo Cecchin (2019), é com a valorização da geodiversidade como importante aspecto da natureza, baseada em características geográficas da sua área natural, que se oportuniza a implantação do geoturismo.

2.1.3 Geoturismo

O geoturismo é um segmento turístico que está relacionado a visitação de áreas da zona rural ou urbana que, em decorrência da sua geodiversidade, possui determinado recurso que sobressai entre os demais. Essas áreas passam a ser reconhecidas e, com isso, despertam o interesse de visitantes. “Pode-se definir o geoturismo como um segmento da atividade turística que busca de forma sustentável utilizar o patrimônio geológico, como seu principal recurso turístico, promovendo a aquisição de conhecimento e conservação” (COUTINHO *et al.*, 2019, p. 768).

Para o geoturismo, os recursos geológicos, geomorfológicos e pedológicos são vistos como elementos que promovem conhecimento e devem ser preservados. Baseado na compreensão proposta pelo inglês Thomas Hose, em 1995, de que um sítio geológico e geomorfológico servem para a aquisição de conhecimentos, ao invés de serem vistos apenas como apreciação estética, o geoturismo está pautado nessa proposta de promover o conhecimento (MOREIRA, 2014).

Em se tratando dos aspectos históricos, a origem de geoturismo está relacionada ao turismo. Não se sabe ao certo quando iniciou o interesse de turistas por paisagens, mas, a popularidade da ciência geológica já era uma motivação turística desde o século XIX. No Brasil, o termo geoturismo foi citado por Silva e Araújo, em 1987. Não era atribuído ao novo segmento turístico, estava relacionado a um mapa que foi utilizado na implantação de um Distrito Ecoturístico (MOREIRA, 2014).

O geoturismo corresponde a visitação de áreas que se destacam pelos recursos que possuem, como relevos, cavernas, sítios paleontológicos, maciços rochosos, quedas d'água e outras formas e processos existentes na paisagem. Os recursos do geoturismo são os processos

e elementos ligados à “geodiversidade, cujo cerne integra a diversidade geológica (rochas, minerais e fósseis), geomorfológica (formas de relevo) e pedológica (solos), além dos processos que lhes originaram” (BÉTARD *et al.*, 2011 apud MOURA-FÉ, 2015, p. 54). Esse tipo de turismo busca cumprir com os critérios e princípios da sustentabilidade.

Sendo o geoturismo uma atividade turística que evidencia a geodiversidade de uma região como uma ferramenta de conservação e sustentabilidade do local visitado, possibilita o aprofundamento sobre as origens do ambiente e a informação geológica para o conhecimento ambiental (CECCHIN, 2019). A geodiversidade surgiu na década de 1990, na Austrália, com Sharple. Ela foi definida como a diversidade das feições e dos sistemas da terra, depois foi expandida para diversidade geológica, geomorfológica, feições pedológicas, sistemas e processos (KUBALIKOVÁ, 2013).

Também foram incluídos como sendo geodiversidade a junção dos fatores geológicos, geomorfológicos, depósitos tecnogênicos, a paisagem (natural e cultural) e os elementos advindos de processos (naturais e humanos). O resultado dos processos das rochas, do clima, da fauna, da flora, dos seres vivos e a maneira como o homem se organiza são evidências dos processos passados e atuais que compõem as diferentes formas das paisagens em todo o mundo (KOZLOWSKI, 2004; ARAÚJO, 2005; BRILHA, 2005).

Além de envolver a geologia, a paisagem, promover os geossítios, a geoconservação, o turismo, a compreensão, apreciação e aprendizagem, o geoturismo está associado com o turismo cultural, de aventura e o ecoturismo (ESCHILETTI, 2020). “A geodiversidade deve ser também relacionada às questões culturais, pois favorece o valor de uso turístico da paisagem como fonte de interpretação sobre a história geológica da Terra” (CECCHIN, 2019, p. 93).

O geoturismo pode ser considerado o deslocamento de visitantes para áreas que, em decorrência da sua geodiversidade, possuem valor científico, pedagógico, cultural e turístico, sob as motivações de recreação, lazer e aprendizado. Essas áreas são abertas para visitação. Os seus recursos passaram a ser uma combinação dos atributos naturais e humanos (a geologia, a paisagem, a cultura, o patrimônio e o modo de vida das comunidades locais) tornam esses ambientes singulares.

A relação do geoturismo com os aspectos naturais e culturais contribui para a interação com outras modalidades de turismo (BRAGA, 2018). “O geoturismo pode compartilhar experiências realizadas em outras modalidades de turismo em áreas naturais e mesmo assim permanecer distinto em seus objetivos. Em combinação com outras formas de turismo, pode adicionar outra dimensão e diversidade ao produto turístico oferecido”

(MOREIRA, 2010, p. 6).

É uma atividade aliada na conservação dos ambientes naturais, auxilia na educação, na conservação e no desenvolvimento econômico de uma determinada área (JORGE; GUERRA, 2016). A visita proporciona o conhecimento científico sobre os locais que possuem os recursos naturais, eles são testemunhas de períodos passados, podem explicar a origem e evolução do planeta Terra e revelam os processos envolvidos na formação da paisagem relevo, solo e o significado dos registros deixados nas rochas. O geoturismo também pode focar em aspectos culturais que formam a identidade local.

Os indivíduos praticantes do turismo e do geoturismo podem ter motivações e identidades diferentes, mas, na hora do consumo todos são considerados iguais. Os visitantes praticantes do geoturismo muitas vezes aproveitam da mesma infraestrutura e serviços de acomodações, transportes, alimentação além de outros aspectos relacionados ao segmento do turismo. Os recursos da geodiversidade são utilizados por esse tipo de turismo para gerar lucros.

O turismo utiliza em seus segmentos recursos geológicos e geomorfológicos, como praias, rios, cavernas, montanhas, lagoas, paredões rochosos, fontes termas, cachoeiras, vulcões, cânions (MOREIRA, 2014). O geoturismo é um destes tipos que estão estruturados, tendo como recurso o patrimônio geológico associado a diversas motivações, que em alguns momentos podem se complementar com o turismo (COUTINHO *et al.*, 2019).

A prática do geoturismo pode ser realizada em áreas urbanas e rurais e em locais com cursos d'água, afloramentos rochosos, serras, quedas d'água, cavernas, chapadas, lajedos, fontes e nascentes, etc. “O fato é que diante da necessidade de conservação de um determinado patrimônio e, ao mesmo tempo, possa explorá-lo de forma consciente, o geoturismo surge como uma nova tendência mundial em termos de turismo alternativo” (JORGE; GUERRA, 2016, p. 160).

A proposta do geoturismo como uma alternativa que conserve o ambiente e explore os recursos de forma consciente, ao contrário de outros tipos de turismo que são considerados predatórios, proporciona a oportunidade para que muitos países e regiões possam promover e divulgar sua geodiversidade, tendo uma identidade única em cada lugar, e passa a ser uma atratividade que deve ser conservada junto com a biodiversidade, beneficiando as comunidades locais (DOWLING, 2011).

Conforme Moura-Fé (2015, p.59), “o Brasil possui amplo potencial para o desenvolvimento do geoturismo em todos os seus grandes domínios paisagísticos, o semiárido da região Nordeste, cada um deles rico em sítios e paisagens peculiares, do mais elevado valor

estético, cultural, científico”. Os municípios turísticos do Sertão de Alagoas possuem uma diversidade de recursos que elevam a estética paisagística da região, influenciando na prática turística e geoturística.

2.2 Recurso

A natureza dispõe de recursos que o homem usa de diferentes formas e nas mais variadas atividades. “Os recursos existem na medida em que a sociedade percebe que através deles podem satisfazer as necessidades” (BARRADO TIMÓN, 2011, p.52). Para atender as diversas necessidades criadas pelo homem, os recursos são explorados e utilizados com o objetivo de obter em troca alguma vantagem financeira. O espaço geográfico é testemunha da ação da natureza e do homem na transformação dos recursos, isso leva à modificação do ambiente e à formação de novas paisagens.

A atividade humana é a maior influenciadora da modificação do meio natural “exige um lugar no espaço e impõe uma nova arrumação para as coisas, uma disposição diferente para os objetos geográficos, uma organização do espaço diferente daquela que antes existia” (SANTOS, 2004, p.205). A modificação que a natureza realiza no ambiente é um processo natural. Mesmo que sejam drásticos, os elementos continuam sendo naturais. No caso da ação antrópica, os elementos do ambiente modificado passam a integrar uma cultura, deixam de ser apenas natural, passam a ser também cultural.

Em um estado de movimento permanente, seja pela ação natural ou humana, a natureza ocupa um espaço que “também já não é mais o mesmo. Ele se transforma em função das novas modalidades de adaptação da sociedade local ao novo processo produtivo e as novas condições de cooperação” (SANTOS, 2004, p. 207). Para atender às condições impostas pela sociedade, que, cada vez mais, quer que a natureza seja produtiva, ao custo de suas constantes transformações, as ações dos homens sobre a natureza e o espaço atingem direta ou indiretamente os recursos naturais que passam a assumir novas características, as dos recursos culturais.

Relacionados a elementos e processos ocorridos ao longo do tempo, os recursos culturais são criados por uma cultura que traduz a identidade de determinado povo. Os recursos naturais estão relacionados a elementos criados pela natureza, e a sociedade atribui valor conforme a sua necessidade. Os recursos naturais e culturais são responsáveis pela construção da imagem paisagística de uma região e a formação identitária do seu povo. A partir do momento que o recurso natural é usado para atender às necessidades do homem, esse

recurso passa a ser inserido na cultura, tornando um recurso aculturado, ou seja, que foi adaptado para fazer parte do trabalho ou do divertimento.

Com o surgimento da atividade turística, os recursos naturais e culturais adquiriram valor de mercado, sendo usados como produtos que despertam atração e impulsionam a visitação. “Entendemos, aqui, por recurso, a toda possibilidade, material ou não, de ação oferecida aos homens (indivíduos, empresas, instituições). Recursos são coisas, naturais ou artificiais” (SANTOS, 2006, p. 86). Os recursos materiais são atribuídos aos elementos visíveis que as pessoas possam ver ou pegar, a exemplo das paisagens que são usadas como elementos turísticos. Os recursos imateriais não apresentam formas físicas, são atribuídos aos sentimentos, valores e ideias, e com isso as pessoas podem mensurar as experiências obtidas durante a prática turística.

Os recursos ganham significado mediante a sua importância em determinado momento histórico, “tais recursos são distribuídos de diferentes maneiras e localmente combinados, o que acarreta uma diferenciação no interior do espaço total e confere a cada região ou lugar sua especificidade e definição particular” (SANTOS, 2006, p. 108). Tanto os recursos naturais como os culturais têm significado de acordo com a utilidade e com a região ou lugar em que está localizado, o seu valor é atribuído conforme o nível de necessidade.

A tendência do turismo é valorizar os recursos naturais e culturais presentes no ambiente em que está sendo praticada a atividade turística, e seu desenvolvimento depende desses recursos para atrair os visitantes. Esses recursos presentes em um ambiente geográfico dispõem de bases naturais e culturais, e, ao serem utilizados por algum tipo de turismo, ganham características geoturísticas. A relação da sociedade-natureza com a atividade turística ocorre de duas maneiras, sendo espontânea ou determinada.

Em alguns espaços, os recursos geoturísticos influenciam espontaneamente a prática do turismo, porém, em outros ambientes, os seus recursos determinam o tipo de turismo. O espaço dispõe de recurso que “seria, portanto, qualquer elemento natural, atividade humana ou produto antropológico que pode motivar um movimento cujo motivo básico é a curiosidade” (BARRADO TIMÓN, 2011, p. 49). Os recursos estão inseridos no espaço natural como também no espaço cultural. E por conta disso, os recursos podem despertar o interesse da visita.

Os recursos naturais e culturais têm um papel fundamental na concretização do turismo, sendo assim, “faz-se necessário que o espaço lhe ofereça o conjunto de objetos espaciais sem os quais o turismo não poderia acontecer” (CASTILHO, 2006, p. 70). A prática do turismo ou geoturismo se concretiza devido à existência dos recursos que estão presentes

no ambiente; essas atividades optam pelos recursos que possuem características que despertem o interesse dos visitantes.

Em uma mesma região, existem recursos naturais e culturais que são usados por vários tipos de turismo. O recurso natural, criado pela natureza, ou aquele recurso cultural, produzido pela ação humana, por estarem inseridos em um ambiente geográfico e sendo utilizados por alguma atividade turística para atrair visitantes, podem ser considerados recursos geoturísticos. Como, também, a combinação dos recursos geográficos com os recursos turísticos caracteriza em recursos geoturísticos.

De acordo com o contexto em que está inserido e dependendo de sua localização e da quantidade de visitantes, o recurso natural e cultural pode não ser considerado um atrativo. O recurso geoturístico pode ser combinado com o “recurso turístico entendido como aqueles elementos que por si próprios ou em combinação com outros, podem despertar o interesse de visitar uma determinada área ou região. Ou seja, seria qualquer elemento capaz de gerar viagens turísticas” (NAVARRO, 2015, p. 337). Os recursos geoturísticos são a combinação dos recursos geográficos com os recursos turísticos.

Esses recursos são utilizados por vários tipos de turismo e proporcionam aos visitantes experiências e conhecimentos. Os recursos geoturísticos podem ser encontrados em áreas rurais e urbanas, gerados ao longo do tempo ou recentemente, possuindo grandes ou pequenas proporções. Sua condição vai depender se é uma rocha ou uma paisagem. É identificado como um elemento, atrativo, produto ou bem entre outros, depende da intenção de como vai ser descrito ou usado.

Os recursos são pensados como elementos que podem proporcionar bem-estar. Além disso, os “recursos turísticos são entendidos como aqueles: ativos (naturais, culturais e humanos, tangíveis e intangíveis, móveis e imóveis) com características relevantes” (NAVARRO, 2015, p. 348). A partir do momento em que os recursos têm a função de atender às necessidades da sociedade e proporcionar desenvolvimento, passam a ser vistos com relevância.

Para que os recursos geoturísticos e recursos turísticos sejam considerados uma atração, além de ter relevância e atender às necessidades da sociedade, precisam despertar o interesse de visitantes. Além disso, sejam conhecidos e ao serem bastante procurados, se tornem um ponto turístico. “Os recursos turísticos originam atrações turísticas; tanto quanto as atrações turísticas são sustentadas pelos recursos turísticos. Esse processo de transformar o recurso em atrativo consiste em tornar o recurso conhecido e visitado.” (NAVARRO, 2015, p. 351).

O processo de transformação de um recurso em uma atração precisa de uma estrutura que promova o lugar turístico em um ponto turístico. Para isso, os lugares turísticos precisam de investimentos em infraestrutura que proporcione o desenvolvimento do turismo, uma gestão que esteja disposta a tornar o lugar em um ponto turístico e tenha uma estrutura focada na divulgação e promoção do lugar. Os recursos naturais e culturais utilizados por alguma atividade turística devem ser mantidos e preservados principalmente aqueles que fazem parte da cultura da população local.

Difícilmente há um recurso igual em outro lugar. Podem até ser semelhantes, mas, cada um desses recursos tem suas peculiaridades e especificidades que os diferenciam e permitem que os lugares turísticos ganhem notoriedade. As suas características podem ser modificadas ao sofrer algum tipo de impacto causado pela natureza, como também pela atividade humana. Os recursos geoturísticos se mantêm com a cooperação dos fatores sociais, culturais, religiosos e econômicos, elos de sustentação da sociedade e da atividade turística.

Oferecidos pelo setor turístico, os recursos geoturísticos são convertidos em produtos turísticos disponíveis para o consumo dos visitantes. Para Cecchin (2019, p. 98) “as atividades turísticas têm de ser especialmente concebidas para coincidir com as condições locais”. Nisso, as atividades turísticas são criadas de acordo com os recursos naturais e culturais que os lugares turísticos possuem. Através das atividades turísticas, esses recursos são disponibilizados como produtos aos visitantes e com isso vai gerar renda ao mercado turístico.

2.3 Atividades turísticas e o consumo dos recursos

As pessoas deixam seus lugares de moradia e de trabalho para, durante breves períodos, praticarem algum tipo de turismo. Com isso, consomem bens e serviços. Esse consumo supostamente gera experiências prazerosas diferentes daquelas vividas no cotidiano. A atividade turística tem se tornado um negócio de grande importância econômica, os investimentos em estruturas que condicionem a prática do turismo têm sido elevados, aumentando a quantidade e a abertura de novos empreendimentos que lucram com o turismo. Além do surgimento de lugares turísticos, tudo isso é para incentivar o consumo dos visitantes (URRY, 1990).

Sendo o turismo um fenômeno que envolve práticas socioeconômicas devido a ser uma atividade social com característica econômica, “o turismo é uma prática social que envolve o deslocamento de pessoas pelo território e que tem no espaço geográfico seu

principal objeto de consumo. Por ser uma prática social, o turismo é fortemente determinado pela cultura” (CRUZ, 2003, p. 5). É considerado como o deslocamento de pessoas de um lugar para outro, por conta que o visitante é motivado pelo desejo de viver momentos de descontração ou simplesmente querem sair da rotina, para viverem novas experiências.

A atividade turística “permite compreender a paisagem e o ambiente no contexto do uso fugaz do território, o que propicia a compreensão dos espaços produzidos para consumir natureza, paisagem” (RODRIGUES, 2000, p. 172). O turismo está relacionado ao consumo da natureza, ou seja, da paisagem que “serve como pano de fundo para as atividades humanas” (TUAN, 2012, p. 198). Como também o turismo está relacionado ao consumo da cultura, o consumo ocorre com utilização da natureza e da cultura pela prática turística.

Essa atividade humana tem poder de produzir novos espaços. Mesmo ocorrendo “num tempo curto para indivíduos – alguns dias por ano” (RODRIGUES, 2000, p. 172), é tempo suficiente para o ambiente sentir os impactos desse consumo. A prática do turismo ocorre em todo o mundo, porém, não ocorre com a mesma proporção em todos os lugares. “Ainda que a atividade turística seja universal em sua concepção e prática, o fenômeno turístico tem peculiaridades e especificidades que decorrem, em última análise, do conteúdo único do lugar” (MARTINS, 2005, p. 115).

Existem lugares com um maior potencial turístico do que outros por serem culturalmente turísticos, pois, desde a sua formação, já possuíam peculiaridades e especificidades recursos e manifestações culturais que espontaneamente levou ao desenvolvimento do turismo. As peculiaridades e especificidades, os recursos geoturísticos e as manifestações culturais são responsáveis pelo reconhecimento de lugares com características para a implantação do turismo.

Outros lugares incentivam a atividade turística visando o desenvolvimento econômico, pois, segundo Martins (2005, p. 115) “enquanto atividade econômica o turismo é reconhecidamente rentável, mas, também pode ser fonte de inúmeros impactos sociais, culturais e não apenas ambientais”. Os fatores econômicos, ambientais, culturais e sociais são cruciais para o turismo, mas, de alguma forma, os impactos causados pela atividade turística atinge a todos, seja nas esferas nacional, regional e/ou local.

Por outro lado, o geoturismo tem a proposta de não causar tanto impacto, ainda não é tão conhecido e nem rentável como outros tipos de turismo, mas ainda assim é uma atividade do consumo. Por mais que o geoturismo seja visto como uma atividade menos predadora, por estar voltada para o estudo e preservação da natureza, ainda assim, sendo uma atividade humana, está sujeita a causar impacto no ambiente. Direta ou indiretamente os praticantes

dessa atividade são consumidores, vivem em uma sociedade que a maioria dos produtos que consomem são extraídos de algum recurso.

O geoturismo é um tipo de turismo que mesmo não sendo tão praticado utiliza dos recursos naturais para atrair visitantes, também aproveita dos serviços destinados ao turismo como transporte, hospedagem e outros. Mas, essa atividade só é realizada se for viável obter dela algum benefício e também se for rentável para os investidores que querem obter retorno financeiro. Entre os interesses relacionados a esse tipo de turismo, estão a conservação e sustentabilidade do local que possui geodiversidade e a criação de geoparques, além do retorno financeiro adquirido com as visitas.

Viver a experiência turística ou geoturística tem custos. Os visitantes são considerados consumidores em potencial, sempre têm clientes dispostos a pagar pelas experiências memoráveis que provoquem sensações, conhecimentos e produzam boas lembranças. Antes da visita ser efetivada, as decisões são tomadas visando atender diversos tipos de expectativas interiores, sociais, emocionais, espirituais, culturais, pedagógicas, criadas conforme o lugar escolhido, dando significado ao momento que busca vivenciar.

Os visitantes se deslocam para locais que proporcionam experiências educacional, cultural, religiosa, além de descanso, lazer, etc. Entre as definições de interesse que determinam o destino escolhido estão: o perfil do visitante, o tipo de transporte para a locomoção, os serviços adquiridos, o período de permanência e a frequência que passa durante a visita e o valor investido. Os visitantes também sofrem direta ou indiretamente algum tipo de influência na escolha do destino turístico, seja de bem estar, pela situação financeira, emocional, educacional, religioso, entretenimento, ambiente, etc.

Para Schmitt (2000, p. 75), “as experiências geralmente não são espontâneas, mas induzidas. Ou, como dizem os filósofos e psicólogos da escola fenomenológica: as experiências são “de” e “sobre” algo, elas têm referencial e intencionalidade”. Os processos fundamentais para o consumismo moderno são as motivações e as expectativas. É difícil conceber a natureza do turismo contemporâneo sem ver como as atividades turísticas são construídas literalmente em nossa imaginação pela propaganda, mídia e redes sociais. Existem muitos modos de consumo que têm refletido no caráter do turismo (URRY, 1990).

A prática turística envolve a expectativa do visitante de vivenciar novas e diferentes experiências geradas pela propaganda e outros conjuntos de símbolos, muito dos quais dizem respeito a processos de competição dos grupos sociais, blogueiros e influencers. E as empresas turísticas usam o marketing para influenciar o visitante a escolher o destino

turístico, esse indivíduo é tratado no universo dos negócios como um consumidor, que adquire determinado produto de acordo com o seu status.

Os modos de consumo nas sociedades ocidentais estão mudando do consumo de massa, em que as mercadorias pouco se diferenciam uma da outra em função da moda, das variações sazonais, para o consumo especializado, devido à proporção com a renda nacional, as novas formas de crédito. Com isso, quase todos os aspectos da vida social têm se tornado mercadoria, novas espécies de mercadorias baseadas em recursos naturais (URRY, 1990).

A atividade turística atendendo às necessidades ou gerando novas “converte recursos em bens e serviços finalmente utilizáveis” (BARRADO TIMÓN, 2011, p. 46). Os recursos são manipulados e transformados em produtos potencialmente vendáveis. A situação econômica dos visitantes é um dos aspectos responsáveis pela decisão, na hora de escolher o lugar a ser visitado, a frequência que serão feitas as visitas e a qualidade dos serviços utilizados.

A influência na escolha do destino turístico atinge tanto o visitante que contrata os serviços de viagem da empresa turística, como também aqueles que não contratam os serviços das empresas turísticas. Todos, de diferentes maneiras, procuram vivenciar uma experiência autêntica, que atinja suas expectativas. A procura inicia no ambiente virtual e se expande para o ambiente real, buscam por lugares que têm ótimas avaliações.

O visitante tem a oportunidade de fazer a comparação dos lugares, antes mesmo de ter o acesso presencial; os ambientes virtuais são criados para convencer os consumidores a se sentirem seguros em suas escolhas. Os ambientes virtuais são espaços de aparência, em que as publicações são realizadas na intenção de divulgar o ambiente real, cada imagem tem o intuitivo de criar sentimentos ou expectativas que convença e atraia o visitante.

Nisto, a tecnologia também possibilita ao indivíduo conhecer vários lugares, como também acompanhar as postagens de pessoas que estão visitando os lugares turísticos. Essas mudanças têm refletido no turismo, deixando de ser padronizado para dar lugar ao turismo segmentado, flexível e mercantilizado, os lugares turísticos estão se tornando mais amplos, algo que poderia ser chamado de estetização do consumo (URRY, 1990).

Desde os lugares tradicionais, na prática turística, até os iniciantes tiveram sua economia impactada pela situação inesperada, provocada pela pandemia da Covid-19. Por mais que um lugar estivesse na baixa temporada, e outro poderia estar na alta temporada, a economia mantinha certo equilíbrio. Entretanto, com a pandemia, todos os lugares turísticos, com maior ou menor fluxo de visitantes, foram impactados com o fechamento quase simultâneo dessas atividades.

A situação que envolveu todo o mundo em 2020 foi declarada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como pandemia da Covid-19 devido ao aumento diário nos números de casos de pessoas infectadas. Para barrar o avanço da doença causada pelo coronavírus 2 (SARS-CoV-2) no Brasil, o mês de março de 2020 passou a ser um marco que mudou a rotina dos brasileiros. Diante da situação de instabilidade e incerteza ocasionada pela pandemia, vários setores relacionados a economia, política, educação, turismo e outros tiveram que se adaptar ao novo contexto (LIMA, 2021).

Toda cadeia produtiva envolvida com o turismo foi afetada, a pandemia causou o desemprego de pessoas que dependiam dessa atividade para se manter e provocou a queda na economia mundial. A região Nordeste, conhecida pelo turismo, assim como em outras regiões do país e no mundo, estão tendo que se adequar à nova realidade, pois o ano de 2020 foi de muita dificuldade.

O desempenho negativo da economia brasileira e alagoana, iniciado em 2020, é reflexo da situação pandêmica que afetou diversos setores como o do turismo. “A economia alagoana teve seu desempenho influenciado pela economia brasileira, com uma taxa de -4,6%, pelo desempenho da economia nordestina, com a expectativa de uma taxa de -7,4%, de acordo com o Banco do Nordeste” (CARVALHO, 2020, p. 2).

A atividade turística nordestina como um todo foi impactada negativamente pela pandemia e o isolamento social. A redução da atividade teve a mesma média negativa dos demais estados. Por conta da permanência da pandemia, o turismo ainda está numa situação desfavorável (CARVALHO, 2020). Após as restrições, nos últimos meses de 2020, as atividades voltaram a suas funções, começaram aos poucos a receber os visitantes.

Mesmo com a reabertura dos lugares turísticos que tiveram de adotar os protocolos de segurança sanitária, para evitar aglomerações, reduzir o número de pessoas presentes nos lugares, sendo disponibilizado álcool em gel e a obrigatoriedade do uso de máscara para prevenir o contágio do vírus, a economia aos poucos está começando a se restabelecer não na mesma proporção de antes, mas, de acordo com as circunstâncias que o mundo tem vivenciado e a situação econômica dos indivíduos.

Porém, o desenvolvimento da atividade turística é considerado positivo quando ocorre a criação de empregos diretos e indiretos, pois contribui para melhoria da qualidade de vida dos indivíduos e valoriza os seus patrimônios históricos, artísticos, culturais e ambientais (FONSECA; ARAUJO; DUARTE, 2018). Mas, com a permanência da pandemia, muitos que costumavam viajar foram afetados pelo receio de serem infectados, outros impactados pelo desemprego, a diminuição na renda familiar que tem causado o corte nas despesas de viagens.

O consumo diminuiu, e as pessoas que trabalham no setor turístico passam por dificuldades. Com a diminuição do número de visitantes, houve baixo movimento, redução dos salários, desemprego, a precarização das condições de trabalho, o aumento da criminalidade e a prostituição. Além dos impactos negativos nos estilos de vida dos moradores tradicionais causando a segregação socioespacial e a sua expulsão de áreas valorizadas pelo turismo e que estão no processo de especulação imobiliária (FONSECA; ARAUJO; DUARTE, 2018).

O enfrentamento da pandemia em 2021 estava apresentando resultados positivos, diminuindo a pressão sobre a sociedade e a economia. A pandemia mostrou sinais de controle e, nesse novo cenário, abriu-se maiores possibilidades para a economia alagoana. As previsões para a economia alagoana, realizadas por instituições financeiras e consultorias especializadas, apontam para resultados positivos no ano de 2021 em relação a 2020 (CARVALHO, 2021).

A melhoria no cenário sanitário e a consequente redução das restrições favorecem aos setores de comércio e serviços, com realce para as atividades turísticas, que serão beneficiadas pelo retorno das atividades presenciais. Apesar da crise vivenciada nos meses mais intensos da pandemia em 2020, o turismo alagoano continua com a maioria de suas estruturas preparadas para uma retomada pós-pandemia. A previsão é de concorrência agressiva dos outros estados e regiões, no curto prazo pode ser um problema (CARVALHO, 2021).

O setor turístico alagoano teve crescimento lento nos últimos seis anos, não consegue se aproximar do desempenho médio dos estados (BA, CE e PE), com os quais disputa o mercado nacional na oferta do mesmo produto (praia, sol, etc.). Essa situação pode influenciar na recuperação do turismo de Alagoas no período pós-pandemia. Mas, o setor apresenta algumas vantagens competitivas: o destino turístico consolidado; investimentos em novos hotéis e na infraestrutura são vantagens competitivas que atraem, mesmo no período da pandemia (CARVALHO, 2021).

Apesar dos efeitos positivos, decorrentes do aumento da mobilidade associada ao avanço do processo de vacinação e do retorno do auxílio emergencial, persistem as dificuldades da economia alagoana, que têm origem nos mesmos problemas nacionais: a inflação em alta e o desemprego crescente. A inflação penaliza as atividades empresariais com o aumento dos custos e a queda da renda média da população reduz o consumo, e isso significa menor volume de receita, de investimentos e mais desemprego (CARVALHO, 2021).

Não somente a economia tem afetado negativamente o turismo. Problemas estruturais e de governança do setor podem gerar dificuldades, impedindo que o turismo seja competitivo. Os lugares turísticos devem ter um planejamento não só destinado aos visitantes, mas também para a melhor convivência dos habitantes do lugar. Para Onu-habitat (2020), os setores dos quais o turismo é dependente como: saneamento básico não só das áreas onde se localizam hotéis, pousadas e restaurantes, mas em áreas vizinhas, muitas vezes esses lugares não têm uma infraestrutura adequada, devido aos setores responsáveis não oferecer os serviços necessários. Como também a falta de conservação e preservação do meio ambiente, dos espaços públicos urbanos, do patrimônio arquitetônico, histórico, cultural e do patrimônio imaterial (ONU-HABITAT, 2020). E se não tiver a implantação de projetos de mobilidade e acessibilidade, se a infraestrutura rodoviária e os meios de transportes não estiverem integrados e interligados, de modo que possam diminuir os custos relativos à logística, fica difícil propiciar uma mobilidade adequada para os visitantes e às comunidades locais.

Entre as questões regionais implícitas no planejamento de um país das dimensões do Brasil, a ser resolvida está a consolidação da integração nacional das regiões, a partir do sistema planejado de transportes. O planejamento exige em primeiro lugar o conhecimento da realidade natural e humana, sobretudo as capacidades ociosas, que são potenciais a mobilizar, além dos estrangulamentos, que definem as oportunidades de investimentos. No Nordeste tem crescido investimentos turísticos programados (MAMIGONIAN, 2019), mesmo os lugares turísticos passando por essas e outras situações negativas.

Ao tornar-se objeto do interesse turístico, as cidades turísticas, além de passarem a ser locais de consumo, também são locais voltados para a produção econômica. A abordagem dos aspectos positivos e negativos do turismo mostra a necessidade de um planejamento adequado e de bases sustentáveis para o seu desenvolvimento (ONU-HABITAT, 2020).

A atividade turística é a responsável pela prosperidade econômica dos lugares turísticos. Porém, para que essa atividade possa se manter, deve-se preservar o meio ambiente, no qual utiliza dos seus recursos para atrair visitantes, deve fazer inclusão social e reduzir as desigualdades dos habitantes locais residentes nos lugares turísticos. E para assegurar que o turismo seja um vetor de prosperidade econômica, de preservação do meio ambiente, inclusão social e redução das desigualdades, é necessário um planejamento adequado e de bases sustentáveis (ONU-HABITAT, 2020).

Além disso, faz-se necessária a gestão dos atributos ambientais de unidades de conservação e das áreas banhadas pelo rio São Francisco (ONU-HABITAT, 2020), pois, para atender às necessidades ou gerar novas necessidades, o turismo tem convertido recursos

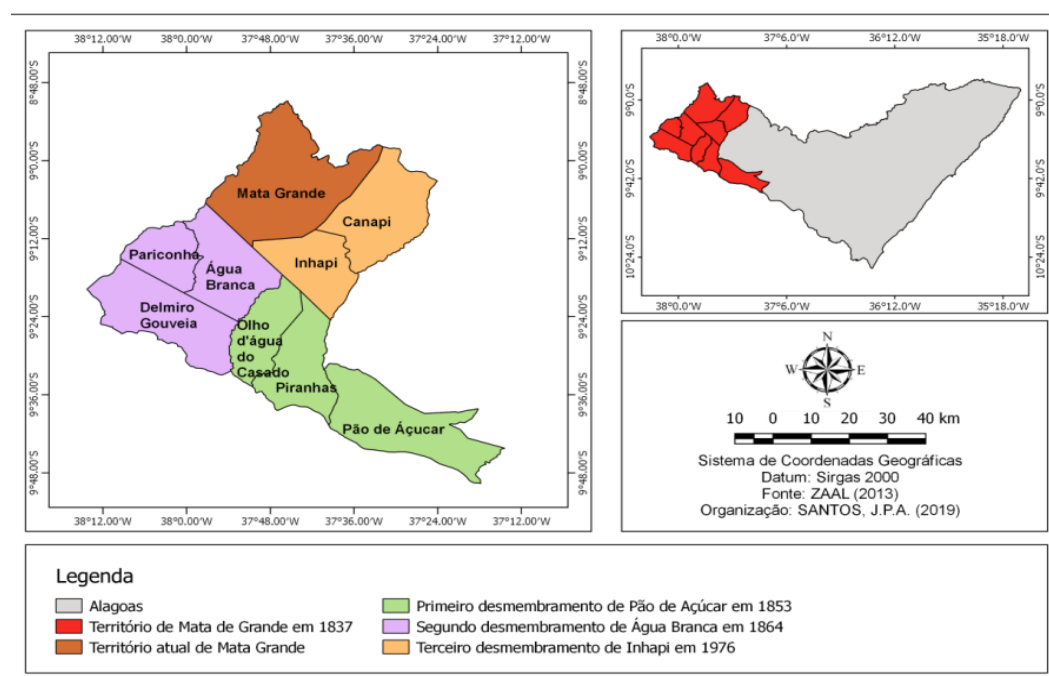
naturais e culturais em espécies de mercadorias. Os recursos passaram a ser tratados como produtos da atividade turística e se tornaram elementos de consumo dos visitantes. O rio São Francisco é um desses recursos que tem sido transformado em produto que gera serviços, para prática turística nos municípios de Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas. Assim, como as manifestações culturais é um recurso que gera serviços e incentiva o consumo no município turístico de Mata Grande.

O próximo capítulo abordará a formação dos municípios turísticos de Mata Grande, Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas, pois fizeram parte de um mesmo território, e essa proximidade contribui na facilidade de deslocamento entre esses municípios turísticos. Trata a questão da prioridade dada a regiões turísticas e como são afetados os municípios turísticos do Sertão de Alagoas. Também aborda o trabalho dos programas de regionalização e municipalização que norteiam todos os programas e projetos a serem implementados nas regiões e municípios turísticos.

3 FORMAÇÃO E CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

No passado, os municípios turísticos de Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas pertenceram à extensa sesmaria do território de Mata Grande-Alagoas, que era um território bastante extenso (Figura 2). Em 1887, Piranhas passou a ser uma vila e foi desmembrada de Pão de Açúcar, que anteriormente também pertenceu à sesmaria Mata Grande, que em 18 de março de 1837 foi elevada à vila e paróquia. E em 1875, elevada à categoria de vila, Água Branca foi desmembrada do território de Mata Grande (LIMA, 2019).

FIGURA 2 - DESMEMBRAMENTO DO TERRITÓRIO MATA GRANDE (1853-1976)



Fonte: ZAAL (2013). Organizado por Santos (2019).

Em 1952, Delmiro Gouveia foi desmembrado de Água Branca e, em 1962, Olho d'Água do Casado foi desmembrado de Piranhas. O surgimento de vilas e a criação de paróquias provocaram os diversos desmembramentos dessas localidades e do território paroquial de Mata Grande. E a elevação das vilas em cidades motivou a emancipação política desses municípios. Todos esses fatos levaram à diminuição do tamanho do território paroquial de Mata Grande, e a emancipação resultou na atual configuração desses municípios alagoanos (LIMA, 2019).

Num estudo regional se deve tentar detalhar sua composição enquanto organização social, política, econômica e cultural, abordando-lhe os fatos concretos, para reconhecer como a área se insere na ordem econômica internacional, levando em

conta o preexistente e o novo, para captar o elenco de causas e consequências do fenômeno. (SANTOS, 1988, p. 17).

As datas de formação da vila e da emancipação política de cada um desses municípios: Água Branca, Piranhas, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado são diferentes da data de criação das suas paróquias.

A fundação das paróquias dos municípios de Pão de Açúcar foi em 1853, e a de Água Branca em 1864. A religião foi a responsável por todos esses municípios já terem pertencido a um mesmo território paroquial. A política e a economia influenciaram para que as vilas conseguissem obter emancipação e, devido a isso, cada município possui o seu próprio território paroquial (LIMA, 2019).

Concordando com (SANTOS, 2008, p. 105), é importante essa recordação sobre o processo de formação da identidade territorial desses municípios.

Nesse retornar ao passado, procura-se algo inquestionável, legitimador e que vem à tona como uma medida de reconstrução ou de invenção de identidades que querem, além do reconhecimento, atingir uma coletividade que passe a defender, reconhecer, legitimar e fortalecer os vínculos de cada grupo. (SANTOS, 2008, p. 105).

Abordar os fatos concretos que tiveram influência na composição e organização social, religiosa, política, econômica e cultural desses municípios sertanejos é necessário para a compreensão do modo como esses municípios foram sendo fundados. Legitimando as características identitárias de Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado e Piranhas, os aspectos geográficos foram primordiais para a formação e o desenvolvimento de cada município e influenciaram no topônimo como Piranhas, que obteve esse nome devido ao riacho das piranhas.

A cidade de Mata Grande obteve esse nome por possuir uma vasta mata verdejante; já o nome de Água Branca foi proveniente do fato de haver, ali, uma fonte de água muito clara. O nome de Olho d'Água do Casado se deu porque em toda a região brotavam olhos d'água. O primeiro nome da cidade de Delmiro Gouveia era Pedra. O nome foi mudado para homenagear o industrial brasileiro Delmiro Gouveia, que foi o pioneiro na instalação de uma fábrica nesse município.

O contexto que deu nome a essas cidades ou municípios ao mesmo tempo se confunde com os fatos ocorridos ao longo do tempo nesse espaço dotado de poder, em que os municípios pertenciam ao mesmo território paroquial (Mata Grande). As mudanças levaram à separação desses municípios. Atualmente esses municípios turísticos chamam a atenção dos visitantes pelas peculiaridades que os seus recursos possuem.

3.1 Localização dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas

Os municípios turísticos de Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado e Piranhas localizam-se na região do Nordeste brasileiro, na porção oeste do estado conhecido como o Sertão de Alagoas. As principais vias de acesso desses municípios estão localizadas em média 282 km de distância da capital Maceió. As rodovias interligam os municípios Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas a capital Maceió, através da rodovia estadual AL – 220, AL – 225, AL – 215 ou a rodovia federal BR – 101. Os acessos dos municípios de Água Branca, Pariconha e Delmiro à capital são feitos pelas rodovias AL – 220, BR – 423, AL – 215, BR – 101 ou BR – 316.

O acesso do município de Mata Grande até Maceió é realizado por meio das rodovias pavimentadas BR – 316, AL – 145, AL – 140 e BR – 423. E da cidade de Mata Grande a Água Branca é pela AL-145, que já está asfaltada, facilitando o tráfego de veículos entre as cidades próximas e para os motoristas que escolhem essa rodovia para transitar.

A rodovia BR-316 que possibilita o acesso da cidade Mata Grande a Canapi e Mata Grande a Inajá, em alguns trechos ainda é estrada vicinal. A falta de pavimentação tem sido uma dificuldade para as pessoas que dependem dessas estradas para se locomoverem.

As condições climáticas desses municípios turísticos do Sertão de Alagoas sofrem influência da faixa Tropical (Nordeste Oriental), com períodos de estiagens que variam de 7 a 8 meses nos municípios localizados em Água Branca e Mata Grande. E nos municípios de Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas, os períodos de estiagens variam de 9 a 10 meses. Há uma pequena concentração de chuvas no período entre abril e julho. Na estação chuvosa, durante o inverno, a precipitação média anual varia de 400 mm a 900 mm e a temperatura em geral elevada à média varia entre a máxima de 35°C e 21°C e a mínima de 18° C (PTDRS, 2006).

Esses municípios turísticos do Sertão de Alagoas: Água Branca, Mata Grande, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas fazem parte do semiárido e a sua vegetação característica é a caatinga hiperxerófila de baixo e médio porte. Mas, nos municípios turísticos de Água Branca e Mata Grande, a vegetação dessas áreas são diversificadas, compostas por caatinga hiperxerófila com trechos de floresta caducifólia. Eles estão inseridos dentro da bacia hidrográfica do rio São Francisco.

Próximos ao rio São Francisco, os municípios turísticos de Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas apresentam recursos que vão do aspecto geográfico, histórico ao científico. No estado de Alagoas, o rio São Francisco possui 250 km

de águas fluviais navegáveis com potencial turístico. Seus recursos culturais, históricos e ecológicos atraem visitantes. Através do turismo em Piranhas, são realizados passeios de catamarãs e escunas que percorrem aproximadamente 22 km dos cânions, em alguns trechos têm pontos de embarque e desembarque (PTDRS, 2006).

Os municípios turísticos de Piranhas, Olho d'Água do Casado e Delmiro Gouveia fazem parte do destino Xingó. Inicialmente, antes da construção da Usina Hidrelétrica de Xingó, a visita era quase exclusiva em Piranhas. Após a construção da barragem e do enchimento do lago da Usina, além de Piranhas, que passou a receber mais visitantes, outros lugares passaram a ser visitados. Empresas privadas de turismo passaram a investir nessa área, exploram os recursos e transformam em atrativos que estão situados dentro de um território de visitação/uso, e as empresas criam serviços que se estende muito além de Piranhas (ARAÚJO, 2021).

A exploração dos recursos naturais, artificiais e histórico-culturais no entorno da UHE possibilitou a expansão espacial do destino Xingó (ARAÚJO, 2021). Os municípios turísticos localizados próximos ao rio São Francisco conseguiram obter melhorias, desenvolvimento e visibilidade. Entre os municípios turísticos em Alagoas que fazem parte do destino Xingó, aparentemente Piranhas é o que recebe maior reconhecimento pelo estabelecimento da atividade turística, investimentos governamentais e privados.

Além disso, nos municípios turísticos de Piranhas, Olho d'Água do Casado e Delmiro Gouveia, a prática do turismo é o alternativo e de massa, devido ao potencial dos seus recursos está sendo proposto o projeto do geoparque para a prática do geoturismo. E Água Branca tem características do turismo patrimonial. No que se refere a Mata Grande, a manifestação religiosa tem ganhado características do turismo religioso, pois, durante todo o ano, está sendo um lugar bastante procurado pelos visitantes do Santuário de Santa Teresinha.

A cidade é, ao mesmo tempo, uma região e um lugar, porque ela é uma totalidade, e suas partes dispõem de um movimento combinado, segundo uma lei própria, que é a lei do organismo urbano, com o qual se confunde. Na verdade, há leis que se sucedem, denotando o tempo que passa e mudando as denominações desse verdadeiro espaço- tempo, que é a cidade. (SANTOS, 1994, p. 35).

Esses municípios localizados no Sertão de Alagoas foram escolhidos para fazer parte de duas regiões turísticas Caminhos do São Francisco (região Cânions do São Francisco) e a região da Caatinga. A região Caminhos do São Francisco (região Cânions do São Francisco), até 2019, era formada por Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas, e a região da Caatinga, pelo município de Mata Grande. As cidades que são vistas

como lugares de recreação e lazer, por conta das suas características turísticas, passam a fazer parte de uma região turística, assim como também tem ocorrido com esses municípios sertanejos.

3.2 Regiões turísticas no Sertão de Alagoas

A definição de região é um agrupamento de áreas criadas politicamente a partir de propósitos pré-definidos, com o interesse de atender a conceitos e projetos distintos. A região é formada por áreas que têm especificidades que os diferenciam e ao mesmo tempo liga uma área a outras áreas. A região possui “elementos de diferenciação e seus limites espaciais impostos por barreiras naturais ou socialmente criadas” (CORRÊA, 1997, p.192). Dentro de uma região, pode ocorrer nessa mesma área a formação de várias regionalizações. Com o tempo, essas áreas podem sofrer alterações, como a fragmentação ou integração.

A região é um espaço criado com a incumbência de atender a interesses que sejam convenientes com o planejamento dos órgãos governamentais, sendo visto como “meros lugares funcionais do todo” (SANTOS, 1994, p. 48). No passado, a região era vista dentro de uma conjuntura, como “sinônimo de territorialidade absoluta de um grupo, através de suas características de identidade, de exclusividade e de limites. Hoje, o número de mediações é muito grande, o que induz, frequentemente, à confusão de imaginar que a região não mais existe” (SANTOS, 1994, p.48). Mesmo que a região tenha sido deixada de lado das discussões, ela continua existindo.

Como categoria geográfica, a região foi tirada da posição de destaque, abordada mais pela linguagem cotidiana do senso comum, relacionada à localização e extensão. “A região é uma classe de área, fruto de uma classificação geral que divide o espaço segundo critérios” (GOMES, 2000, p. 68). De acordo com critérios determinados por interesses governamentais, as diferentes regiões são formadas, assim, como os lugares que possuem características similares, são organizados em regiões.

Os critérios de semelhanças físicas, humanas, culturais e econômicas determinam em que região os municípios são agrupados. Esses critérios são utilizados para facilitar o desenvolvimento de políticas públicas. Cada região concebe uma identidade particular que diferencia uma área da outra, além disso, a região pode ser definida como uma área homogênea que possui características semelhantes. “No plano teórico, pode-se considerar que a região é decorrente da manifestação concreta da consciência regional percebida entre seus

membros, possibilitando diferenciação entre quem está dentro (membros) e quem está fora (não membros)” (OLIVEIRA 2006, p. 84 apud MACHADO; TOMAZZON, 2011, p. 231).

Os recursos existentes em determinadas áreas são usados como critérios que diferenciam uma área da outra, tornando responsáveis por separar ou integrar uma área a uma região específica. O processo de formação de uma região está relacionado à diferenciação de uma área da outra, “as diferenciações regionais são frutos de processos sociais e econômicos” (PERREIRA, 2000, p. 69 apud TALASKA, 2011, p. 209). As diferenciações são para “atender às necessidades impostas por uma política setorial, uma política de planejamento ou por propostas de desenvolvimento regional” (LIMONAD, 2004, p. 58 apud TALASKA, 2011, p. 208).

Os órgãos governamentais têm colocado em ação as políticas de planejamento regional, para isso, buscam investir em setores que contribuem no desenvolvimento econômico. O turismo é um dos setores que contribui com o desenvolvimento econômico, com isso, os órgãos governamentais criam a proposta de regionalizar áreas que possuem potencial turístico. A criação de uma região turística tem o propósito de abordar áreas que estão vinculadas à atividade turística ou visitação de recursos turísticos (LIMA, 2021).

A região turística é constituída de paisagens naturais e culturais, vistas como elementos significativos, que proporcionam à comunidade local e aos visitantes obter diferentes experiências. “Uma região turística deve ser percebida por suas comunidades como espaço das próprias experiências na relação da cultura local com o território e com a paisagem” (MACHADO; TOMAZZON, 2011, p.234). É a verificação dos recursos e seu grau de atratividade que tem sido o motivo do deslocamento de visitantes, isso faz com que os municípios sejam inseridos em uma região turística. Em 2019, cinquenta municípios de Alagoas foram distribuídos em sete regiões turísticas (Figura 3):

FIGURA 3- REGIÕES TURÍSTICAS DE ALAGOAS



Fonte: MTur (2019). Organizado por Los Mapas Consultoria (2022).

Na região turística Caminhos do São Francisco² (região Cânions do São Francisco): Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado, Pão de Açúcar, Traipu, Piranhas, São Brás, Porto Real do Colégio, Penedo e Piaçabuçu; na região turística Lagoas e Mares do Sul (Lagoas, Mares e Rios do Sul), os municípios turísticos de Pilar, Barra de São Miguel, Coqueiro Seco, Marechal Deodoro, Roteiro, Coruripe, Feliz Deserto e Jequiá da Praia; na região turística Costa dos Corais, os municípios turísticos: Barra de Santo Antônio, Japaratinga, Maragogi, Porto Calvo, Passo de Camaragibe, Porto de Pedras, São Miguel dos Milagres e Paripueira; na região turística dos Quilombos, os municípios turísticos: Quebrangulo, Paulo Jacinto, Viçosa, Mar Vermelho, Ibateguara, São José da Laje e União dos Palmares; na região turística Grande Maceió, os municípios turísticos: Maceió e Rio Largo; na região turística da Caatinga: Mata Grande, Senador Rui Palmeira, Maravilha, Santana do Ipanema, Major Isidoro, Poço das Trincheiras, Olho d'Água das Flores, São José da Tapera; e na região turística do Agreste, os municípios turísticos: Palmeira dos Índios, Junqueiro, Arapiraca, São Sebastião, Campo Alegre, Boca da Mata e Lagoa da Canoa. Essas sete regiões

² A edição do mapa turístico de Alagoas de 2022 fez alterações nos nomes das regiões turísticas Caminhos do São Francisco para região Cânions do São Francisco, Lagoas e Mares do Sul para Lagoas, Mares e Rios do Sul. Fonte: <http://www.sedetur.al.gov.br/component/k2/item/3164-seis-municipios-alagoanos-sao-inseridos-no-mapa-do-turismo-brasileiro>.

turísticas de Alagoas são constituídas por esses municípios em que estão presentes recursos naturais e culturais que diferenciam uma região turística da outra.

A regionalização não significa apenas a diferenciação de áreas de acordo com seus aspectos naturais, culturais, sociais e econômicos, mas, também, é um processo de formação de regiões como as turísticas, metropolitanas, intermediárias e imediatas entre outras. “A abordagem conceitual tida sobre regionalização infere que seu significado não é unicamente sinônimo de diferenciação de áreas em determinado território, a regionalização é também entendida como o processo de formação de regiões” (PERREIRA, 2000 apud TALASKA, 2011, p. 208).

3.3 Programas de desenvolvimento turístico

O processo de regionalização turística conta com o programa de regionalização do turismo que se contrapõe ao tipo de turismo que não valoriza o local, pois o turismo é caracterizado pela personalização dos pacotes turísticos, pela segmentação do mercado e por visitantes que estão em busca de experiências (RAMOS; RIBEIRO, 2015). A regionalização pretende impulsionar a participação dos municípios que não são vistos com relevância pelo setor turístico, mas, com as suas potencialidades, peculiaridades e capacidade produtiva, podem buscar ser inseridos no processo de desenvolvimento do turismo (MTUR, 2007).

O programa de regionalização do turismo subsidia a estruturação e qualificação das regiões turísticas para que possam planejar e decidir seu futuro, de forma participativa, respeitando os princípios da sustentabilidade econômica, ambiental, sociocultural e político-institucional. As regiões turísticas também assumem a responsabilidade pelo seu próprio desenvolvimento, possibilitando a consolidação de roteiros como produtos turísticos rentáveis e sejam competitivos com outros mercados (MTUR, 2007).

Os municípios recebem do programa de regionalização do turismo o suporte necessário para que possa planejar a prática do turismo. Não são todos os lugares turísticos que têm tido o envolvimento governamental ou têm recebido com frequência investimentos públicos para o desenvolvimento do turismo. Para Krippendorf (2000, p. 25), “o sistema não funciona tão harmoniosamente como o quadro que se apresenta nos faz crer, os elementos não têm o mesmo peso, alguns polos predominam em detrimento de outros”.

Geralmente são os polos turísticos os grandes beneficiados pelos programas destinados ao desenvolvimento do turismo, pois a atividade turística “trata-se de uma indústria que sempre precisou de consideráveis níveis de envolvimento e investimentos

públicos e, em anos recentes, isto aumentou, na medida em que todos os tipos de lugares tentam estruturar ou reforçar sua posição enquanto objetos preferidos do olhar do turista” (URRY, 1990, p. 64).

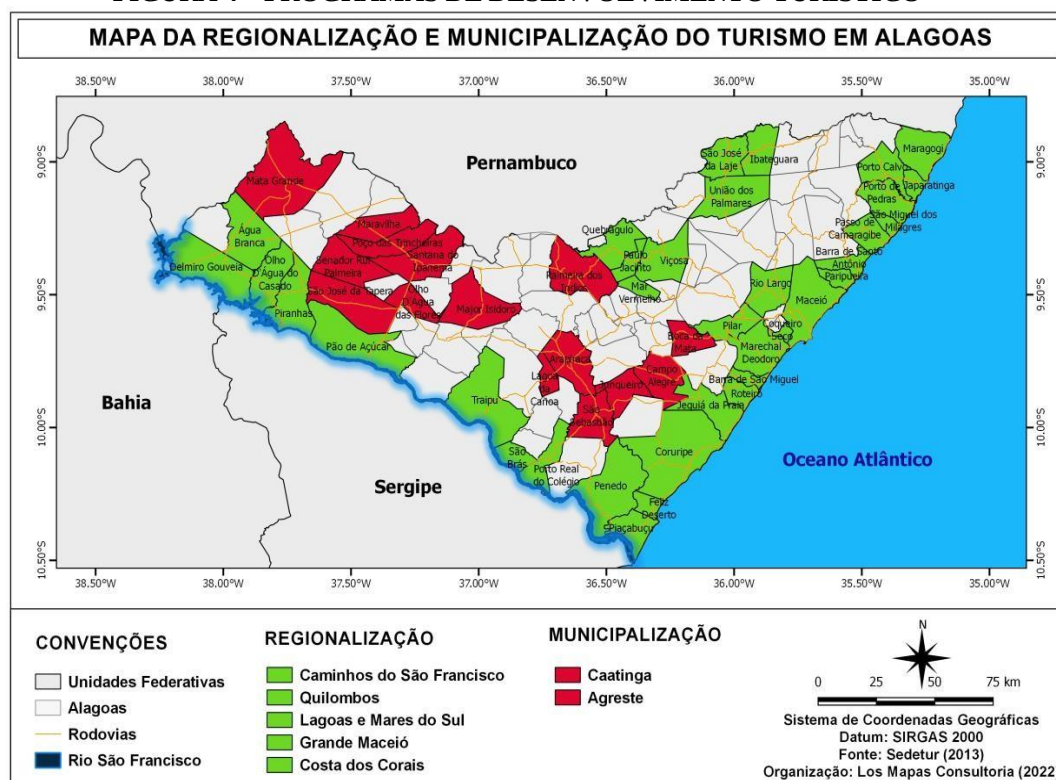
Os municípios que têm a atividade turística consolidada ou estão próximos dos grandes centros conseguem amplo apoio do governo, que destina as verbas para os municípios turísticos que atendam as estratégias e promovam o turismo regional. Os municípios que possuem melhores condições financeiras conseguem atender estratégias de divulgação e reconhecimento dos seus recursos. Segundo a Onu-habitat (2020), em Alagoas ocorreu o aumento progressivo de investimentos para promover destinos turísticos, saltando de mais de R\$ 1,5 milhão em 2014 para mais de R\$ 10 milhões em 2019.

Não são todas as regiões turísticas que recebem altos investimentos, também não são todos municípios dessas regiões turísticas que contarão com investimentos, pois “as parcerias com entes públicos, nos níveis municipal, estadual e federal foram apontadas como uma forma de potencializar o turismo local e a região turística onde cada município está inserido. No entanto, não são todos os municípios que têm conseguido estabelecer essas parcerias e algumas não foram avaliadas positivamente” (ONU-HABITAT, 2020, p.34).

Os municípios considerados turísticos ajudam a formar uma região turística, fazem parte do processo de regionalização, porém, o programa de regionalização do turismo não contempla todos os municípios turísticos. Para o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Alagoas (2013-2023), apenas os municípios turísticos que possuem recursos com grau de atratividade capaz de atrair visitantes e que esses lugares fazem parte do produto turístico são assistidos pelo programa de regionalização do turismo.

Um dos focos principais da regionalização é incentivar e fortalecer a criação de instâncias descentralizadas nas regiões. Nesse processo de intensificação da regionalização, o governo de Alagoas, por meio do SEDETUR, vem investindo nessas cinco regiões prioritárias: Caminhos do São Francisco (região Cânions do São Francisco), Grande Maceió, Costa dos Corais, Quilombos, Lagoas e Mares do Sul (Lagoas, Mares e Rios do Sul). Os demais municípios serão trabalhados individualmente por meio da estratégia de municipalização. O programa de regionalização e municipalização do turismo (Figura 4) devem nortear todos os programas e projetos a serem implementados (ALAGOAS, 2013).

FIGURA 4 – PROGRAMAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO



Fonte: SEDETUR (2013). Organizado por Los Mapas Consultoria (2022).

Os municípios turísticos de Alagoas³ a serem trabalhados pelo programa de regionalização estão na região turística Caminhos do São Francisco (região Cânions do São Francisco): Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado, Piranhas, Pão de Açúcar, Traipu, São Brás, Porto Real do Colégio, Penedo, Piaçabuçu, (Pariconha e Belo Monte). Na região turística Lagoas e Mares do Sul (Lagoas, Mares e Rios do Sul), os municípios turísticos de Pilar, Barra de São Miguel, Coqueiro Seco, Marechal Deodoro, Roteiro, Coruripe, Feliz Deserto e Jequiá da Praia (São Miguel dos Campos).

Na região turística Costa dos Corais, os municípios turísticos: Barra de Santo Antônio, Japaratinga, Maragogi, Porto Calvo, Passo de Camaragibe, Porto de Pedras, São Miguel dos Milagres e Paripueira. Na região turística dos Quilombos, os municípios turísticos: Quebrangulo, Paulo Jacinto, Viçosa, Mar Vermelho, Ibateguara, São José da Laje, União dos Palmares (Atalaia, Maribondo e Murici). E na região turística Grande Maceió, os municípios turísticos: Maceió e Rio Largo.

³ Seis municípios: Pariconha e Belo Monte (região Cânions do São Francisco), São Miguel dos Campos (região Lagoas, Mares e Rios do Sul), Atalaia, Maribondo e Murici (região do Quilombo) foram inseridos no mapa turístico de Alagoas de 2022. Fonte: <http://www.sedetur.al.gov.br/component/k2/item/3164-seis-municipios-alagoanos-sao-inseridos-no-mapa-do-turismo-brasileiro>.

E os municípios turísticos de Alagoas a serem trabalhados pelo programa de municipalização na região turística da Caatinga: Mata Grande, Senador Rui Palmeira, Maravilha, Santana do Ipanema, Major Isidoro, Poço das Trincheiras, Olho d'Água das Flores, São José da Tapera. Na região turística do Agreste, os municípios turísticos: Palmeira dos Índios, Junqueiro, Arapiraca, São Sebastião, Campo Alegre, Boca da Mata e Lagoa da Canoa.

Fazer parte de uma região turística e estar no processo de regionalização não é garantia de contar com os benefícios do programa de regionalização do turismo. Os investimentos são em áreas estratégicas, que, segundo os critérios de valor, são escolhidos os que têm maiores condições de promover o turismo, os municípios turísticos que mais correspondem aos critérios determinados, ou seja, os que atendem aos interesses governamentais recebem maiores investimentos.

O investimento financeiro também deve partir do município interessado em desenvolver o turismo. A dificuldade, no entanto, é que tem município turístico alegando não ter condições financeiras suficientes para investir no turismo. Os municípios que foram inseridos recentemente ou que o turismo não está consolidado têm mais dificuldades de obter apoio governamental, pois a ajuda financeira não é de imediata. Enquanto algumas regiões turísticas de Alagoas têm dificuldades para impulsionar o seu turismo, outras regiões recebem investimentos que agregam valor para aumentar a visitação e promover o turismo.

As áreas estratégicas que possibilitam e beneficiam o setor turístico em Alagoas têm recebido investimentos do governo do estado que utiliza de meios para expandir e melhorar a malha viária, abrindo novas rotas para o turismo e investimentos em segurança pública (ONU-HABITAT, 2020, p. 20). Para atender a proposta de integração regional e beneficiar o setor turístico, o governo estadual, através do programa pró-estrada (SETRAND), realiza a pavimentação de novos trechos que dão acesso a vários municípios, inclusive aos turísticos.

A proposta de integração regional foi criada com intuito de ampliar a mobilidade urbana e gerar desenvolvimento econômico e turístico. A proximidade entre os municípios permite a facilidade de locomoção dos visitantes. Esses municípios com características parecidas são parte do processo de “regionalização que deve valorizar os espaços locais, por meio da organização das identidades regionais e da promoção da diferenciação diante de outros lugares, pela atuação do poder público” (MACHADO; TOMAZZON, 2011, p. 233).

É importante que o poder público, ao realizar a diferenciação dos municípios que possuem características que corresponda aos seus critérios, valorize as identidades regionais. Uma região é formada considerando os aspectos físicos, econômicos, humanos e sociais.

Essa mesma região pode ser dividida em outras regiões por influência do turismo, da economia, da metropolização, etc. Em uma mesma área, pode ser localizada a região que foi dividida e as regiões que foram formadas.

Mesmo que cada tipo de região possua uma configuração diferente, essas regiões não estão pautadas apenas em zonas fisiográficas definidas como Litoral, Mata, Agreste e Sertão. Mas, em regiões formadas por influência do turismo, da metropolização, entre outras. Instituída em 2017, pelo IBGE, a nova regionalização propõe um recorte espacial da organização político-territorial para o planejamento do Estado, visando a integração da gestão e das políticas públicas estaduais que possam gerir um desenvolvimento de acordo com a realidade espacial do Estado a partir das regiões geográficas de Alagoas (SILVA, 2021).

Os municípios turísticos do Sertão de Alagoas, inseridos na região Caminhos do São Francisco (região Cânions do São Francisco) Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas, como também Mata Grande, na região da Caatinga, estão localizados na região geográfica de Alagoas, na região geográfica intermediária de Arapiraca, na região metropolitana do Sertão e na região geográfica imediata de Delmiro Gouveia (SILVA, 2021). Essas regiões são criadas de acordo com os interesses econômicos e políticos. Diante disso, as políticas públicas estaduais serão mais aplicadas nos setores que movimentam a economia.

A economia tem reinado soberana e é, ao mesmo tempo, uma força que desde o começo movimenta os setores e também dita como cada um deve adotar sua conduta de negócios. Os valores adotados pelo homem e a política do Estado são decididas baseadas na economia. Todos os setores correm o risco de suas atividades serem tratadas como produto a ser comercializado (KRIPPENDORF, 2000). A economia tem sido um dos responsáveis para que alguns municípios turísticos sejam mais beneficiados com políticas públicas do que outros.

Para orientar a atuação do Ministério do Turismo no desenvolvimento das políticas públicas, o programa de regionalização do turismo instituiu um instrumento: o mapa turístico. Ele define a área que deve ser trabalhada prioritariamente pelo Ministério do Turismo. Os órgãos estaduais de turismo, em conjunto com as instâncias de governança regional, considerando os critérios construídos com o Ministério do Turismo, indicam os municípios que compõem o mapa turístico. De acordo com o desempenho que o turismo tem na economia dos municípios, cada um é categorizado em A, B, C, D, E (MTUR, 2019).

A categorização dos municípios turísticos está baseada nas semelhanças e estruturas que os municípios possuem, na quantidade de empregos gerados pelos serviços de hotelaria e

na quantidade de turistas nacionais e estrangeiros que cada um recebe. A partir dessas semelhanças, são divididos em cinco grupos A, B, C, D, E com o intuito de definir os municípios que se beneficiarão das estratégias e investimentos destinados ao setor turístico. Os municípios turísticos são agrupados no mapa por regiões, de acordo com as semelhanças de seus perfis (MTUR, 2019).

Em 2019, o Ministério do Turismo de Alagoas considerou como turísticos 50 municípios de Alagoas, distribuídos em sete regiões turísticas: Agreste, Caminhos do São Francisco (região Cânions do São Francisco), região da Caatinga, Quilombos, Grande Maceió, Lagoas e Mares do Sul (Lagoas, Mares e Rios do Sul), Costa dos Corais. Porém, no Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Alagoas, 2013-2023, constam apenas cinco regiões turísticas são: Caminhos do São Francisco (região Cânions do São Francisco), Costa dos Corais, Grande Maceió, Lagoas e Mares do Sul (Lagoas, Mares e Rios do Sul), Quilombos. Com isso, os municípios com potencial turístico que fazem parte das regiões turísticas, região da Caatinga e Agreste não foram incluídas no Plano.

Essa diferença na classificação do Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Alagoas 2013-2023 revela que a prioridade não são os municípios com potencial turístico, mas aqueles que são um produto turístico. “Muitos municípios alagoanos apresentam potencial turístico. No entanto, esse potencial não é um produto turístico, só passando a ser um produto quando encontrar-se pronto para a comercialização” (ALAGOAS, 2013, p. 41).

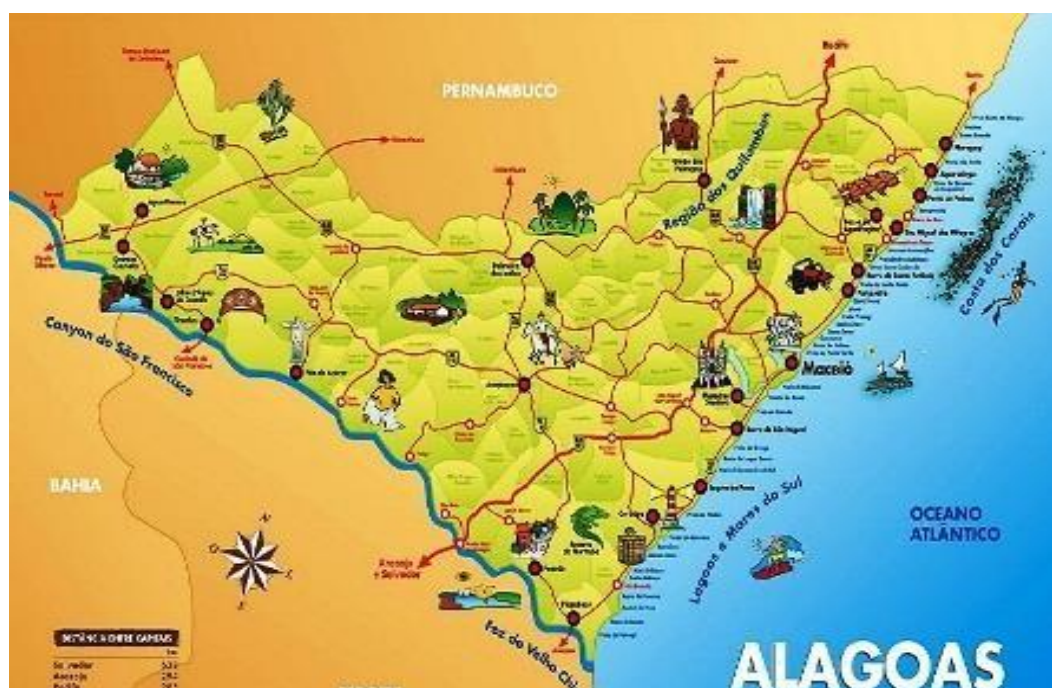
Para o plano, primeiro é tomado conhecimento do potencial turístico do município, para depois planejar uma forma de torná-lo uma experiência de consumo para os visitantes. O fato é que o Ministério do Turismo, através do órgão estadual de turismo, a cada dois anos atualizava o seu mapa turístico. A partir de 2022, será atualizada anualmente, pois a plataforma de atualização durante todo o ano permanece aberta (MTUR, 2019). Também identifica os municípios que possuem potencialidade turística, auxilia a verificar as necessidades de investimento e ações de incentivo que cada região do país precisa, para mostrar que os recursos e as políticas públicas voltadas ao setor turístico podem ser eficazes. Na versão do mapa de 2019, foram incluídos 50 municípios turísticos de Alagoas que possuem aspectos culturais, históricos, econômicos, geográficos similares ou complementares (MTUR, 2019). No início de 2022, já são 46 municípios inseridos na rota turística de Alagoas.

Os municípios turísticos do Sertão de Alagoas inseridos no mapa em 2019 foram categorizados em C, D, E, de acordo com as semelhanças e estruturas que os municípios possuem e o desempenho que o turismo tem na sua economia. A categorização dos

municípios turísticos do Sertão de Alagoas que fazem parte da região turística Caminhos do São Francisco (região Cânions do São Francisco): Água Branca - Categoria D, Delmiro Gouveia - Categoria C, Olho d'Água do Casado - Categoria E, Piranhas - Categoria C; na região da Caatinga, Mata Grande - Categoria D. Essa categorização tem o intuito de definir os municípios que se beneficiarão das estratégias e investimentos destinados ao setor turístico (MTUR, 2019).

Diante dessa categorização, Delmiro Gouveia e Piranhas estão na categoria C, Água Branca e Mata Grande na categoria D, Olho d'Água do Casado na categoria E. Porém, Piranhas já é tratado como um produto, com isso, tem conseguido ser o mais beneficiado com as estratégias e investimentos destinados ao desenvolvimento do turismo no seu município. Junto com os municípios turísticos de Água Branca, Delmiro Gouveia e Olho d'Água do Casado, estão sendo representados por símbolos e têm os nomes destacados no mapa turístico de Alagoas de 2019 (Figura 5).

FIGURA 5– MAPA TURÍSTICO DE ALAGOAS (2019)



Fonte: Secretaria do Desenvolvimento Econômico e Turismo- Sedetur (2019).

É importante que os municípios sejam representados por símbolo no mapa turístico, pois serve para identificar a característica do lugar e, ao mesmo tempo, se torna a sua imagem. Mata Grande não tem recebido a divulgação e incentivo como os demais municípios. Desde 2017, foi considerado um lugar que possui potencialidades turísticas, compõe a região da Caatinga faz parte da categoria D e está inserido no mapa, mas, sem a representação por

símbolo e o nome não está em destaque. A explicação é que Mata Grande apresenta potencial turístico, no entanto, não é um produto turístico. “Cada um com suas especificidades, potencialidades e fragilidades no que se refere à cadeia de valor do turismo” (ONU-HABITAT, 2020, p. 20). Desde 2017, é de conhecimento do órgão estadual de turismo o potencial turístico do município de Mata Grande, mas, até o presente ano, ainda não foi divulgado um planejamento para torná-lo uma experiência de consumo para os visitantes.

Isso demonstra que os programas e órgãos estaduais do turismo não dão o suporte necessário para que todos os municípios turísticos possam planejar a sua prática turística. O envolvimento governamental e investimentos públicos para o desenvolvimento do turismo têm sido somente em alguns municípios turísticos que estão consolidados ou por conta do turismo que conseguem melhorar sua economia, fazendo com que alguns municípios turísticos predominem diante de outros, como têm acontecido nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas.

O próximo capítulo apresenta as expectativas para o turismo no Sertão de Alagoas, a proposta do geoparque Cânion do São Francisco e as manifestações culturais que podem ser vistas como alternativas para complementar o turismo de Alagoas e ampliar as opções de práticas turísticas. Aborda a romaria como uma manifestação cultural e sua contribuição para o deslocamento de visitantes ao Santuário Teresiano em Mata Grande – Alagoas. Através dessa manifestação cultural, a cidade tem apresentado características de turismo religioso, bem como também esse fenômeno tem sido importante para impulsionar a economia da região.

4 EXPECTATIVAS PARA O TURISMO NO SERTÃO DE ALAGOAS

O turismo funciona como um estabilizador sobre o indivíduo, a sociedade e a economia. Durante a visita, são consumidos pelos visitantes o clima, a natureza, a paisagem, a cultura e a mão de obra dos indivíduos das regiões visitadas. Por sua vez, a economia precisa do turismo que lhe propicia energia e regenera a mão de obra (KRIPPENDORF, 2000). A expectativa é que o turismo contribua com a melhoria dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas, que haja uma troca, através do consumo do clima, da natureza e da cultura, as visitas gerem renda e sejam criados empregos para melhorar a economia.

Além disso, o turismo alternativo e de massa vivenciado nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas pode ser uma opção para a diversificação turística de Alagoas. A pretensão é relacionar vários tipos de turismo e que nesses lugares sejam implantadas práticas turísticas que consigam aproveitar os atributos (recursos naturais e culturais, as manifestações culturais e o acervo patrimonial) que são referências desses municípios turísticos. Com isso, possam ter a possibilidade de construir novos espaços e consolidar os espaços que estão passando pelo processo turístico.

A atividade turística é como uma ação “que se produz em nossa consciência por meio dos sentidos, envolvendo dados materiais, ou fenômenos internalizados, psicológico” (CAMARGO, 2001, p. 39). As sensações vividas influenciam no seu comportamento antes, durante e após o regresso da viagem. Os indivíduos, em seu tempo livre, se deslocam de seu lugar de origem com o interesse de visitar lugares turísticos motivados pelo prazer de ver coisas novas, adquirir conhecimento ou vivenciar experiências.

Os municípios do Sertão de Alagoas que passam pelo processo turístico têm vários tipos de turismo que podem ser vivenciados. Também está sendo cogitada a prática do geoturismo. Esse tipo turístico está voltado para apreciação e estudo dos recursos naturais. Não é uma atividade tão conhecida na região, mas, para incentivar a sua prática, foi pensado a implantação do geoparque Cânion do São Francisco. A proposta do geoparque Cânion do São Francisco é uma estratégia de uso sustentável. Com isso, pretende ser um diferencial que tem o intuito de atrair novos públicos para a região.

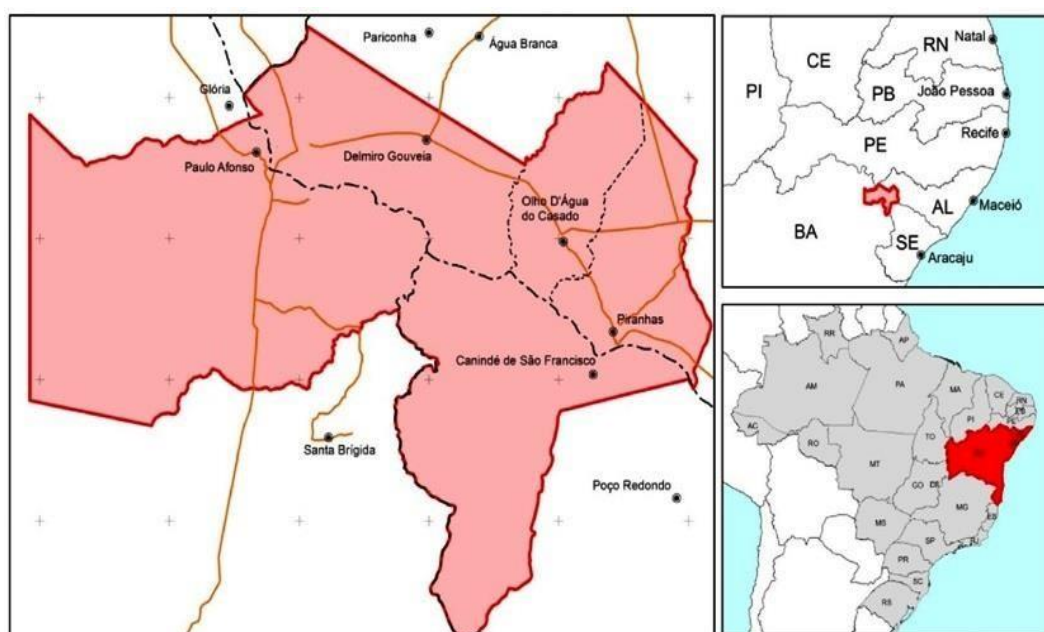
4.1 Geoparque Cânion do São Francisco uma proposta de desenvolvimento turístico

A geoconservação e o geopatrimônio, assuntos que vêm sendo debatidos desde os anos 1990, nas ciências que estudam o planeta terra, aliados ao geoturismo, propõem como

estratégia de uso sustentável a criação de geoparques. Essa estratégia busca realizar a conservação e a divulgação da existência dos elementos bióticos e abióticos e seus sistemas paisagísticos, além de indicar a função que esses elementos exercem na natureza e o seu valor para a ciência, educação e a cultura. Buscam garantir para as futuras gerações a preservação dos registros de transformações, ocorridas ao longo do período histórico e geológico. As manifestações sociais e culturais também são testemunhas da interação e adaptação dos indivíduos participantes da produção social do espaço.

Em 2018, o projeto Geoparques do Serviço Geológico do Brasil – CPRM realizou estudos nos estados nordestinos de Alagoas, Sergipe e Bahia em áreas próximas ao rio São Francisco, para identificar áreas com potencial para a criação do geoparque Cânion do São Francisco. Com uma extensão territorial de 3.783 km², o geoparque Cânion do São Francisco (Figura 6) compreende os municípios de Piranhas, Olho d'Água do Casado e Delmiro Gouveia em Alagoas, como também o município Canindé de São Francisco, em Sergipe, e o município de Paulo Afonso, na Bahia.

FIGURA 6 - LOCALIZAÇÃO DA ÁREA DO GEOPARQUE CÂNION DO SÃO FRANCISCO



Fonte: Projeto Geoparque Cânion do São Francisco (2018).

A proposta de implantação do geoparque Cânion do São Francisco, de acordo com os estudos realizados pelo CPRM (2018), atende aos requisitos exigidos pela UNESCO (2014), devido a área destinada a criação do geoparque apresentar diversos geossítios. Nos geossítios observam-se a existência de sítios arqueológicos, uma diversidade de fauna e flora. Também,

apresentam aspectos históricos e culturais como Angiquinho, a primeira usina hidroelétrica do Nordeste, a estrada de ferro Paulo Afonso e a história do Cangaço.

A intenção é que as visitas aos geossítios localizados dentro do geoparque sejam realizadas seguindo roteiros que atendam aos requisitos determinado pela UNESCO (2014). Os requisitos determinam que, para a implantação do geoparque, a área escolhida apresente a história geológica da região, os aspectos arqueológicos, os ecológicos, os históricos ou culturais (CPRM, 2018). A determinação da UNESCO é que a visita aos geossítios sigam o roteiro, que são “ferramentas turísticas que foram adaptadas aos objetivos e a forma de apropriação do espaço realizada pelo geoturismo, dentre as quais estão os roteiros” (MEIRA *et al.*, 2020, p. 2).

O acesso ao futuro geoparque Cânion do São Francisco poderá ser feito a partir de quatro capitais da região Nordeste: de Maceió, via rodovia AL-220, num percurso de 267 km até a cidade de Piranhas; de Aracaju, via rodovias BR-235 e SE-175, num trajeto de 197 km até a cidade de Canindé de São Francisco; de Salvador, via rodovia BR-110, num percurso de 469 km até a cidade de Paulo Afonso; e do Recife, via rodovias BR-232 e BR-423, num trajeto de 415 km até a cidade de Delmiro Gouveia (CPRM, 2018).

O clima na área do geoparque Cânion do São Francisco tem elevadas temperaturas, em média 26° C a 35° C. Entre novembro e fevereiro ocorre o período de estiagem, a precipitação média anual varia entre 500 e 900 mm. E no inverno, durante os meses de maio até agosto com curto período chuvoso, as temperaturas mínimas no mês de julho são de 18° C. O bioma característico é a caatinga, a sua fauna e flora são adaptadas ao clima semiárido, a fauna é composta por diversas espécies de animais de médio e pequeno porte, a flora é formada por árvores, cactáceas e plantas herbáceas (CPRM, 2018).

O geoparque Cânion do São Francisco está inserido na bacia hidrográfica do São Francisco. A geologia da área do geoparque está contida no domínio externo da Província Borborema e sedimentos da Bacia Tucano Norte, são constituídos por rochas metamórficas, magmáticas, graníticas e sedimentares. Tem como recursos em seu território uma variedade de rochas que vão do período Mesoproterozoico ao Cenozoico.

Os tipos de relevo encontrado nessa área são quatro: representados pelas superfícies aplainadas degradadas, os relevos residuais do tipo inselbergs, as colinas dissecadas, os baixos platôs da Bacia Tucano. As superfícies aplainadas degradadas representam a maior extensão territorial do geoparque. A amplitude de relevo fica entre 0 a 10 metros. Apesar das baixas declividades, prevalece o desenvolvimento de solos rasos e pedregosos, e os processos de erosão laminar são significativos, com amplitude de relevo de 50 a 300 metros. Os

inselbergs encontram-se disseminados na superfície aplainada, localizados nos municípios de Olho d'Água do Casado e Canindé de São Francisco (CPRM, 2018).

As colinas dissecadas variando de 30 a 80 metros, esse padrão de relevo é encontrado nos municípios de Piranhas e Canindé de São Francisco. A amplitude altimétrica varia de 0 a 20 metros. Os baixos platôs, os processos de morfogênese que por vezes formam os relevos residuais, a Serra do Umbuzeiro no município de Paulo Afonso (CPRM, 2018). O turismo desenvolvido nos municípios de Piranhas, Olho d'Água do Casado e Delmiro Gouveia utiliza os recursos naturais como os Cânions do São Francisco para atrair os visitantes.

A proposta do geoparque Cânion do São Francisco tem como objetivo implantar uma gestão territorial aliada ao desenvolvimento sustentável, e a criação deste geoparque possibilitará a implantação do geoturismo. Outro aspecto importante é o fato de o futuro geoparque conter área de proteção ambiental, o monumento natural: o rio São Francisco. A área de proteção ambiental e a maior parte dos geossítios com relevância em termos de processos geológicos e geomorfológicos devem ser administrados e fiscalizados pelo Sistema Nacional de Unidades de Conservação.

Com os órgãos governamentais no comando do geoparque, a comunidade local terá uma participação secundária em relação ao que será decidido para essas áreas. Sabendo que o geoturismo pode gerar emprego e renda, foi feita a proposta do geoparque para complementar as atividades que contribuem com a economia da região, a agricultura, pecuária, comércio, turismo, setor de serviços e a geração de energia elétrica das hidrelétricas de Paulo Afonso e Xingó.

O geoturismo também pode contemplar grande parcela da população por ser considerado integrador e dinâmico. “A busca pelo sentir para além do ver, pelas experiências com o destino para além do “comprar” momentos, faz com que o geoturismo se configure como uma atividade que agrada aos pós-turistas e todo um novo nicho de consumidores” (MEIRA; NASCIMENTO; SILVA, 2020, p. 22). Sendo um tipo de turismo, o geoturismo busca proporcionar a experiência que não esteja baseada somente no consumo dos recursos, mas na sustentabilidade.

Existem algumas discussões em torno da implantação da prática geoturística sustentável: os impactos que essa prática também causa no ambiente e nos locais que são implantados, se a sua realização é viável e rentável comparado com o investimento empregado. Outra questão é em relação à gestão e o funcionamento dos geoparques em comunidades locais, com a promessa de que esses lugares são a base para o desenvolvimento socioeconômico.

Porém, não são todos que serão beneficiados com empregos no geoparque Cânion do São Francisco, visto que o número de habitantes que reside nos cinco municípios que compõem a área territorial do geoparque é de 232.062 (IBGE, 2018). Essas atividades não conseguem beneficiar a todos, sempre têm as vantagens e desvantagens. Visando mitigar os impactos, tem sido pensado em intervenções que reduzam os efeitos dessas atividades no ambiente.

A sustentabilidade é um conceito que tem sido incorporado no geoturismo e em outros tipos de turismo para mostrar que fazem o uso consciente dos recursos. Seguindo os requisitos de sustentabilidade determinados para a realização das atividades turísticas atuais, a conservação dos ambientes deve ser assegurada pelos idealizadores e praticantes dessas atividades. Aproveitando todas as potencialidades que a região pode oferecer através do turismo, o geoturismo promove diferentes experiências tanto para quem visita, como para as pessoas habitantes do lugar que é visitado.

Além do geoturismo, que é uma atividade que pode ser viável devido ao seu principal recurso, o rio São Francisco será usado como atributo para atrair visitantes. Outra promessa para o turismo no Sertão de Alagoas é o turismo religioso, cultural e patrimonial em municípios mais distantes do rio São Francisco. Antes do turismo ser efetivado em um lugar, as manifestações culturais sempre estiveram presentes praticamente em todos os lugares, em muitos casos, têm sido responsáveis por atrair visitantes e, também, ser uma fonte de emprego e renda para a comunidade local.

4.2 A utilização das manifestações culturais como recursos turísticos

As manifestações culturais são eventos organizados, realizados e vivenciados por indivíduos que demonstram na forma como celebram, nas características do lugar e os elementos inseridos no evento, a cultura que pertence ou tem um apreço. “A cultura se manifesta a partir daquilo que vem do passado e se transforma por ações de pessoas de hoje. Nesse sentido, a cultura é um fazer dinâmico, vinculada às questões da tradição inventada ou reatualizada desde tempos pretéritos” (CARDOSO, 2014, p. 23). Os eventos festivos e religiosos possuem resquícios de ações vivenciadas pelas gerações passadas, em cada período as pessoas vão adaptando os eventos as suas necessidades.

As características das manifestações culturais que existem nos dias atuais são interpretações de culturas passadas. “As práticas culturais são fenômenos sociais de grande

complexidade, e as explicações acerca delas ou do consumo de bens simbólicos envolvem uma articulação interpretativa entre as dimensões sociais, econômicas e culturais” (SILVA, 2019, p. 7). A manifestação cultural é a expressão de uma ação realizada e vivenciada pelos indivíduos, para demonstrar a sua cultura através de celebrações festivas e religiosas, danças, músicas, vestimentas, culinária, arte, costumes, etc.

Cada forma de manifestação cultural carrega consigo um tipo de conhecimento, de singularidade que diferencia uma da outra, como também revela a origem de sua herança cultural, a comunidade na qual pertence e o povo que a pratica. “A cultura está relacionada aos modos de viver das sociedades humanas. Pelas suas características, pode-se considerar que ela é, ao mesmo tempo, estática e dinâmica” (CARDOSO, 2014, p. 32). Ao mesmo tempo em que os indivíduos praticam a sua cultura, através de determinados costumes e tradições, essa cultura é alterada e, mesmo assim, vai sendo passada de geração em geração.

O indivíduo tem maneiras diferentes de perceber, sentir e vivenciar as práticas realizadas em sua cultura, as manifestações são realizadas em unidade, porém, a experiência é vivida individualmente. “Outro aspecto a ser destacado em relação à cultura é que nossos modos de ser, pensar e agir varia conforme nossa geração, nosso gênero, nossa classe social, nosso grupo étnico-racial, dentre outros fatores” (CARDOSO, 2014, p. 32). A maneira de ser, pensar, agir de cada indivíduo foi sendo construída ao longo da sua vida. A cada geração, são construídos novos pensamentos que irão refletir na cultura e na capacidade das pessoas de inventar algo novo ou aprimorar o que já existe.

A referência de um povo é a sua cultura. Cada uma possui particularidades que diferenciam uma cultura da outra, existem práticas que foram adquiridas de outras culturas e se tornaram comuns para vários povos. A “cultura é um produto coletivo da vida humana. Isso se aplica não apenas à percepção da cultura, mas também à sua relevância, à importância que passa a ter. Aplica-se ao conteúdo de cada cultura particular, produto da história de cada sociedade” (SANTOS, 1996, p. 45). A cultura faz parte da vivência particular do indivíduo, como também da história e do conhecimento de cada comunidade.

A manifestação cultural surge pela realização de uma ação que reúne o costume de fazer a mesma coisa que os antepassados, aproveitando os conhecimentos adquiridos ao longo do tempo e a tradição de manter o hábito de realizar a ação em determinada data. “A cultura é um aspecto de nossa realidade e sua transformação, ao mesmo tempo a expressa e a modifica” (SANTOS, 1996, p. 79). A nossa realidade é orientada pela cultura que mais temos acesso, isso influencia na forma como agimos, vivemos, expressamos nossos pensamentos, sentimentos e emoções.

Os municípios turísticos do Sertão de Alagoas também são marcados por variadas manifestações culturais como as festas culturais e religiosas, a culinária, a dança, a música, o artesanato, etc. Essas expressões fazem parte da característica identitária dos povos. Algumas estão presentes na vida cotidiana da comunidade, outras são vivenciadas em datas especiais, quando a comunidade se reúne para celebrar o seu aniversário ou outra comemoração. “O turismo apropria-se das diversas formas de manifestações da cultura regional” (REIS JUNIOR; ALMEIDA; SPINOLA, 2017, p. 8).

Os tipos de turismo que utilizam as manifestações culturais como recurso turístico para atrair visitantes possuem variadas facetas. Ao mesmo tempo em que estimulam a preservação e a manutenção da cultura, podem acabar transformando as manifestações culturais em um produto. As manifestações culturais fazem parte da cultura dos povos e têm sido transmitidas de geração em geração. Essas práticas que fazem parte do modo de vida das pessoas são também um ponto inicial para a implantação do turismo.

Para Urry (1990), as atividades culturais estão incluídas nos serviços turísticos, pois a economia do turismo não pode ser compreendida separada da análise do desenvolvimento cultural e da política do setor. Nisto, as manifestações culturais presentes nos lugares turísticos são incluídas nos serviços turísticos oferecidas aos visitantes, mas, quando não estão incluídas nos serviços turísticos, nem sempre recebem o mesmo apoio e visibilidade para serem realizadas.

Já o turismo é considerado uma atividade essencial para o crescimento econômico da região turística. Com esse argumento, ganha apoio, divulgação e visibilidade, ainda utiliza as manifestações culturais como recurso nos diversos tipos turísticos, a exemplo do turismo religioso. O deslocamento de visitantes a lugares religiosos antes de serem caracterizados como turismo religioso também é conhecido como romaria. Durante o período de visita, as experiências interiores e exteriores vivenciadas pelos visitantes estão relacionadas às manifestações culturais.

4.3 Da romaria ao turismo religioso

A romaria é o deslocamento feito pelo romeiro devoto de um santo para um lugar considerado sagrado, em que o propósito é visitar o local religioso e participar da festividade religiosa em louvor ao santo de devoção. Geralmente a festividade religiosa que motiva o deslocamento do romeiro ocorre em lugares distantes da sua residência. A romaria “é também uma forma de viagem perfeitamente relacionada com o turismo a ponto de ser tomada como

um precedente dele” (DIAS, 2003, p. 19). Tanto na romaria como também no turismo religioso, o visitante sai da sua rotina e busca vivenciar experiências que dê significado a sua vida, preencha sua espiritualidade e fortaleça a sua fé.

O termo romaria está associado ao catolicismo que tem origem nas visitas feitas a Roma, onde está localizado o Vaticano, sede da Igreja Católica e a devoção a Maria. Para Souza (2013, p.100) “no Brasil, romarias são influência portuguesa. Índios e africanos não as conheciam nem contribuíram para sua consolidação. Outras romarias foram introduzidas por imigrantes, mas a tradição é portuguesa: uma tradição que se impôs desde o início da colonização”. Segundo Rosendahl (1996, p.72) “as duas práticas religiosas de origem ibérica, as romarias ou peregrinações e as promessas têm como fatores fundamentais o espaço e o tempo em que elas ocorrem: o tempo sagrado e o espaço sagrado nos santuários brasileiros”.

A tradição das romarias “situando-se entre meados do século XVII e meados do século XVIII o período no qual foram construídos os principais centros de romarias brasileiros, ou em que, pelo menos, ocorreram os episódios que fundamentariam sua construção” (SOUZA, 2013, p.100). A visita a igrejas e santuários “trata-se de uma demonstração de fé que adquire uma espacialidade nítida, pois envolve o deslocamento de um lugar a outro, deslocamento este que, em muitos casos, é marcado por uma periodicidade regular” (ROSENDAHL, 2018, p. 24). “A romaria ocorre nas ruas e nas estradas, o que pode parecer óbvio, mas leva a desdobramentos fundamentais” (SOUZA, 2013, p.92).

Durante o período festivo, o fluxo de romeiro tende a ser intenso, pois a data em que acontece a festa segue o calendário festivo determinado, pela data de nascimento ou morte do santo. Se para Souza (2013, p.94) “as romarias, historicamente, foram organizadas e transcorreram à margem da Igreja, elas hoje são, preponderantemente, formas de religião eclesiástica, seguindo as datas e normas impostas pelo clero e restringindo-se comparativamente ao culto à Maria”. Mas, para Rosendahl (1996, p. 72) “cada cidade possui seu calendário religioso, com as festas dos padroeiros locais. O culto popular nestes locais assume importância muito maior que as do ciclo litúrgico oficial”.

Sem colocar em questão a autoridade da Igreja, ela não ocorre sob seu controle e, mesmo dentro do templo, a importância dos rituais é invertida. Na romaria o momento central não é a missa, como ocorre na visão oficial da Igreja e, sim, o momento da consagração, quando são abençoados a água, os terços e outros objetos e é dada a benção à família. O mais importante, portanto, é o que antecede a missa. (SOUZA, 2013, p.92).

Normalmente os visitantes que seguem o calendário são os romeiros mais assíduos. Os locais religiosos também são visitados em outro período, seja durante férias ou finais de semana, o fluxo de romeiros nesse período é bem menor, comparado aos dias festivos. De

acordo com a região, o nome romeiro é usado para os que fazem romaria e o nome peregrino são para aqueles que fazem peregrinação.

Os católicos usam mais o nome romeiro, porém, é costume usar o nome peregrino para os adeptos de outras denominações religiosas. A peregrinação está associada ao deslocamento de peregrinos que visitam lugares considerados sagrados ou frequentam eventos religiosos que fazem parte de sua denominação religiosa.

O fenômeno religioso conhecido como romaria ou “peregrinação católica pode oferecer o aspecto turístico” (ROSENDAHL, 2018, p. 28). Os romeiros em alguns momentos aproveitam dos mesmos serviços oferecidos a atividade turística como a infraestrutura, a hospedagem, os transportes, as refeições e as viagens em grupos organizados. Todos os anos, multidões de romeiros visitam igrejas e santuários que são centros de referência da fé católica. O fluxo constante de visitantes influencia na construção ou reforma de igrejas e santuários, na oferta de serviços: alimentação, transporte e hospedagem, podem gerar crescimento econômico, desenvolvimento e a mudança dos hábitos dos residentes locais.

Considerada uma ramificação do turismo cultural, o turismo religioso é uma modalidade turística motivada pela necessidade de praticar a sua fé, a vontade de participar da sua cultura religiosa ou conhecer novas. A romaria ou peregrinação é um deslocamento que proporciona a visita aos locais, espaços e edificações religiosas que expressam fé e sentimentos místicos. Permite ao turista a possibilidade de vivenciar o patrimônio histórico-cultural e religioso, de forma a apreciar a arquitetura e história do local visitado (FERREIRA; SANTOS, 2010).

O turismo religioso ocorre devido ao deslocamento de visitantes que têm o interesse em visitar o símbolo relacionado à denominação religiosa. “Configura-se como uma atividade turística quando decorrente da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas” (ALAGOAS, 2013, p. 44). A visita é motivada pela escolha religiosa “no entanto podem ocorrer outras motivações, tais como curiosidade ou interesse cultural em compreender as manifestações tangíveis e intangíveis de determinada cultura religiosa” (DIAS, 2003, p. 17).

A motivação no turismo religioso não se restringe apenas à atividade religiosa, mas, à atividade do turismo cultural, as duas práticas podem ocorrer ao mesmo tempo. Tanto o turismo religioso quanto a romaria possuem características que dão a impressão de que essas atividades são sinônimas, a atividade só se configura como turismo quando o visitante pernoita, a hospedagem tem sido o ponto diferenciador para confirmar o turismo.

Para Silveira (2007, p. 36), “a antiga prática social, renomeada agora, em tempos de globalização e desterritorialização, constitui-se em visitar lugares considerados sagrados, usando-se estrutura de hospedagem”. Nas romarias, na maioria das vezes, os romeiros retornam para as suas residências no mesmo dia, sem a necessidade de pernoitar, portanto nem toda romaria pode ser considerada turismo religioso.

As romarias ocorrem devido ao interesse do romeiro de participar das festividades religiosas que acontecem principalmente nos finais de semana. Para que os romeiros e visitantes possam usar do tempo livre para vivenciar experiências espirituais, o tempo livre não está associado apenas à atividade recreativa e ao descanso. As motivações que fazem os romeiros se deslocarem até o santuário envolvem a vontade de vivenciar um conjunto de práticas devocionais, participar da festa religiosa, pagar uma promessa, fazer orações, participar das celebrações, agradecer uma graça recebida e pedir uma benção.

Existe diferente entendimento sobre o que caracteriza romeiro de turista religioso. O romeiro “devoto” é um indivíduo que tem devoção por um santo específico, faz vários sacrifícios, caminha até o lugar sagrado para ter um contato mais próximo com o santo de sua devoção. O romeiro “fiel” é um indivíduo que faz a visita em períodos festivos, porém a visita tem outras motivações que não se restringe apenas ao espaço religioso.

Os romeiros geralmente viajam em grupo, organizam uma excursão, usam como transporte o ônibus para chegar ao lugar sagrado, outros preferem fazer a viagem de forma alternativa, com o próprio veículo ou fazem o percurso a pé. Eles planejam e organizam as suas viagens baseados em informações pessoais ou de conhecidos. Os turistas religiosos costumam comprar os pacotes com serviços turísticos incluídos.

O turista “religioso” geralmente não tem uma ligação tão profunda com o lugar sagrado, a visita está relacionada a uma oportunidade de conhecer algo novo. O conceito de visitante é o mais usado, por ser amplo, abrange características tanto do romeiro quanto do turista religioso vai condizer com o perfil dos indivíduos. O romeiro pode ser visto como turista, já o turista pode ser visto como romeiro dependendo do contexto da visita, da intenção do indivíduo e do significado da experiência para a sua vida pessoal.

As participações dos visitantes nos eventos religiosos envolvem as dimensões sagradas e profanas e estão associadas aos aspectos espirituais, sociais, familiares, culturais, econômicos e políticos. É percebido que a visita influencia, direta ou indiretamente, na organização e modificação do espaço. A construção e/ou reforma de um santuário é feita com o intuito de proporcionar maior comodidade para o visitante. Esse símbolo expressa o poder da cultura religiosa predominante no espaço religioso.

A mudança do espaço pode ser percebida nas idas e vindas dos visitantes entre os espaços sagrado e profano. A multidão de visitantes que se desloca para os lugares religiosos geralmente vivencia tanto o espaço sagrado quanto o espaço profano. Os padres e freiras são ocupantes oficiais que exercem sua autoridade religiosa, são responsáveis por controlar os espaços sagrados.

Para Rosendahl (2018, p. 72), “os agentes modeladores envolvidos: os romeiros e os barraqueiros na categoria de agentes não religiosos especializados e os padres e as freiras como agentes religiosos especializados”. Os visitantes, os barraqueiros e os moradores locais vivenciam os dois espaços o sagrado e o profano. Este é ocupado por mais tempo, se configuram os momentos do cotidiano.

Os espaços sagrado e profano são visitados por romeiros e visitantes motivados pelo interesse em vivenciar experiência espiritual e cultural. A experiência vivida pelo romeiro está ligada ao espiritual, agente consumidor do espaço sagrado seu interesse é frequentar o templo religioso, participar da celebração da missa que tem para si um significado, é um ato de fé. O romeiro tem uma relação de proximidade com o santo. Durante a visita, faz oração, realiza pedidos e paga as promessas das graças alcançadas. Durante a prática religiosa, o comportamento do romeiro é sempre mais contrito.

O turista religioso tem uma relação mais superficial com o espaço sagrado, não vivencia a espiritualidade com a mesma profundidade do romeiro, o interesse de visitar o templo religioso é visto para o turista religioso como um programa cultural. “O consumo do sagrado não é meta fundamental da viagem turística” (ROSENDAHL, 2018, p. 104). A atenção do turista religioso está voltada para a observação da arquitetura do lugar e fazer o registro fotográfico. Esse comportamento é típico do turista em que a meta principal da viagem não é experiência religiosa, a visita ao templo religioso é um acontecimento ocasional.

Ao visitar um lugar religioso, o indivíduo pode ser considerado turista religioso mesmo que o intuito da visita não tenha, a princípio, motivação religiosa. Infere que, para ser turista religioso, o indivíduo tenha pernoitado e visitado um templo religioso. Seja qual for a principal motivação para a visita, sendo considerado turista religioso ou romeiro, esse indivíduo vivencia experiências, pode perceber se os lugares visitados e a apreciação dos símbolos tiveram algum significado para a sua vida.

Mesmo que a viagem seja atípica e exista envolvimento espiritual, tanto o turista quanto o romeiro podem ser agentes consumidores do espaço sagrado e do espaço profano quando faz o uso dos bens e serviços ofertados. Para muitos, as motivações das viagens religiosas não podem ser comparadas ao fazer turístico. Porém, os visitantes religiosos têm as

mesmas necessidades como qualquer visitante que busca um local para hospedar-se e fazer sua alimentação e, com isso, utilizam as bases e estruturas oferecidas pelo turismo.

O visitante pode aliar a visita religiosa a outras atividades e aproveitar todos os espaços do lugar visitado, pois o turismo religioso não é feito somente por religiosos, místicos, devotos ou sacerdotes, trata-se de um fazer turístico capaz de manifestar algum dado de religiosidade (FERREIRA; SANTOS, 2010). Entre os municípios turísticos do Sertão de Alagoas, Mata Grande tem adquirido características do turismo religioso, com a realização das romarias dedicadas à Santa Teresinha, em que inúmeros visitantes se deslocam até o Santuário Teresiano.

4.3.1 Características do turismo religioso em Mata Grande-Alagoas

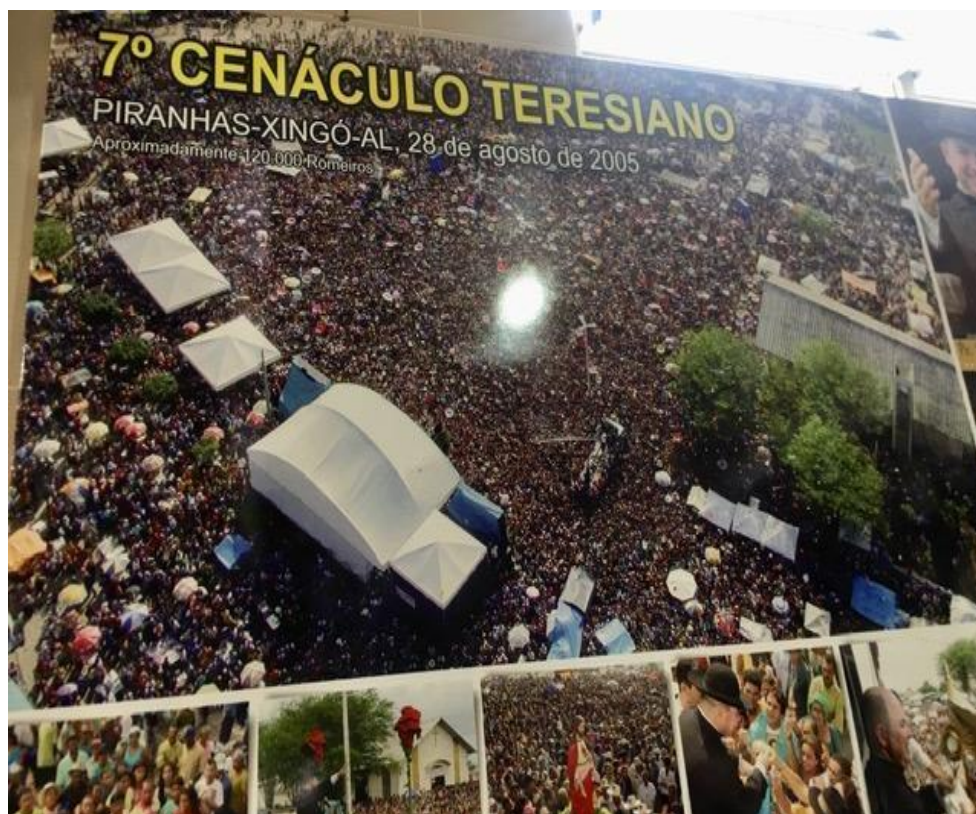
O turismo religioso no Brasil possui uma rede consolidada de opções turísticas, porém, alguns destinos não tradicionais passam a ser conhecidos, ganham importância e se estabelecem enquanto polarizadores de fluxos turísticos religiosos (LIMA, 2018). Na região Nordeste, no estado de Alagoas, ocorre a “formação de novos polos de devoção popular, ligados à figura mística de Padre Cícero Romão Batista, fazendo criar outros acessos à sua obra e imagem para além da cidade de Juazeiro do Norte – Ceará, Brasil” (ALVES; OLIVEIRA, 2011, p. 2). Nesse sentido, destaco a cidade de Mata Grande (AL), que, através do Santuário Teresiano (Figura 7), uma obra particular, tem atraído visitantes para a cidade.

FIGURA 7 - SANTUÁRIO TERESIANO EM MATA GRANDE - ALAGOAS

Fonte: Acervo pessoal de Lima (2021).

Em pleno Sertão de Alagoas, na cidade de Mata Grande, localiza-se o Santuário dedicado à Santa Teresinha do Menino Jesus. Esse projeto idealizado pelo Padre Sizino Lemos Teles Júnior, conhecido como Sizo, o santuário de arquitetura imponente ainda não tem previsão de conclusão, mas já tem despertado a admiração de visitantes que frequentam o local. O surgimento das romarias para Mata Grande teve algumas consequências como o afastamento do Padre Sizo da paróquia de Xingó/Piranhas, a construção do Santuário Teresiano, a suspensão do Cenáculo e o retorno do padre para sua cidade natal. Com isso, os devotos passaram a visitá-lo.

O padre Sizo, que é natural de Mata Grande, em 2003 iniciou a realização de um projeto na sua cidade: a construção de uma capela em homenagem a Santa Teresinha do Menino Jesus, no terreno vizinho à casa de sua família. Com a contribuição dos devotos, o projeto começou a ser ampliado em 03/09/2005 de capela para Santuário (LIMA, 2019). Durante o período em que esteve como padre da paróquia de Monte Alegre (AL), iniciou a festa religiosa conhecida como Cenáculo Teresiano. Depois que foi transferido para a cidade de Xingó/Piranhas, passou a realizar o Cenáculo Teresiano (Figura 8) na sua nova paróquia.

FIGURA 8 - CENÁCULO TERESIANO EM XINGÓ/PIRANHAS-ALAGOAS

Fonte : Santuário de Santa Teresinha, Mata Grande, Alagoas, Brasil (2022).

Em 2005, o Cenáculo Teresiano, realizado na paróquia de Nossa Senhora da Saúde e São Francisco de Assis em Xingó/Piranhas, recebeu cerca de 120 mil pessoas (Figura 8) . Com a festa em homenagem à Santa Teresinha do Menino Jesus, que, devido à presença de muitos romeiros, possuía características das romarias do Juazeiro (CE), o padre Sizo também passou a ser comparado com o Padre Cícero, por conta da semelhança dos nomes e das vestes pretas que usa.

O Cenáculo Teresiano tinha a participação do Monsenhor Murilo, que, vindo do Juazeiro, ajudava o padre Sizo na realização do evento religioso. A amizade dos dois fortaleceu a propagação da devoção nordestina. Devido à construção do santuário, a diocese de Palmeira dos Índios queria ter o poder de futuramente ser a administradora do Santuário. Como o padre preferiu que o Santuário continuasse sendo administrado por ele e seus familiares, isso foi causa da discórdia entre o padre e a diocese. E, em 2009, o padre Sizo foi afastado da ordem (LIMA, 2019).

Afastado da paróquia de Xingó/Piranhas, passou a não poder fazer a celebração das missas, também deixou de realizar o Cenáculo Teresiano. Assim, sem paróquia, o padre Sizo retornou a residir na sua cidade natal, Mata Grande. Os laços religiosos sempre estiveram

presentes ligando esses dois municípios, pois, no passado, fizeram parte do mesmo território religioso: a sesmaria Mata Grande. E foi na paróquia de Xingó/Piranhas que o matagrandense padre Sizo passou a ser conhecido pela realização do Cenáculo Teresiano.

Sem a realização do Cenáculo Teresiano e com a construção do Santuário Teresiano, a romaria migrou para a cidade de Mata Grande, que passou a receber inúmeros romeiros, vindos de vários estados do Nordeste, onde é forte nessa região a devoção ao Padre Cícero. Segundo as informações dadas pelo padre Sizo, que é o responsável pela administração do Santuário Teresiano, semanalmente uma média de setecentas pessoas vêm a Mata Grande visitar o Santuário, seja em romaria ou em visitas individuais.

As festas religiosas realizadas no Santuário Teresiano (Figura 9) que mais atraem os romeiros ocorrem no mês de janeiro, data do aniversário de ordenação do padre Sizo e nascimento de Santa Teresinha do Menino Jesus. E por conta da morte de Santa Teresinha, ocorrida no final do mês de setembro, e no mês de outubro ter recebido o título de doutora da Igreja, o Santuário Teresiano também recebe grande número de romarias no mês de outubro. “O culto dos santos e as romarias cristãs são fenômenos, portanto, que se consolidaram no mesmo período e reforçaram-se mutuamente” (SOUZA, 2013, p.88).

FIGURA 9- FESTA RELIGIOSA NO SANTUÁRIO TERESIANO (2019)



Fonte : Rede social facebook Santuário de Santa Teresinha, Mata Grande, Alagoas, Brasil (2019).

Emergindo no Sertão de Alagoas como subcentro polarizador de romeiros afilhados do padre Sizo e da madrinha Santa Teresinha do menino Jesus, Mata Grande constitui, a exemplo do Juazeiro, a sustentação da devoção popular, tendendo a ser uma opção para a prática do turismo religioso. “Quase cem anos depois, as representações do Padre Cícero e da cidade de Juazeiro vêm reconstruindo-se no imaginário geográfico de outros pontos turísticos religiosos; ultrapassando as divisas estaduais do Cariri/Cearense que lhe deu origem” (ALVES; OLIVEIRA, 2011, p. 2).

A cidade de Mata Grande está iniciando seu processo religioso como foi Juazeiro no passado (ALVES, 2016). O processo religioso surge com as festividades religiosas em devoção aos santos, beatos e padroeiros das cidades, com sua procissão anual (ARAGÃO; MACEDO, 2011). Os festejos atraem romeiros (Figura 10) de diversos lugares que saem em romaria, para participar desse momento de celebração da fé.

A vivência da festa oportuniza ao homem o encontro com os anseios mais fundados do ser humano. A Festa faz a ligação do humano com o transcendente. Eleva o homem ao mais alto degrau do humano, que é o encontro com a divindade. A Festa devolve o “Paraíso Perdido”, e, por um pouco de tempo, se configura um tempo de paz e felicidade. (SANTANA, 2000, p. 146).

FIGURA 10 - ROMEIRO PAGANDO PROMESSA NO SANTUÁRIO TERESIANO



Fonte: Acervo pessoal de Lima (2021).

Durante todo o ano, o Santuário continua recebendo visitantes que, vindos de longe ou de perto, se deslocam até Mata Grande para realizar atos de devoção: pagar promessas, fazer orações, seja em agradecimentos ou pedidos, soltar fogos e não vão embora antes de receber a bênção.

Os romeiros adotaram o costume de serem afilhados do padre Sizo e de Santa Teresinha, assim como era costume de quem visitava o Juazeiro, depois que o Padre Cícero foi suspenso da ordem, os romeiros se tornavam afilhados do padre. As várias semelhanças entre a cidade de Mata Grande e a cidade de Juazeiro do Norte em que tudo repercute em torno do Padre Cícero, em Mata Grande, tal representação vai se realizar através do (Figura 11) padre Sizino Telles Júnior, conhecido como padre Sizo (ALVES, 2016).

FIGURA 11 - PADRE SIZO RECEBENDO OS VISITANTES NO SANTUÁRIO TERESIANO



Fonte: Acervo pessoal de Lima (2021).

Após a acolhida aos romeiros, o padre Sizo realizava o momento de catequese, cantava os louvores, fazia as orações e concluía o momento com a procissão (LIMA, 2019). A procissão do Santuário de Santa Teresinha percorria algumas ruas do centro da cidade de

Mata Grande. Mas, no mês de outubro do ano de 2020 e janeiro de 2021, as festividades religiosas e as procissões do Santuário Teresiano não foram realizadas, apenas ocorrem as visitas (LIMA, 2021).

Como uma forma de prevenir a disseminação do coronavírus, devido à pandemia da Covid-19 que a humanidade passou a vivenciar e que impactou no cancelamento ou nas mudanças de atividades religiosas que envolviam a reunião de inúmeras pessoas, as procissões foram uma dessas atividades impactadas (LIMA, 2021).

Segundo Cavalcanti e Gonçalves (2021, p. 17), “Aos poucos, percebemos que estávamos todos diante dos mesmos desafios: o de sobreviver, proteger a saúde física e mental e, ao mesmo tempo, assegurar a continuidade de afetos e valores sempre compartilhados com tantos outros”. Diante da situação de incerteza causada pela pandemia, a religiosidade pode ser um refúgio, não que ofereça necessariamente uma resposta, mas que possa ser um lugar de consolo, diante do que ainda não se sabe (SCORSOLINI-COMIN *et al.*, 2020).

Frequentar o templo religioso, para muitas pessoas, mostrou ser um escape do isolamento, pois “existe uma relação positiva da religiosidade com o estilo de vida, a qualidade de vida, a felicidade e a promoção de saúde, sendo um recurso disponível, acessível e que pode ser investido e incentivado, nesse momento crítico em que é vivenciado mundialmente” (SCORSOLINI-COMIN *et al.*, 2020, p. 8).

A abertura dos locais religiosos e as precauções impulsionaram as pessoas a não terem receio de voltar a frequentar igrejas e santuários. Enquanto não se tem o retorno total das festividades religiosas, muitos não esperam a volta da suposta normalidade para visitar o Santuário de Santa Teresinha, que tem influenciado na devoção popular na cidade de Mata Grande (AL). No momento, as pessoas têm apenas as lembranças das festas, romarias e procissões (Figura 12) ocorridas em anos anteriores (LIMA, 2021).

FIGURA 12 – PROCISSÃO DO SANTUÁRIO TERESIANO (2019)

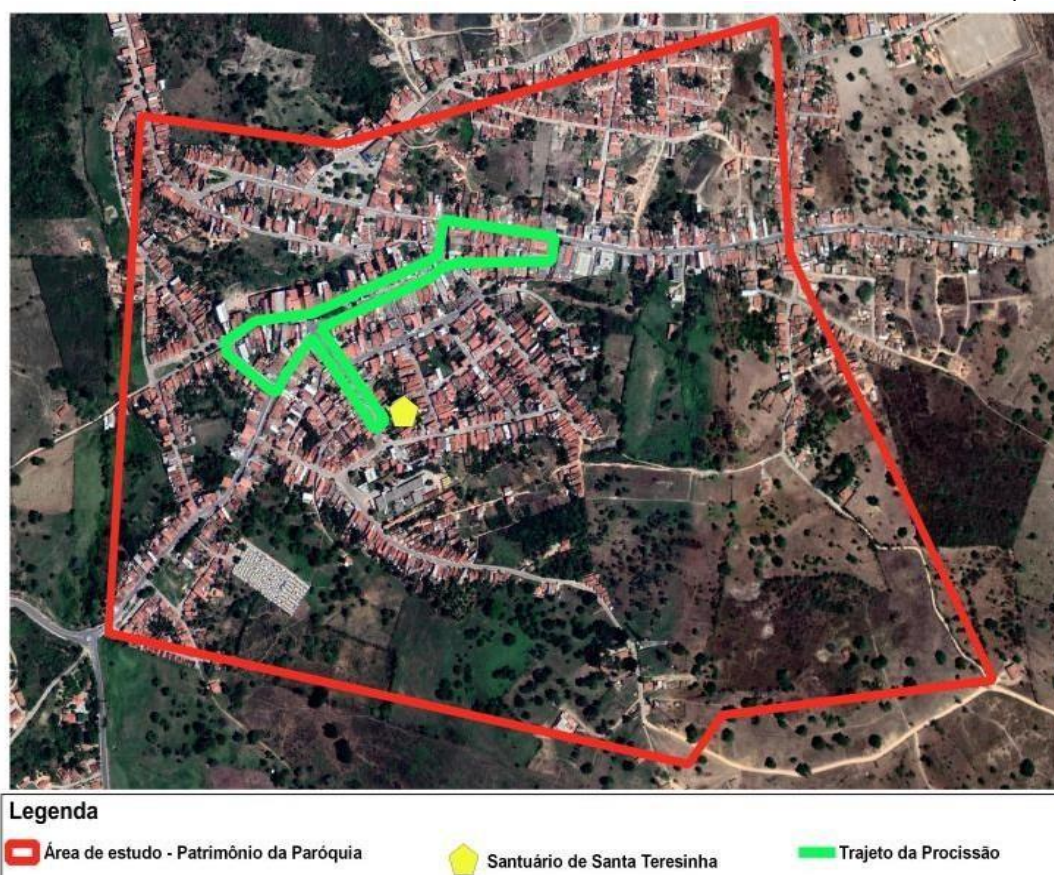


Fonte: Lima (2019).

De acordo com Brandão (2015), na procissão, a multidão contrita apinha-se em volta do andor, cantando hinos, assim percorrem muitos quilômetros ao som dos mesmos hinos, sob a égide do mesmo santo, com o espírito mais alegre, banidas as apreensões que o obscureciam. As procissões são oriundas também de diversas outras causas. Para Souza (2013, p. 44), “a procissão simboliza o pertencimento dos fiéis à Igreja, mas é feita no espaço externo ao templo, nas ruas e não em seu interior, o que demonstra a ambiguidade inerente ao ritual: cerimônia ao mesmo tempo eclesiástica e profana”.

A procissão segue um trajeto (Figura 13): é realizada na rua, ou seja, no espaço externo ao santuário, igreja ou capela. Durante as festividades religiosas, por conta da procissão, o ordenamento de algumas ruas é mudado. Esse ato requer um planejamento. O padre escolhe o percurso, e as ruas por onde a procissão vai passar devem estar organizadas, para que a procissão, ao passar pelas ruas, tenha o espaço livre e os romeiros consigam conduzir o andor com tranquilidade. Na procissão exibem, por meio de passos concretos, sua fé, trilhando o percurso junto ao santo de sua devoção (LIMA, 2019).

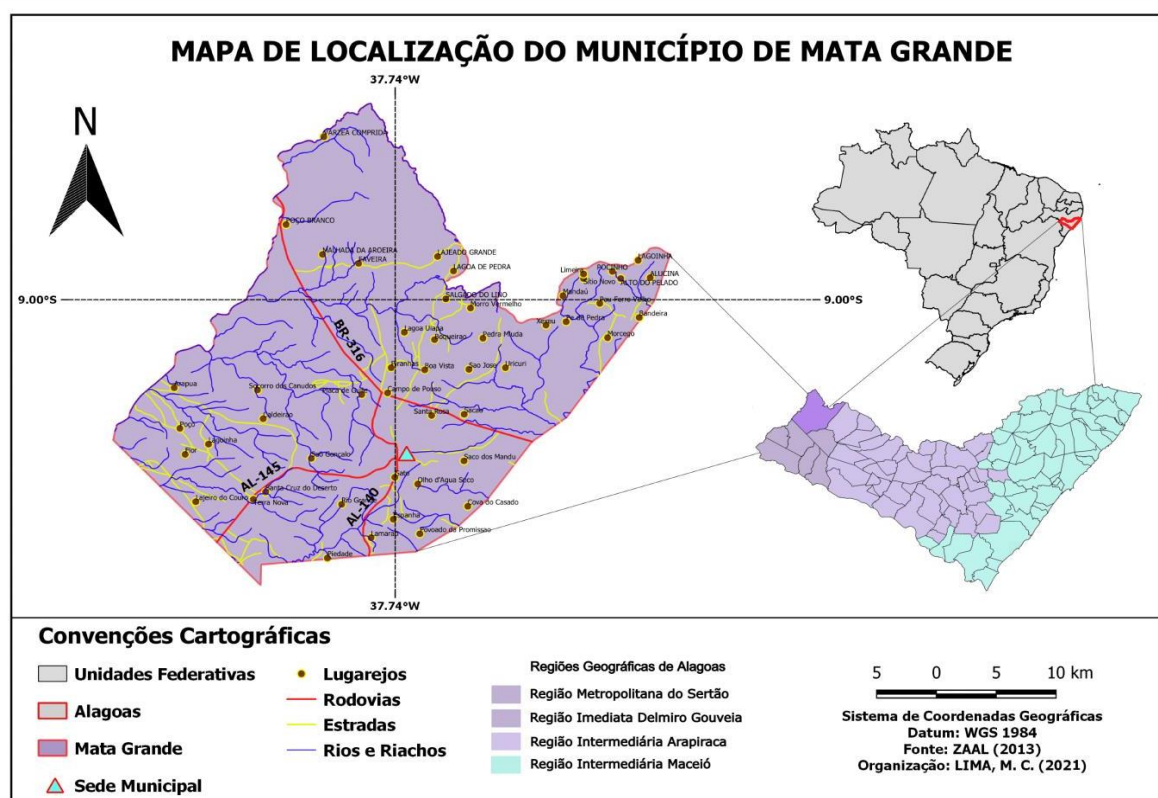
FIGURA 13 - MAPA DO TRAJETO DA PROCISSÃO NA FESTA DE SANTA TERESINHA (2019)



Fonte: GOOGLE (2019). Organizado por Santos (2019).

A cidade de Mata Grande muitas vezes está localizada distante do local de residência do romeiro, mas isso não o impede de sempre estar visitando e de ter apego a santa Teresinha. “Lugares e áreas longínquas tornam-se próximos em função da afetividade por eles” (CORRÊA; ROSENDAHL, 2011, p. 33). Localizado no extremo NW do estado de Alagoas, limitando-se a norte com os municípios de Manari e Inajá (PE), a sul com Inhapi e Água Branca, a leste com Canapi e a oeste com Tacaratu (PE) e Água Branca (CPRM, 2005, p. 2), o município de Mata Grande (Figura 14) está inserido na Região Geográfica de Alagoas, na Região Geográfica Intermediária de Arapiraca, na Região Metropolitana do Sertão e na Região Geográfica Imediata de Delmiro Gouveia (SILVA, 2021).

FIGURA 14- LOCALIZAÇÃO DO MUNICÍPIO DE MATA GRANDE - ALAGOAS



Fonte: ZAAL (2013). Silva (2021). Organizado por Santos e Lima (2021).

O município também faz parte da região turística da Caatinga e fica em duas unidades geoambientais: a Depressão Sertaneja, na parte sul, com divisa a Inhapi e o Planalto da Borborema, na parte norte do estado, na divisa com Pernambuco. A área da unidade territorial de 908,3km². Desta maneira,

a sede municipal de Mata Grande (AL) está localizada entre 09° 07' 06" de latitude sul e 37° 44' 04" de longitude oeste de Greenwich, situada numa altitude de 633 metros. O clima é tropical semiárido, com chuvas de verão. O período chuvoso se inicia em novembro com término em abril, com precipitação média anual de 431,8 mm. A vegetação natural é caatinga hiperxerófila, apresentando alguns trechos com floresta caducifólia, sendo encontrada ainda a caatinga hipoxerófila em alguns pontos da área. (PARAHYBA; LEITE, 2007, p. 1).

O município de Mata Grande, em 2019, volta a ser o maior município do estado de Alagoas em área territorial com 914,7 km² de acordo com a atualização da área e dos limites realizada pelo IBGE. No município de Mata Grande – Alagoas, a população estimada em 2021, segundo o IBGE, é de 25.200 habitantes. A economia do município baseado no PIB per capita em 2018 era de R\$ 8.863,29. O salário médio mensal dos trabalhadores formais, em 2019, foi de R\$ 1.900,00 (IBGE, 2021).

Em 2017, o município de Mata Grande recebeu do Ministério do Turismo (MTur) o reconhecimento pelo potencial turístico, foi qualificado para compor a região turística da Caatinga e integrar o mapa turístico de Alagoas. “O Ministério do Turismo brasileiro vem implementando ações no intuito de diversificar a oferta turística do país, que estão alinhadas a regionalização do turismo e ao desenvolvimento local nas regiões” (PINHEIRO; MARACAJÁ; CHIM-MIKI, 2019, p. 163).

A cidade tem potencial para a efetivação do turismo religioso. Caberia aos órgãos governamentais, junto com o Santuário Teresiano, fazer um plano turístico pensado em ampliar por mais tempo a permanência dos visitantes na cidade de Mata Grande. A realização das festividades religiosas deve acontecer por um período maior, não somente em um dia da semana. Para isso, seria necessário o aumento da oferta de serviços turísticos que acomodassem melhor o visitante.

O padre Sizo afirmou que o Santuário Teresiano será transformado em uma fundação e outras obras estão inseridas no projeto, como a construção do museu de imagens sacras vizinho ao Santuário Teresiano, a instalação de uma estátua de Santa Teresinha na Serra do Angico e a casa para o idoso e menor abandonado. Para o turismo religioso em Mata Grande ser concretizado efetivamente, seria importante que o fosse uma oferta articulada com os recursos do seu entorno, que poderiam vir a constituir uma oferta turística formando um destino.

O turismo religioso está relacionado a outras atividades realizadas nos lugares turísticos. Direta ou indiretamente, é uma atividade que movimenta a economia dos lugares em que está sendo vivenciado. A economia tem tido um papel importante no funcionamento do turismo religioso, a maioria dos serviços é realizada mediante a venda e compra, pois a função comercial existente em todos os tipos de turismo por meio dos diferentes serviços como transporte, hospedagem e alimentação.

4.3.2 A importância do turismo religioso para a economia

O turismo religioso é um segmento que surgiu da motivação de pessoas que possuem uma religião. Para professarem a fé, costumam se deslocar para lugares conhecidos pela sua sacralidade. Seja de forma individual ou em romaria, visitam igrejas e santuários que, com frequência, recebem inúmeros visitantes. A prática religiosa não é a única atividade realizada nos lugares turísticos que predominam a visitação a igrejas e santuários, a economia tem tido

um papel importante no funcionamento do turismo, a maioria dos serviços são realizados mediante ao embolso.

Durante a visita dos dois espaços, o sagrado e o profano (Figura 15) são frequentados pelos visitantes. Próximo um do outro, no espaço sagrado o visitante realiza ações destinadas ao preenchimento do espiritual, participa da celebração religiosa, cumpre a promessa, agradece por graça alcançada ou pede graça ao santo. O visitante sai do espaço sagrado e, logo após, está no espaço profano, as atividades realizadas nesse espaço estão relacionadas ao aspecto econômico: a compra de objetos religiosos, o consumo de alimentos, o transporte, a hospedagem, etc.

FIGURA 15 - ESPAÇO SAGRADO E PROFANO



Fonte: Acervo pessoal de Lima (2021).

A função comercial existe em todos os tipos de turismo, inclusive o turismo religioso que contribui para a criação de empregos, a oferta de serviços, geração de renda, crescimento econômico e o desenvolvimento local. O turismo religioso, direta ou indiretamente, é uma atividade que movimenta a economia através dos diferentes serviços como transporte (Figura 16), hospedagem, alimentação, cria empregos e renda. Pode contribuir com a vida financeira das pessoas em todas as regiões do país.

FIGURA 16 - TRANSPORTE DOS VISITANTES DO SANTUÁRIO TERESIANO



Fonte: Acervo pessoal de Lima (2021).

É uma atividade que “contribui na arrecadação de imposto do município, gera empregos locais, viabiliza negócios, envolve políticas públicas e investimento financeiro em obras pelo setor público, entre outras ações” (CHÁVEZ; DOMINGOS; FRIAS, 2021, p. 347). A economia interfere na realização do turismo religioso, até mesmo um visitante que decide se deslocar até um santuário e procura fazer isso pedindo doações, em algum momento, a ajuda que a pessoa recebeu foi em dinheiro. Dificilmente um indivíduo está tão alheio ao dinheiro que não faz o uso dele para financiar a sua visita.

A partir do momento em que o visitante planeja realizar o turismo religioso, é necessário ter meios que o conduza até o destino pretendido. Para isso, disponibiliza uma quantia que pague pelos serviços utilizados na visita. “Uma vez que também são feitos importantes gerenciamentos operacionais e de serviços. Isso resulta em uma função comercial complementar à função religiosa” (CHÁVEZ; DOMINGOS; FRIAS, 2021, p. 349). É importante que a arrecadação nesses lugares seja retribuída aos visitantes e comunidade local, com a implantação de serviços e infraestrutura que atenda às suas necessidades.

O turismo religioso sendo o segundo mais comercializado no país, ficando atrás apenas do turismo de sol e praia. A religiosidade faz parte das características dos brasileiros, é uma prática bastante vivenciada no país. “O Brasil conta com diversos eventos e atrativos religiosos que atraem multidões, as romarias são fortes incentivadores de pequenos negócios e investimentos, movimentando economias locais” (MTUR, 2020). Antes da pandemia, o turismo religioso no Brasil, segundo Ministério do Turismo (MTur), era responsável por injetar R\$ 15 bilhões na economia brasileira, a procura por viagens religiosas cresceu 61% nos últimos 10 anos.

Para melhorar a economia do país e ter uma estratégia de diversificação turística em uma mesma região, podem ser oferecidos vários tipos de turismo. Como a religiosidade é uma prática bastante vivenciada no país e pode aumentar a arrecadação, o governo e os órgãos relacionados ao setor turístico estão implantando políticas para o desenvolvimento e a interiorização do turismo religioso. Conforme incluído na Política Nacional do Turismo, o projeto de Lei 1308/19, ainda em tramitação na Câmara dos Deputados, tem como um dos objetivos estimular a interiorização do turismo e a valorização do turismo religioso.

A proposta deixa explícita a necessidade de uma reorientação desses recursos e garantir que o governo dê mais atenção aos pequenos municípios, já que os investimentos públicos no setor de turismo, atualmente, estão direcionados aos lugares turísticos com maior reconhecimento. Sendo um dos polos do turismo religioso no Nordeste, mais conhecido e visitado pelos alagoanos, a cidade de Juazeiro do Norte, no Ceará, recebe cerca de 2,5 milhões de visitantes.

Inspirado na herança da devoção popular propagada pelo Padre Cícero, a cidade do Juazeiro tem sido um dos centros do turismo religioso que busca dar continuidade à devoção popular e, ao atrair visitantes, obtém retorno financeiro. A exemplo do Juazeiro, muitos municípios que possuem manifestações culturais têm se tornado recurso turístico por atrair multidões de visitantes. Os municípios que têm adquirido características do turismo religioso contribuem com a economia da região através da oferta de vários serviços.

Visando aproveitar o potencial que o turismo religioso pode proporcionar, o estado de Alagoas tem estimulado a interiorização turística diversificando o seu turismo característico de sol e praia. Para investir em empreendimentos que coloquem o Estado na rota do turismo religioso, em 2019, de acordo com os órgãos públicos, o Estado recebeu R\$ 8,3 milhões, esse valor seria destinado ao turismo religioso, inclusive na época várias obras já estavam em construção e outras concluídas.

Esses investimentos recebidos do poder público por meio de emendas parlamentares e do projeto de interiorização turística foram destinados a obras localizadas na zona da Mata Alagoana. A interiorização do turismo religioso em Alagoas contemplou as cidades de Pilar e São José da Lage, localizadas próximas da capital Maceió. A finalidade da construção das obras sacras orçadas em milhões é criar opções turísticas para a rota turística religiosa de Alagoas, no intuito de fazer parte do mercado turístico religioso.

O complexo religioso e cultural em Pilar foi uma obra que recebeu grande investimento para fazer parte do roteiro caminhos da fé, o valor foi orçado em mais de R\$ 2,3 milhões. O dinheiro conseguido foi devido à parceria do governo do Estado através da Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo (SEDETUR) e a prefeitura municipal de Pilar. E São José da Lage, na expectativa de obter crescimento econômico e de fazer parte da rota turística religiosa de Alagoas, construiu o mirante com verbas de emendas parlamentares. Essa obra foi inaugurada em 2020.

De acordo com os representantes políticos, essas obras são um passo importante para o fortalecimento do turismo religioso de Alagoas, o que atrairá um maior número de visitantes para esses locais, pondo o Estado definitivamente nesse mercado que é tido como gerador de emprego e renda. Esses empreendimentos religiosos estão a poucas horas da capital Maceió, e os lucros obtidos com as visitas contemplam não somente a economia desses municípios, mas a capital desse grande centro continua com a sua economia sendo favorecida.

A arrecadação do turismo religioso permanece reforçando a cadeia turística litorânea, muito dos serviços turísticos se restringe a capital. Aparentemente, a proposta de interiorização do turismo religioso ainda não contemplou a região do Sertão Alagoano. Oficialmente, desde 2005, está sendo realizada na cidade de Mata Grande a construção do Santuário de Santa Teresinha, e, ano após ano, tem atraído inúmeros visitantes.

Em 2017, o parlamentar responsável pelo turismo em Alagoas, junto com autoridades políticas do município, prometeu, em praça pública, durante a realização da festa organizada pelo Santuário, a construção da estátua de Santa Teresinha na Serra do Angico. Em 2019, o mesmo parlamentar citou como exemplo de turismo religioso o futuro Santuário de Santa Teresinha e que os recursos destinados ao turismo religioso em Alagoas seriam provenientes de emendas parlamentares dele e dos demais políticos.

Na verdade, como citado anteriormente, a construção do Santuário na referida cidade foi iniciada oficialmente em 2005. No momento, a construção da estátua de Santa Teresinha na Serra do Angico ficou apenas nas especulações e promessas de palanque. De acordo com o Portal de Transparência do governo, em Mata Grande as obras mais recentes em execução

vinculadas ao Ministério do Turismo são as construções de praças públicas iniciadas em 2018, com fim da vigência para 2021.

O projeto de interiorização do turismo religioso não contemplou o município de Mata Grande, visto que o Santuário Teresiano é uma obra antiga, se comparada com as outras obras já concluídas nos municípios próximos a Maceió. Mata Grande foi considerada pelo Ministério do Turismo como um município turístico e possui características do turismo religioso, semanalmente recebe em média setecentos visitantes (Figura 17), a cidade não está incluída no Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Alagoas. A prioridade do plano não são os municípios com potencial turístico, mas aqueles que são um produto turístico.

FIGURA 17 - GRUPO DE VISITANTES NO SANTUÁRIO TERESIANO



Fonte: Acervo pessoal de Lima (2021).

O Estado continua sendo o principal negociador que tem o poder de decidir, em nome da sociedade, os municípios turísticos nos quais os projetos para o desenvolvimento do turismo serão efetivados. As coligações que estão no poder têm interesses econômicos e políticos que comandam os rumos dos projetos turísticos. As obras que serão executadas são

as que eles escolheram para receber os recursos financeiros. Para a aprovação dos projetos e obter apoio financeiro, a política turística propõe adotar uma gestão participativa.

A realidade é que a participação da comunidade pode se configurar em uma aparência, a gestão participativa no estado de Alagoas acaba não existindo. São usados pela estrutura de dominação de determinados grupos que detêm o poder para legitimar suas decisões. Alagoas “vive um cotidiano de práticas clientelistas e veem-se os próprios direitos do cidadão como favores e concepções especiais do estado que, muitas vezes, são negociados como moedas de troca” (RAMOS; RIBEIRO, 2015, p.75).

Isso reflete nos projetos turísticos que servem para desenvolver o turismo, mas tem esbarrado em negociações entre as coligações políticas do governo municipal e estadual para ser efetivado. Sem os acordos das coligações políticas, os projetos para o desenvolvimento do turismo não conseguem avançar. Como tem ocorrido no município de Mata Grande, que conta com o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) que se mantém através da Secretaria municipal de Turismo, Cultura, Esporte e Lazer.

O governo municipal e estadual não têm divulgado se existe, entre eles, a parceria para a realização de algum projeto de desenvolvimento do turismo religioso no município turístico de Mata Grande. Na condição de município turístico, Mata Grande precisa adequar a sua infraestrutura para receber os visitantes, o município sozinho parece ter poucas condições econômicas para arcar com a melhoria da infraestrutura. É necessário o apoio público e privado que possibilite a criação de uma infraestrutura que receba os visitantes com mais assistência, além de contribuir com o desenvolvimento social e econômico do município.

O potencial do turismo religioso também está relacionado ao comércio que é gerado com a oferta dos serviços turísticos, a criação de empregos para população local contribui com a economia não apenas do município, mas da região. Nisto, entende a importância que o turismo religioso tem para a economia do país como o segundo tipo de turismo mais praticado, as verbas que são disponibilizadas e o projeto de Lei 1308/19 têm o objetivo de estimular a valorização do turismo religioso.

A circulação da economia nos locais de prática do turismo religioso gera a arrecadação financeira para o município com as vendas de diversos artigos religiosos, artesanato, alimentação em estabelecimentos e barracas. Vindos de vários lugares do Nordeste, os feirantes também aproveitam os eventos religiosos em Mata Grande para vender suas mercadorias. A renda gerada vai para os seus lugares de destino (LIMA, 2019).

Já é comum “parece que a armação de barracas tornou-se um bom negócio tanto para a irmandade quanto para os negociantes encarregados da empreitada. Alguns deles retornavam em anos seguintes a fim de conseguir o acordo com a irmandade e a autorização do poder público” (Oliveira, 2000, p. 21 apud Souza 2013, p. 24). Durante o período que o Santuário Teresiano permaneceu fechado, sem realizar atividades e receber visitantes por conta da pandemia da Covid-19, a economia local e regional não pôde contar com a arrecadação financeira, gerada pelas vendas de mercadorias nas festas organizada pelo Santuário.

Para Leal (2021, p. 22), “as festas acompanharam, assim, de formas muito diversas e criativas, uma das grandes transformações da economia e da sociedade no “novo regime pandêmico”. Mesmo com o retorno das atividades no Santuário Teresiano, se comparado com anos anteriores, o número de vendedores e visitantes têm sido menor devido à pandemia da Covid-19. Mas, os vendedores aproveitam o movimento dos visitantes para comercializar no espaço profano as mercadorias vendidas nas barracas (Figura 18), desde artigos religiosos até refeições.

FIGURA 18 – BARRACAS DE ARTIGOS RELIGIOSOS



Fonte: Acervo pessoal de Lima (2021).

Período de romarias, além da massa de pequenos comerciantes que para lá acorrem. E os centros de peregrinação fazem parte, mesmo, de atividades econômicas cuja

existência se dá de forma autônoma em relação ao fenômeno religioso, embora seja, no caso, por ele impulsionado. (SOUZA, 2013, p.91).

Porém, as realidades vivenciadas nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas em que projetos destinados à melhoria da infraestrutura dessa região e as propostas para a criação de empregos e a geração de renda esbarram nos interesses partidários. Dependem dos órgãos governamentais, dos investimentos financeiros e acordos políticos para serem efetivados, se não atenderem aos seus interesses, muitos são retardados ou ignorados. Mesmo quando os projetos não são efetivados pelos órgãos públicos, a sociedade faz o seu papel contribuindo com práticas que caracterizam o turismo religioso como vem ocorrendo em Mata Grande, há vários anos.

As romarias envolveram desde seu início, portanto, situações que envolveram mistificação e credulidade em doses proporcionais, o que não é suficiente, evidentemente, para desmerecê-las como fenômeno religioso. Afinal, elas foram e são determinantes na construção do catolicismo popular, expressando-o em sua essência; a busca por uma redenção expressa em contato com a manifestação do divino. (SOUZA, 2013, p. 100).

O fenômeno do turismo que, aos poucos, está sendo implantado e aprimorado nos municípios turísticos da região do Sertão de Alagoas, ocorre devido aos diversos recursos existentes e pelas visitas dos responsáveis pelo surgimento desse fenômeno. Os visitantes buscam em lugares próximos ou distantes da sua residência algo que por algum momento traga realizações diferentes das habituais, as experiências turísticas que experimentam atribuem um sentido à sua realidade.

O próximo capítulo apresenta as considerações sobre os municípios turísticos de Piranhas, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado, Água Branca e Mata Grande, bem como a maneira como são vistos através das percepções dos visitantes. Os dados obtidos com a identificação dos recursos geoturísticos e manifestações culturais que têm motivado o deslocamento de visitantes para os municípios turísticos do Sertão de Alagoas são demonstrados em gráficos, tabelas e quadros. Foram abordadas as experiências vivenciadas pelos visitantes e realizada uma proposta para a divulgação dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas.

5 CONSIDERAÇÕES SOBRE OS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS

A região do Sertão de Alagoas apresenta paisagens naturais que são representadas principalmente pela vegetação Caatinga e o rio São Francisco (Figura 19). É repleta de belezas culturais marcantes devido à herança indígena, quilombola e europeia que está enraizado na história de vida desse povo. Também possuem conjuntos arquitetônicos que revelam o seu passado histórico, comunidades tradicionais, manifestações artístico-culturais, sítios arqueológicos e paleontológico, paisagens naturais com belezas únicas marcada pela diversidade cultural e natural. Nisto, o turismo apresenta-se como forma de reconhecimento, preservação e valorização desse patrimônio (VIEIRA, 2016).

FIGURA 19 - RIO SÃO FRANCISCO



Fonte: Acervo pessoal de Lima (2022).

Diante da multiplicação das iniciativas empresariais regionais, o litoral nordestino tem um enorme potencial turístico. E o interior do Nordeste corresponde ao semiárido mais povoado do mundo, o que exige convivência do homem com os períodos secos, levando em conta as possibilidades naturais e sociais viáveis (MAMIGONIAN, 2009). A expansão

recente do turismo no Sertão de Alagoas é devido às iniciativas empresariais que têm levado em conta as possibilidades naturais e sociais, com isso, passaram a investir nessa atividade.

Portadores de abundantes e diversificados recursos, os municípios turísticos da região do Sertão de Alagoas aos poucos estão passando por mudanças, isso resulta no que têm se tornado e na maneira como são vistos. “O espaço local, percebido como destino turístico, é entendido como resultado da relação antrópica diante de determinada paisagem e é identificado pelo olhar do turista” (MACHADO; TOMAZZON, 2011, p. 233). Em Alagoas, os municípios turísticos de Piranhas, Delmiro Gouveia e Olho d’Água do Casado fazem parte do destino Xingó, já os municípios turísticos de Água Branca e Mata Grande ainda não fazem parte de um destino turístico.

As particularidades do destino Xingó englobam o estado de Sergipe e Alagoas. O destino Xingó, localizado no Sertão de Alagoas, está distante aproximadamente 280 km da capital Maceió. Mas, existem algumas situações de cooperação e conflitos, pois alguns produtos desse destino estão divididos entre os dois estados, como os passeios nos cânions. Os catamarãs partem de Sergipe para fazer a visita no Talhado, localizado em Alagoas. Para Sampaio (2017), o turismo passou a despertar o interesse do poder público e privado, é notória a crescente atenção e mobilização para o planejamento do turismo em algumas áreas.

Os seus centros urbanos estão estruturados com uma boa oferta de serviços para os visitantes e possuem um rico patrimônio histórico-cultural. Os seus recursos paisagísticos naturais apresentam um grande potencial para diversificar a oferta; expandir espacialmente os limites espaciais da oferta/demanda; e aumentar o tempo de permanência do visitante. O

aproveitamento dessas potencialidades depende, em parte, de uma boa estratégia que envolve as políticas públicas e ações do mercado que, em sintonia umas com as outras, estejam conectadas ao desenvolvimento dos lugares turísticos (ARAÚJO, 2021).

O destino Xingó, em Alagoas, tem como cidade central Piranhas (Figura 20), que está localizada na margem esquerda do rio São Francisco e se situa a 4,5 km da barragem de Xingó. Em termos de captação de demanda, o destino Xingó está sob a influência de Maceió (AL) e de Aracaju (SE). No que diz respeito às possibilidades de desenvolvimento turístico, quando há investimentos, são a criação de bares, restaurantes, acomodação e a estruturação de atrativos. O destino Xingó também atrai pessoas à procura de emprego e melhoras de qualidade de vida (ARAÚJO, 2021).

FIGURA 20 – CIDADE DE PIRANHAS-ALAGOAS

Fonte: Acervo pessoal de Lima (2022).

Com a inauguração da usina hidroelétrica de Xingó, diversos fatores contribuíram para criação da destinação Xingó, um conjunto de recursos que torna essa destinação um importante produto turístico de interior. As belezas naturais, a recreação e o lazer possibilitam desenvolver a atividade turística e fazem de Xingó uma destinação em franca expansão. Se bem planejado, o destino Xingó poderá render ganhos significativos para diversos setores socioeconômicos e culturais da região (SAMPAIO, 2017).

O município turístico de Delmiro Gouveia, que faz parte do destino Xingó, tem seu turismo privilegiado pelos municípios e estados circunvizinhos, como Água Branca, Olho d'Água do Casado e Piranhas, em Alagoas, Canindé de São Francisco, em Sergipe, e Paulo Afonso, na Bahia. Os incentivos turísticos destinados a esses municípios turísticos contribuem nas atividades turísticas em Delmiro Gouveia, a exemplo dos serviços turísticos prestados e a infraestrutura (Figura 21) para receber turistas (VIEIRA, 2016).

FIGURA 21 - MEMORIAL DELMIRO GOUVEIA

Fonte: Acervo pessoal de Lima (2022).

Para Vieira (2016, p. 58), “a parceria turismo e patrimônio contribui na preservação e valorização do patrimônio cultural material e imaterial, pois o turismo atrai investimentos que contribuem na proteção dos bens patrimoniais”. Em Delmiro Gouveia, a antiga estação ferroviária da Great Western foi requalificada e funciona o Museu Regional (Figura 22). Esse patrimônio é uma das estratégias usadas pelo turismo da cidade. “O turismo é fator de articulação econômica e territorial que faz com que o patrimônio seja valorizado por meio de estratégias de requalificação e revitalização dos tecidos urbanos, com as novas formas de turismo e novos segmentos da procura turística” (CARVALHO, 2012 apud VIEIRA, 2016, p. 57).

FIGURA 22 - MUSEU REGIONAL DELMIRO GOUVEIA

Fonte: Acervo pessoal de Lima (2022).

Segundo Vieira (2016), o turismo em Delmiro Gouveia apresenta-se de forma tímida. Faz-se necessária que a gestão municipal reconheça a importância do turismo e faça mais investimentos para que o turismo seja consolidado, e o patrimônio seja reconhecido, preservado e valorizado. A execução de políticas públicas voltadas para a gestão do turismo é fundamental na melhoria social e econômica do município. Nos últimos anos, o setor privado investiu no turismo (Figura 23) com oferta de passeios turísticos e outras atividades.

FIGURA 23 – EMPREENDIMENTO TURÍSTICO EM DELMIRO GOUVEIA-AL

Fonte: Rede social: Instagram – Restaurante Castanho (2021).

A principal motivação dos visitantes dos municípios turísticos de Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas está relacionada aos aspectos naturais e culturais. E pelo fato de estarem localizadas em uma área com grande abundância de água que propicia a prática de atividades aquáticas, o desenvolvimento do turismo, a utilização de objetos e lugares que fizeram parte da história do cangaço. O turismo praticado no destino Xingó é diferente do litoral de Alagoas. Essas características conferem ao destino bom nível de competitividade, tendo contribuído para a interiorização de parte da demanda turística no estado de Alagoas (ARAÚJO, 2021).

Os municípios turísticos de Olho d'Água do Casado e Piranhas fazem parte da região de influência turística de Delmiro Gouveia e se localizam em um local privilegiado. Estão conectados pelo rio São Francisco e pela infraestrutura que cada um possui para receber os visitantes. Palco de diversos acontecimentos históricos, têm um importante papel na valorização do patrimônio cultural e paisagístico, a estrutura turística oferecida por cada município complementa o outro, o que também favorece o município Delmiro Gouveia (VIEIRA, 2016). Nas plataformas (Figura 24), os visitantes embarcam em catamarãs e

lanchas na praia da Dulce, em Olho d'Água do Casado, para passeios pelos cânions e desembarcam nos restaurantes em Delmiro Gouveia e Piranhas.

FIGURA 24 – PONTO DE EMBARQUE NA PRAIA DA DULCE, EM OLHO D'ÁGUA DO CASADO - AL



Fonte: Acervo pessoal de Lima (2022).

Mesmo estando inserido na região turística Caminhos do São Francisco (região Cânions do São Francisco), o município de Água Branca não faz parte do destino Xingó. Para Vieira (2016), o município turístico de Água Branca apresenta um patrimônio natural, cultural, histórico e religioso que contribui para a sua diversidade, oferece trilhas ecológicas, visita ao centro histórico, às comunidades quilombolas e indígenas. Chama atenção por ser um território serrano e, no seu conjunto arquitetônico, é possível encontrar um centro histórico que revela na paisagem símbolos do passado e do presente. Mas, a relação de proximidade leva os visitantes a se hospedarem em Delmiro Gouveia.

O centro histórico da cidade de Água Branca (Figura 25), para Santos (2019), é uma joia do Brasil colonial. O que se destaca de forma exemplar no interior e arrabaldes do sítio urbano é a obra arquitetônica formada pela igreja de Nossa Senhora da Conceição, com sua praça contendo vários casarões históricos de beleza singular. Embora o município se estendesse, no passado, até as margens do São Francisco, onde compunha cenários turísticos

exuberantes formados por cânions, atualmente apresenta potencial turístico de montanhas, o turismo de inverno e o relacionado ao patrimônio histórico.

FIGURA 25 - CENTRO HISTÓRICO DE ÁGUA BRANCA - ALAGOAS



Fonte: Acervo pessoal de Lima (2022).

Duas de suas pérolas da arquitetura religiosa subsistiram ao tempo: a igreja de Nossa Senhora do Rosário – datada de 1770, foi erigida pelo Major Francisco Casado de Melo e é o primeiro templo da freguesia, de influência do estilo barroco jesuítico da fase maneirista, e a igreja de Nossa Senhora da Conceição, inaugurada no ano de 1871, é um dos templos mais autênticos do sertão de Alagoas e revelou o que de mais audacioso e requintado existia nessa localidade. Erguida a quase 700 metros de altitude, está implantada num sítio de grande beleza natural, cercada por uma cadeia montanhosa, que faz do lugar um recorte geográfico de clima ameno no verão e inverno frio e chuvoso (SANTOS, 2019).

Com características do turismo religioso, devido ao Santuário Teresiano (Figura 26) localizado na cidade de Mata Grande, uma área serrana do Sertão Alagoano, a cidade possui uma diversidade de recursos naturais e recursos culturais ligados à sua formação histórica. Em 2017, o Ministério do Turismo considerou o município turístico e passou a fazer parte da região turística da Caatinga. Estando mais distante da região de influência turística formada por Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas, o município tem mais dificuldades de receber apoio das políticas públicas federais de turismo.

FIGURA 26 – SINAL DO TURISMO RELIGIOSO EM MATA GRANDE-AL

Fonte: Rede social Facebook - Sizo Lemos (2019).

Mesmo ainda não sendo colocada no Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Alagoas e tendo rara participação nos programas, projetos e políticas públicas de turismo que visam criar condições para estruturar a prática do turismo, devido ao município não ser um produto turístico, Mata Grande – AL é considerada apenas com potencial para o turismo. Para o Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Alagoas 2013-2023, apenas os municípios considerados produto turístico recebem os investimentos financeiros, com isso, constrói-se uma estrutura para o turismo.

Apenas a iniciativa do padre Sizo, com o projeto de construção do Santuário Teresiano, a doação dos romeiros e a venda de objetos religiosos na loja do Santuário, tem contribuído com a realização dessa obra que vem atraindo visitantes. Semanalmente chegam, em média, setecentas pessoas. Nas datas em que o Santuário realiza as festas, esse número tende a aumentar, em média para vinte mil pessoas.

Na loja do Santuário (Figura 27), a venda de objetos religiosos é um meio de adquirir dinheiro para construção do Santuário Teresiano. Para Bonnemaïson (2002), os objetos religiosos fazem parte da identidade do cristão e também são vendidos como lembranças do

lugar visitado. Os símbolos ganham maior relevância quando são significativos para as pessoas e identificam os lugares.

FIGURA 27 - LOJA DO SANTUÁRIO TERESIANO



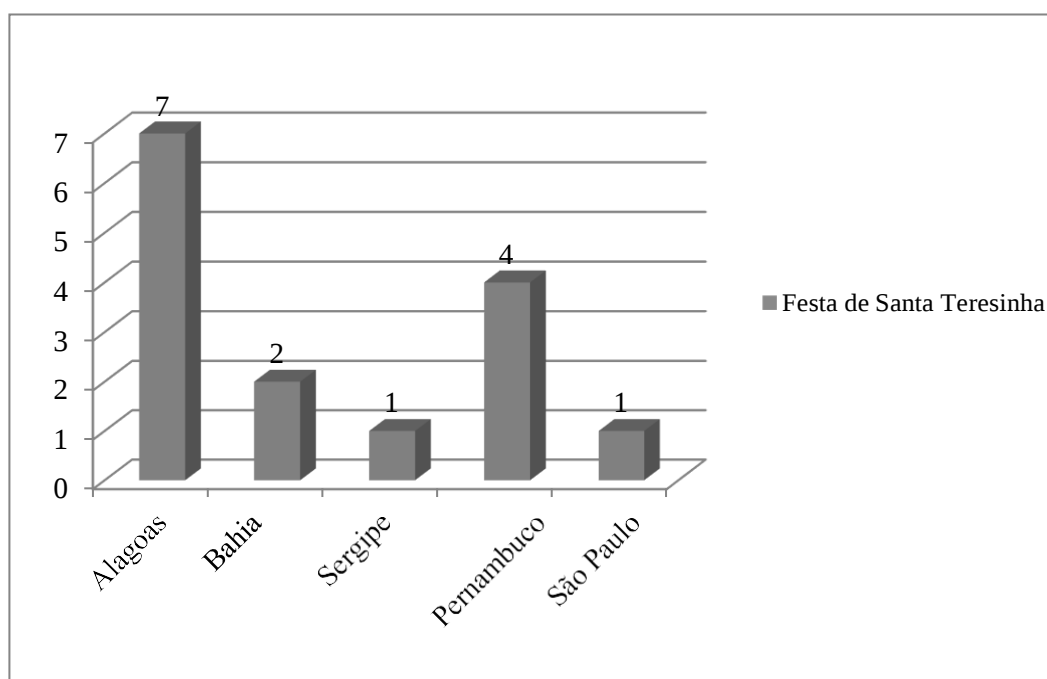
Fonte: Acervo pessoal de Lima (2021).

A previsão do padre Sizo é que, futuramente, o Santuário Teresiano seja transformado em uma fundação com a construção do museu de imagens sacras, a estátua gigante de Santa Teresinha, que será instalada na serra do Angico, além da obra social casa para idoso e menor abandonado. Diante do olhar visionário do padre Sizo, que, durante anos, vem se dedicado a realização desse projeto, a cidade precisa de uma infraestrutura adequada para acolher os visitantes vindos de vários estados do Brasil e do Nordeste. Pensado nisso, o padre afirmou que já sugeriu ao governo municipal a construção de um estacionamento na entrada da cidade de Mata Grande .

Quanto ao perfil social dos participantes das romarias, a grande maioria deles parte mesmo é da região Nordeste. Os romeiros alagoanos são os que compõem as caravanas mais animadas. Insistem na manutenção de certas tradições referentes ao vestuário e ao meio de transporte. (RAFAEL, 2000, p. 142).

O gráfico abaixo (Gráfico 1) mostra que o maior número de pessoas que vem para Mata Grande visitar o Santuário de Santa Teresinha do Menino Jesus é principalmente da região Nordeste, sobretudo do estado de Alagoas e dos estados próximos: Pernambuco, Bahia e Sergipe. E também visitantes do estado de São Paulo vêm ao Santuário Teresiano demonstrar sua devoção. Alguns por terem raízes nordestinas buscam vivenciar a religiosidade e ensinamentos do catolicismo passado pelos seus familiares.

GRÁFICO 1 – ESTADOS DE ORIGEM DOS VISITANTES DO SANTUÁRIO TERESIANO



Fonte : Lima (2019). Adaptado por Lima (2021).

Por mais que esse projeto seja uma iniciativa particular realizado com a doação financeira dos devotos, aos poucos tem conseguido colocar a cidade de Mata Grande em evidência no cenário religioso, com a propagação da devoção popular. Os órgãos públicos estaduais e municipais não podem se isentar de criar uma infraestrutura que acolha adequadamente os visitantes, pois eles são os principais responsáveis pelo desenvolvimento do turismo, pela circulação da economia, a oferta de serviços, a criação de empregos formais e informais. Para que o visitante volte, é preciso que o lugar proporcione condições para que obtenha uma experiência positiva.

Ao serem visitados, os municípios turísticos do Sertão de Alagoas: Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado e Piranhas são objetos do olhar do visitante. Os acontecimentos e as experiências vivenciadas nesses lugares são proporcionados pela contemplação dos recursos geoturísticos e manifestações culturais. Sendo objetos do

olhar dos visitantes, os lugares turísticos são escolhidos para serem contemplados. O objeto do olhar do visitante é um marco que indica algum acontecimento ou experiência que ocorre no lugar turístico (URRY, 1990).

A visita a esses municípios turísticos do Sertão de Alagoas aponta que o rio São Francisco, centros históricos, as festas religiosas e as romarias têm despertado o interesse dos visitantes e criam experiências de lazer e de recreações religiosa e cultural. Cada visitante tem uma percepção sobre o lugar que visita, e esse olhar é construído por meio de signos, por isso, o turismo abrange um conjunto de signos que demonstra algo típico do lugar visitado. Os elementos que tornam característicos de um lugar fazem com que sejam conhecidos e despertem o desejo de serem visitados (URRY, 1990).

5.1 Percepções dos visitantes aos lugares turísticos

A percepção do visitante tem sido significativa, pois revela o turismo que está sendo vivenciado nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas e quais os recursos geoturísticos e manifestações culturais têm motivado a visita a esses lugares turísticos. A motivação por momentos de recreação, lazer, cultural e religioso leva os visitantes a buscar os recursos nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas. A escolha do visitante demonstra a preferência por determinado recurso e lugar no Sertão de Alagoas.

A maneira como o lugar é visto depende dos recursos que esse lugar possui. Sejam eles construídos ou reformados, podem agregar valor ao lugar e esse pode ser o diferencial que destaca dos demais e atrai olhares. O motivo que o recurso é construído justifica em que atividade será usado. Existe um processo de sacralização que torna determinado recurso natural ou cultural em um recurso turístico. Isso causa uma motivação e uma expectativa diferente daqueles que, habitualmente, os visitantes sentem em relação aos sentidos que esses elementos visuais da paisagem, presente na cidade ou no campo, vão despertar (URRY, 1990).

Os lugares podem ser reconhecidos como turísticos sejam pelo recurso que a natureza criou e/ou pelos recursos que o homem construiu. Por conta dos recursos criados pela natureza e pelos monumentos construídos ao longo da sua história, é que, em Alagoas, alguns municípios são considerados turísticos. Os municípios e regiões turísticas de Alagoas são classificados desde 2012 pela Secretaria de Estado do Turismo (SETUR). E reforçados pelo Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo de Alagoas 2013-2023, também por meio

do programa de regionalização e municipalização, que define os municípios e as regiões turísticas em níveis de desenvolvimento (ALAGOAS, 2013).

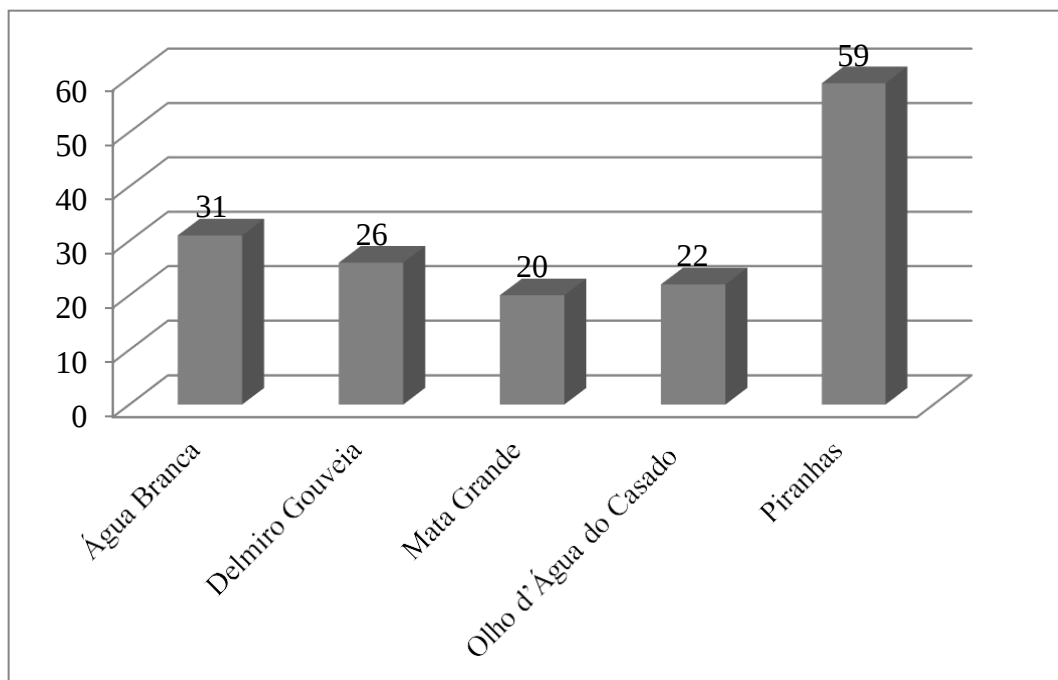
Com potencial para o desenvolvimento do turismo, inicialmente os municípios são considerados turísticos. Os municípios alagoanos que apresentam potencial turístico, esse potencial ainda não faz deles um produto pronto para a comercialização (ALAGOAS, 2013). Os municípios de Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado e Piranhas têm potencial turístico. Esse potencial não faz de todos um produto turístico. Para o plano turístico de Alagoas 2013-2023, Piranhas tem as condições de ser um produto turístico.

O visitante pode viver uma condição transitória ao visitar o lugar turístico e os seus recursos. Igualmente, não existe somente um tipo de visitante, mas uma variedade deles e os diferentes modos de experiências turísticas. Por isso não é possível categorizar plenamente um tipo de turista e de turismo (URRY, 2019). O visitante pode fazer visita a vários lugares

turísticos que têm diversos tipos de turismo, os lugares turísticos que estão próximos possibilitam a opção ao visitante de vivenciar diferentes experiências turísticas de uma só vez.

Por conta da proximidade entre Mata Grande, Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas, é possível para o visitante vivenciar a experiência turística de cada lugar em uma só viagem. Nesses municípios turísticos, existem alguns tipos de turismo que podem interessar aos diversos visitantes, pois não existe apenas um tipo de turismo, como também não existe apenas um tipo de visitante.

Esses municípios têm potencial para o desenvolvimento de vários tipos de turismo e os recursos utilizados como atração são responsáveis por atrair visitantes para esses lugares turísticos. Motivados pelos diferentes recursos, os visitantes aproveitam dos momentos que essas visitas podem proporcionar para vivenciar diversas experiências. As percepções dos visitantes sobre esses municípios servem de dados para embasar esta pesquisa. Conforme demonstrado no Gráfico 2, o município que obteve maior reconhecimento como turístico pelos visitantes foi Piranhas.

GRÁFICO 2 - MUNICÍPIOS DO SERTÃO DE ALAGOAS RECONHECIDOS COMO TURÍSTICOS

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

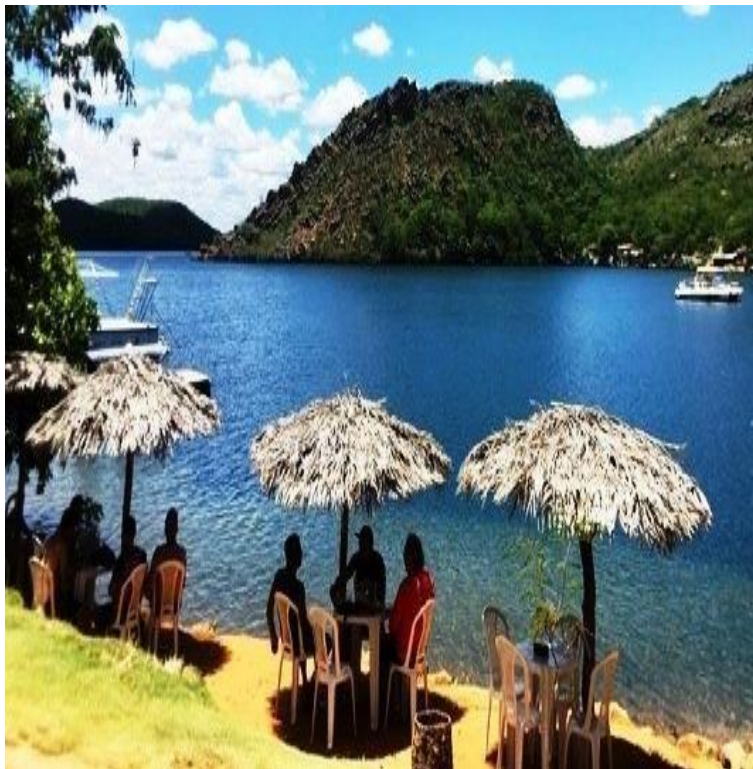
O reconhecimento de Piranhas como lugar turístico se deve ao fato da sua proximidade com o rio São Francisco. Nas suas margens, foram instaladas infraestruturas que aproveitam o rio para proporcionar lazer aos visitantes (Figura 28). É uma cidade histórica que conta parte da história do Brasil, a visita de D. Pedro II, a história do cangaço, as casas coloridas. Os visitantes aproveitam a facilidade de acesso ao rio São Francisco e a orla com bares e restaurantes. À noite, o movimento no centro histórico fica por conta dos bares, pizzaria e a cachaçaria Altamar Dutra, em homenagem ao cantor que passou pela cidade.

FIGURA 28 - INFRAESTRUTURA DE PIRANHAS - AL

Fonte: Acervo pessoal de Lima (2022).

Próximo ao rio São Francisco e reconhecido como turístico, Olho d'Água do Casado está, aos poucos, aproveitando esse recurso, mas ainda não avançou tanto no desenvolvimento turístico se comparado a Piranhas. Entretanto, está buscando fazer parte desse mercado. Para isso, tem investido na infraestrutura de alguns locais, o governo asfaltou a estrada que dá acesso à praia da Dulce, que fica às margens do rio São Francisco. O local tem quiosques e também é ponto de embarque para visitantes (Figura 29) que compram pacotes para visitar os cânions, com parada em restaurante regional de Delmiro Gouveia.

FIGURA 29 – VISITANTES ÀS MARGENS DE RIO SÃO FRANCISCO, EM OLHO D'ÁGUA DO CASADO - AL



Fonte: Acervo pessoal de Lima (2022).

O município de Delmiro Gouveia, mesmo tendo investido em empreendimentos voltados para o turismo, ainda assim a cidade não é vista como turística. Ela é mais reconhecida pelos negócios, por ser considerada polo comercial do Sertão de Alagoas. O visitante não encontra na cidade muitas opções de pontos turísticos tanto de dia quanto a noite, os mais visitados estão próximos ao rio São Francisco e muitas vezes as pessoas não sabem que fazem parte de Delmiro Gouveia. Esses empreendimentos turísticos como pousadas e restaurantes estão localizados em reservas ecológicas, as estradas que dão acesso a esses locais ainda não estão asfaltadas, e isso gera dificuldades para o visitante tanto com transporte próprio e com o alternativo (Van).

Na região, há uma multiplicação de empresários partindo frequentemente de pequenos negócios. O caso antigo mais conhecido é o de Delmiro Gouveia, que ficou gravado na memória regional e nacional, como sinônimo de estrangulamento imperialista à indústria nacional. Porém, o Nordeste passou por mudanças: destruições de setores incapacitados, a exemplo de estabelecimentos têxteis (MAMIGONIAN, 2009). A Fábrica da Pedra foi substituída por um empreendimento que reúne lojas, não somente de empresários nordestinos, mas, também, de rede varejista de São Paulo.

O Shopping da Vila (Figura 30), em Delmiro Gouveia, é o primeiro shopping do Sertão alagoano. Construído no local da antiga Fábrica da Pedra, é um empreendimento que pretende atrair muitas pessoas para a cidade, que pode movimentar o comércio, gerar renda e elevar a economia da região. Localizado no centro da cidade de Delmiro Gouveia, o que facilita o acesso dos visitantes, o Shopping da Vila será composto de centro de serviços, comércio e cultura, além de um loteamento. Esse empreendimento tem a perspectiva de gerar novos empregos e está sendo divulgado como uma modernidade no Sertão que vem para mudar a história do comércio da cidade e de toda região.

FIGURA 30 - SHOPPING DA VILA, EM DELMIRO GOUVEIA - AL



Fonte: Acervo pessoal de Lima (2022).

O município de Água Branca, devido ao seu patrimônio histórico, religioso e cultural, possui um conjunto arquitetônico no estilo colonial e barroco (Figura 31). O restaurante regional faz referência ao antigo engenho que tinha no local e atrai visitantes que degustam de pratos típicos da culinária da região. No inverno, a cidade serrana registra temperaturas entre 15° e 22°. Há vários anos, a cidade realiza o Festival de Inverno, evento que atrai muitos visitantes. Reconhecida como turística, os recursos turísticos de Água Branca são mal aproveitados, com a falta de investimento para promover as suas potencialidades.

FIGURA 31 - CONJUNTO ARQUITETÔNICO DE ÁGUA BRANCA - AL



Fonte: Acervo pessoal de Lima (2022).

O reconhecimento de Mata Grande como município turístico pelo Ministério do Turismo (MTur) e visitantes não é suficiente para efetivar o município no turismo religioso, pois esse processo esbarra na falta de investimentos destinados a essa prática. Mesmo não sendo intencional, a construção do Santuário de Santa Teresinha para a prática do turismo, a quantidade de visitantes que vivenciam as romarias e festividades religiosas chega a ser comparado como uma extensão do Juazeiro no Ceará. Em algumas rodovias próximas à cidade de Mata Grande, os visitantes encontram algumas placas que sinalizam a existência do Santuário Teresiano. Na entrada da cidade, vindo pelas rodovias AL 140 ou AL 145, tem uma estátua de Santa Teresinha estabelecendo a territorialidade religiosa que caracteriza o lugar.

Indo em direção ao centro da cidade de Mata Grande, entrando à direita na rua Itaci Brandão Barbosa, está localizado o Santuário de Santa Teresinha do Menino Jesus. Principalmente nos finais de semana, barraqueiros aproveitam o fluxo de visitantes para comercializar na frente do Santuário Teresiano (Figura 32) suas mercadorias, como objetos religiosos, supérfluos, água e alimentação. Essa comercialização realizada no espaço profano em que o visitante é um agente consumidor que frequenta os dois espaços que estão próximos, mas seu intuito principal é a visita ao espaço sagrado, o Santuário Teresiano.

FIGURA 32 – VISITAÇÃO AO SANTUÁRIO TERESIANO, EM MATA GRANDE - AL



Fonte : Rede social Facebook Maria Luzia (2022).

Em virtude do que foi mencionado, todos os municípios do Sertão de Alagoas que foram considerados turísticos pelo Ministério do Turismo também foram reconhecidos como turísticos pelos visitantes. No caso de Mata Grande, reconhecida como turística, tem como principal ponto de visitação o Santuário de Santa Teresinha, a visita devocional tem desenvolvido características de turismo religioso.

O turismo de Piranhas é o mais reconhecido e é uma das suas principais fontes de renda, pois os investimentos e as estruturas são realizados visando o desenvolvimento do turismo. Os municípios turísticos Água Branca, Delmiro Gouveia e Olho d'Água do Casado possuem apenas pontos turísticos. Visitantes que procuram lazer e descanso, fazem uma passagem rápida por esses lugares, que se tornam um complemento da visita, pois o principal intuito é o rio São Francisco.

Na Tabela 1, estão expostos os recursos geoturísticos e manifestações culturais dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas mais conhecidos pelos visitantes. O recurso geoturístico mais conhecido pelos visitantes é o rio, que obteve o maior número de escolhas. Isso se deve à importância que o rio São Francisco tem para essa região. Além de contar com

os cânions, que são outros atrativos que têm sido importante para o desenvolvimento do turismo, as estruturas e empreendimentos que estão nas suas margens também contribuem para essa escolha.

TABELA 1 - RECURSOS GEOTURÍSTICOS E MANIFESTAÇÕES CULTURAIS DOS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS

Recursos geoturísticos	Manifestações culturais	Quantidade
Monte		10
Sítio arqueológico		10
	Manifestações culturais indígenas	12
	Santuário	17
Mirante		21
Serra		21
Restaurante regional		23
Cachoeira		25
Trilha		29
Cânion		30
	Igreja	33
Museu		40

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

Além do rio São Francisco ser um recurso geoturístico que proporciona o desenvolvimento do turismo nos municípios de Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas, outros recursos em Piranhas, Delmiro Gouveia e Água Branca que estão impulsionando o deslocamento de visitantes são os restaurantes regionais, que utilizam a culinária regional como forma de atrair visitantes para esses estabelecimentos. Têm também os recursos que contam a história dos municípios turísticos de Piranhas e Delmiro Gouveia: o Museu do Sertão, em Piranhas, e o Museu Regional, em Delmiro Gouveia.

A escolha dos visitantes confirma a variedade e potencialidade dos recursos geoturísticos e manifestações culturais nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas. As manifestações culturais estão presentes de diversas formas, nas festas religiosas realizadas pelo Santuário de Santa Teresinha, em Mata Grande, que, ao receber visitantes, se torna um recurso geoturístico, como também a Igreja Matriz de Nossa Senhora da Imaculada Conceição, em Água Branca. Mesmo existindo igrejas centenárias em Piranhas, elas não são o foco do turismo, passam despercebidas e não são vistas como recursos turísticos.

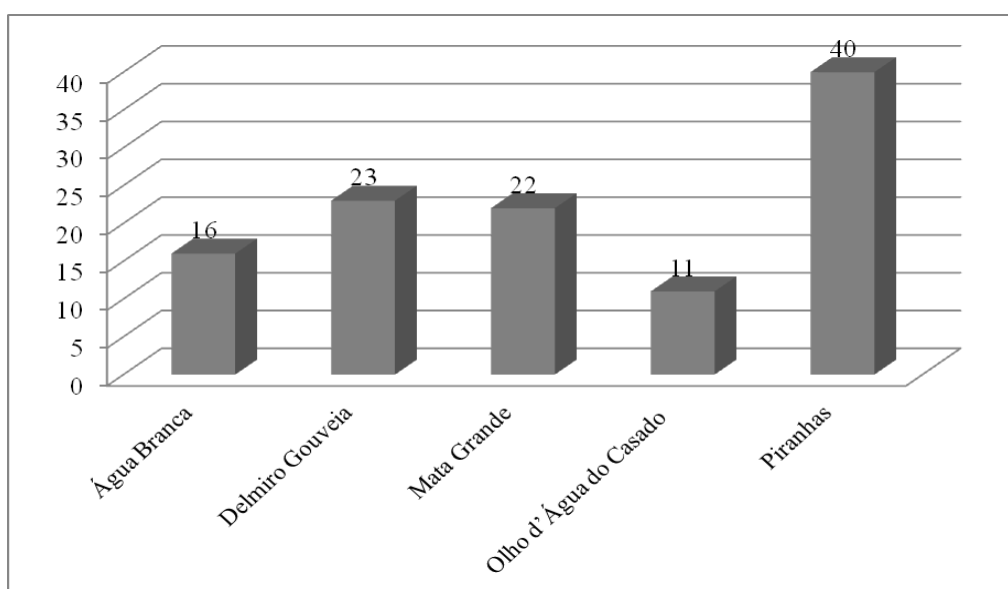
O fato de as trilhas serem escolhidas como um dos recursos geoturísticos mais conhecidos é por direcionar os visitantes para vários locais. Em Piranhas e Delmiro Gouveia, os guias de turismo usam as trilhas para levar os visitantes até os cânions. Em Mata Grande,

as trilhas são feitas para os recursos naturais, a Serra da Onça, Serra da Lagoa e o Monte Santo. Em Olho d'Água do Casado, através de trilhas, é possível visitar os sítios arqueológicos; em Água Branca, as trilhas são feitas para o Mirante do Calvário, Morro do Craunã, Pedra Montada, Pedra do Vento e Morro do Padre.

Os mirantes presentes em Água Branca e Piranhas levam os visitantes a se deslumbrar com as paisagens ao seu redor. Em Piranhas, Olho d'Água do Casado e Delmiro Gouveia, os visitantes aproveitam para banhar no rio São Francisco e passear nos cânions. E aproveitam os serviços oferecidos pelos hotéis, pousadas e os restaurantes regionais que servem a culinária à beira do São Francisco para apreciação dos visitantes. Com isso, os municípios do Sertão de Alagoas são reconhecidos como turísticos pelo Ministério do Turismo (MTur) e pelos visitantes devido à presença dos recursos naturais, culturais, históricos e religiosos.

Conforme demonstrado no Gráfico 3, Piranhas é o mais visitado entre os municípios turísticos do Sertão de Alagoas. Os investimentos em Piranhas estão direcionados à revitalização da infraestrutura turística para atrair mais visitantes. O visitante faz o deslocamento para os municípios turísticos de Piranhas, Olho d'Água do Casado, Delmiro Gouveia e Água Branca em busca de lazer e entretenimento. Mata Grande é um lugar turístico devido à iniciativa particular, a construção do Santuário Teresiano, que tem atraído visitantes caracterizando como turismo religioso. Esses lugares podem contribuir na diversificação do turismo em Alagoas.

GRÁFICO 3 - MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS MAIS VISITADOS



Fonte: Elaborado por Lima (2022).

Os visitantes de Alagoas, de outros estados do Nordeste e do Brasil procuram Piranhas buscando lazer e descanso. A prática do turismo torna o lugar mais visitado entre os municípios turísticos do Sertão de Alagoas. O motivo de Delmiro Gouveia ser visitado é por conta do comércio e negócios, a cidade, durante a semana, recebe visitantes corporativos, e nos finais de semana, períodos de férias e feriados, os visitantes buscam lazer e descanso nos empreendimentos turísticos construídos no município.

Grande parte das visitas em Mata Grande não são eventuais como acontecem em Água Branca, Delmiro Gouveia e Olho d'Água do Casado. Os visitantes que fazem a visita com intuito devocional buscam Mata Grande nos finais de semana, feriados e dias santos como visita principal. Quando finalizam a visita, retornam ao seu lugar de origem. Tanto os órgãos governamentais de Mata Grande como os de Água Branca não criam ou usam os recursos conhecidos pelos seus habitantes como opções de visitação, para que o visitante possa permanecer por mais tempo no lugar.

A escolha de um símbolo para representar a imagem de um lugar turístico tem um papel importante, visto que pode ser utilizada pelo lugar turístico na disputa por espaço no mercado turístico e passar a ser o responsável por despertar o interesse dos visitantes. “A imagem é, em grande parte, responsável pela escolha de um local para desfrutar as férias assim como pela satisfação obtida nesse lugar e pela possível repetição dele em meio a tantos outros concorrentes que surgem a cada dia” (CHAGAS, 2009, p. 125).

Os visitantes indicaram as imagens que lembram Mata Grande e demais municípios por eles visitados na região do Sertão de Alagoas. Ou seja, não é por falta de representações simbólicas que justificam Mata Grande não ser indicado por um símbolo, no mapa turístico de Alagoas em 2019. A representatividade de um recurso natural ou cultural inserido no mapa turístico é uma forma de divulgação, dá visibilidade ao lugar turístico, indica os tipos turísticos mais praticados, pode despertar o interesse dos visitantes e a escolha do lugar visitado.

Os lugares turísticos geralmente são lembrados por imagens que as pessoas visualizaram de paisagem natural e cultural de forma presencial ou por fotografias. A imagem que o visitante consegue lembrar é uma referência que diferencia um lugar do outro. A escolha não foi somente por um elemento lembrado como a imagem de cada um desses lugares, outros também foram escolhidos, isso justifica a variedade de elementos presentes em cada município.

É a partir do sujeito que uma imagem obtém um significado, seja no nível de sua produção ou de seu reconhecimento. Ela, independentemente de ser concreta ou imaginária, designa algo, que, no entanto, surge apenas em função de um observador

que lhe atribui um significado. (PAULINO, 2007; SANTAELLA E NÖTH, 1998 apud CHAGAS, 2009, p. 119).

A imagem que o visitante lembra de um lugar turístico foi gerado pela visualização de uma paisagem que se destaca entre as outras, passa a ser uma referência, torna o lugar conhecido e, ao mesmo tempo, é uma representação simbólica que serve para identificar esse lugar. As pessoas também tendem a lembrar da imagem de um lugar, devido à paisagem que existe no local que maioria visita, mesmo as pessoas fazendo escolhas diferentes, uma das outras, a imagem escolhida pela maioria é a que prevalece como referencial. De acordo com os resultados da pesquisa, a Tabela 2 mostra as imagens que fazem os visitantes lembrarem os municípios turísticos que visitam no Sertão de Alagoas.

TABELA 2 - IMAGEM QUE FAZ VISITANTES LEMBRAREM OS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS

Imagem de Água Branca	Quantidade
Engenho	2
Restaurante regional	2
Serras	2
Igreja Matriz	14
Mirante do Calvário	15
Imagem de Delmiro Gouveia	Quantidade
Cânions	2
Comércio e negócios	2
Rio São Francisco	3
Trilhas	3
Fábrica da pedra	6
Museu	10
Imagem de Mata Grande	Quantidade
Igreja Matriz	7
Serras	7
Santuário	9
Imagem de Olho d'Água do Casado	Quantidade
Cânions	6
Rio São Francisco	8
Imagem de Piranhas	Quantidade
Restaurante regional	2
Mirante	3
Cidade histórica/Centro histórico	4
Museu	6
Cânions	8
Rio São Francisco	24

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

Em Água Branca, as imagens mais mencionadas foram a Igreja matriz, o Mirante do Calvário e as Serras. Delmiro Gouveia é lembrada pela imagem do Museu da Pedra, Fábrica da Pedra, cânions, comércio e negócios. As imagens que fazem os visitantes lembrarem Olho

d'Água do Casado são as do rio São Francisco e dos cânions. E Piranhas também é lembrada pela imagem do rio São Francisco, Museu e cânions. Dessa forma, percebem que são abundantes os recursos existentes nesses municípios, apenas os que foram mais lembrados são utilizados como imagem referencial.

Depende de cada pessoa a formação da imagem de um lugar, pois cada um possui uma maneira particular de perceber a realidade na qual está inserida, o que se refletirá na percepção do lugar turístico. Os valores culturais, a motivação e a personalidade junto com as características sociodemográficas, ou seja, a idade, a educação, o status e o estado civil têm relevância no processo de formação da imagem. A cultura tem impacto na escolha do lugar visitado, o consumidor turístico tem um papel importante no planejamento e na construção da imagem turística (CHAGAS, 2009).

O processo de formação da imagem desses lugares turísticos, a cultura e os tipos de turismo vivenciado nesses municípios, as características sociodemográficas, ou seja, a idade, a educação, a ocupação e outros aspectos relacionados aos visitantes têm um papel importante na compreensão de suas escolhas. Na Tabela 3, nas características sociodemográficas dos visitantes frequentadores dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas, a faixa de idade dos visitantes está entre 18 a 66 anos, a maioria é de religião católica, mas tem, também, outras denominações religiosas e os que não possuem nenhuma religião.

TABELA 3 - CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS DOS VISITANTES

Faixa etária	Quantidade
Entre 18 a 66 anos	63
Religião	Quantidade
Não possui religião	4
Cristão evangélico	5
Católica	46
Escolaridade	Quantidade
Ensino fundamental	7
Ensino médio incompleto	3
Ensino médio	26
Ensino superior incompleto	5
Ensino superior	21

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

O nível de escolaridade dos visitantes indicado na Tabela 3 informa que a maioria concluiu o ensino médio e o ensino superior. A formação proporcionada pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL) e as faculdades instaladas em cidades vizinhas têm contribuído

com o aumento do nível de escolaridade dos habitantes dessa região. Isso reflete no nível de escolaridade dos visitantes residentes em Alagoas e estados próximos. Contudo, o grau de formação dessas pessoas ainda não tem correspondido com melhores oportunidades de trabalho.

Os visitantes residentes no Sertão não têm um mercado de trabalho que ofereça muitas oportunidades de trabalho e as disponíveis não têm correspondido com o grau de formação dessas pessoas, pois grande parte está trabalhando no comércio local (Tabela 4). A fonte de renda dos municípios é gerada pelos funcionários das prefeituras, aposentados, pensionistas do INSS e os programas do governo federal que contribuem para o combate à pobreza e à desigualdade no Brasil. Já quanto aos visitantes que residem em outros estados e nas grandes cidades, as suas ocupações são diversas devido às oportunidades que tiveram no mercado de trabalho.

TABELA 4 - OCUPAÇÃO DOS VISITANTES DOS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS

Ocupação	Quantidade
Administrador (a)	1
Agricultor (a)	1
Aposentado (a)	1
Dona de Casa	1
Auxiliar Administrativo	1
Engenheiro (a)	1
Estudante	1
Mecânico	1
Músico	1
Taxista	1
Assistente	2
Empreendedor (a)	2
Recepcionista	2
Motorista	2
Professor (a)	4
Comerciante	4
Empresário (a)	5
Funcionário (a) público (a)	5
Vendedor (a)	13

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

Supõe-se, portanto, que se as pessoas tivessem mais oportunidades para trabalhar e maiores salários, teriam melhores condições financeiras para fazer mais visitas. De acordo com os dados do IBGE de 2019 sobre a economia dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas (Tabela 5), foi feita a comparação da economia dos municípios turísticos do Sertão

de Alagoas. A economia de Delmiro Gouveia depende do comércio com uma população estimada, em 2021, de 52.501 pessoas, o IDHM em 2010 de 0,62 e em 2019 teve o PIB per capita de R\$ 11.038,64. Com o número de pessoas 5.666 ocupadas em 2019 e o número de pessoas ocupadas em trabalho formal é de apenas 4,6 % da população, sendo o salário médio de 1,7 (IBGE, 2022).

TABELA 5 – ASPECTOS DA ECONOMIA DOS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS

Municípios	Economia	Trabalho e rendimento	
Água Branca	PIB per capita [2019] 7.976,02	Pessoal ocupado 1.367	Salário médio 1,8 salário-mínimo
Mata Grande	PIB per capita [2019] 9.830,13	Pessoal ocupado 957	Salário médio 1,9 salário-mínimo
Delmiro Gouveia	PIB per capita [2019] 11.038,64	Pessoal ocupado 5.666	Salário médio 1,7 salário-mínimo
Olho d' Água do Casado	PIB per capita [2019] 8.053,01 Pessoal ocupado 690	Pessoal ocupado 690	Salário médio 2,0 salários-mínimos
Piranhas	PIB per capita [2019] 10.703,45	Pessoal ocupado 2.670	Salário médio 2,2 salários-mínimos

Fonte : <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/al/panorama> (2022). Elaborado por Lima (2022).

O município de Piranhas com a população estimada em 2021 de 25.324 pessoas teve, em 2019, o segundo mais alto PIB per capita de R\$ 10.703,45. O IDHM em 2010 foi de 0,589. A economia de Piranhas depende do turismo. Em 2019, o número de pessoal ocupado foi de 2.670. Com isso, o número de pessoas ocupadas em trabalho formal foi de apenas 10,7 % da população, o salário médio mensal dos trabalhadores formais foi de 2,2.

Tendo Mata Grande a terceira maior população estimada, com 25.200 pessoas, em 2021, o seu IDHM em 2010 é de 0,504 e com o 957 o número de pessoal ocupado em 2019, o número de pessoas ocupadas em trabalho formal é de apenas 3,8% da população e o salário médio mensal dos trabalhadores formais é de 1,9 (IBGE, 2022).

Verificou-se que em Delmiro Gouveia, mesmo tendo o turismo realizado em seu município, a sua economia é baseada mais no comércio, possuindo uma maior população e o maior número de pessoal empregado em trabalho formal, mesmo assim recebem a menor média de salário. Piranhas tem sua economia baseada no turismo devido ao rio São

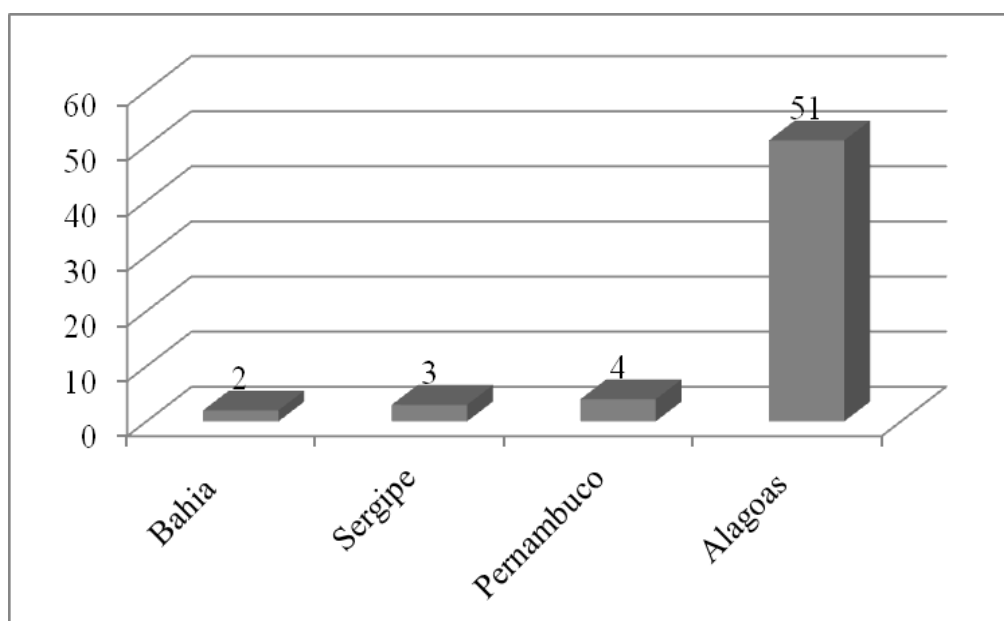
Francisco, com isso, tem a maior média de salário e baixo número de pessoal ocupado em trabalho formal.

A contribuição econômica do turismo em Mata Grande tem sido importante, porém sua economia recebe maior contribuição do funcionalismo público. Para melhorar esses dados e a condição de vida da população dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas, os programas de desenvolvimento do turismo e outros precisam ser efetivados.

É importante que o potencial dos municípios turísticos possa ser trabalhado, tendo em vista contribuir para a socioeconomia regional, pois os programas de desenvolvimento do turismo têm sido apresentados visando melhorar a economia dos municípios com potencial para o turismo. Para Araújo (2021), diante do contexto histórico de baixos índices de desenvolvimento e com uma socioeconomia das mais atrasadas do país, as políticas públicas federais de turismo têm proposto programas que contribuam com o desenvolvimento turístico, para melhorar as condições socioeconômicas desses lugares.

Por conta do turismo, as visitas aos municípios turísticos do Sertão de Alagoas são vistas como uma oportunidade para melhorar as condições socioeconômicas desses lugares. No Gráfico 4, estão expostos os estados de origem dos visitantes frequentadores dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas. Foram constatados que os maiores números de visitantes são do estado de Alagoas e dos estados próximos Sergipe, Bahia e Pernambuco.

**GRÁFICO 4 - ESTADOS DE ORIGEM DOS VISITANTES DOS MUNICÍPIOS
TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS**



Fonte: Elaborado por Lima (2022).

As características das visitas nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas estão expostas na Tabela 6. A maioria dos visitantes realiza as visitas acompanhados de familiares e amigos. Os tipos de transportes mais utilizados para fazer as visitas são o automóvel e o transporte alternativo (van), quando a visita é realizada em grupo. Nos municípios próximos ao rio São Francisco, os passeios de barcos são um dos serviços oferecidos aos visitantes que querem navegar nas águas do Velho Chico e conhecer os cânions.

TABELA 6 - ACOMPANHANTES E TRANSPORTES DOS VISITANTES

Acompanhante	Quantidade
Estudantes	1
Sozinho (a)	6
Casal	7
Amigos	14
Família	38
Transporte	Quantidade
Ônibus	3
Motocicleta	5
Transporte alternativo (Van)	13
Automóvel	45

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

Com a disponibilidade de transporte para Piranhas durante toda semana, o visitante encontra facilidade no acesso ao rio São Francisco. Os visitantes podem encontrar dificuldades com relação ao *transfer* para os empreendimentos turísticos que estão distantes das cidades de Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas. As visitas são feitas por meio de automóvel particular, transporte alternativo (van) fretado ou transporte de parceiros desses empreendimentos. Em alguns trechos, as estradas não são asfaltadas; outra opção é percorrer o rio São Francisco de barco até o empreendimento turístico.

Para visitar a cidade de Água Branca e Mata Grande, durante a semana, o visitante tem a opção de fazer o deslocamento através do transporte alternativo e, no domingo, somente automóvel particular ou transporte alternativo fretado. De segunda a sábado, o turista tem a facilidade de visitar as cidades de Água Branca, Mata Grande, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas sem precisar fretar, somente usando o transporte alternativo (van).

Os visitantes que frequentam os municípios turísticos do Sertão de Alagoas e que geralmente retornam no mesmo dia, permanecem poucas horas nesses lugares turísticos, pois residem nos municípios próximos, esses não costumam usar o serviço de hospedagem (Tabela 7). O uso dos serviços de hospedagem oferecidos por pousadas e hotéis é feito pelos visitantes

que passam entre dois, três dias ou mais. A maioria reside em municípios distantes e em outros estados do país. Outros costumam passar mais dias nos lugares turísticos aproveitam e se alojam na casa de familiares e amigos que possuem residências nesses lugares.

TABELA 7 - CARACTERÍSTICAS DAS VISITAS NOS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS

Hospedagem	Quantidade
Residência de amigos	3
Residência de familiares	3
Hotel	14
Pousada	14
Não utiliza esse serviço	22
Tempo de permanência	Quantidade
Um mês	1
Uma semana	5
Final de semana	21
Algumas horas por dia	35
Mercadoria e serviço	Quantidade
Nenhum	2
Souvenir	2
Livro	3
Artigos religiosos	8
Vestuário	8
Produtos artesanais	21
Passeio de barco	22
Bebidas	34
Alimentação	52
Local para descarte de lixo	Quantidade
Não	12
Sim	54

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

As mercadorias e serviços mais consumidos durante as visitas são alimentação e bebidas. Próximos ao rio São Francisco, os empreendimentos turísticos localizados em Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas têm sido bastante procurados. Os visitantes podem degustar a culinária regional e desfrutar do banho de rio, também podem aproveitar os passeios de barcos e fazer compras nas lojas de produtos artesanais. Em Água Branca, principalmente nos finais de semana, os visitantes frequentam o restaurante regional. É importante que esses estabelecimentos ofereçam locais de descarte de lixo, visto que estão construídos em meio à natureza.

Os artigos religiosos comercializados na loja do Santuário de Santa Teresinha são uma das fontes de arrecadação para ajudar na construção e manutenção do monumento religioso, a outra forma, são as doações dos devotos que visitam o santuário. Próximo ao Santuário, várias

barracas vendem artigos religiosos e na feira realizada no período da festa de Santa Teresinha. Mesmo tendo as lixeiras para fazer o descarte de lixo, é importante que os visitantes mantenham a limpeza do local e o cuidado com a natureza presente no lugar visitado.

Entre os fatores que influenciam nas experiências vivenciadas por visitantes nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas, estão a motivação, a emoção e a satisfação. Para Chagas (2009, p. 123), “a motivação nasce de uma necessidade, pode-se inferir que ela representa uma predisposição, que o indivíduo desenvolve, de tentar conseguir satisfazer seus desejos pela aquisição de um produto, no caso o turístico”. A motivação move o visitante a se deslocar da sua residência para visitar os lugares turísticos.

Elementos que motivam as visitas aos municípios turísticos de Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d’Água do Casado e Piranhas são as paisagens naturais, o rio São Francisco, cânions, patrimônios históricos e as visitas religiosas. Os recursos geoturísticos e manifestações culturais influenciam nas experiências vivenciadas por visitantes são a motivação que influencia na visita a esses lugares. A Tabela 8 expõe a motivação da visita influenciada pelos recursos geoturísticos e manifestações culturais que impulsionam os visitantes a escolher os municípios turísticos do Sertão de Alagoas para visitar.

TABELA 8 - FATORES QUE INFLUENCIAM NAS EXPERIÊNCIAS VIVENCIADAS NOS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS

Causa	Elemento	Quantidade
Motivação da visita influenciada pelos recursos geoturísticos ou manifestações culturais	Culinária	2
	Igreja	2
	Museu	2
	Santuário	2
	Paisagens naturais	2
	Trilhas	2
	Cânions	5
	Rio São Francisco	14

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

O turismo é uma atividade que utiliza recursos naturais e culturais, também cria estruturas que proporcionem a emoção no visitante durante seu tempo de descanso e lazer. A emoção positiva ou negativa que o visitante sente durante a visita pode interferir na experiência turística. No Quadro 1, os visitantes descrevem suas emoções positivas durante as visitas nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas, relatam que se sentem bem, em paz, alegres e emocionados com o lugar maravilhoso e é a perfeição de Deus, a natureza transmite a sensação de alma leve.

QUADRO 1 - EMOÇÃO POSITIVA DOS VISITANTES NOS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS

Emoção positiva vivenciada durante as visitas
1. Alegria e satisfação. 2. Sensação de bem-estar pela hospitalidade. 3. Só positiva, lugar que transmite paz. 4. Positiva por estar com os amigos. 5. Conhecer a história local. 6. Sensação de paz e tranquilidade 7. Diversão 8. Bem-estar, tranquilidade e belas paisagens. 9. Paz. A perfeição de Deus em todas as coisas, a natureza me transmite a sensação de alma leve. 10. Felicidade, por serem lugares tão bonitos e ligados à natureza. 11. Satisfação de ver que ainda existe quem valoriza a cultura. 12. Emoção positiva, o passeio é maravilhoso, vejo Deus em todos os lugares.

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

A emoção pode afetar no poder de decisão do visitante em escolher um lugar para fazer turismo, como também na escolha de não fazer. Os visitantes relataram algumas situações vivenciadas, como os valores altos cobrados pelos serviços oferecidos, a falta de infraestrutura das estradas que gera desgaste com a viagem, também por não ter guias e placas de sinalização (Quadro 2). Essas dificuldades podem influenciar na emoção do visitante impedindo de retornar ao lugar, não recomendar os serviços devido à experiência não ter sido positiva.

QUADRO 2 - EMOÇÃO NEGATIVA DOS VISITANTES NOS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS

Emoção negativa vivenciada durante as visitas
1. Exploração por parte dos comerciantes. 2. Desconforto. 3. Alguns locais faltam guia de turismo e propagandas locais. 4. Muito longe, estradas ruins, o que tornam muito desgastante a viagem.

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

A forma como os serviços são oferecidos podem causar satisfação ou insatisfação. Os visitantes têm expectativas que, durante a visita, os serviços disponíveis vão atender às suas necessidades e quando isso não ocorre pode causar transtornos. No Quadro 3, a maioria dos visitantes relataram a satisfação com os serviços oferecidos nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas; para eles, os serviços são satisfatórios, têm bom atendimento, e os visitantes são bem recepcionados.

QUADRO 3 - REAÇÕES POSITIVAS DOS VISITANTES COM OS SERVIÇOS OFERECIDOS NOS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS

Satisfação com os serviços oferecidos
1. Sim, é satisfatório, o atendimento é sempre bom. 2. Sim, atende às necessidades. 3. Sim, são bem receptivos. 4. Sim, sempre somos bem atendidos. 5. Sim, me sinto bem recepcionada nas visitas. 6. Sim, oferecem qualidade e segurança. 7. Sim, o lazer e a simpatia com os turistas. 8. Sim, os produtos são de boa qualidade e bom atendimento. 9. Bom atendimento, bom preço. 10. Os produtos ficam bem expostos, bom atendimento, são maravilhosos, atende as expectativas. 11. Em algumas visitas, tem o acompanhamento do guia de turismo. 12. Alguns são satisfatórios, outros ficam a desejar. 13. Na maioria sim, mas é necessário melhorar a infraestrutura. 14. São bons, porém podem melhorar o atendimento, não volto se não for bem atendido(a).

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

Para alguns visitantes, determinados serviços são satisfatórios, outros ficam a desejar. Outros relatam que o atendimento pode melhorar e que, se não forem bem atendidos, não voltam ao local. Outros visitantes relataram insatisfação com os serviços (Quadro 4). Como péssimo atendimento, o custo dos produtos muito alto, os preços dos serviços oferecidos são elevados e causam a exclusão social, falta melhorar alguns pontos turísticos, ter maior variedade nos cardápios, melhorar a infraestrutura, ainda não está satisfatório. As reações dos visitantes demonstram que precisam melhorar as condições dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas.

QUADRO 4 - REAÇÕES NEGATIVAS DOS VISITANTES COM OS SERVIÇOS OFERECIDOS NOS MUNICÍPIOS TURÍSTICOS DO SERTÃO DE ALAGOAS

Insatisfação com os serviços oferecidos
1. Às vezes, vejo muito exclusão de classe social. 2. Atendimento péssimo, custo dos produtos muito alto. 3. Não é satisfatório. É muito caro. 4. Falta melhorar alguns pontos turísticos. 5. Ter maior variedade nos cardápios.

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

Não são somente os recursos naturais e culturais que atraem os visitantes. Esses elementos são importantes, mas é necessário também a melhoria em outros quesitos, para o desenvolvimento do turismo na região. As sugestões dos visitantes podem servir para melhorar os serviços, pois eles são os responsáveis por manter a continuidade do turismo em

um lugar. Por isso é importante que os responsáveis pela proposta de regionalização e municipalização para a interiorização do turismo possam dar plenas condições para melhorar a infraestrutura dos lugares turísticos.

Entre as sugestões para melhorar as condições turísticas desses municípios visitados, foram sugeridos no Quadro 5: Que sejam feitos investimentos na infraestrutura dos lugares, melhorar as estradas que dão acesso aos municípios, fazer a divulgação, além de colocar placas onde faltam sinalização indicando a sua localização; mais investimentos nos serviços de saneamento básico, também construir banheiros públicos, fazer a instalação de lixeiras, criar locais para refeições e farmácia; melhorar o atendimento ao visitante, ter formação para guias, mão de obra qualificada na oferta dos serviços, pousadas e hotéis e diminuição dos preços dos passeios, que são bem caros.

**QUADRO 5 - SUGESTÕES DOS VISITANTES PARA MELHORAR AS
CONDIÇÕES TURÍSTICAS DOS MUNICÍPIOS VISITADOS**

Você daria alguma sugestão para melhorar as condições turísticas dos municípios visitados? Qual?

- Visitante 1-Sim, melhorar cada vez mais a forma de recepcionar os turistas.
- Visitante 2-Mais investimentos e valorização.
- Visitante 3-Mais sinalização e limpeza.
- Visitante 4-Colocar placas com informações e curiosidades da cidade ou região visitada.
- Visitante 5-Melhorar as estradas que dá acesso aos rios.
- Visitante 6-Sim, melhorar ao acesso as trilhas ecológicas.
- Visitante 7-Investir mais na infraestrutura, banheiros, lixeiras, locais para refeições.
- Visitante 8- Criação de novos pontos turísticos para visitação a noite.
- Visitante 9-Colocar guias a disposição.
- Visitante 10-Sim, profissionalização dos guias de turismo.
- Visitante 11-Em Água Branca ter guia de turismo.
- Visitante 12-Organização, divulgação e um roteiro turístico.
- Visitante 13-Diminuição dos preços dos passeios e almoços que são bem caros.
- Visitante 14-Melhorar na questão dos valores, para ser mais acessíveis.
- Visitante 15-Melhorar o atendimento, baixar os preços e lembrar que quem vive aqui são os sertanejos e não os globais.
- Visitante 16-Um bom espaço, que possam oferecer mais produtos.
- Visitante 17- Asfaltar estradas que dá acesso ao restaurante Castanho.
- Visitante 18- Investimentos do poder público municipal na história da cidade.
- Visitante 19- Bonde para subir o mirante de Piranhas.
- Visitante- 20- Preços mais acessíveis para alimentação e hospedagem.

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

Além dos fatores que interferem no tipo de experiência que o visitante pode vivenciar, desde o ano de 2020, a pandemia está impactando a vida das pessoas, atingindo todos os

setores e afetando negativamente o turismo. A situação está explícita nas frases descritas no Quadro 6, durante a pandemia, as visitas realizadas pelos visitantes nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas não têm sido com a mesma frequência de antes. A preocupação com a Covid-19 fez com que os visitantes não sentissem tranquilidade de visitar esses lugares.

**QUADRO 6 – A FREQUÊNCIA DE VISITAS REALIZADAS PELOS
VISITANTES DURANTE A PANDEMIA**

Durante a pandemia você faz visitas com a mesma frequência de antes? E qual o motivo?

- Visitante 1-Não, por conta da pandemia.
- Visitante 2-Não, preocupação com a Covid-19.
- Visitante 3-Não visitei, por medo e cuidado pelo novo corona vírus.
- Visitante 4-Não, por causa do isolamento social.
- Visitante 5-Não, por fechamento de alguns locais.
- Visitante 6-Não, devido ao protocolo de segurança contra a Covid.
- Visitante 7-Infelizmente não, evitando aglomerações.
- Visitante 8-Não, por motivo de consciência e cuidado.
- Visitante 9-Não, por conta de risco de contaminação.
- Visitante 10-Não, medo de contrair a doença.
- Visitante 11-Não, precaução sanitária.
- Visitante 12-Não, o motivo é a precaução porque tenho pais idosos.
- Visitante 13-Nunca mais, esperando passar.
- Visitante 14-Ainda não fiz visita, mas pretendo em breve.
- Visitante 15-Sim, gosto de viajar.
- Visitante 16-Faço sim, na mesma intensidade de antes.
- Visitante 17-Sim, os passeios são revigorantes.
- Visitante 18-Menor frequência.
- Visitante 19-Diminuiu, por proteção e medo pelos mais velhos.
- Visitante 20-Não, por motivo de segurança acerca do vírus.

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

O fechamento de alguns locais por conta da Covid-19 também foi um dos motivos da diminuição das visitas. Por algum tempo, os locais ficaram fechados. Mesmo após voltarem a abrir e obedecendo aos protocolos de segurança, a maioria dos visitantes está esperando passar a pandemia. Entretanto, há visitantes que seguem viajando dentro das normas autorizadas e, aos poucos, o turismo está sendo retomado⁴, mesmo que não na mesma proporção de antes. Os empreendimentos turísticos estão aproveitando essa abertura para continuar funcionando, usando os recursos para lucrar e movimentar a economia.

⁴ A retomada segura e gradual nos municípios turísticos de Delmiro Gouveia e Piranhas conta com o selo Safe Travels da WTTC (World Travel & Tourism Council), entidade de turismo internacional que reconhece destinos ao redor do mundo que tenham implementado protocolos sanitários em padrão mundial.
Fonte: <http://www.sedetur.al.gov.br/component/k2/item/3164-seis-municipios-alagoanos-sao-inseridos-no-mapa-do-turismo-brasileiro>.

De acordo com os resultados, foi concluído que os municípios que recebem maior reconhecimento como sendo turísticos e também como os mais visitados são: Piranhas, Água Branca, Mata Grande, Delmiro Gouveia e Olho d'Água do Casado. Utilizados pelo setor turístico como a imagem do turismo dos municípios turísticos Sertão de Alagoas, o rio São Francisco e os cânions são os recursos naturais mais conhecidos pelos visitantes. Para atrair visitantes, as suas imagens são disputadas entre os empreendimentos turísticos para representar Piranhas, Delmiro Gouveia e Olho d'Água do Casado.

Símbolos da cultura e da religião, as igrejas e santuário são locais de realização de manifestações culturais, com isso são imagens que mais os visitantes lembram de Água Branca e Mata Grande. Responsáveis por guardar o acervo histórico e cultural, as imagens que lembram Piranhas e Delmiro Gouveia são representadas por museus localizados em cada um desses municípios. A maioria dos visitantes reside nos municípios alagoanos, e a proximidade dos lugares faz com que, de acordo com tempo de permanência da visita, não seja necessário o uso de serviços de hospedagem.

Os empreendimentos turísticos instalados em Piranhas, Delmiro Gouveia, Água Branca e Olho d'Água do Casado estão investindo em restaurantes, pois são recursos que através da culinária regional têm mantido o desenvolvimento econômico da região. A maioria dos visitantes pode não se hospedar, mas vai exclusivamente para esses locais com familiares e amigos. Neles, a alimentação e bebida são as principais mercadorias consumidas. Sendo a maioria de religião católica, tem se tornado costume a visita ao Santuário de Santa Teresinha em Mata Grande.

As experiências vivenciadas pelos visitantes foram influenciadas por motivações originadas na vontade de aproveitar as emoções que os recursos existentes nesses lugares turísticos podem proporcionar. Os visitantes têm expectativas com relação ao lugar visitado e aos serviços oferecidos. Quando são atendidas, geram satisfação, mas, se não são atendidas, provocam insatisfação. Portanto, para que esses lugares turísticos continuem recebendo visitantes e sejam lembrados positivamente, são necessários melhorias e investimentos em infraestrutura, focando no desenvolvimento do turismo e na fidelização do visitante.

5.2 Experiências vivenciadas nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas

Os recursos geoturísticos e as manifestações culturais têm a capacidade de provocar nos indivíduos diversos tipos de sensações. Os frequentadores de lugares que possuem esses

elementos vivenciam experiências prazerosas diferentes das vividas em seu cotidiano. A escolha por um lugar a ser visitado tem diversas motivações (pessoal, profissional, bem-estar, religioso, educacional). O visitante busca conhecer lugares que possuem alguma identificação, com o momento de vida que esteja vivenciando ou queira viver.

O turismo é uma atividade social, econômica e cultural que busca proporcionar às pessoas, por meio de recursos (naturais e culturais) e nas manifestações culturais, momentos construtores de experiências turísticas memoráveis (Figura 33). No dinamismo que a atividade turística possui, o visitante apresenta-se como o principal responsável por construir a sua experiência. O turismo abrange a experiência humana esperada, vivenciada e lembrada, muitas vezes, como parte dos momentos mais importantes de sua vida (COOPER *et al.*, 2008 apud PAES; LADEIRA; LARocca, 2020).

FIGURA 33 – EXPERIÊNCIAS TURÍSTICAS MEMORÁVEIS VIVENCIADAS NA REGIÃO DOS CÂNIONS DO SÃO FRANCISCO



Fonte: Rede social Instagram: candeeiros_ecotur (2021).

Toda visita é uma experiência, e o desejo de todo visitante é que a viagem, os recursos e os serviços prestados sejam marcantes e inesquecíveis. A criação de uma experiência está relacionada à participação do visitante em todo o processo turístico. A motivação para fazer o

turismo, a escolha do destino, do transporte e da hospedagem são processos que ocorrem no período que antecede a visita; o próximo processo acontece durante a realização das atividades; e no pós-visita, ocorre o processo de formação da experiência.

O acesso às informações pode facilitar de forma mais rápida que o visitante consiga buscar informações sobre o lugar que deseja conhecer no momento. Com isso, consegue escolher e decidir pelo destino de sua preferência. Em muitos casos, os visitantes planejam as suas viagens com bastante antecedência, com alto grau de envolvimento e de expectativa, que podem ou não ser confirmadas (PAES; LADEIRA; LAROCCA, 2020). Geralmente, o destino escolhido pelo visitante está relacionado com o seu estilo de vida.

O grau de envolvimento que o visitante tem com os recursos turísticos visitados baseia-se no seu estilo de vida, como também na expectativa gerada em torno da promessa de viver momentos emocionantes. A expectativa é gerada em torno das informações obtidas com antecedência, sobre os recursos turísticos, o transporte, a infraestrutura do local. Antes de chegar ao destino, o visitante pode possuir um conhecimento prévio de tudo o que pode encontrar ou fazer. De acordo com essas informações, o lugar recebe uma avaliação que se concretiza ou não através da visita.

As informações buscadas no ambiente virtual sobre um destino criam uma experiência virtual; com a concretização da visita, o processo se expande do ambiente virtual para um novo ambiente o real, resultando em uma nova experiência. Essa nova experiência é efetivada com a vivência do real, ou seja, se realmente o que estava na divulgação do destino existe de fato. Assim, o lugar passa a ser valorizado pelo tipo de recurso que possui, pela atividade que oferta e pelos serviços disponíveis.

A valorização local é feita pelos que têm o acesso aos recursos, as atividades e os serviços destinados ao turismo. A comparação entre esses elementos pode interferir na tomada de decisão do turista. O estímulo pela preferência na escolha de um lugar está no nível de envolvimento que o indivíduo quer ter (emocional, racional, sensorial, físico e espiritual). Experiências são formas de entender as relações entre as pessoas e os lugares produzidos, pois cada indivíduo tem uma maneira diferente de entender e de interpretar (JENNINGS *et al.*, 2006 apud PAULAUSKAITE *et al.*, 2017).

Os visitantes são agentes ativos que reagem a estímulos, sendo produtores e atores de suas próprias experiências no destino (PRESBENSEN *et al.*, 2013 apud PAES; LADEIRA; LAROCCA, 2020). O visitante adquire experiência a partir do momento que vivencia, sente e participa das práticas culturais, religiosas, naturais e sociais presentes no lugar de destino. Segundo HENNES, 2002 (apud COELHO; GOSLING, 2019), a experiência é um processo de

vivência, uma situação que pode parecer diferente, estranha, gerar emoções incômodas ou prazerosas.

A percepção do visitante pode ser modificada e desenvolvida de acordo com o período histórico que está vivendo, como também pela sociedade ou grupo social no qual está inserido. “Não existe apenas uma experiência universal verdadeira para todos os turistas, em todas as épocas” (URRY, 1990, p. 16). Em cada período, a experiência que o visitante adquire está proposta dentro de um determinado contexto social, econômico, religioso, cultural e político que pode influenciar no tipo de experiência obtida.

O termo experiência é entendido como substantivo e como verbo (TYNAN; MCKECHNIE, 2009). É evidenciada como foco da realização de uma atividade, assim, como os sentimentos, os pensamentos e as ações resultam na formação de aprendizagem e habilidade contribuindo para a construção da experiência. O visitante que reconhece ter obtido uma experiência, promove a divulgação da atividade responsável por essa concepção.

A experiência é formada tanto a partir da forma turística como também da forma não turística. O indivíduo, sendo turista ou não, consegue fazer a distinção entre as duas formas. As experiências são originadas do contexto social e cultural, o turista obtém a experiência turística através da apreciação de símbolos e de um conjunto de atividades como: entretenimento, estética, fuga, religiosa e educacional. As formas de experiências não turísticas são as que estão relacionadas às práticas diárias do trabalho remunerado e das atividades domésticas.

Sendo na forma turística ou não turística, a experiência é sempre particular, porém acessível a todos, dada sua subjetividade (TRIGO, 2010 apud COELHO, 2019). As pessoas podem estar no mesmo lugar, mas vivenciam o momento de forma diferente. Duas pessoas não conseguem vivenciar a mesma experiência (PINE; GILMORE, 1998 apud COELHO, 2019), mas uma pessoa pode interferir na experiência do outro, na indicação de um lugar, na opinião sobre a oferta dos serviços, sendo até mesmo um acompanhante.

Vivida de forma individual, por um casal ou em grupo, até mesmo quem está oferecendo algum tipo de serviço turístico, direta ou indiretamente, tem participação na construção da experiência, mas cada um tem uma sensação diferente. Segundo Chandralal e Valenzuela (2015), cada visitante possui uma percepção diferente do que constitui uma experiência extraordinária. De acordo com as características do lugar e da população local, o visitante vai ter uma determinada percepção que vai interferir no tipo de experiência.

As experiências vivenciadas pelos visitantes durante a prática turística podem provocar transformações nas diversas esferas (sentimental, cultural, espiritual, social e

educacional) na forma de agir e de pensar dos envolvidos (Figura 34). As lembranças de sensações agradáveis ou não, vivenciadas pelos visitantes, fazem recordar os momentos que possibilitaram a formação de algum tipo de experiência. Lembrar de momentos positivos pelos quais o visitante vivenciou durante alguma visita é uma experiência memorável.

FIGURA 34 – EXPERIÊNCIAS MEMORÁVEIS PROPORCIONADAS PELAS MANIFESTAÇÕES CULTURAIS NO MUNICÍPIO TURÍSTICO DE MATA GRANDE - AL



Fonte: Rede social Facebook: Santuário de Santa Teresinha, Mata Grande, Alagoas, Brasil (2021).

Os visitantes buscam obter experiências turísticas memoráveis, pois desejam que os momentos vivenciados possam, no futuro, se tornar assunto de conversas e lembranças agradáveis. Eventos emocionalmente intensos são mais frequentemente pensados, falados e lembrados por visitantes do que eventos moderadamente emocionais (BOHANEK, *et al.*, 2005 apud CHANDRALAL; VALENZUELA, 2015). O visitante procura um destino que possua recursos diferentes daqueles da sua convivência, que consiga aproveitar os momentos, que o deixe satisfeito e ofereça a possibilidade de vivenciar experiências memoráveis.

A permanência média do turista no estado de Alagoas ainda é baixa e concentrada em Maceió, podendo ser aumentada a partir do desenvolvimento de novos produtos e adequada

promoção de destinos, bem como atrativos em roteiros combinando a visita a Maceió com outras regiões do estado (ALAGOAS, 2012). Para aumentar os dias de permanência dos visitantes em Alagoas, uma das opções é trabalhar com outros tipos de turismo e lugares turísticos que possam dar mais possibilidades de atrair os visitantes a vivenciar novas experiências.

As visitas aos municípios turísticos do Sertão de Alagoas são realizadas por visitantes que buscam sair da rotina de trabalho. Geralmente a visita ocorre no final de semana, com a presença de familiares e amigos, os recursos (Figura 35) presentes no lugar turístico na maioria das vezes proporcionam experiências positivas, provocam a sensação de bem-estar. Os visitantes guardam na lembrança os momentos agradáveis vividos nesses lugares e por isso desejam retornar.

FIGURA 35 - EXPERIÊNCIAS MEMORÁVEIS PROPORCIONADAS PELOS RECURSOS GEOTURÍSTICOS NA REGIÃO DOS CÂNIONS DO SÃO FRANCISCO



Fonte: Rede social Instagram: Restaurante_Castanho (2021).

A proposta do roteiro turístico pode contribuir para a divulgação e localização dos municípios turísticos de Mata Grande, Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas. Mesmo sendo tão próximos, esses municípios não recebem as mesmas

condições no processo turístico. Para se tornar uma diversificação do turismo em Alagoas, o turismo deve ser potencializado com melhorias de infraestrutura, investimentos e divulgação.

5.3 Proposta para divulgação dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas

O roteiro turístico tem várias funções e é uma ferramenta usada pelo mercado turístico para oferecer aos clientes opções de visita. Serve para demonstrar e divulgar os recursos naturais e culturais dos lugares turísticos. É também usado para comercializar pacotes de viagens e convencer as pessoas a escolher os recursos que podem ser visitados. São vistos como documentos que possuem a descrição pormenorizada de um plano de viagem e indica uma sequência de recursos existentes em uma localidade, onde o turista tem a noção dos locais a serem visitados e os serviços disponíveis (ARAÚJO *et al.*, 2020).

Entende, também, que o roteiro turístico é um trajeto caracterizado por elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística das localidades que formam o roteiro (MTUR, 2007). Um roteiro turístico resume todo processo de ordenação de elementos responsáveis pela decisão de uma viagem. Pode estabelecer as diretrizes de determinados trajetos, gerando a circulação turística e possibilitando um aproveitamento racional dos atrativos visitados (BAHL, 2004).

O roteiro turístico tem como prioridade a valorização dos aspectos naturais e culturais da localidade visitada, associada a um conjunto de serviços prestados. É uma ferramenta facilitadora de divulgação, promoção e venda de um destino (FERREIRA; SANTOS, 2010). É importante também priorizar e valorizar os municípios turísticos do Sertão de Alagoas, promovendo a divulgação dos diversos recursos geoturísticos que podem ser associados às modalidades de turismo: o cultural, o religioso, o patrimonial e o geoturismo.

Esses lugares turísticos poderiam ser mais conhecidos se houvesse a criação do roteiro turístico que incluísse todos os tipos turísticos presentes na região, a fim de destacar a importância natural, cultural, religiosa, patrimonial e histórica. A proposta é criar um roteiro turístico a partir da escolha dos visitantes, os recursos mais significativos serão incluídos no roteiro, que servirá para divulgar e tornar os lugares conhecidos, além de atrair visitantes.

A elaboração de um roteiro exige a identificação de recursos que possam agregar valor ao lugar, atender os fatores motivacionais e às exigências do mercado turístico, direcionar e orientar uma combinação de atividades e serviços que visam atender aos

interesses dos mais diversos visitantes (FERREIRA; SANTOS, 2010). É a partir da identificação e da combinação das potencialidades dos recursos naturais e culturais que se inicia a organização do processo de elaboração do roteiro. Com isso, os recursos serão interpretados, agrupados e transformados em recursos turísticos.

Os recursos que se destacam tornam os municípios promissores e os que atraem visitantes podem ser escolhidos para a formação de um roteiro turístico, constituindo um produto voltado para várias modalidades de turismo e atividades complementares. Esses recursos podem se tornar símbolos e serem utilizados como representação imagética e identitária do lugar, as suas singularidades e características próprias formam a paisagem de cada lugar.

O propósito do roteiro turístico é ser reconhecido pelo mercado-alvo, o foco é atender aos princípios da sustentabilidade que incluem a natureza e a diversidade cultural (RAMOS; RIBEIRO, 2015). O roteiro turístico aponta a necessidade de investir na melhoria da estrutura local, na qualificação dos serviços turísticos oferecidos; estimular o aumento do número de visitantes e o prazo de permanência da visita, e tornar a oferta turística comercialmente viável e mais rentável, gerando trabalho, emprego e renda. Tudo isso para que a experiência da visita possa proporcionar aos visitantes experiências turísticas memoráveis.

A regionalização turística tem um sentido maior do que ser parecido e a simples aproximação dos municípios, mas essa aproximação deve ser pautada na capacidade de cooperação dos envolvidos no processo: o poder público, a iniciativa privada, o terceiro setor e a comunidade (RAMOS; RIBEIRO, 2015). Por mais que essa proposta de elaboração de roteiro turístico não seja em parceria com a gestão pública e demais setores dos municípios pesquisados, existe a necessidade de promover esses lugares como alternativa de diversificação do turismo no estado de Alagoas, visando a possibilidade de geração de renda e o desenvolvimento local.

Propondo uma nova perspectiva para o turismo do Sertão de Alagoas foi feita uma proposta de roteiro, com o intuito de reforçar o entendimento dos órgãos governamentais de Alagoas relacionados ao setor do turismo, essa região tem potencial para ser turística. Pois, os recursos geoturísticos e as manifestações culturais têm sido significativo para proporcionar aos visitantes experiências memoráveis e contribuir no processo de desenvolvimento dos municípios visitados.

Então, sendo esses recursos opções de visita, foi elaborada essa proposta de Roteiro Caminhos do Sertão (Figuras 36, 37 e 38), que poderá servir para ampliar a divulgação do

turismo realizado nessa região. Tanto os municípios considerados turísticos pelo Ministério do Turismo e os que foram reconhecidos como turísticos pelos visitantes foram incluídos no roteiro. As imagens colocadas no roteiro foram escolhidas de acordo com os resultados obtidos com as respostas dos visitantes.

FIGURA 36 – PROPOSTA DE ROTEIRO: CAMINHOS DO SERTÃO (CONTINUA)



Fonte: Elaborado por Lima (2022).

FIGURA 37 - PROPOSTA DE ROTEIRO: CAMINHOS DO SERTÃO (CONTINUAÇÃO)

**Conheça os Lugares Turísticos, Geoturísticos, Religiosos
Culturais e Históricos do Sertão de Alagoas**



1



2



3

Localizados na cidade de Mata Grande. 1-O Santuário de Santa Teresinha do Menino Jesus, a construção foi iniciada em 2005. 2- A Serra da Onça é um monumento natural considerado um dos pontos mais altos de Alagoas, com altitude de 1016 metros. 3- A Igreja Matriz de Nossa Senhora da Imaculada Conceição, foi iniciada a sua construção em 1956 e finalizada em 1986.



4



5



6

A cidade de Água Branca obteve esse nome por possuir fontes de água clara. 4- A Igreja Matriz de Nossa Senhora da Imaculada Conceição foi construída em estilo barroco, pelo Barão de Água Branca no ano de 1871. 5- Os recursos naturais localizados em Água Branca, a Pedra do Vento, a Trilha da Pedra Montada, o Morro do Craunã e Morro do Padre são refúgios da vida silvestre. 6- O Mirante do Calvário é um lugar que existem várias cruzes simbolizando a Via Sacra.

FIGURA 38 – PROPOSTA DE ROTEIRO: CAMINHOS DO SERTÃO

7

A cidade de Delmiro Gouveia era chamada de Pedra, o nome foi mudado para homenagear o industrial Delmiro Gouveia. 7- A Estação chamada Pedra devido a grande quantidade de pedras foi inaugurada em 1882. O município delmirense possui a reserva ecológica do Castanho localizado no monumento natural dos cânions do São Francisco, o local recebe visitantes que fazem trilhas percorrendo a caatinga para conhecer os cânions.



8

8- Os Cânions são formas de relevo que se formaram devido à ação da água sobre as rochas. Existem nessas áreas os cânions do São Francisco, cânions do Talhado e cânions do Xingó. Os paredões com mais de cem metros de altura são formados por rochas metamórficas, sedimentares e granitos. Uma paisagem que tem encantado visitantes que fazem visitas aos locais destinados ao banho.



9

O nome de Olho d' Água do Casado se deu porque em toda a região brotavam olhos d'água. O município conhecido pelo riacho do Talhado e o cânion do Talhado. Através das trilhas é possível visitar os sítios arqueológicos. 9- Conhecida como praia da Dulce é um ponto de embarque e desembarque dos turistas, que passeiam de catamarãs conhecendo o rio São Francisco.



10

10- Piranhas obteve esse nome devido ao riacho das Piranhas. Banhada pelo rio São Francisco recebe visitantes para tomar banho ou passear em barcos percorrendo o rio e contemplando os cânions.

Elaborado por LIMA, 2022.

Fontes:

<http://www.adalbertogomesnoticias.com.br/>

<https://www.alagoasnet.com.br/>

Assessoria Ufal

<https://www.bristolhoteis.com.br/>

caderno_territorial_040_Do Alto Sertão – AL

Google maps

Leticia Campos de Lima

Los Mapas consultoria (2022)

MTur (2019)

<https://www.maceioalagoas.com/>

<https://www.picuki.com/profile/canyonxingomftur>

Ricardo Lima

@santuariostmgaloficial

@serradaoncamgal

@turismoemaguabranca

As imagens de recursos geoturísticos e manifestações culturais ilustrados no roteiro são representações simbólicas dos municípios de Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado e Piranhas. Cada município está sendo representado por mais de uma imagem, expressando a identidade do lugar. Esses recursos apresentam características diferentes que distinguem um do outro e são, também, um referencial que representa o lugar em que está localizado.

A proposta do Roteiro Caminhos do Sertão mostra diferentes opções de recursos que também podem contribuir no processo de regionalização, interiorização e diversificação do turismo em Alagoas. Esse roteiro interliga Piranhas na rota do Cangaço, Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas na região Caminhos do São Francisco (região Cânions São Francisco) Mata Grande na região da Caatinga e unindo essas rotas em uma só. O turismo não depende apenas de um lugar, principalmente quando tem vários lugares turísticos, como está sendo demonstrado no roteiro.

Porém, para que o turismo seja de fato concretizado, é necessário que tenha condições de ser competitivo. Para tanto, precisa receber as condições necessárias de infraestrutura e dar subsídios para capacitar e ampliar os serviços turísticos. Os visitantes esperam ter experiências turísticas memoráveis. Para que isso aconteça, uma combinação de fatores precisa funcionar, desde o início até o final da visita. Desde os requisitos básicos como as rodovias, placas de sinalização indicando o lugar, como também o visitante ter à disposição serviços de hospedagem, restaurantes e transportes, ser bem recepcionado durante o atendimento, preços acessíveis e o recurso corresponder com a imagem que foi apresentada.

6 CONCLUSÃO

A elaboração desta dissertação possibilitou construir um entendimento sobre a ocorrência do fenômeno turístico no Sertão de Alagoas, identificar os recursos geoturísticos e as manifestações culturais presentes nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas. A existência de recursos naturais e culturais no ambiente geográfico em que está sendo praticada a atividade turística, como também a combinação do recurso geográfico e o recurso turístico pode ser entendido como recurso geoturístico. E as manifestações que podem ser entendidas como formas de expressões de uma cultura. Os recursos geoturísticos e as manifestações culturais, além de atrair os visitantes, são fomentadores de novas perspectivas para os municípios turísticos do Sertão de Alagoas.

Esses recursos são responsáveis por atrair visitantes para esses municípios sertanejos, proporcionando o desenvolvimento do turismo. Por conta da capacidade de atração gerada por esses recursos, a atividade turística passou cada vez mais a utilizá-los, os que estão de acordo com os critérios são considerados turísticos e podem ser escolhidos para participar de programas que propõe o desenvolvimento do turismo. Alguns não têm recebido a devida atenção dos órgãos governamentais, seja em investimentos, infraestrutura e divulgação, se comparado aos municípios turísticos litorâneos.

Um dos modos de divulgação e sinal de reconhecimento que um município turístico pode receber é estar inserido no mapa turístico. Constatou-se que, em 2019, foi lançado pelo Ministério do Turismo (MTur) o mapa turístico de Alagoas, com o intuito de promover o turismo no Estado. Os municípios turísticos do Sertão de Alagoas: Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas tiveram, além do nome destacado no mapa, um recurso que retrata uma das suas características sendo representado por símbolo. Porém, o município de Mata Grande, que, desde 2017, foi incluído pelo Ministério do Turismo (MTur) como lugar turístico, seu nome não está destacado e nenhum símbolo que representa algum dos seus recursos não foi inserido no mapa turístico de Alagoas.

Agora em 2022, foi lançada uma nova edição do mapa turístico de Alagoas com algumas alterações na plataforma de cadastramento do Ministério do Turismo, que receberá anualmente o cadastro dos municípios. Outra mudança foi em relação às regiões turísticas que tiveram modificações nos nomes, a região Caminhos do São Francisco passou a ser chamada região Cânions do São Francisco. Nessa região, houve duas adesões: os municípios de Pariconha e Belo Monte. E a região Lagoas e Mares do Sul teve o nome alterado para Lagoas,

Mares e Rios do Sul, e foi inserido, nessa região, o município de São Miguel dos Campos. Os municípios de Atalaia, Maribondo e Murici foram inseridos na região dos Quilombos.

Com a retomada do turismo, os municípios de Piranhas e Delmiro Gouveia, na região turística Cânions do São Francisco, ao implementar os protocolos sanitários para atender com segurança os turistas, foram contemplados com o selo Safe Travels da WTTC (World Travel & Tourism Council). Esta certificação internacional emitida por essa entidade de turismo internacional tem grande prestígio para o turismo, pois a entidade é responsável por reconhecer os destinos ao redor do mundo que tenham implementado os protocolos sanitários em padrão mundial. Esse reconhecimento dado a Piranhas e Delmiro Gouveia, por aderir aos protocolos sanitários, é importante na retomada do turismo dessa região.

Diante da concorrência que existe nesse mercado, as ferramentas como mapa turístico, roteiro e os meios de comunicação usados para promover o turismo podem representar uma vantagem em relação aos municípios que não têm meios de divulgação. A inserção dos municípios no mapa do turismo de Alagoas pode garantir o envio de verbas federais, para estimular e potencializar o turismo, como também, através de políticas públicas, estruturação de produtos turísticos e ações promocionais para divulgação dos destinos.

Os municípios turísticos que têm os nomes e a representação simbólica de algum dos seus recursos naturais ou culturais em destaque, no mapa, os diferenciam dos que não são turísticos. Pode demonstrar a imagem do lugar, indicar o tipo de turismo praticado no município e despertar o interesse de visitantes. Para constatar se os recursos que estão representados por símbolos no mapa turístico de Alagoas geram algum grau de atratividade e se são os mesmos que os visitantes costumam visitar, o objetivo da pesquisa foi identificar quais recursos geoturísticos e manifestações culturais têm motivado o deslocamento de visitantes para os municípios turísticos do Sertão de Alagoas. As informações obtidas com as bibliografias, observações, aplicação de questionários e materiais fotográficos permitiram responder aos objetivos e concluir esse trabalho.

As limitações na realização do estudo ocorreram em decorrência da situação que todo o mundo vivencia, causada pela pandemia da Covid-19. Aqui no Brasil, o mês de março de 2020 passou a ser um marco que mudou a vida de todos. Com as restrições por conta da quarentena e distanciamento social, os estudos e pesquisas tiveram que se adaptar à nova realidade. Com isso, grande parte das informações usadas são as disponibilizadas na internet. Com a diminuição dos casos de Covid-19 nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas, a pesquisa pôde ser realizada na forma presencial, com a autorização da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa.

A teoria está embasada na perspectiva geográfica, fazendo a abordagem teórico-metodológica com a fenomenologia. Além da abordagem fenomenológica utilizada como base de interpretação dos fenômenos, o método qualitativo também foi escolhido como suporte para embasar esta pesquisa. A aplicação do questionário foi realizada em duas etapas.

Na primeira etapa, foram aplicados cinquenta e seis questionários com os visitantes dos municípios de Água Branca, Delmiro Gouveia, Inhapi, Mata Grande, Olho d'Água do Casado, Pariconha e Piranhas, entre os meses de junho e julho de 2021. E durante a aplicação dos questionários semiestruturados, foram adotadas as medidas preventivas para evitar o contágio, o uso obrigatório de máscaras e a higienização das mãos com álcool em gel.

Como é uma pesquisa relacionada ao turismo, surgiu a necessidade de realizar a segunda etapa, aplicando mais dez questionários com os visitantes dos municípios considerados turísticos pelo Ministério do Turismo (MTur), os quais foram: Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado e Piranhas, entre janeiro e fevereiro de 2022.

Os resultados concluíram que, sendo conhecido internacionalmente, o rio São Francisco foi o recurso mais citado pelos respondentes da pesquisa, por ser um recurso que os visitantes costumam visitar. Os cânions do São Francisco são utilizados como símbolo no mapa turístico de Alagoas para representar os municípios turísticos de Delmiro Gouveia e Olho d'Água do Casado. Outros recursos estão impulsionando o deslocamento de visitantes aos municípios turísticos do Sertão. As romarias ao Santuário Teresiano, em Mata Grande, têm sido constantes, e o Santuário Teresiano é um recurso que acolhe as romarias e a prática dessa manifestação cultural tem atraído visitantes.

As formas de turismo vivenciadas nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas são o turismo alternativo e o de massa. O rio São Francisco é o recurso geoturístico mais visitado para recreação e lazer. Esse recurso é utilizado em vários tipos de turismo, está sendo cogitada a prática do geoturismo. Para incentivar essa prática, foi pensado a implantação do geoparque Cânion do São Francisco. As romarias realizadas para o Santuário Teresiano, em Mata Grande, são uma das manifestações culturais que têm caracterizado o turismo religioso.

Os lugares turísticos mais visitados pelos visitantes são: Piranhas, Delmiro Gouveia, Água Branca, Mata Grande e Olho d'Água do Casado. Piranhas foi o lugar turístico mais visitado e, por isso, é beneficiado com estratégias e investimentos destinados ao desenvolvimento do turismo. Tratado como um produto turístico, o município de Piranhas está incluído na categoria – C pelo Ministério do Turismo (MTur). De acordo com as semelhanças, estruturas que possui e o desempenho que o turismo tem na economia, Delmiro

Gouveia foi incluído na categoria – C, Água Branca e Mata Grande na categoria – D, e Olho d'Água do Casado, na categoria – E.

O turismo representa uma atividade econômica em processo de crescimento, é o principal componente do setor de serviços, sendo a segunda atividade que mais cresce no estado de Alagoas. A expectativa é que os diferentes tipos de turismo possam contribuir com o processo de desenvolvimento dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas. Empreendimentos turísticos instalados em Piranhas, Delmiro Gouveia, Água Branca e Olho d'Água do Casado têm mantido o desenvolvimento econômico da região. O Santuário Teresiano tem contribuído na economia do município turístico de Mata Grande, e os serviços oferecidos aos visitantes têm gerado renda no âmbito municipal e regional.

Responsáveis por atrair visitantes para esses lugares turísticos, os recursos geoturísticos e as manifestações culturais têm sido significativos mediante a sua importância. Em determinado momento histórico, de acordo com a utilidade e com a região ou lugar em que está localizado, o seu valor é atribuído conforme o nível de necessidade. Também foram analisadas as experiências dos visitantes nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas, na maioria das vezes, os serviços oferecidos durante as visitas são satisfatórios, mas, são necessárias melhorias em alguns serviços e infraestrutura.

Também se constatou que as origens da maioria dos visitantes frequentadores dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas são do próprio estado (Alagoas) e estados próximos como Sergipe, Bahia e Pernambuco. A faixa de idade desses visitantes está entre 18 e 66 anos, a maioria é de religião católica, mas também há outras denominações religiosas e os que não possuem nenhuma religião. Quanto ao nível de escolaridade, detectou-se que a maioria concluiu o ensino médio, mais da metade possui o ensino superior e grande parte trabalha no comércio local como vendedores, empresários e comerciantes.

De acordo com os dados do IBGE de 2019, sobre a economia dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas, a economia de Delmiro Gouveia depende do comércio e dos 52.501 habitantes. Destes, apenas 4,6% da população estimada em 2021 estão ocupadas em trabalho formal, com o menor salário médio mensal 1,7. E Piranhas, com 25.324 habitantes, a sua economia depende do turismo, mas apenas 10,7% da população estimada em 2021 estão ocupadas em trabalho formal, com o maior salário médio mensal de 2,2, o segundo mais alto PIB per capita em 2019 de R\$ 10.703,45 (IBGE, 2022).

Com 25.200 habitantes, Mata Grande tem a terceira maior população estimada em 2021 se comparada com Piranhas e Delmiro Gouveia, e apenas 3,8% da população

matagrandense estavam ocupadas em 2019, o salário médio mensal dos trabalhadores formais 1,9 (IBGE, 2022).

Por conta do turismo, as visitas aos municípios turísticos do Sertão de Alagoas são vistas como uma grande oportunidade para melhorar as suas condições socioeconômicas. Mas, para melhorar esses dados e a condição de vida da população, os programas de desenvolvimento do turismo precisam ser efetivados e gerar mais emprego.

Dentre as características das visitas realizadas nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas, os visitantes, na sua maioria, estão acompanhados de familiares e amigos. E os transportes mais usados para se locomover até os lugares turísticos são em automóveis e transportes alternativos (van). De segunda a sábado, o visitante tem a facilidade de visitar as cidades de Água Branca, Mata Grande, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas somente usando o transporte alternativo (van). Com a disponibilidade de transporte para Piranhas durante toda a semana, o visitante encontra facilidade no acesso ao rio São Francisco. Mas, o visitante pode encontrar dificuldade com relação ao *transfer* para os empreendimentos turísticos localizados em áreas rurais de Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas. Em alguns trechos, as estradas não são asfaltadas, e as visitas são feitas por meio de automóvel particular, transporte alternativo (van) fretado ou transporte de parceiros desses empreendimentos. Outra opção são os pontos de embarque, em que o barco percorre o rio São Francisco até o empreendimento turístico.

Para visitar a cidade de Água Branca e Mata Grande, durante a semana, o visitante tem a opção de fazer o deslocamento através do transporte alternativo, mas, no domingo, somente por meio do automóvel particular ou transporte alternativo fretado. Os visitantes que residem nos municípios próximos, esses não costumam usar o serviço de hospedagem, outros aproveitam para se alojarem na casa de familiares e amigos que possuem residências nesses lugares. Mas, a maioria dos que residem em municípios distantes e em outros estados do país tem a opção de fazer uso dos serviços de hospedagem.

Os empreendimentos que oferecem serviços de restaurantes localizados em Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado e Piranhas, próximos ao rio São Francisco, têm sido bastante procurados, já que alimentação e bebidas são as mercadorias mais consumidas. No entanto, é importante que esses estabelecimentos ofereçam locais de descarte de lixo, visto que estão construídos em meio à natureza. Em Água Branca, no restaurante regional, alimentação e bebidas são as mercadorias mais consumidas; em Mata Grande, na loja do Santuário de Santa Teresinha, os artigos religiosos são as mercadorias mais comercializadas.

A motivação que impulsiona a visita é influenciada pelos recursos como o rio São Francisco, cânions, santuário e igrejas. As estruturas criadas pelo turismo utilizam os recursos naturais e culturais para proporcionar emoção no visitante durante seu tempo de descanso e lazer. A emoção positiva ou negativa que o visitante sente durante a visita pode interferir na experiência turística. A emoção pode afetar o poder de decisão do visitante em escolher um lugar para fazer turismo, como também na escolha de não fazer, de retornar ao lugar ou não e de recomendar ou não os serviços.

As emoções positivas durante a visita aos municípios turísticos do Sertão de Alagoas causaram experiências positivas nos visitantes, que se sente bem, em paz, alegres e emocionados com os lugares maravilhosos. E a emoção negativa, quando ocorre, causa experiências negativas, provocadas pelos altos valores cobrados pelos serviços oferecidos, a falta de infraestrutura das estradas, por não ter guias e placas essas situações podem mudar o estado de humor do visitante.

As formas como os serviços são oferecidos podem causar reações de satisfação ou insatisfação durante a visita nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas. Para os visitantes, os serviços oferecidos são satisfatórios, têm bom atendimento e são bem recepcionados, causando experiência positiva, a insatisfação é por conta de preços elevados de alguns serviços oferecidos e de infraestrutura que não está satisfatória.

Os visitantes fizeram algumas sugestões para melhorar as condições turísticas dos lugares visitados. Sugeriram mais investimentos na infraestrutura desses locais, como melhoria das estradas, fazer a divulgação e colocar placas onde falta sinalização indicando a sua localização. Também pontuaram a necessidade de mais investimentos nos serviços de saneamento básico, construção de banheiros públicos, instalação de lixeiras, criação de locais para refeições e farmácia, além de mais postos de atendimento e guias à disposição dos visitantes, para informar sobre o lugar que está sendo visitado.

Com a pandemia, as visitas não têm ocorrido com a mesma frequência de antes, a preocupação com a Covid-19 fez com que os visitantes não sentissem tranquilidade de visitar esses lugares. Por algum tempo, os locais ficaram fechados, mesmo após voltarem a abrir, obedecendo aos protocolos de segurança, a maioria dos visitantes está esperando passar a pandemia. Para não correr o risco de pegar ou transmitir para os familiares, os visitantes estão seguindo os cuidados, fazendo o isolamento social e evitando fazer aglomerações. Porém, já têm visitantes que seguem viajando dentro das normas autorizadas.

O município em que o turismo tem investido em infraestrutura consegue ter um turismo consolidado e é reconhecido por isso, os demais possuem apenas pontos de atração.

Os municípios turísticos que fazem parte do destino Xingó, nos finais de semana, recebem os visitantes eventuais e, durante os meses de férias, recebem grupos de visitantes excursionistas e casais. O município turístico de Mata Grande tem como principal ponto de atração o Santuário de Santa Teresinha, que, durante os finais de semana, recebe grupos de visitantes de caravanas que vêm em romarias.

Os visitantes dos municípios próximos ou de outros estados do Nordeste vêm em romaria para visitar especificamente o Santuário de Santa Terezinha, quando termina a visita, retornam para seus lugares de origem. É percebido que não tem a divulgação de outros lugares para serem visitados. Aqueles visitantes que estão fazendo visita em busca de lazer e descanso vindos de outros estados não têm muito conhecimento da região e dos municípios que estavam visitando ou pretendiam visitar. Nos lugares que têm apenas pontos de atração, os visitantes encontram dificuldades, falta de informação para encontrar esses lugares, a população não é instruída a divulgar o turismo em sua cidade.

Com essas análises, compreende-se que os municípios turísticos do Sertão de Alagoas têm dificuldades de receber as mesmas estruturas dos municípios litorâneos próximos do grande centro turístico, responsável pela acumulação capitalista e organização econômica. Ações que poderiam contribuir para o desenvolvimento do turismo aparentemente não são trabalhadas ou estão paralisadas. A atuação do governo na aplicação dos projetos e propostas não é igual em todos os municípios turísticos. A exemplo dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas, existe um tratamento diferenciado na destinação de verbas e na aplicação de investimentos para o turismo. E a relação do Estado com os municípios também tem refletido na aplicação dos investimentos em políticas públicas que não beneficiam a todos os municípios turísticos, e isso causa impacto no desenvolvimento do turismo. Devido à falta de investimentos, essas situações têm refletido em alguns lugares turísticos que não conseguiram ampliar os serviços oferecidos aos visitantes e ainda não atendem a todas as demandas dos visitantes e da comunidade local, como é o caso de alguns municípios turísticos do Sertão de Alagoas.

O turismo não depende apenas de um lugar para se desenvolver, depende, também, de outros lugares e de recursos naturais e culturais. Esses agregam valor ao lugar, atende os fatores motivacionais e às exigências do mercado turístico, são considerados produtos turísticos utilizados para ofertar serviços aos visitantes. E da estrutura ecológica, espacial e econômica, ou seja, a utilização da natureza como recurso, a localização do lugar turístico e os rendimentos obtidos com os serviços, esses são fatores decisivos no processo de desenvolvimento do turismo local e regional.

A colaboração entre os municípios turísticos do Sertão de Alagoas pode contribuir com o desenvolvimento turístico. E a proposta do Roteiro Caminhos do Sertão visa interligar a rota do Cangaço, em Piranhas, com Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado; Piranhas na região Caminhos do São Francisco (região Cânions São Francisco) e o município de Mata Grande na região da Caatinga, para promover o reconhecimento e a divulgação do turismo dessa região.

Os recursos geoturísticos e as manifestações culturais são importantes na organização socioespacial, cultural, religiosa e no desenvolvimento econômico dos municípios turísticos do Sertão de Alagoas. As interações dos indivíduos com esses elementos influenciam na sua construção identitária e no modo de pensar, agir e viver, além de refletir nos tipos de atividades que têm sido praticadas na região sertaneja. As atividades relacionadas à cultura, à religião e à atividade turística são segmentos impulsionadores de suas diversas realidades.

Pressupõe que identificação dos recursos geoturísticos e das manifestações culturais presentes nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas, a divulgação e a organização de um roteiro turístico nesses municípios podem dar maior visibilidade. E os órgãos governamentais disponibilizem mais investimentos para a melhoria da infraestrutura desses municípios, visando o desenvolvimento e a efetivação da regionalização turística. E deixem de ser apenas uma proposta turística firmada no papel que só cumpre com os interesses políticos e econômicos, e passe a atender às reais necessidades do lugar e de seus visitantes.

Por conta do tempo limitado para a realização da pesquisa e pelo tamanho da área de estudo, que abrange duas regiões turísticas compostas por cinco municípios turísticos do Sertão de Alagoas, são necessárias mais investigações que aprofundem o conhecimento sobre os recursos que influenciam a prática do turismo na região. Diante do que foi abordado, conclui-se que alguns municípios turísticos do sertão de Alagoas enfrentam maiores desafios para efetivar o turismo do que outros. Entretanto, espera-se que com a atualização do mapa turístico, em 2022, e o cadastramento anual possam existir maior engajamento e participação de todos os municípios nos projetos e programas voltados ao desenvolvimento do turismo no Sertão de Alagoas.

REFERÊNCIAS

- ALAGOAS. **Plano de desenvolvimento estadual de Alagoas**. COUTINHO M. K.; ASSAD. L. T (orgs). 1. ed. Brasília: IABS, 2017. 238 p.
- _____. Produto II DIAGNÓSTICO ESTRATÉGICO. **Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo no Baixo São Francisco**. 1. ed. Maceió: Raizesds, 2012.213 p.
- _____. Produto IV Plano de Desenvolvimento e Segmentação do Turismo. **Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo no Baixo São Francisco**.1. ed. Maceió: Raizesds, 2013.118 p.
- _____. Secretaria de Estado do Planejamento e do Desenvolvimento Econômico. **Modelo de Regionalização para o Planejamento Estadual de Alagoas**. Maceió: Seplande, 2014.66 p.
- _____. Secretaria de Estado do Turismo de Alagoas. **Plano de desenvolvimento e segmentação turística para a região do Baixo São Francisco**. Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do Turismo no Baixo São Francisco. Maceió: Seplande, 2012.213 p.
- _____. Secretaria de Estado do Turismo de Alagoas. **Plano estratégico de desenvolvimento do turismo de Alagoas 2013- 2023**. Maceió, 2013. 88 p.
- _____. **Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo**. Sedetur. Maceió, 2019.
- ALVES, C. C. E.; OLIVEIRA, C. D. M. Irradiação territorial e turismo religioso: a devoção de Juazeiro do Norte /Ceará constituindo novas polaridades regionais. **Revista Geográfica de América Central**, Costa Rica, v. 2, n.47, p. 1-16, 2011.
- ALVES, C. C. E. Territorialidades religiosas em irradiação: um olhar geoturístico sobre a devoção alagoana às representações de Padre Cícero e Juazeiro do Norte, CE. **Geosaberes**, Fortaleza, v. 7, n. 12, p. 68 - 79, 2016.
- ALVES, R. C.; DEUS, J. A. S. Turismo e patrimônio: entre o mundo vivido e o “cenário” mercantilizado. **Revista Geoaraguaia**, Barra do Garças, v.10, n.1, p.171-193,2020.
- ANDRADE, J. V de. **Turismo: fundamentos e dimensões**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2002. 215p.
- ARAGÃO, I.R; MACEDO, J. R. Turismo religioso, Patrimônio e festa: Nosso Senhor dos Passos na cidade sergipana de São Cristóvão. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 3, p.399- 414, 2011.
- ARAGÃO, I. R. Apontamentos sobre turismo cultural-religioso e difusão dos Passos da Paixão no Brasil. **Ponta de Lança: Revista Eletrônica de História, Memória e Cultura**, Sergipe, v. 10, n. 19, p. 27 - 49, 2018.
- ARAÚJO, A. M. **Destinação Xingó: abrangência territorial e a ação dos agentes da turistificação**. 2021.161 f. Dissertação (Mestrado em Geografia)- Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2021.

ARAÚJO, E. L. S. **Geoturismo**: conceitualização, implementação e exemplo de aplicação no Vale do Rio Douro no setor Porto Pinhão. 2005. 219 f. Dissertação (Mestrado em Ciências do Ambiente)-Escola de Ciências da Universidade do Minho, Portugal, 2005.

ARAÚJO *et al.* Roteiro turístico: reconhecendo a identidade missioneira Tour route: recognizing missionary identity. **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v. 6, n. 8, 2020.

BAHL, M. **Viagens e roteiros turísticos**. 1. ed. Curitiba: Protexoto, 2004. 192 p.

BARRADO TIMÓN, D.A. Recursos territoriais e processos geográficos o exemplo de recursos turísticos. **Estudios Geográficos**, Madri, v.72, n. 270, p. 35-58, 2011.

BRAGA, L. R. O.; SILVA, L. M. R.; DEUS, J. A. S. A Prática do Geoturismo no Vale do Jequitinhonha como Alternativa de Valorização do Patrimônio Geomineiro e Etno desenvolvimento Regional. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 29, n. 3, p. 525-539, 2018.

BRANDÃO, M. **História de Alagoas seguido de o baixo São Francisco**: o rio e o vale. Maceió: EDUFAL, 2015.

BRASIL. Diretrizes para o desenvolvimento do turismo cultural. Brasília, MTur, 2008.

BELLO, A. A. **Introdução à fenomenologia**. Tradução de Ir. Jatinta Turolo Garcia; Mahfoud. Miguel. 1. ed. São Paulo: Eduse, 2006. 108 p.

BRILHA, J. **Patrimônio Geológico e Geoconservação**: a conservação da natureza na sua vertente geológica. 1. ed. Braga, Portugal: Palimage, 2005. 190p.

BONNEMAISON, J. Viagem em Torno do Território. In: CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. (Orgs.). **Geografia Cultural**: um Século (3). Rio de Janeiro: EdUERJ, p. 83-131. 2002.

BONFIN, B. B. R. **A geografia na formação do profissional em turismo**: discussão sobre uma proposta teórico-metodológica para a região litorânea do Paraná. 2007. f 258. Tese (Doutorado em Geografia), Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo. 2007.

CAMARGO, H. L. Fundamentos multidisciplinares do turismo: História. In: TRIGO, L. G. G. (org). **Turismo**: como aprender, como ensinar. 5. ed. São Paulo: Editora SENAC, 2001.320 p.

CARDOSO, D. M.; LIMA, S. M. S.; FERNANDES, S. C. L. **Curso de Extensão e Aperfeiçoamento em Gestão Cultural**: Diversidade Cultural e Desenvolvimento. Belém. Editora: EditAedi, 2014.83 p.

CARVALHO, C. P. Os impactos da epidemia na economia alagoana em 2020: Notas sobre a conjuntura econômica nos meses de março a dezembro 2020. **FEAC/UFAL**, Maceió, v.1, n.3, p.1-51. 2020.

CARVALHO, C. P. A conjuntura econômica de Alagoas de 2021: um balanço do segundo semestre. **FEAC/UFAL**, Maceió, v.1, n.2, p.1-34. 2021.

CASTILHO, C. J. M. Turismo e processo de produção do espaço geográfico: prolegômenos a quem deseja fazer uma análise geográfica do turismo. In: SÁ, A. J., CORRÊA, A. C. B. (org.). **Regionalização e análise regional** : perspectivas e abordagens contemporâneas. Recife: Editora da Universidade Federal de Pernambuco, p. 67-78. 2006.

CAVALCANTI, M. L.; GONÇALVES, R. de S. (org.). **A falta que a festa faz** : celebrações populares e antropologia na pandemia. 1. ed. Rio de Janeiro: Museu Nacional, 2021.p 337. Dados eletrônicos. (Série Livros Digital, 23).

CHAGAS, M. Formação da Imagem de Destinos Turísticos: Uma Discussão dos Principais Modelos Internacionais. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, Brasil v. 9, n. 1, p. 117-127, 2009.

CHÁVEZ, E. S.; DOMINGOS, F. O.; FRIAS, C. H. R. O Turismo Religioso como Estratégia para o Desenvolvimento Local em Lunardelli, Brasil e El Rincón, Cuba. **Geografia**, Londrina, v. 30, n. 1, p. 345-365, 2021.

CHANDRALAL, L.; VALENZUELA, F. R. Memorable tourism experiences: Scale Development. **Contemporary Management Research Pages**, v. 11, n. 3, p.291-310, 2015.

CECCHIN, D. N. **Integração do patrimônio natural ao cultural como recurso geoturístico na implantação do projeto do geoparque Quarta Colônia, RS, Brasil**. 2019. 406 f. Tese (Doutorado em Geografia) - Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2019.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. ROCHA, L. O. (trad.). 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2007. 248 p.

COELHO, M. F.; GOSLING, M. S. Uma Revisão sobre Estudos de Experiência Turística (2005-2016). **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, p.1-16, 2019.

CORRÊA, R. L. Territorialidade e corporação: um exemplo. In: SANTOS, M.; SOUZA, M. A.; SILVEIRA, M. L. **Território**: globalização e fragmentação. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1996,p. 251-256.

CORRÊA, R. L. Região: A tradição geográfica. In: CORRÊA, R. L. (org). **Trajetórias Geográficas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1997, p. 183-196.

CORRÊA, R. L.; ROSENDAHL, Z. L. (orgs.). **Introdução à geografia cultural**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2011. 224 p.

COSTA, F. R. **Turismo e Patrimônio Cultural**: interpretação e qualificação. 2. ed. São Paulo: Editora Senac , 2009. 251 p.

COUTINHO *et al.* Turismo e geoturismo: uma problemática conceitual. **Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, Caxias do Sul, v. 11, n.4, p. 754-772, 2019.

CPRM. **Diagnóstico do município de Mata Grande, Estado de Alagoas**. MASCARENHAS, J.C.; BELTRÃO, B.A.; SOUZA JUNIOR, L. C. (orgs). Recife: CPRM/PRODEEM, 2005.13 p.

CPRM. Serviço Geológico do Brasil. **Projeto cadastro de fontes de abastecimento por água subterrânea**. Diagnóstico do município de Mata Grande, estado de Alagoas. MASCARENHAS, J.C.; BELTRÃO, B.A.; SOUZA JUNIOR, L. C. (orgs). Recife: CPRM/PRODEEM, 2005.

CRUZ, R. C. A. **Introdução à geografia do turismo**. 2. ed. São Paulo: Roca, 2003.126 p.

DIAS, R.; SILVEIRA, E. J. S. **Turismo religioso: ensaios e reflexões**. 1. ed. Campinas- São Paulo. Editora: Alínea, 2003.152 p.

DIAS, R. O turismo religioso como segmento do mercado turístico. In: DIAS, R; SILVEIRA, E. J. S. da. (Orgs). **Turismo Religioso: ensaios e reflexões**. Capinas: Alínea, 2003, p. 7-37.

DOWLING, R. K. Geotourism's Global Growth. **Geoheritage**. v. 3, p.1-13, 2011.

ESCHILETTI, N. A. R. **O perfil do geoturista no território proposto para o Geoparque Serra do Sincorá - BA** . 2020.185f. Dissertação (Mestrado em Geografia)- Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2020.

FERNANDES, M. L. Uma ilha de símbolos. **Revista do arquivo geral da cidade do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, n.17, p. 265-285, 2019.

FERREIRA, E. M.; SANTOS, S. R. Roteiro Turístico pelas Igrejas Católicas do Centro Histórico de SãoLuís (MA). In: Seminário de pesquisa e turismo do Mercosul, Saberes e fazeres no turismo: interfaces, 6. 2010, Caxias do Sul. **Anais [...]**. Universidade de Caxias do Sul: UCS, 2010.p.1-17.

FONSECA, D. B. C.; ARAUJO, L. M.; DUARTE, A. G.Oportunidades para o turismo criativo em Alagoas, Brasil: o caso da renda 'Singeleza' em Paripueira. **Revista Iberoamericana de Turismo- RITUR**, Penedo, n. 2, p. 270-287, 2018.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008. 248 p.

GOMES, P. C.C. O conceito de região e a sua discussão. CASTRO, I. L.; GOMES, P. C.C. ; CORRÊA. R. L.(org.). **Geografia: conceitos e temas**. 2. ed. Rio de janeiro: Bertrand Brasil, 2000. 354 p.

IBGE-Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 24 Jun. 2020.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**.1. ed. São Paulo:Aleph,2000. 186 p.

KOZLOWSKI, S. Geodiversity. The concept and scope of geodiversity. **Przegląd Geologiczny** , Polônia, v. 52, n. 8/2, p. 833-837, 2004.

KUBALÍKOVÁ, L. Geomorphosite assessment for geotourism purposes. **Czech Journal of Tourism**, Brno- República Tcheca,v. 2, n. 2, p. 80-104, 2013.

JORGE, M. C. O.; GUERRA, A. J. T. Geodiversidade, Geoturismo e Geoconservação: Conceitos, Teorias e Métodos. **Espaço Aberto**. Rio de Janeiro, v. 6, n.1, p. 151-174, 2016.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Turismo: Teoria e prática**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000. 376 p.

LEAL, J. A falta que a festa faz. *In*: CAVALCANTI, M. L.; GONÇALVES, R. de S. (org.). **A falta que a festa faz : celebrações populares e antropologia na pandemia**. 1. ed. Rio de Janeiro: Museu Nacional, 2021. p 22-36. Dados eletrônicos. (Série Livros Digital, 23).

LIMA, M. G. Produção do espaço e turismo religioso em Santo Expedito/SP. **Revista Presença Geográfica**, Rondônia, v. 5, n. 1, p. 57-71, 2018.

LIMA, M. C. Doação de terras no sertão de Alagoas e a formação do território religioso do município de Mata Grande. **Revista de Geografia**, Recife, v.38, n.2, p.125- 147, 2021.

LIMA, M. C. **Territorialidade religiosa e a representação imagética a partir da concepção dos devotos na cidade de Mata Grande - AL**. 2019. 114 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) - Unidade Delmiro Gouveia- Campus do Sertão, Universidade Federal de Alagoas, Delmiro Gouveia, 2019.

LIMA, M. C. de. Impactos da pandemia covid-19 nas festas e procissões religiosas em Mata Grande, Alagoas. **Geopauta**, Vitória da Conquista, v. 5, n. 3, p.1-24, 2021.

MACHADO, A. L.; TOMAZZONI, E. L. A regionalização turística do Rio Grande do Sul e sua contribuição como referência para a gestão regionalizada do turismo no Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v.5, n.2, p.226-247, 2011.

MAMIGONIAN, A. O Nordeste e o Sudeste na divisão regional do Brasil. *In*: Grupo de Pesquisa CNPq Formação Sócio-Espacial: Mundo, Brasil e Regiões. **Anais [...]**. Santa Catarina: Geografia, 2009. p.1-20.

MARTINS, S. R. O desenvolvimento local e turismo: por uma ética de compromisso e responsabilidade com o lugar e a com a vida. **Interações - Revista Internacional de Desenvolvimento Local**, Campo Grande, v. 6, n. 10, p. 109-118, 2005.

MEIRA, S.A.; NASCIMENTO, M. A. L.; SILVA, E.V. Geoturismo e roteiros turísticos: propostas para o parque nacional de Ubajara, Ceará, Brasil. **Geo UERJ**, Rio de Janeiro, v.1, n. 36, p.1-24. 2020.

MOREIRA, J. C. **Geoturismo e interpretação ambiental**. 1. ed. Ponta Grossa: Editora UEPG, 2014. 157 p.

MOREIRA, J. C. Geoturismo: Uma abordagem histórico-conceitual. **Turismo e Paisagens Cársticas**, Campinas, v. 3, n. 1, p. 5-10, 2010.

MOURA-FÉ, M. M. Geoturismo : uma proposta de turismo sustentável e conservacionista para a Região Nordeste do Brasil. **Soc. Nat.**, Uberlândia, v. 27, n.1, p.53-66, 2015.

MTUR. **Ministério do Turismo de Alagoas**, 2007.

MTUR. Secretaria Nacional de Estruturação do Turismo Departamento de Ordenamento do Turismo Coordenação Geral de Mapeamento e Gestão Territorial do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo. **Mapa do turismo brasileiro**, 2019. p.27. Disponível em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/conteudo/LIVRO_Mapa.pdf

MTUR. **Ministério do Turismo**. Fórum Nacional de Turismo Religioso, 2020.

NAVARRO, D. Recursos turísticos e atrações turísticas: conceituação, classificação e avaliação. **Cuadernos de Turismo**, v.35, n.1, p. 335-357, 2015.

OLIVEIRA, C.D. M de. Turismo religioso no Brasil: construindo um investimento sociocultural. In: TRIGO, L. G. G. **Análises regionais e globais do turismo brasileiro**. 1.ed. São Paulo: Roca, 2005.934p.

ONU-HABITAT. Projeto Prosperidade Urbana Sustentável e Inclusiva no Estado de Alagoas: Uma Iniciativa Integrada. **Estratégias para o desenvolvimento da atividade turística nos municípios de Maceió, Maragogi , São Miguel dos Milagres, Penedo e Piranhas**. Maceió, 2020.45 p.

ONU-HABITAT. Projeto Prosperidade Urbana Sustentável e Inclusiva no Estado de Alagoas: Uma Iniciativa Integrada. **Relatório sobre cadeia de valor do turismo nos municípios de Maceió, Maragogi , São Miguel dos Milagres , Penedo e Piranhas**. Maceió, 2020.65 p.

PAES, T. A. A.; LADEIRA, R.; LARocca, M. T. G. Destinos turísticos e a sua relação com o processo de cocriação de valor e o marketing de experiência: uma revisão bibliográfica. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 20, n. 1, p.1-16, 2020.

PARAHYBA, R. B. V.; LEITE, A.P. **Solos do Município de Mata Grande - Estado de Alagoas**. 1. ed. Rio de Janeiro: impressão (online), 2007. 4 p.

PAULAUSKAITE *et al.* Living like a local: authentic tourism experiences and sharing economy. **International Journal Tourism Research**, v.19, n.6, p.1-10, 2017.

PESSÔA, V. L. S.; RAMIRES, J. C. L. Amostragem em pesquisa qualitativa: subsídios para a pesquisa geográfica. In: MARAFON, G. J. *et al.*(orgs.). **Pesquisa qualitativa em geografia: reflexões teórico-conceituais e aplicadas**. 1. ed. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2013, p.117-134.

PINHEIRO, I. F. S.; MARACAJÁ, K. F. B.; CHIM-MIKI, A. F. Política pública de regionalização do turismo: um estudo sobre a participação social no polo de turismo Seridó. **Turismo: Visão e Ação**, Vale do Itajaí, v.22 n.1, p.163-184, 2020.

PTDRS. **Plano Territorial de Desenvolvimento Rural Sustentável do Alto Sertão de Alagoas – PTDRS**. Ministério do Desenvolvimento Agrário – MDA. 2006.117 p.

RAFAEL, U. N. Campo Religioso Alagoano. In: PEDROSA, T.M. (org.). **ARTE popular de Alagoas**. Maceió: Grafitex, 2000.

_____.O papel das Romarias. In: PEDROSA, T.M. (org.). **ARTE popular de Alagoas**. Maceió: Grafitex, 2000. 217 p.

RAMOS, S. P.; RIBEIRO, L. F. Roteiro Integrado da Civilização do Açúcar: algumas considerações sobre o processo de planejamento e desenvolvimento do turismo no Estado de Alagoas. **Revista Acadêmica do Observatório de Inovação do Turismo**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 1, p. 52-84, 2015.

REIS JUNIOR, L. C.; ALMEIDA, R. S.; SPINOLA, C. A. A influência da cultura regional nos serviços turísticos do baixo São Francisco. **Revista de desenvolvimento econômico**, Salvador, Edição Especial Rio São Francisco, p. 5-25, 2017.

RODRIGUES, A. M. Desenvolvimento sustentável e atividade turística. *In*: SERRAN, C.; BRUHNS, H. T.; LUCHIARI, M. T. D. P. (orgs.). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. 3. ed. Campinas: Papirus, 2000. 206 p.

ROSENDAHL, Z. **Espaço e religião**: uma abordagem geográfica. Rio de Janeiro :Ed UERJ, 1996. 89 p.

ROSENDAHL, Z. **Uma procissão na geografia**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2018. 408 p.

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

SANTANA, Pe. M. H. Festa à Vista. *In*: PEDROSA, T. de M. (org.). **ARTE popular de Alagoas**. Maceió: Grafitex, 2000. 217 p.

SANTOS, J. L. **O que é cultura**. 16. ed. São Paulo: Brasiliense, 1996.91 p.

SANTOS, J.P. Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição de Água Branca: uma joia neoclássica no sertão das Alagoas. *In* :SIMPOSIO SOBRE HISTÓRIA E O FUTURO DA EDUCAÇÃO NO BRASIL,30, 2019, Recife.**Anais[...]**.Recife:História,2019. p. 1-15.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**: fundamentos Teórico e metodológico da geografia. 1. ed. São Paulo:Hucitec, 1988. 27 p.

SANTOS, M. **Técnica, espaço, tempo**: globalização e meio técnico-científico-informacional. 1. ed. São Paulo: Hucitec, 1994. 94 p.

SANTOS, M. **Por uma Geografia Nova**: Da Crítica da Geografia a uma Geografia Crítica. 6. ed. São Paulo: Edusp, 2004.288p.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço**: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 4. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2006.260 p.

SANTOS, M. **Da totalidade ao lugar**. 1. ed. 1. reimp. São Paulo: Editora Edusp, 2008. 176 p.

SCHMITT, B.H. **Marketing experimental**. GEDANKE, S.(trad).São Paulo: Nobel, 2000. 267 p.

SCORSOLINI-COMIN,F.;ROSSATO,L.;CUNHA,V.F, *et al*. A Religiosidade/Espiritualidade como Recurso no Enfrentamento da Covid-19. **Revista de Enfermagem do Centro Oeste Mineiro**, Minas Gerais, v.10, n.1, p.1-12, 2020.

SEDETUR. **Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo**, 2022.

SILVA, F. A. B. (org.). **Patrimônios de práticas na cultura brasileira**. WALCZAK, I.A.; SÁ, J.V.; GHEZZI, D.R. Rio de Janeiro: IPEA, 2019. 303 p.

SILVEIRA, E. J. S. Turismo religioso no Brasil: uma perspectiva local e global. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 18, n.1, p. 33-51, 2007.

SOUZA, R. L. **Festas, procissões, romarias, milagres** : aspectos do catolicismo popular . 1.ed. Natal : IFRN, 2013. 160 p.

TALASKA, A. Região e regionalização: revisão conceitual e análise do processo de reconfiguração fundiária e de alteração do uso da terra na região do Corede Norte - RS. **Revista Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v. 12, n. 37, p. 201-215, 2011.

TUAN, Y.F. **Topofilia**: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente. Londrina: Eduel, 2012.298 p.

TYNAN, C.; MCKECHNIE, S. Marketing de experiência: uma revisão e reavaliação. **Journal of Marketing Management**, v. 25, n.1, p. 501-517, 2009.

URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas. 1. ed. São Paulo: Sesc, 1990.232 p.

VERDE, G.V. **Corações sacerdotais**: o padre Cícero na visão de outro padre. 1.ed. Rio de Janeiro: Albatroz, 2020.186 p.

VIEIRA, R.S. **Patrimônio Cultural como Recurso Turístico**: estudo de caso em Delmiro Gouveia – Alagoas (Brasil). 2016.183 f. Dissertação (Mestrado em Geografia)-Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Portugal, 2016.

APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO

UFAL – CURSO DE MESTRADO EM GEOGRAFIA

Pesquisa: Recursos Geoturísticos e Manifestações Culturais em municípios turísticos do Sertão de Alagoas

Identificação do entrevistado:

Município de origem:	Município que visita:
Escolaridade:	Ocupação:
Idade:	Religião:

1- Quais desses municípios do Sertão de Alagoas você reconhece como turísticos?

Inhapi () Água Branca () Pariconha () Mata Grande () Delmiro Gouveia () Olho d'água do Casado () Piranhas ().

2- Quais recursos geoturísticos ou manifestações culturais que você conhece desses municípios?

Museu () Rio () Manifestações culturais indígenas () Sítio arqueológico () Serra () Santuário () Igreja () Cânion () Trilha () Manifestações culturais quilombolas () Monte () Restaurante regional () Cachoeira () Mirante () Outro _____

3- Quais desses municípios do Sertão de Alagoas que você mais visita?

Inhapi () Água Branca () Pariconha () Mata Grande () Delmiro Gouveia () Olho d'água do Casado () Piranhas ().

4- Quais os recursos geoturísticos ou manifestações culturais que lhe motivam a visitar esses municípios?

5- Qual a imagem te faz lembrar algum desses municípios que você visita?

Inhapi _____ Água Branca _____
 Pariconha _____ Mata Grande _____
 Delmiro Gouveia _____ Olho d'água do Casado _____
 Piranhas _____

6-Como você costuma fazer as visitas sozinho (a) ou acompanhado (a) ?

() Sozinho (a)

() Família

() Amigos

() Casal

() Estudantes

Outro:

7- Qual tipo de transporte você utiliza para fazer as visitas?

8 - Qual serviço de hospedagem você usa durante as visitas ?

9- Quanto tempo você permanece durante as visitas ?

10- Quais as mercadorias ou serviços você mais adquire / adquiriu durante as visitas?

() Vestuário

() Alimentação

() Bebidas

() Souvenir

() Livro

() Passeio de barco

() Artigos religiosos () Produtos artesanais () Nenhum
11- Os serviços oferecidos aos turistas são satisfatórios? E qual o motivo?
12- Durante as visitas você encontra lixeiras para fazer o descarte de lixo? Sim () Não ()
13- Cite uma emoção positiva ou negativa que você sentiu durante as visitas? E qual o motivo?
14- Durante a pandemia, você faz visitas com a mesma frequência de antes? E qual o motivo?
15 –Você daria alguma sugestão para melhorar as condições turísticas desses municípios visitados? Qual ?
