



caburé

v.4 n.1 (2025)

e-ISSN 2675-2816

Experiências turísticas vivenciadas nos municípios turísticos do sertão de Alagoas

Tourist experiences in the tourist municipalities of the sertão de Alagoas

Magda Campos de Lima

(Graduada em Geografia pela UFAL, Campus do Sertão e Mestre em Geografia pela UFAL, Campus A. C. Simões)
E-mail: magdajulia-@hotmail.com

Resumo:

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. 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 pesquisa geográfica busca obter entendimento sobre o fenômeno do turismo nos municípios turísticos de Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado e Piranhas. O método utilizado foi qualitativo e as informações foram coletadas através de observações, questionário semiestruturado e materiais fotográficos. Com os resultados obtidos, através das respostas dadas nos questionários foram elaborados mapa, gráficos e tabelas. 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.

Palavras-chave: Turismo; Visitantes; Experiência; Percepção; Consumo; Recursos.

Abstract:

Tourism is a social, economic and cultural activity that seeks to provide people with moments that create tourist experiences through resources (natural and cultural) and cultural manifestations. Every visit is an experience, and every visitor wants the trip, resources and services provided to be memorable and unforgettable. The geographic research seeks to gain an understanding of the phenomenon of tourism in the tourist cities of Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d'Água do Casado and Piranhas. The method used was qualitative and the information was collected through observations, semi- structured questionnaires and photographic materials. With the results obtained, through the answers given in the questionnaires, a map, graphs and tables were prepared. In order for these tourist places to continue receiving visitors and be remembered positively, improvements and investments in infrastructure are necessary, focusing on the development of tourism and visitor loyalty.

Keywords: Tourism;Visitors;Experience;Perception;Consumption;Resources.

1. Introdução

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. 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).

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 planejaram 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 trabalhado 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. 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.

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.

2. Metodologia

A pesquisa geográfica busca obter entendimento sobre o fenômeno do turismo nos municípios turísticos de Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d’Água do Casado e Piranhas. E perceber as experiências que se manifestam nesses lugares turísticos. Além de estarem localizados na região do Sertão de Alagoas, devido aos seus recursos fazerem parte de duas regiões turísticas: Cânions do São Francisco e da Caatinga. Entre eles, existem uma proximidade de localização e a facilidade para locomoção dos visitantes.

O método qualitativo direcionou a realização dos procedimentos para a coleta dos dados durante as etapas da pesquisa. 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 do Sertão de Alagoas: Água Branca, Inhapi, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d’Água do Casado, Pariconha e Piranhas, oito pessoas, no total de cinquenta e seis respondentes.

Na segunda etapa de campo foram aplicados dez questionários semiestruturados com quinze questões, sendo seis objetivas e nove subjetivas. 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 as visitas 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.

Essas comparações permitiram classificar os dados adotando o procedimento da estatística qualitativa de variável nominal. As informações obtidas sobre os municípios turísticos de Água Branca, Delmiro Gouveia, Mata Grande, Olho d’Água do Casado e Piranhas foram organizadas em gráficos e tabelas. Na representação cartográfica, foi utilizado o software Qgis. O mapa, gráficos e tabelas servem para demonstrar os resultados obtidos, através das respostas dadas nos questionários.

3. Municípios turísticos do Sertão de Alagoas

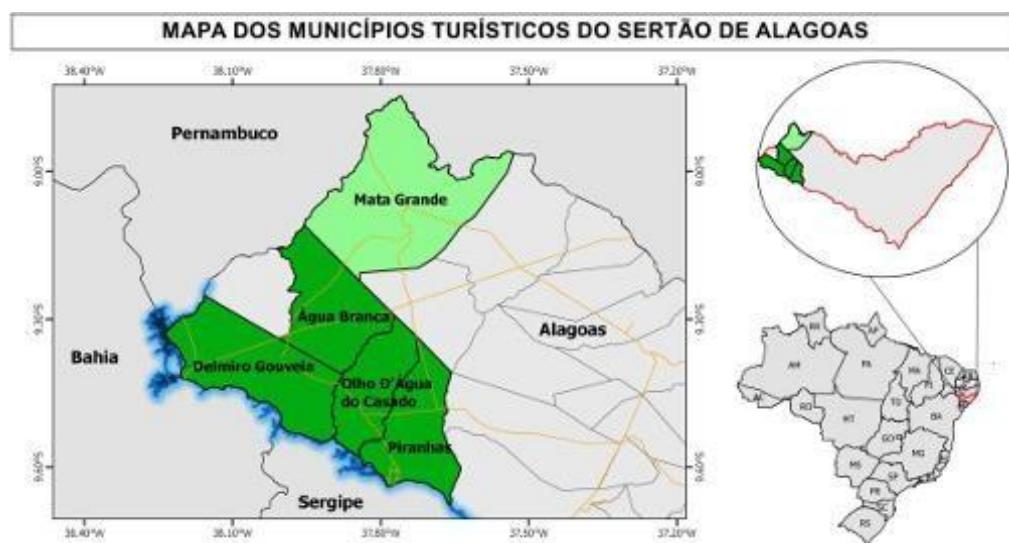
Os lugares podem ser reconhecidos como turísticos sejam pelo recurso que a natureza criou e/ou pelos recursos que o homem construiu. Por conta dos recursos criados pela natureza e pelos monumentos construídos ao longo da sua história, é que, em Alagoas, alguns municípios são considerados turísticos. 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).

Inicialmente os municípios com potencial para o desenvolvimento do turismo, são considerados turísticos. Os municípios alagoanos que apresentam potencial turístico, porém 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. Mas, 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 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. O Ministério do Turismo (MTur) separou os municípios sertanejos em regiões turísticas: região Cânions do São Francisco composto por Água Branca, Delmiro Gouveia, Olho d'Água do Casado, Piranhas e Mata Grande na região da Caatinga.

Os municípios dependem da presença constante de visitantes para que suas economias possam ser fortalecidas. 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 presentes no lugar turístico na maioria das vezes proporcionam experiências positivas, provocam a sensação de bem-estar.

4. Preferência por determinado recurso e lugar turístico no Sertão de Alagoas

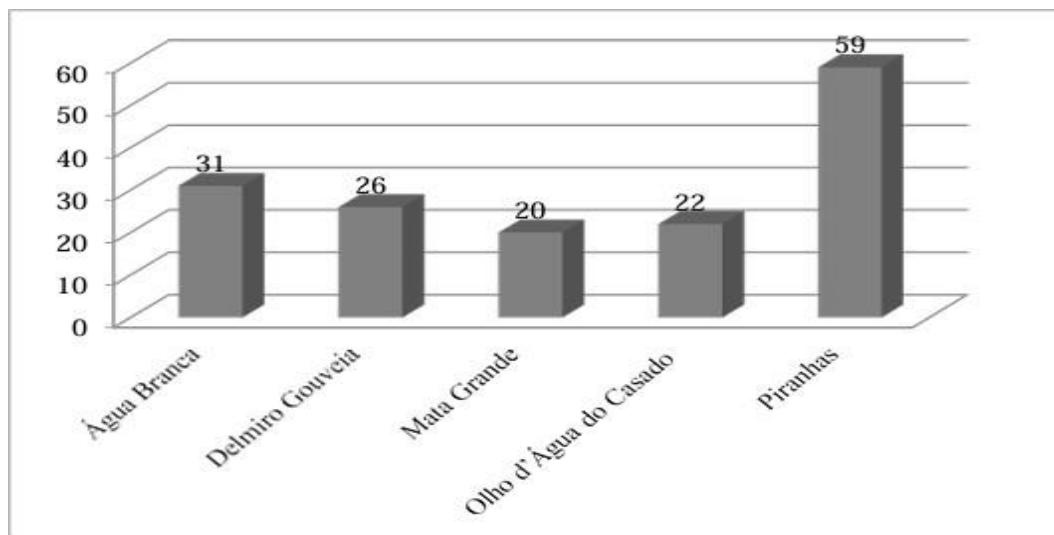
A percepção do visitante tem sido significativa, pois revela o turismo que está sendo vivenciado nos municípios turísticos do Sertão de Alagoas e quais os recursos geoturísticos e manifestações culturais têm motivado a visita a esses lugares turísticos. A motivação por momentos de recreação, lazer, cultural 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).

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, 1990). 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 1), o município que obteve maior reconhecimento como turístico pelos visitantes foi Piranhas.

Gráfico 1 - Municípios do Sertão de Alagoas reconhecidos como turísticos

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

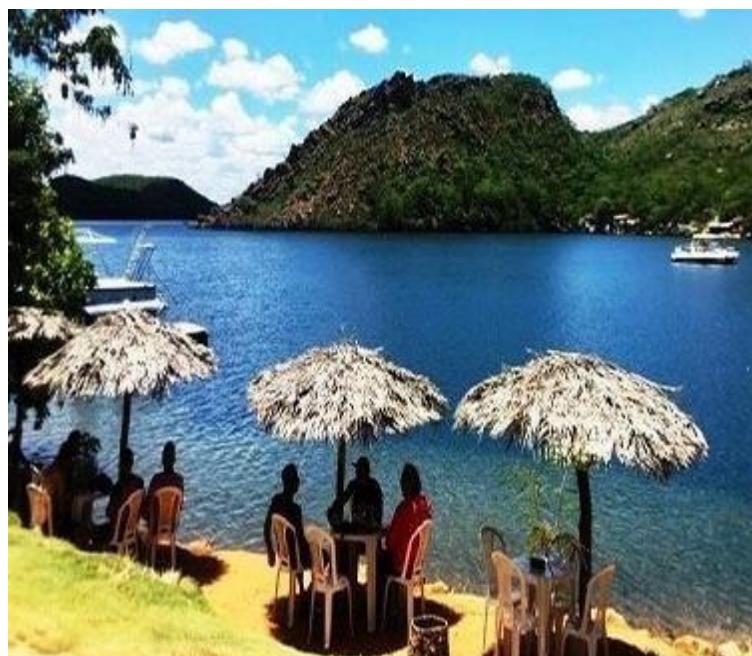
O reconhecimento de Piranhas como lugar turístico se deve ao fato da sua proximidade com o rio São Francisco. Nas suas margens, foram instaladas infraestruturas que aproveitam o rio para proporcionar lazer aos visitantes (Figura 2). É uma cidade histórica que conta parte da história do Brasil, a visita 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 Altemar Dutra, em homenagem ao cantor que passou pela cidade.

Figura 2 - Infraestrutura de Piranhas – Alagoas

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 e desembarque para visitantes (Figura 3) que compram pacotes para visitar os cânions, com parada em restaurante regional de Delmiro Gouveia.

Figura 3 – Visitantes às margens de rio São Francisco, em Olho d’Água do Casado – Alagoas



92

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 (Figura 4), 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).

Figura 4 – Empreendimento turístico em Delmiro Gouveia-Alagoas



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

O Shopping da Vila (Figura 5), 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 é 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.

93

Figura 5- Shopping da vila, em Delmiro Gouveia – Alagoas



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 6). 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 precisam ser mais aproveitados, com investimento para promover as suas potencialidades.

Figura 6 - Centro histórico de Água Branca – Alagoas



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.

Principalmente nos finais de semana, barraqueiros aproveitam o fluxo de visitantes para comercializar na frente do Santuário Teresiano (Figura 7) 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.

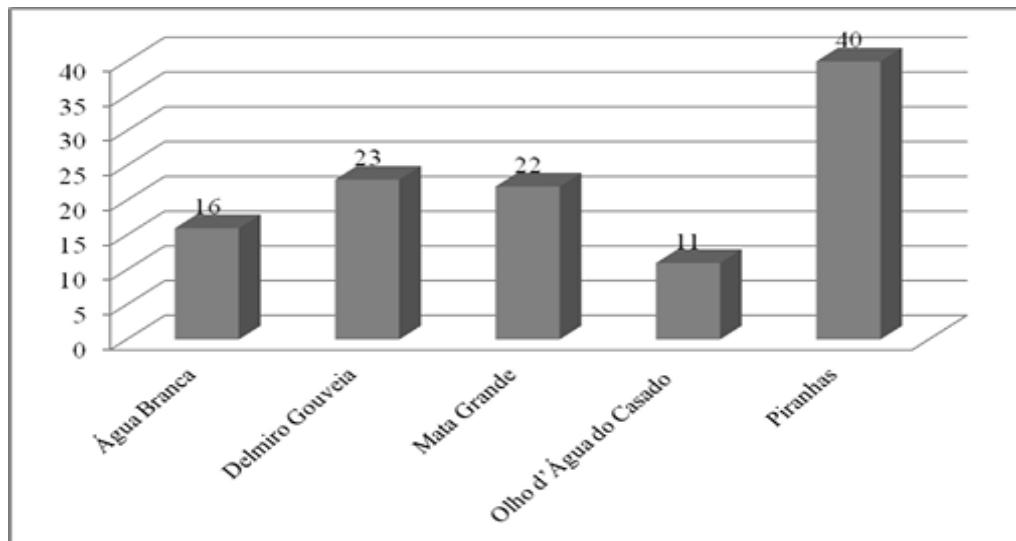
Figura 7 – Sinal do turismo religioso em Mata Grande-Alagoas

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

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.

Conforme demonstrado no (Gráfico 2), 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 2- 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.

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.

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. 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.

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.

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.

Tabela 1- 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 Igreja Museu Santuário Paisagens naturais Trilhas Cânions Rio São Francisco	2 2 2 2 2 2 5 14

Fonte: Elaborado por Lima (2022).

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 1) 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.

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.

5. Considerações

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 os que mais os visitantes lembram de Água Branca e Mata Grande. Os museus localizados em Piranhas e Delmiro Gouveia são responsáveis por guardar o acervo histórico e cultural 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.

Referências

ALAGOAS. Secretaria de Estado do Turismo de Alagoas. **Plano estratégico de desenvolvimento do turismo de Alagoas 2013- 2023**. Maceió, 2013. 88 p.

ARAÚJO, Alysson de Melo. 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.

CHAGAS, Márcio Marreiro das. 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.

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

LIMA, Magda Campos de. **Recursos geoturísticos e manifestações culturais em municípios turísticos do Sertão de Alagoas**. 2023. 159 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Universidade Federal de Alagoas, Maceió, 2022.

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

PAES, Taís Alexandre Antunes; LADEIRA, Rodrigo; LAROCCA, Maria Teresa Grimaldi. 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.

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

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

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

