

ARTIGO ORIGINAL

**O MAPA DO TURISMO BRASILEIRO E A CARACTERIZAÇÃO DE
MUNICÍPIOS ALAGOANOS CLASSIFICADOS COMO "A" E "D"**

ORIGINAL ARTICLE

**THE MAP OF BRAZILIAN TOURISM AND THE CHARACTERIZATION OF
MUNICIPALITIES IN ALAGOAS CLASSIFIED AS "A" AND "D"**

Carlos Everaldo Silva da Costa¹

Sthephanie Santos Izaquiel²

Ana Paula Lima Marques Fernandes³

Érica Xavier de Souza⁴

Universidade Federal de Alagoas - UFAL, Brasil

RESUMO

O turismo significa o deslocamento de uma ou mais pessoas do(s) seu(s) local(is) de origem, por tempo determinado, com diferentes propósitos, seja doméstico (no país de origem) ou internacional (para fora do país), em diversas categorias (lazer, cultural, aventura, gastronômico, negócios, religioso), voltado às experiências e baseado na oferta de serviços e/ou produtos. Tudo isso pode ser estimulado pela relação entre Estado (com políticas públicas) e Mercado (que usufruem dessas políticas comercialmente) que, por conseguinte, legitimam determinados espaços turísticos. Desse modo, como um recorte nacional sobre o ambiente do turismo, o objetivo do estudo é interpretar, na perspectiva da infraestrutura e dos atrativos turísticos, municípios alagoanos classificados como "A" e "D", tendo como parâmetro oficial o Mapa do Turismo. A perspectiva teórica é baseada nos temas turísticos: atrativos e infraestrutura. O delineamento metodológico caracteriza o estudo como de abordagem qualitativa e de paradigma subjetivista, cujos dados coletados - todos secundários - foram de sites e portais oficiais que abordam sobre turismo em Alagoas e o seu recorte foi vinculado a municípios classificados no Mapa do Turismo que, oficialmente, possui uma escala que vai de "A" (infraestrutura do turismo mais bem classificada) à "E" (menor grau de qualificação). Para interpretar tal classificação, foram selecionados um "A" (Maceió) – onde há poucos neste estrato – e outro "D" (Paripueira) – em que estão inseridos grande parte dos municípios alagoanos. Os resultados indicam que, entre atrativos e infraestrutura, este é o fator que mais motiva as diferenças entre ser "A" ou "D".

Palavras-chave: mapa do turismo; infraestrutura turística; Alagoas.

ABSTRACT

Tourism means the movement of one or more people from their place(s) of origin, for a determined period of time, with different purposes, whether domestic (in the country of origin) or international (outside the country), in different categories (leisure, cultural, adventure, gastronomic, business, religious), focused on experiences and based on the offer of services and/or products. All of this can be stimulated by the relationship between the State (with public policies) and the Market (which

¹ Doutor em Administração; Professor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade FEAC/ UFAL. E-mail: carlos.costa@feac.ufal.br.

² Graduação em Administração. FEAC/UFAL. E-mail: sthephaniesantosizaquiel@gmail.com.

³ Doutora em Engenharia Civil. Professora da FEAC/UFAL. E-mail: ana.fernandes@feac.ufal.br.

⁴ Mestra em Contabilidade. Professora da FEAC/UFAL. E-mail: erica.souza@feac.ufal.br.

benefits from these policies commercially) which, therefore, legitimizes certain tourist spaces. Thus, as a national overview of the tourism environment, the objective of the study is to interpret, from the perspective of infrastructure and tourist attractions, municipalities in Alagoas classified as “A” and “D”, using the Tourism Map as the official parameter.. The theoretical perspective is based on tourism themes: attractions and infrastructure. The methodological design characterizes the study as having a qualitative approach and a subjectivist paradigm, whose data collected - all secondary - were from official websites and portals that address tourism in Alagoas and its section was linked to municipalities classified on the Tourism Map that, officially , has a scale that goes from “A” (best classified tourism infrastructure) to “E” (lowest level of qualification). To interpret this classification, an “A” (Maceió) was selected – where there are few in this stratum – and another “D” (Paripueira) – in which a large part of the municipalities in Alagoas are located. The results indicate that, between attractions and infrastructure, this is the factor that most motivates the differences between being “A” or “D”.

Keywords: tourism map; tourist infrastructure; Alagoas.

The present study aimed to analyze the relevance of social media management for managers of Micro and Small Enterprises (MSEs) approaching, in this case, a fast-food microenterprise in the metropolitan region of Grande Vitória - ES. To work on the proposed theme, theoretical aspects relevant to this research were addressed, such as the concepts of marketing, digital marketing, strategies in social networks and management of micro and small companies in the food sector. This information was collected through books, journals, papers, and websites specialized in the subject. The methodology applied was the case study and interviews were carried out with the managers, so that the nature of the study is qualitative. The results demonstrate that social media are considered influential in various sectors of the business, whether in helping the delivery process, sales through applications, purchases of goods and equipment, brand awareness and customer relationship. Managers believe that social media is essential to stay in today's highly competitive market.

Keywords: Social media; Micro and Small Enterprises; Digital marketing; Media management; Fast Food.

INTRODUÇÃO

A Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro – o Mapa – é um instrumento elaborado pelo Ministério do Turismo (MTur) para identificar o desempenho da economia do setor como uma estratégia de implementação do Programa de Regionalização do Turismo para orientar melhores decisões na implementação de políticas que respeitem as peculiaridades locais (BRASIL, 2023).

No Mapa, os municípios são distribuídos numa escala de “A” (mais bem classificados) a “E” (menor classificação) que apresentam suas relevâncias turísticas e capacidades de atração a partir de cinco variáveis, segundo o Mtur (BRASIL, 2023): quantidade de estabelecimentos de hospedagem; quantidade de empregos em estabelecimentos de hospedagem; quantidade estimada de visitantes

domésticos; quantidade estimada de visitantes internacionais; e arrecadação de impostos federais a partir dos meios de hospedagem.

Em 2023, dos 5.568 municípios brasileiros, foram considerados, para a escala de “A” a “E” 2.694 municípios, ou seja, menos de 50%, espalhados nas 342 regiões do Mapa do Turismo Brasileiro. Este total é distribuído em: “A”, 62 (minoridade); “B”, 257; “C”, 476; “D”, 1.522 (maioria, com 56,5%); e “E”, 377. Ou seja, mesmo com a vocação turística do Brasil, a maioria tem baixa classificação (entre “D” e “E”).

O MTur, em seu programa de Regionalização do turismo (BRASIL, 2020), identifica que todas as capitais estão na Categoria “A” e que os municípios que possuem “0” (zero) nas cinco variáveis são agrupados na Categoria “E” e ascendem ao passo que formalizam seus meios de hospedagem e incrementam o fluxo de turistas, atendendo bem àquelas cinco variáveis.

Atender aos critérios do Mtur, conforme a Portaria nº 39 de 2017, faz com que recursos desse ministério sejam destinados aos municípios mais bem classificados. Não à toa que apenas municípios A, B e C podem solicitar apoio na elaboração de planos de marketing, entendendo que esses municípios já possuem um mercado turístico que justifique esse investimento (Turismo Sport, 2019).

Entre os municípios que atraem turistas no Brasil por conta de seus aspectos naturais, especialmente vinculados ao sol e mar, há os da região Nordeste e, entre esses, o estado de Alagoas com destinos cobiçados segundo Agência ALagoas (2024), especificamente porque entre os 10 destinos nacionais e/ou internacionais escolhidos pelos brasileiros, tem sua capital, Maceió, o 7º, devido sua riqueza de patrimônios histórico, cultural e gastronômico. Seja na literatura (com Graciliano Ramos, Jorge de Lima, Lêdo Ivo), na música (Djavan, Hermeto Pascoal), nos personagens históricos (Marechais Deodoro da Fonseca e Floriano Peixoto, os primeiros presidentes da República), em seus pratos típicos (sururu de capote, chiclete de camarão, pudim de tapioca), artesanato (filé, fibra de bananeira, palha de ouricuri), em suas cidades históricas (Penedo, Piranhas, Marechal Deodoro, União

dos Palmares), assim como manifestações culturais (guerreiro, pastoril, coco de roda, reisado) e seus esportistas vinculados ao futebol (Marta; Zagalo).

Alagoas, dividido nas 7 regiões turísticas (Grande Maceió; Cânions do São Francisco; Costa dos Corais; Caatinga; Agreste; Quilombo; e Caminho das Águas), possui 3.127.511 de habitantes (IBGE, 2024), distribuídos em 102 municípios, em que 47 são considerados como turísticos pelo MTur e o destaque é sua capital, Maceió, cujo turismo é uma das suas principais fontes de renda. Em dados, no ano de 2022, visitaram o estado mais de 2,2 milhões de turistas nacionais e internacionais, injetando R\$ 4 bilhões na economia. E, segundo a Superintendência de Promoção Marketing de Produtos e Destinos da Setur, no verão, do fim de 2022 ao início de 2023, 600 mil turistas circularam e injetaram R\$1,2 bi na economia (AGÊNCIA ALAGOAS, 2023).

A estruturação desses destinos classificados pelo Mtur possibilita que as agências e operadoras de turismo ofereçam novos roteiros e novas experiências aos turistas, beneficiando todos os envolvidos: gestores públicos; a iniciativa privada; e o turista (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2020).

Dos 102 municípios alagoanos, 52 estão inseridos no Mapa do Turismo Brasileiro (AGÊNCIA ALAGOAS, 2024). Maceió e Maragogi se enquadram na categoria A, Arapiraca e Japaratinga, na B. No entanto, a maioria está nas categorias C (9), D (29) e E (10). No entanto, segundo Bulgarelli (2022), há municípios que discordam dessa classificação, como São Miguel dos Milagres (C) e Porto de Pedras (C), na Rota Ecológica, assim como Marechal Deodoro (C) e Barra de São Miguel (C), no Litoral Sul, que possuem, depois de Maceió e Maragogi, o maior número de hospedagens.

Como problemática, em um extremo, classificados como “A” há 3,84% dos municípios alagoanos, ao passo que, em outro, 55,8% dos municípios estão classificados como “D”. Desse modo, o estudo se justifica, na teoria porque traz estudos científicos que reforçam a importância da atividade turística como indutora do desenvolvimento local, consolidando, em um mesmo estudo, as temáticas

atrativos e infraestrutura, já que em geral são apresentadas em separado e, em sua maioria, voltados à infraestrutura apenas.

Quadro 1. Estudos nacionais recentes sobre turismo, com foco na infraestrutura

Ano	Autor(es)	Título
2018	Ferreira, Lunas e Grechi	Infraestrutura básica, marketing e promoção: a competitividade desses indicadores em Dourados e Ponta Porã/MS, a partir dos critérios do projeto 65 Destinos Indutores
2019	Zouain et al	Os (des)avanços nos níveis de indicadores de competitividade de destinos turísticos indutores brasileiros: o caso de São Raimundo Nonato
2019	Madeira et al	Tecnologia para o turismo: sinalizar para orienta
2019	Aguiar Junior	Avaliação da potencialidade dos atrativos ecoturísticos do município de São Domingos, Goiás
2020	Mazo et al	Análise bibliográfica e sistemática da literatura acadêmica sobre “cidades inteligentes”, “turismo” e “competitividade”
2020	Freitas e Lima	Hierarquização de atrativos turísticos em Aracaju e Ilha Mem de Sá, Sergipe.
2021	Bretas	Avaliação e hierarquização de atrativos turísticos em Brasília: uma proposta metodológica

Fonte: elaboração própria

Na prática, este estudo é importante porque pode informar aos gestores municipais aspectos que devem ser considerados e consolidados para melhor classificar um determinado município no Mapa.

Desse modo, o objetivo do estudo é caracterizar municípios alagoanos classificados como “A” (Maceió) e “D” (Paripueira) tendo como parâmetro o Mapa do Turismo (o Mapa).

A ATIVIDADE TURÍSTICA

Conceituar turismo é difícil, pois o tema é debatido por diversos estudiosos, o que para Souza (2019) o torna multidisciplinar, ou seja, lida com juízos de valores acerca das concepções desejáveis e não pode ser compreendido isoladamente.

Para a Organização Mundial do Turismo (Gee; Fayos-Solá, 2003), o turismo compreende atividades que pessoas realizam durante suas viagens, para lugares diferentes do seu habitual, com finalidade de lazer, negócios etc. Já para o Instituto Brasileiro de Turismo (Embratur), é uma atividade econômica representada nas transações que envolvem compra e venda de serviços/produtos entre agentes econômicos, que participam do deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites de suas residências fixa, por qualquer motivo (BRASIL, 2017).

Nesse trade, que envolve produtos e serviços necessários para o bom funcionamento da atividade turística nas localidades, Madeira et al (2018) consideram o turismo um conjunto de atividades destinadas a receber, hospedar, promover, desenvolver e orientar os deslocamentos humanos, proporcionando conhecimento, satisfação e experiências aos turistas e aos moradores locais, assim como gerar oportunidades de emprego e renda, desde que haja profissionais habilitados, participação do poder público para os devidos investimentos e, segundo Ferreira, Lunas e Grechi (2018, p. 12), planejamento, para entender que cada espaço tem o objetivo atender um tipo de turista.

Para Zouain et al (2019), a criação do Ministério do Turismo (Mtur), em 2003, estimulou a competência para uma política nacional de turismo sustentável e descentralizado, a partir do(a)s: Plano Nacional de Turismo, documento estratégico com diretrizes que norteiam a política de desenvolvimento da atividade turística no país; Política Nacional de Turismo (Lei nº 11.771, de 2008), que estabelece o papel do Governo Federal nesse planejamento; programas implementados sob a égide do Plano Nacional de Turismo (PNT), como o Programa de Regionalização do Turismo.

ATRATIVOS TURÍSTICOS

Ser atrativo significa, para o turismo, chamar a atenção ou ser capaz de atrair e encantar. Deste modo, é representado por todo lugar, objeto ou acontecimento que desperte o interesse do turista para o local, motivando assim, deslocamento humano (BRASIL, 2017). Neste deslocamento, segundo Mazo et al (2021), o destino

é um conjunto de serviços e produtos atrativos, suscetíveis aos desejos e às escolhas do turista.

O atrativo turístico constitui o aspecto mais importante do produto turístico, pois influencia na seleção, por parte do turista, do destino de uma viagem, ou seja, gera uma corrente turística até a localidade (BRASIL, 2020). Além disso, o destino são diferenciados por aspectos singulares, que podem ser naturais, culturais, tradicionais, populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas e eventos programados (BRASIL, 2023).

Consoante Freitas e Lima (2020), a atratividade é apresentada pela natureza da atividade turística existente, uma vez que se pode associar à demanda turística os atrativos naturais e/ou serviços de estadia, lazer e entretenimento.

O importante sobre atrativo turístico é considerar, de acordo com Soares e Azevedo (2020), que este deve ser sempre um local/espço geográfico preparado para se tornar foco do turista. Assim, a compreensão do potencial é também vinculada à infraestrutura, logo, quanto mais estruturado, maior será seu potencial turístico.

Com o crescimento da atividade turística, muitas cidades desejam se transformar em polo turístico, seja pelo alimento, paisagem, ou paisagem a partir do alimento e/ou vice-versa. Assim sendo, há uma crescente competitividade entre os destinos turísticos, fazendo com que um destino necessite de atrações e recursos que possam suprir necessidades e expectativas dos visitantes (Oliveira et al, 2021).

Oliveira et al (2021) também reforçam que tal competitividade gera uma pressão para o rejuvenescimento dos destinos e dos próprios atrativos turísticos em si, com vistas para melhorias e adaptações – e até imitações – para conseguirem ser competitivos e motivadores, mantendo a percepção de local atraente para o visitante.

Para além disso e manter o foco na singularidade de um local, Mustelier-Puig, Anjum e Ming (2018) observaram que há forte relação entre a qualidade dos atrativos turísticos e a percepção de satisfação dos visitantes, a partir dos seguintes atributos: o conhecimento do colaborador em relação aos detalhes e a história do produto turístico ofertado; a atitude do colaborador no que diz respeito a qualidade do atendimento prestado aos visitantes; a conduta não verbal do funcionário, tal como a educação manifestadas pelo mesmo; e conhecimento de outros idiomas, que facilite a comunicação.

INFRAESTRUTURA

O Mtur define a infraestrutura como o conjunto de obras e instalações de estrutura física e serviços urbanos básicos que dão suporte ao desenvolvimento da atividade turística em determinada área, como: sistema de transportes e de comunicações; hotéis; locadoras; posto de informações; bares e restaurantes; entretenimento (BRASIL, 2023).

Mazo et al (2021) indicam que as razões pelas quais um visitante escolhe um destino turístico em detrimento a outro, estão vinculadas aos recursos físicos, fatores socioculturais e ambientais, infraestrutura e serviços, ou seja, o uso dessas possibilidades da inteligência em turismo, com adequada disponibilização de informações, por meio de tecnologias eficientes da comunicação, proporciona conhecimentos sobre a oferta, a fim de conquistar a demanda turística.

Quanto maior e mais diversificada a infraestrutura local, maior será a capacidade de atrair pessoas com propósitos diferenciados, o que gera condições necessárias para a criação de negócios que servirão de âncora para a expansão da economia local (Ferreira; Lunas; Grechi, 2018).

Como a atividade turística é desenvolvida através da ação conjunta entre os setores público e privado, conforme Zouain et al (2019), o suporte governamental se dá com políticas públicas voltadas à infraestrutura básica de órgãos responsáveis

que se ponham à frente do segmento e promovendo o desenvolvimento da iniciativa privada que opera no setor.

Nessa inter-relação entre ambos os setores, pode-se afirmar que a infraestrutura tem, inclusive, o poder de limitar a demanda de turistas em determinado destino, visto que quanto maior a qualidade dos equipamentos, mais atrativo será aos olhos do mercado, fortalecendo seu nível de competitividade e sustentabilidade (Ferreira; Lunas; Grechi, 2018).

Quadro 2. Síntese teórica sobre atrativos e infraestrutura turística

Aspecto		Fonte (ano)
A T R A T I V O S	É todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse para o turismo	Embratur (2000)
	Componente principal e do produto turístico, pois determina a seleção, por parte do turista, do local de destino de uma viagem	Brasil (2023)
	Se diferencia por suas características, que podem ser naturais, culturais, manifestações e usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas e acontecimentos programados.	Brasil (2020)
	Apresentado pela natureza da atividade turística existente, uma vez que se pode associar à demanda turística por atrativos naturais ou por serviços de estadia, lazer e entretenimento	Freitas e Lima (2020)
	Local transformado, construído para se tornar o foco do turista. Porém, como os estudos abordam recursos e atrativos como algo semelhante, essa similaridade culmina também no entendimento de potencial turístico. Assim, a compreensão do potencial vincula-se à infraestrutura do destino. Logo, quanto mais estruturado, maior será seu potencial turístico.	Soares e Azevedo (2020)
	Compostos por diversos recursos que chamam a atenção dos turistas, podendo ser tangíveis ou intangíveis.	Bretas (2021)
	Quanto maior a crença de que o atrativo é de qualidade, mais expressivos e positivos serão os níveis de satisfação manifestados pelos visitantes.	Mustelier-Pui, Anjum e Ming (2018)
	Seu sentido é relativo, pois, haverá sempre uma complexidade presente, envolvendo diversos fatores que definirão e identificarão se um atrativo turístico é ou não atraente perante o olhar do visitante	Bretas (2021)
I N F R A	Conjunto de obras e de instalações de estrutura física e de serviços urbanos básicos que dão suporte ao desenvolvimento da atividade turística em determinada área.	Brasil (2023)
	Exemplos: sistema de transportes e de comunicações, hotéis, locadoras,	Brasil

- E S T R U T U R A	posto de informações, bares e restaurantes, entretenimento, etc.	(2017)
	As razões pelas quais um visitante escolhe um destino turístico, em detrimento de outro, são vinculadas aos recursos físicos, fatores socioculturais e ambientais, infraestrutura (acessos) e serviços (hotéis, atrativos, eventos).	Mazo et al (2021)
	Para ser adequada, deve atender às necessidades locais e a dos turistas que ficarão no destino. Quanto maior e mais diversificada for, maior será a capacidade de atração de pessoas com propósitos diferenciados.	BRASIL (2017)
	Tem o poder de limitar a demanda de turistas do destino, visto que quanto maior a qualidade dos equipamentos, mais atrativo esse destino será aos olhos do mercado, fortalecendo seu nível de competitividade.	Ferreira, Lunas e Grechi (2018)

Fonte: elaboração própria

Em síntese, todo lugar ou objeto que motiva o deslocamento de pessoas, é considerado um fator responsável e que, a infraestrutura é o conjunto desses espaços, obras e instalações que possibilitam que a atividade turística (saneamento, transporte, energia, entre outros).

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo tem abordagem qualitativa, é dedutivo – norteado por aspectos teóricos e o quanto estes são identificados no mundo empírico em questão (Pina et al, 2019) – e enquadra-se no paradigma subjetivista (Batista; Kumada, 2021).

Para o recorte do estudo, inicialmente, foi realizado o levantamento dos municípios de Alagoas e suas respectivas classificações de acordo com os critérios estabelecidos pelo Mapa do Turismo (Mapa), uma ferramenta utilizada pelo Mtur para identificar e categorizar os municípios brasileiros de acordo com seu potencial turístico, a partir de 5 variáveis: quantidade de estabelecimentos de hospedagem; quantidade de empregos em estabelecimentos de hospedagem; quantidade estimada de visitantes domésticos; quantidade estimada de visitantes internacionais; e arrecadação de impostos federais a partir dos meios de hospedagem. Ainda neste recorte, em um segundo momento, intencionalmente, para viabilizar o estudo, foram escolhidos 2 municípios: 1 com menor percentual de classificação entre os alagoanos, especificamente o “A”, com apenas 2, e o escolhido foi Maceió; assim

como 1 com maior percentual de inseridos, o “D”, com 29 municípios, sendo Paripueira o escolhido.

Para a coleta de dados sobre as caracterizações destes 2 municípios, foram utilizadas fontes secundárias – publicadas entre janeiro de 2022 e maio de 2023 – a partir de matérias que envolvessem turismo e um dos dois selecionados, a partir de sites dos âmbitos privado (G1, TripAdvisor, Guia de Destinos, Marcio no Mundo e Folha de São Paulo) e governamental (EMBRATUR, MTur, OMT e a Secretaria de Estado do Desenvolvimento Econômico e Turismo – SEDETUR).

Foram cerca de 40 conteúdos acessados para cada município, dos quais 20 foram utilizados para Maceió e 20 para Paripueira, em que foram excluídos os conteúdos redundantes. O estudo como um todo iniciou em junho de 2022 e foi finalizado em outubro de 2023. No entanto, esta etapa de coleta e interpretação, durou 4 meses, entre junho e setembro de 2023. E, o último mês, o de outubro de 2023, para revisões e ajustes finais.

A interpretação dos dados coletados utilizou ferramentas da Análise de Conteúdo de Bardin (2011), especificamente com a postura de grade fechada (quando os aspectos a serem analisados são pré-estabelecidos, sendo estes os da teoria sobre infraestrutura e atrativos que nortearam a interpretação do mundo empírico sobre Maceió e Paripueira) e na perspectiva temática (quando frases, textos e expressões relacionadas a Maceió e a Paripueira foram selecionadas).

DESCRIÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

Esta etapa relaciona os achados empíricos aos aspectos teóricos.

DESCRIÇÃO DOS DADOS EMPÍRICOS

Quando tratamos dos dados sobre os municípios Maceió e Paripueira, ainda que compartilhem a praia como beleza natural comum, cada um é legitimado por características distintas que envolvem tanto o âmbito privado quanto o público.

Quadro 3. Observações empíricas sobre o turismo em Maceió e Paripueira (continua)

Maceió	Fonte	Paripueira
Apontada pela CVC, maior operadora de turismo da América Latina, como um dos destinos mais procurados no verão 2022/2023. A empresa destinou 7 fretamentos semanais de Porto Alegre (RS), Londrina (PR), Ribeirão Preto (SP), Brasília (DF), Campinas (SP), Belo Horizonte (MG) e São Paulo (SP).	G1	Localizada na APA (Área de Proteção Ambiental) Costa dos Corais, Paripueira se destaca pelas águas mornas, transparentes e mansas, proporcionadas pelos diversos bancos de areia e piscinas naturais.
De 10 melhores praias urbanas do Brasil, uma delas é a Ponta Verde, com destaque para o “caminho de Moisés”, banco de areia que permite caminhar em meio às águas até a barreira de corais, que cerca a orla, até o farol.	Folha de São Paulo	Suas piscinas naturais fazem parte da APA. Em Alagoas, iniciam os bancos de corais que se estendem até Pernambuco e formam uma das maiores barreiras naturais do mundo.
O turismo de evento e negócios receberá incentivo devido um convênio entre a Sedetur e o Maceió Convention e Visitors Bureau (MCBV), que impactará na economia local e favorecerá a geração de emprego e renda. A iniciativa faz parte das realizações do Governo de Alagoas para o fortalecimento da economia.	Sedetur	O Governo de Alagoas, através da Sedetur, está investindo na elaboração de planos diretores na APA Costa dos Corais.
Com um mar verde que não fica devendo em nada ao Caribe, piscinas naturais de águas cristalinas e barreiras de corais fazem com que as praias se tornem verdadeiras piscinas e suas adjacências conquistam à primeira vista.	Guia de Destinos	Com uma praia longa, com areia fina, mar claro, barracas de praia, coqueiros e muitos barquinhos de pescadores. Está a 30km de Maceió e revela-se uma boa opção para curtir piscinas naturais sem grande movimento de pessoas. Tem pousadas e é uma opção de hospedagem mais barata, porém, com estrutura inferior à da capital.
É sinônimo de belas praias de água azul-turquesa, povo hospitaleiro, gastronomia diversificada e cultura peculiar. É considerada uma das mais bonitas do Nordeste e do Brasil. Passou a ser um dos destinos mais procurados do Brasil de acordo com informações da maior operadora de turismo do país. Tal fato vem ocorrendo pelo forte investimento no turismo que a cidade teve nos últimos anos.	Marcio no Mundo	Fica no litoral norte e é o destino ideal para quem procura um banho de mar com uma água quentinha e cristalina. É formado por duas lindas praias: a de Paripueira e a do Sonho Verde. A maioria das pessoas fazem um bate e volta, mas é possível passar um agradável final de semana na região.

<p>5.830 avaliações (excelente 2.176; muito boa 2.281; razoável 1.026; ruim 248; e horrível 99).</p> <p>“Hospedagem, a diversidade de restaurantes e passeios. São muitas opções. Aqui realmente faz jus ao nome Paraíso das Águas.”</p> <p>“Essa é a praia mais movimentada da orla de Maceió, mas é muito bonita, muitos passeios saem de Ponta Verde e vários pontos turísticos e instagramáveis estão aqui também. De todas, é a que eu aconselharia visitar primeiro.”</p>	<p>Trip advisor</p>	<p>4.856 avaliações (excelente 2.655; muito boa 1.553; razoável 496; ruim 103; e horrível 49)</p> <p>“Local com estrutura nota 10. Restaurante com várias opções de alimentos e valores. Praia limpinha e gostosa. Tem música ao vivo e apresentações folclóricas. Fizemos um passeio de jipe até a praia de carro quebrado. Muitos lugares para fotos.”</p> <p>“Praia sossegada, linda e sem abordagem excessiva de ambulantes. Com pouca estrutura de barracas, mas suficiente para passar o dia maravilhoso sem exploração. Vale muito.”</p>
---	-------------------------	---

Fonte: elaboração própria

Na perspectiva dos visitantes em relação às localidades, os municípios possuem avaliações semelhantes. A distinção principal entre Maceió e Paripueira está na infraestrutura, ainda que Paripueira seja bem avaliada por ter menos badalação. Maceió se destaca por sua ampla gama de opções de hospedagem, serviços e entretenimento, Paripueira oferece experiência mais intimista e tranquila.

INTERPRETAÇÃO DOS DADOS: RELAÇÃO TEÓRICO-EMPÍRICA

Os achados empíricos são relacionados aos dados da fundamentação teórica e as partes em branco no quadro abaixo indicam que os dados não indicaram algum tipo de vínculo com a teoria.

Quadro 4. Relação teórico-empírica sobre atrativos e infraestrutura turística em Maceió e Paripueira

Aspecto		Fonte	Maceió	Paripueira
A T R A T I V O S	É todo lugar, objeto ou acontecimento de interesse para o turismo	Embratur (2000)	Para a CVC, um dos destinos mais procurados no verão.	Se destaca pelas águas mornas, transparentes e mansas, além dos bancos de areia.
	O atrativo turístico constitui o componente principal e mais importante do produto turístico, pois determina a seleção, por parte do turista, do local de destino.	Brasil (2020)	A folha destaca a Ponta Verde como uma das 10 melhores praias urbanas do Brasil	O município é formado por duas praias: Paripueira e Sonho Verde.

			Ambas são bonitas e com boa estrutura	
	Além da importância dos atrativos, o Mtur os diferencia por suas características fundamentais, que podem ser naturais, culturais, manifestações e usos tradicionais e populares, realizações técnicas e científicas contemporâneas e acontecimentos programados.	Brasil (2023)	O turismo de evento e de negócios receberá ações de incentivo devido o convênio entre Sedetur e o MCBV	-
	Pode ser apresentada pela natureza da atividade turística existente, uma vez que se pode associar à demanda turística por atrativos naturais ou por serviços de estadia, lazer e entretenimento	Freitas e Lima (2020)	Hospedagem, diversidade de restaurantes e passeios. São muitas opções.	-
	Local transformado, construído para se tornar o foco do turista. Porém, como os estudos abordam recursos e atrativos como algo semelhante, essa similaridade culmina também no entendimento de potencial turístico. Assim, a compreensão do potencial vincula-se à infraestrutura do destino. Logo, quanto mais estruturado, maior será seu potencial turístico.	Soares e Azevedo (2020)	Essa é a praia mais movimentada da orla de Maceió, mas é muito bonita, muitos passeios saem de Ponta Verde e vários pontos turísticos e instagramáveis estão aqui. De todas, é a que eu aconselharia logo visitar	Tem pousadas e é uma opção de hospedagem mais barata do que Maceió, porém, com estrutura inferior à da capital.
	As atrações turísticas são compostas por diversos recursos que chamam a atenção dos turistas, podendo ser tangíveis ou intangíveis.	Zouain (2021)	Sinônimo de belas praias de água azul-turquesa, povo hospitaleiro, gastronomia diversificada e cultura peculiar.	-
	Há forte relação entre qualidade dos atrativos turísticos locais e percepção de satisfação dos seus visitantes – ou seja, quanto maior a crença de que o atrativo é de qualidade, mais expressivos e positivos serão os níveis de satisfação manifestados pelos visitantes.	Mustelier Puig, Anjum e Ming (2018)	A cidade é uma das mais bonitas do Nordeste e do Brasil. Passou a ser um dos destinos mais procurados do Brasil, de acordo com informações da maior operadora de turismo do país.	-
INFRA-ESTRUT	Conjunto de obras e de instalações de estrutura física e de serviços urbanos básicos que dão suporte ao desenvolvimento da atividade turística	Brasil (2023)	Muita oferta de passeios, bares e restaurantes.	Pouca estrutura de barracas.
	Sistema de transportes e comunicações, hotéis, locadoras, posto de informações, bares e restaurantes, entretenimento.	Brasil (2023)	Muita oferta de passeios, bares e restaurantes, culinária e cultura	Elaboração de planos diretores

Fonte: elaboração própria

Em relação aos atrativos turísticos, na caracterização de Maceió e Paripueira, interpretamos que ambos os municípios compartilham da beleza das praias e oferecem aos visitantes experiências únicas. Maceió, como capital, oferece uma ampla gama de opções para os turistas. Suas praias, como Pajuçara, Ponta Verde e Jatiúca, são conhecidas por suas águas claras e calmas, perfeitas para banhos e

mergulhos. Paripueira, por sua vez, é uma cidade mais tranquila, localizada a 30 km ao norte de Maceió e seus principais atrativos são as praias e sua conexão com a Rota Ecológica. Além disso, oferece um ambiente com menos movimento, sendo ideal para quem busca relaxar e apreciar a natureza intocada.

Quadro 5. Comparativo de desempenho de Maceió e Paripueira

Variável	Fonte de coleta	Maceió (A)	Paripueira (D)
Quantidade de Estabelecimentos de Hospedagem	Relação Anual de Informações Sociais – RAIS 2017	Visitantes domésticos (1.448.550)	Visitantes domésticos (936)
Quantidade de Empregos em Estabelecimentos de Hospedagem	Relação Anual de Informações Sociais – RAIS 2017	Visitantes internacionais (78.259)	Visitantes internacionais (504)
Quantidade Estimada de Visitantes Domésticos	Estudo de Demanda Doméstica 2012 – MTur/FIPE	Estabelecimentos (124)	Estabelecimentos (4)
Quantidade Estimada de Visitantes Internacionais	Estudo de Demanda Internacional 2017 – MTur/FIPE	Empregos (3.081)	Empregos (57)
Arrecadação de Impostos Federais a partir dos Meios de Hospedagem	Secretaria de Receita Federal – Ministério da Economia	Arrecadação de impostos (47.781.969)	—

Fonte: adaptado do Mapa do turismo (2023)

Sobre a infraestrutura de Maceió e Paripueira, os achados da pesquisa, indicam que Maceió, apresenta maior desenvolvimento. A cidade conta com uma ampla variedade de opções de hospedagem, que vão desde hotéis de luxo até pousadas aconchegantes. Sua orla é bem estruturada, com calçadões, ciclovias e quiosques à beira-mar, proporcionando conforto e comodidade aos visitantes. A infraestrutura de serviços também é abrangente, com restaurantes, bares, lojas de *souvenirs* e agências de turismo, facilitando o acesso a diferentes atividades e experiências na cidade. Além disso, conta com um aeroporto internacional, facilitando a chegada de turistas de diferentes partes do mundo. Já Paripueira apresenta uma infraestrutura turística de menor porte com menos opções de hospedagem em comparação com Maceió, A infraestrutura de serviços em Paripueira é mais limitada a poucas barracas.

Foi observado que a classificação dos municípios no Mapa do Turismo muitas vezes se baseia em indicadores quantitativos, como o número de meios de hospedagem, fluxo turístico ou infraestrutura de transportes. Embora esses indicadores sejam muito importantes, podem não captar a qualidade e a autenticidade da oferta turística, assim como a experiência dos visitantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Estudar o turismo é importante para a área do conhecimento Administração por permitir a compreensão de fluxos simbólicos e estruturais, singularidades, tendências e demandas do mercado turístico. Isso auxilia a elaboração de um planejamento estratégico – e por conseguinte, uma melhor tomada de decisão – que considere a identificação e o desenvolvimento dos atrativos, com a oferta de serviços adequados e a gestão sustentável dos recursos.

Com base no objetivo que foi interpretar, na perspectiva da infraestrutura e dos atrativos turísticos, municípios alagoanos classificados como “A” e “D”, tendo como parâmetro oficial o Mapa do Turismo, o resultado do estudo indica que um município que se encontra na categoria A, para além dos atrativos, possui infraestrutura turística bem elaborada.

As abordagens teóricas foram baseadas nos temas atrativos turísticos e infraestrutura do turismo, no qual foi enfatizado o que cada um desempenha no desenvolvimento do turismo. Os atrativos turísticos desempenham um papel central na escolha de um destino pelos turistas, enquanto a infraestrutura é fundamental para atender às necessidades dos visitantes e proporcionar boas experiências.

A metodologia do estudo qualitativo básico envolveu dados secundários por meio de portais sobre como o turismo é significado em Maceió e Paripueira, capazes de associá-los – a partir das ferramentas da análise de conteúdo – aos aspectos pré-determinados – dedutivos – do Mapa e da teoria.

Como limitações, foi observado certa diferença, quando comparados os olhares da comunidade e a perspectiva do Mapa. Enquanto este muitas vezes se baseia em

indicadores quantitativos, a comunidade leva em consideração outros fatores e melhorar este entendimento é importante aspecto para a área da gestão.

A partir deste estudo, como sugestão para futuras pesquisas, seria importante realizar pesquisas que incluíssem dados primários para investigar a percepção dos turistas sobre a infraestrutura e os atrativos turísticos em Alagoas, levando em consideração aspectos como a qualidade dos serviços, a autenticidade dos atrativos, a satisfação geral e as expectativas dos visitantes. Isso pode ajudar a identificar pontos fortes e áreas de melhoria em cada município e direcionar estratégias de desenvolvimento locais.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA ALAGOAS. **Dia Nacional do Turismo: Alagoas consolida liderança no mercado brasileiro e expande ações fora do país.** 2023. Disponível em: <<https://painelnoticias.com.br/geral/222134/dia-nacional-do-turismo-alagoas-consolida-lideranca-no-mercado-brasileiro-e-expande-aco-es-fora-do-pais>> Acessado em: 10/07/2023.

AGÊNCIA ALAGOAS. **Setur divulga lista de municípios alagoanos validados no Mapa do Turismo Brasileiro.** 2024. Disponível em: <<https://www.agenciaalagoas.al.gov.br/noticia/setur-divulga-lista-de-municipios-alagoanos-validados-no-mapa-do-turismo-brasileiro>>. Acessado em: 20/04/2024

AGUIAR JUNIOR, P. R. F. **Avaliação da potencialidade dos atrativos ecoturísticos do município de São Domingos, Goiás.** 2019. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2019.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo.** São Paulo: Edições 70, 2011

BATISTA, Leonardo; KUMADA, Kate Mamhy Oliveira. Análise metodológica sobre as diferentes configurações da pesquisa bibliográfica. **Revista brasileira de iniciação científica**, p. e 021029-e021029, 2021.

BULGARELLI, Claudio. **Alagoas: Mapa do Turismo classifica 55 municípios.** 2022 Disponível em: <<https://tribunahoje.com/noticias/turismo/2022/08/27/108211-alagoas-mapa-do-turismo-classifica-55-municipios>> Acessado em: 13/07/2023

BRASIL. Ministério do Turismo. **Dados e Fatos; Glossário do turismo.** 2023. Disponível em:

<<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/gloss%C3%A1rio-do-turismo/67-outros/gloss%C3%A1rio-do-turismo/882-a.html>>. Acessado em 17/10/2023

BRASIL. Estratégias territoriais para o desenvolvimento turístico. 2017.

Disponível em:

<http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=88&Itemid=271> Acessado em: 20/06/2022.

BRASIL. Regiões Turísticas. 2020. Disponível em:

<http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=91&Itemid=273>. Acessado em:13/07/2023

BRETAS, L. Avaliação e hierarquização de atrativos turísticos em Brasília: uma proposta metodológica. Centro de Excelência em Turismo da UNB – graduação.. Brasília, 2021.

EMBRATUR. Estudos da demanda turística internacional. Brasília: EMBRATUR, 2000.

FERREIRA, Camila Santos; LUNAS, José Roberto; GRECHI, Dores Cristina. Infraestrutura básica, marketing e promoção: a competitividade desses indicadores em Dourados e Ponta Porã/MS, a partir dos critérios do projeto 65 Destinos Indutores. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 18, n. 1, 2018.

FREITAS, Lara Brunelle Almeida; LIMA, Letícia Bianca Barros. Hierarquização de atrativos turísticos em Aracaju e Ilha Mem de Sá, Sergipe. **RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 10, n. 2, p. 105-122, 2020.

GEE, Chuck Y.; FAYOS-SOLÁ, Eduardo. **Turismo internacional: uma perspectiva global.** Organização Mundial do Turismo. Trad. de Roberto Gastal da Costa, v. 2, 2003.

IBGE. Alagoas. 2024. Disponível em:

<<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/al/panorama>>. Acessado em: 20/02/2024.

MADEIRA, Pollylian Assis et al. Tecnologia para o turismo: sinalizar para orientar. In: **Anais do Encontro Virtual de Documentação em Software Livre e Congresso Internacional de Linguagem e Tecnologia Online.** 2018.

MAZO, A. et al. Análise bibliográfica e sistemática da literatura acadêmica sobre “cidades inteligentes”, “turismo” e “competitividade”. **Turismo: Visão e Ação**, v. 23, p. 148-68, 2021.

MUSTERLIER-PUIG, L. C.; ANJUM, A.; MING X. Interaction quality and satisfaction: an empirical study of international tourists when buying Shanghai tourist attraction services. **Cogent Business e Management**, 5(1): 1-20. 2018

PINA, Miguel et al. Métodos qualitativos nos estudos organizacionais e de gestão. **Revista de Gestão dos Países de Língua Portuguesa**, v. 18, n. 3, p. 188-206, 2019.

SOARES, Artemísia dos Santos; AZEVEDO, Francisco Fransualdo. Turismo e Território no Município de Maragogi-AL, Brasil: Processo de Participação Social e o Desenvolvimento Local. **Rosa dos Ventos**, v. 12, n. 1, p. 2-23, 2020.

SOUZA, Luciana Karine de. Pesquisa com análise qualitativa de dados: conhecendo a Análise Temática. **Arquivos brasileiros de psicologia**. Rio de Janeiro. Vol. 71, n. 2 (maio/ago. 2019), p. 51-67, 2019.

TURISMO SPOT. **A categorização de municípios do Mapa do Turismo Brasileiro**. 2019. Disponível em:
<<https://turismospot.com.br/a-categorizacao-de-municipios-do-mapa-do-turismo-brasileiro/>> Acessado em:12/07/2023

OLIVEIRA, G. et al. A competitividade turística e o desenvolvimento humano em destinos brasileiros. **Revista Gestão Organizacional (RGO)**, v. 14, n. 3, 2021.

ZOUAIN, Deborah Moraes et al. Os (des) avanços nos níveis de indicadores de competitividade de destinos turísticos indutores brasileiros: o caso de São Raimundo Nonato. **Gestão & Regionalidade**, v. 35, n. 104, p. 124-143, 2019.