

O TURISMO CULTURAL NA CIDADE DE MATA GRANDE-AL

Magda Campos de Lima

Mestranda em Geografia da Universidade Federal de Alagoas e graduada em licenciatura em Geografia pela mesma instituição; magdajulia-@hotmail.com.

RESUMO

Este estudo geoturístico intitulado “O turismo cultural na cidade de Mata Grande-AL” tem por objetivo identificar o atrativo geoturístico mais visitado no município de Mata Grande no estado de Alagoas a ponto de proporcionar um constante fluxo de turistas. Considerando essa cidade como turística devido ao seu geossímbolo esse patrimônio cultural. O objetivo é classificar quais as categorias que melhor conceituam o turismo do território matagrاندense; também analisar como a presença turística pode causar algumas implicações ao patrimônio, averiguar se os órgãos governamentais responsáveis pelo desenvolvimento turístico têm atuado com projetos ou ações que promova o turismo de Mata Grande-AL. Existem vários conceitos que categorizam o turismo, sendo assim, com o interesse de compreender esse fenômeno, o método escolhido para a pesquisa foi o fenomenológico. Para o entendimento desse assunto, foram realizados levantamentos bibliográficos. Os dados obtidos com as perguntas do questionário realizado durante a pesquisa de campo serão demonstrados em tabelas e quadro divulgando as respostas dos turistas.

Palavras-chave: Geossímbolo. Santuário. Sertão.

ABSTRACT

This geotourism study entitled "Cultural tourism in the city of Mata Grande-AL" aims to identify the most visited geotourist attraction in the municipality of Mata Grande in the state of Alagoas to the point of providing a constant flow of tourists. Considering this city as tourist due to its geosymbol this cultural heritage. The objective is to classify which categories best conceptualize tourism in the Matagrاندense territory; also to analyze how the tourist presence can cause some implications to the patrimony, to verify if the government agencies responsible for the tourist development have acted with projects or actions that promote the tourism of Mata Grande-AL. There are several concepts that categorize tourism, so, with the interest of understanding this phenomenon, the method chosen for the research was the phenomenological one. In order to understand this subject, bibliographic surveys were carried out. The data obtained from the questions of the questionnaire carried out during the field research will be shown in tables and charts disclosing the tourists' responses.

Keywords: Geosymbol. Sanctuary. Sertão.

GEOTURISMO E CULTURA NO SERTÃO ALAGOANO

O turismo é um fenômeno que envolve práticas sociais é também considerado como o deslocamento de pessoas de um lugar para outro, muitas vezes são motivadas pelo desejo de viver momentos de descontração ou simplesmente querem sair da rotina para viverem novas experiências. A existência de várias categorias de turismo proporciona ao turista varias opções de escolha, dependendo do seu interesse pessoal escolhe a que tem mais afinidade ou condições financeiras.

Essa pesquisa geoturística sobre o turismo cultural de Mata Grande-AL traz relevantes contribuições, pois fomentará em um novo olhar sobre o potencial turístico que esse município possui e por estar afastado do litoral muitas vezes não recebe a devida atenção em relação a ser um objeto a ser pesquisado.

Desta maneira, é importante para o estudo da geografia que seja cada vez mais realizadas pesquisas voltadas para a temática turística de lugares sertanejos, a exemplo do município de Mata Grande-AL em que os estudos com essa temática é raro. Além da pesquisa bibliográfica foi realizado um trabalho de campo para analisar os diversos aspectos, visando entender o que leva o turista a escolher o município alagoano como destino cultural. Esse recorte tem seu enfoque apresentar a identificação do geossímbolo¹ mais visitado dentro do território matagrاندense que tem atraído o constante fluxo de turistas.

O MUNICÍPIO DE MATA GRANDE-ALAGOAS E SEUS ASPECTOS GEOHISTORIOGRÁFICOS

Um município sertanejo cuja história surge a partir do aspecto territorial, nisso o município de Mata Grande em sua territorialidade dá-se através de uma doação de terras de uma família para o patrimônio de Nossa Senhora da Conceição em 1791, e que ocorreu antes da emancipação política de Alagoas com Pernambuco em 1817. A doação das terras à santa ajudou a semear a fé católica e contribuiu na expansão e fixação do novo povoamento.

Situada no estado de Alagoas, Mata Grande possui uma área territorial de aproximadamente 916 km² representa 3,3% do estado e está inserido numa microrregião serrana pertencente à mesorregião do Sertão Alagoano. Sua sede municipal está localizada entre 9º 07' 06" de latitude sul e 37º 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 inicia em novembro com término em abril sua precipitação média anual de 431,8 mm, a vegetação natural é caatinga hiperxerófila, apresenta alguns pontos dessa área trechos de floresta caducifolia (PARAHYBA, 2007, p.1).

Mesmo localizada no sertão de Alagoas, o município de Mata Grande possui vários atrativos geoturísticos e com atividade turística, cultural e religiosa do catolicismo durante o ano todo, por ocasião da visitação ao Santuário de Santa Teresinha pertencente ao Padre Sizo que também é o organizador das romarias. De maneira sazonal, ocorre também a trilha da Serra da Onça durante a Semana Santa feita por aqueles que vão apenas para lazer como também por aqueles pela peregrinação, porém as demais atividades turísticas não são tão conhecidas e/ou praticadas.

Assim, o turismo além de gerar desenvolvimento econômico também gera implicações devido à falta de uma consciência socioambiental tanto dos turistas quanto da população em geral no descarte de lixo, queimadas e desmatamento. Por isso, é necessário pensar e aplicar medidas que amenizam os impactos no meio ambiente nos espaços visitados onde estão localizados os geossítios e os geossímbolos.

Este fenômeno proporciona as pessoas bem estar, portanto não deve ser uma atividade para poucos, mais para todos os indivíduos. Ainda existe um preconceito sobre o turismo ou por quem faz turismo, algumas pessoas tendem a tratá-la como sendo algo sem importância. Infelizmente a falta de conhecimento e recursos pode ser um

¹“O geossímbolo pode ser definido como um lugar, um itinerário, uma expressão, que por razões religiosas, políticas ou culturais aos olhos de certas pessoas ou grupos assume uma dimensão simbólica. [...]”. (BONNEMAISON, 2012, p. 292).

impedimento para que as pessoas não consigam usufruir de todas as práticas oferecidas pelo turismo.

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 geografia cultural busca estudar o fenômeno turístico através do comportamento das pessoas, busca investigar o que motiva uma pessoa a viajar, qual o destino escolhido e o período que vai permanecer no local. Também verifica se o turismo gera desenvolvimento econômico e se traz para o ambiente algum impacto, analisa o modo como o território está sendo gerido e organizado para recebe os turistas.

É importante para a geografia discutir essas questões do uso do território e o desenvolvimento de áreas turísticas, conhecer esse público saber as suas preferências, o modo como usam os espaços públicos e privados. A presença turística pode ter algumas implicações para determinados lugares, podem até ser responsabilizados por danificá-los, portanto é importante identificar se os turistas possui uma consciência ambiental, pois os espaços visitados possuem patrimônios naturais e culturais que devem ser preservados.

A geografia para Tuan (2012, p.8) “oferece esperança, pois a terra é o lar das pessoas, dos seres humanos”. A ligação afetiva das pessoas com o lugar visitado é manifestado durante o período de sua estadia, como também pela relação de apego que possuem com algum geossímbolo. A cultura cria monumentos simbólicos e as pessoas cultivam algum tipo de sentimento por esses monumentos que passam a possui um significado, as ações culturais e a valorização dos símbolos alimentam nas pessoas as experiências interiores e exteriores. Com isso, a prática do turismo promove experiências de valorização das culturas, tanto para quem visita como também para o lugar que é visitado, durante o trajeto de um lugar para o outro é possível obter uma noção de espaço.

Portanto, o objetivo dessa pesquisa é identificar o geossímbolo mais visitado, a ponto de atrair o constante fluxo de turistas ao município de Mata Grande-AL considerada turística devido aos geossímbolos, também classificar de acordo com o geossímbolo em estudo qual a categoria que melhor conceitua o turismo do território matagrاندense. Analisar como a presença turística e a falta de uma consciência ambiental, podem causar algumas implicações a esse patrimônio cultural. Averiguar como os órgãos governamentais responsáveis pelo desenvolvimento turístico têm atuado na criação de projetos ou ações que incentive o turismo.

O TURISMO CULTURAL

Existem várias definições de turismo e isso gera divergências entre o que é turismo e o que é lazer, para Cruz (2003, p.5) “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”. Os territórios que hoje recebem um fluxo turístico, amanhã poderá não receber mais turistas e passa a não fazer mais parte dessa preferência. Portanto um lugar passa a

ser um ponto turístico quando começa a despertar o interesse das pessoas de querer visitá-lo.

O interesse pelo turismo surgiu na Europa no final da década de 1980, a partir de então o turismo cultural foi visto com atenção, os estudos desse fenômeno teve a contribuição de uma literatura voltada para o assunto, o resultado ajudou a ampliar os recursos culturais. Existem na geografia cultural variadas tipologias e conceitos para o estudo dos fenômenos turísticos. No entanto não é fácil definir o turismo cultural por causa da sua diversidade, mas apoiado em um conjunto de conceitos e definições é possível abordar vários assuntos ou um assunto específico. Mesmo assim alguns estudos ficam restritos ao objeto de visita e dentro desse contexto, Costa (2009, p.39) cita que é necessário ter uma definição e construir um conceito de turismo cultural que elenca as principais características:

Um conceito mais completo de turismo cultural deve ser construído considerando-se também uma análise mais ampla da motivação 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.

O turismo cultural possui vários conceitos, segundo informações apresentadas por Costa (2009, p.39) foram divididos em quatro grupos conforme os temas: turismo cultural como visita a recursos de origem cultural; visões distorcidas do turismo cultural; turismo cultural como ferramenta para a aprendizagem cultural; turismo cultural como ferramenta de aprendizagem.

No primeiro grupo de turismo cultural como visita a recursos de origem cultural os estudiosos: Hugles, Barretto, Baudrihaye, Silberg e Dias, discorrem vários pensamentos fazem uma junção ao propor que é parte do conceito de turismo cultural: as viagens para visitar lugares santos, monumentos, santuários. Incluem também as festas populares, o conhecimento de bens materiais e imateriais feitos pelo homem, os patrimônios culturais as viagens culturais de estudos para outros lugares.

O segundo grupo de estudiosos: Coelho, Runyard, Fabrizio, Moletta e Goidanich representantes de uma corrente com visões distorcidas do turismo cultural tem o conceito de que o turismo cultural tem uma visão distorcida, pois as atividades turísticas eram aos modos da elite com a visita a museus, teatro, ópera, alta costura e isso era o que valorizava o estilo europeu. Percebe o preconceito ao não incluir os elementos da cultura popular, mais essa visão mudou com a gastronomia, o cinema, o esporte e a televisão, portanto a cultura não é para poucos ditos afortunados mais para todos.

Para esse terceiro grupo de estudiosos: MacCannell, Funari, Pinsky, Stebbins, MacCarthy, MacIntosh, Edgel, o turismo cultural como ferramenta para a aprendizagem cultural seguem uma linha com o conceito que o turismo cultural é uma experiência que proporciona vivências, o turista participa de outras culturas conhece os hábitos, os costumes, as artes, adquire conhecimentos intelectuais e emocionais, participa de um estilo de vida diferente e tudo isso dentro de um determinado tempo.

No quarto grupo o turismo cultural como ferramenta de aprendizagem composto pelos os estudiosos: Goulart, Santos, Andrade o turismo cultural é destinado aos encontros no sentido artístico, pois proporciona uma aprendizagem com interesse de corresponder às

cobranças sociais. De acordo com Costa (2009, p.48), “os objetos que desencadeariam a visitação do turismo cultural, seriam os bens originários da cultura e formadores do patrimônio cultural, do local visitado em todos os seus múltiplos níveis”. O turista também tem o anseio de conhecer uma cultura diferente da sua, com isso cria uma expectativa que em alguns casos o lugar não corresponde. E caso não encontre elementos fundamentais para a sua satisfação deixa de visitar o lugar.

De acordo com Cruz (2003, p.13) “Diversos lugares foram e ainda são inventados como lugares turísticos em função da prática espontânea de certos turistas, ou seja, sem a mediação direta do mercado”. O turista é uma pessoa que não possui um padrão definido, busca viajar de acordo com suas condições financeiras, porém possui um roteiro pré-definido e essa escolha varia de acordo com a preferência ou seu modo de vida. Com a tecnologia é possível conhecer vários lugares, como também acompanhar as postagens de pessoas que estão fazendo turismo. Como Costa (2009, p.27) explica que “o turismo moderno originou-se dentro de um contexto social amplo, com as mudanças no modo de produção e o desenvolvimento tecnológico”.

A condição financeira das pessoas é um dos fatores que influencia no fluxo turístico, então os que possuem um emprego ou uma situação financeira favorável, tende a viajar mais. De acordo com Xavier (2007, p.59) “hoje, no país, a implementação do turismo está presente tanto nas grandes cidades como em pequenas localidades ou no campo. Muitas vezes é implementado em lugares habitados por pessoas de baixo nível social e econômico, prescindindo de informações sobre a atividade”.

O município sertanejo de Mata Grande-AL possui geossímbolos que demonstram sua autenticidade, os turistas conseguem visualizar os diferentes monumentos tidos como atrativos turísticos, alguns são construídos devido às práticas culturais dessa população. Usados na identificação desse lugar as serras, os montes, as estátuas, as igrejas e as placas são símbolos de referência que servem para identificar a localização de Mata Grande-AL.

Para Tuan (2013, p.142) “Um objeto se torna um símbolo quando sua própria natureza é tão clara e tão profundamente manifestada que, embora seja ele mesmo, transmite conhecimento de algo maior que está além”. Assim, símbolos sinalizam uma mensagem com informações essenciais que são responsáveis por distinguir uma cidade da outra.

MATERIAL E MÉTODOS

De cunho qualitativo, esta pesquisa geoturística analisa o geossímbolo mais visitado na cidade de Mata Grande-AL. O método fenomenológico foi escolhido para se ter melhor compreensão do assunto em estudo e assim foram realizados levantamentos bibliográficos de autores que abordam a temática, tais como Cruz (2003), Costa (2009), Silva (2003), Barreto (2003), Tuan (2013) e Corrêa (1996).

Para os autores Lage e 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”. Portanto, para essa pesquisa realizou-se uma observação sociocultural na cidade de Mata Grande-AL entre 2018 e 2019, para isso a técnica utilizada na coleta dos dados ocorreu por meio de amostras acidentais que consiste em escolher de forma aleatória os turistas para responder ao questionário com perguntas fechadas.

Os equipamentos de registro são folhas A4 impressas com as perguntas, canetas, aparelho eletrônico para registrar imagens, como Gil (2002, p.119) sugere que “Tão

logo o questionário, ou o formulário, estejam redigidos, passa-se a seu pré-teste. Muitos pesquisadores descuidam dessa tarefa, mas somente a partir daí é que tais instrumentos estarão validados para o levantamento”. Seguindo esses passos o pré-teste permite ter uma maior segurança em relação às perguntas, como também dá uma noção se elas estão compatíveis e atenda aos objetivos da pesquisa.

Após a obtenção das respostas dos questionários com os turistas sobre o geossímbolo mais visitado em Mata Grande-AL, realizou-se a elaboração de quadro e tabelas aqui posteriormente apresentadas, que favorecem uma melhor interpretação dos dados analisados. Diante disso, esses procedimentos foram escolhidos baseado em conceitos que ajudaram a nortear esse estudo.

O QUE DIZEM OS VISITANTES SOBRE O GEOSSÍMBOLO DE MATA GRANDE-AL

O turista sertanejo geralmente escolhe os finais de semana e feriados para visitar diferentes lugares: templos religiosos, monumentos, serras. Pode-se analisar que na cidade de Mata Grande-AL o lugar mais visitado pelos turistas é o Santuário de Santa Teresinha (Tabela 1). Esse templo religioso conquistou um lugar de destaque nas diversas esferas da sociedade alagoana, pois tem atraído muitos visitantes e criado novos hábitos que tem mudado o cotidiano dos seus moradores.

Tabela 01 – Demonstrativo sobre o lugar mais visitado em Mata Grande-AL

Qual o lugar que você mais visita em Mata Grande-AL ?	
Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição	10
Santuário Teresiano	17
Serra da Ouça	4
Total	31

Fonte: Dados da pesquisa (LIMA, 2019).

O Santuário dedicado à Santa Teresinha é um projeto de fé e de vida idealizado pelo padre Sizino Lemos Teles Júnior, popularmente conhecido como padre Sizo de Santa Teresinha – um sacerdote matagrandense. O monumento religioso que começou a ser erguido em 2003 no terreno vizinho de sua residência na rua Itacy Brandão, e a cada ano vem sendo modificado no seu interior e exterior tanto para estética quanto para melhor acolher todos os visitantes. Alvo de elogios e também de críticas, a obra tem grande poder de atração devido a sua arquitetura monumental com misto de rústico e sofisticado, como também nas demonstrações de fé dos devotos durante a visita diária e nas romarias. A grande movimentação de pessoas mensalmente coloca o Santuário Teresiano em uma posição de destaque no cenário religioso, cultural e social. Assim, a existência de práticas religiosas é relevante e pública, pois conserva a convivência diária e alimenta a vida espiritual das pessoas. Na (Figura 1) mostra esse

geossímbolo o Santuário Teresiano.

Figura 1: Santuário Teresiano em Mata Grande-AL



Fonte: Acervo pessoal de Lima (2019).

Para traçar o perfil dos turistas é interessante conhecer sua ocupação. Nisso, sobre a ocupação dos visitantes que frequenta esse geossímbolo na cidade de Mata Grande-AL foi possível detectar dentre as respostas mais citadas: agricultor (a), estudante e dona de casa, como constata-se na Tabela 2:

Tabela 02 – Demonstrativo sobre a ocupação dos visitantes de Mata Grande-AL

Ocupação dos visitantes	
Agricultor (a)	06
Aposentado	03
Dona de Casa	05
Estudante	07
Professor	02
Outros	08
Total	31

Fonte: Dados da pesquisa (LIMA, 2019).

Os monumentos culturais podem ser os responsáveis por despertar nas pessoas a preferência em visitar determinado lugar, com isso vários grupos visitam um mesmo lugar por possuir interesses em comum, é o caso dos turistas que possuem uma mesma crença, por exemplo.

Os motivos pelos quais os visitantes frequentarem o Santuário Teresiano na cidade de

Mata Grande-AL é a devoção, receber graça dos santos, pagar promessa conforme observamos na (Tabela 3). A capacidade de atrair as pessoas agrega valor ao lugar, mesmo o lugar não tendo um reconhecimento de grandes proporções, a visita de diversas pessoas ao mesmo lugar atribui um valor a esse espaço.

Tabela 03 – Demonstrativo sobre o motivo de visitar o templo católico em Mata Grande-AL

Qual o motivo de frequentar o templo católico em Mata Grande-AL ?	
Devoção	13
Pagar Promessa	4
Tradição	2
Receber graça do Santo	7
Todas as opções	5
Total	31

Fonte : Dados da pesquisa (LIMA, 2019).

O turista é aquele que se desloca de onde reside para outro local seja distante ou próximo, e assim fazer uma atividade de lazer, optando se volta no mesmo dia ou se vai passar a noite, compreendendo que sua permanência gera mais custos. Nisso, o (quadro1) demonstra o tempo de permanência dos visitantes na cidade de Mata Grande-AL, cabe ressaltar que aqueles que permanecem por mais tempo geralmente é acolhido na casa de parentes e amigos.

Quadro 1: Fala dos visitantes

Quanto tempo você permanece em Mata Grande-AL ?
Visitante 1- <i>Dois dias na casa de amigos.</i>
Visitante 2- <i>Um dia.</i>
Visitante 3- <i>Vem quase todo mês.</i>
Visitante 4- <i>Primeira vez.</i>
Visitante 5- <i>Uma vez ao ano.</i>
Visitante 6- <i>Um dia para o outro na casa de parentes.</i>
Visitante 7- <i>Vêm várias vezes ao ano.</i>
Visitante 8- <i>Sempre aos domingos.</i>

Fonte : Dados da pesquisa (LIMA, 2019).

Os visitantes falaram que vêm várias vezes durante o ano, já os que vieram pela primeira vez podem ter motivos para voltar. Porém ao sair desse lugar, caso esteja satisfeito com o serviço oferecido, compartilha que o lugar possui um bom serviço. É importante que exista no município uma gestão comprometida que gerencie o seu potencial turístico, o público é atraído pelo que o lugar pode oferecer e o diferencial é o que atrai.

A atividade turística deve proporcionar uma assistência adequada para que o turista possa aproveitar todos os recursos com comodidade. Por mais que o turismo cultural possa proporcionar bons resultados, a atividade turística mal planejada pode resultar de acordo com Costa (2009, p.61) em “impactos negativos causados pelo turismo de massa desordenado, bem como a visão da geração de recursos financeiros é, muitas vezes o único aspecto positivo da atividade turística”.

O potencial turístico pode contribuir na criação de emprego e geração de renda para a população, para isso é necessário que exista um investimento dos órgãos públicos com a intenção de desenvolver o turismo dessa cidade. Como esclarece Silva (2003, p.90) “essas são muito suscetíveis ao progresso econômico e social, possuem um futuro incerto e um desenvolvimento imprevisível”. É de responsabilidade do governo destinar investimentos para a área turística, porém quando isso não ocorre o turismo fica comprometido e a sua sobrevivência depende exclusivamente do comércio informal.

É previsível que o turismo cultural pode atrair mais turistas e assim ampliar a renda local se o atrativo turístico for mais valorizado e melhor divulgado. Assim, Barreto (2003, p.22) explica que:

O turismo cultural no sentido mais amplo seria aquele que não tem como atrativo principal um recurso natural. As coisas feitas pelo homem constituem a oferta cultural, portanto turismo cultural seria aquele que tem como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem.

As práticas culturais são as responsáveis por movimentar a economia do município matagrandense. Segundo Costa (2009, p.33) todos os turistas são compradores, “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”. Desta maneira, os turistas são clientes em potencial consumidores de bens e serviços como: água, bebidas, alimentos, gasolina, transporte e estadia, assim o consumo de algum desses bens ocorrem com maior frequência quando estão fora de casa.

Para Mendonça (2003) “turismo tem se apresentado como uma atividade que além de poder contribuir para diminuir as desigualdades sociais através de seu viés econômico, também pode valorizar as culturas locais”. É o que se avista pelas ruas, as pessoas da comunidade são os responsáveis por criar atrativo turístico mostrando que tem potencial a ponto de atrair turistas para esse município.

O devoto que pratica o turismo religioso ao frequentar igrejas e santuários geralmente compra algum artigo religioso. Devido a esse geossímbolo o Santuário Teresiano favorece atividades comerciais como: mercados, padarias, lanchonete, restaurantes e vendedores informais que aproveitam o movimento dos turistas para vender seus produtos até nos finais de semana.

A (Tabela 4) demonstra que a mercadoria mais comprada pelos visitantes é da alimentação. Em sua maioria, os turistas ao visitar o templo religioso compra algum artigo religioso como recordação da visita ou para presentear, como por exemplo imagens de santos e terços.

Tabela 04 – Demonstrativo sobre as mercadorias mais compradas em Mata Grande-AL

Mercadorias mais compradas pelos visitantes	
Alimentação	15
Imagem	07
Terço	06
Vestuário	03
Total	31

Fonte: Dados da pesquisa (LIMA, 2019).

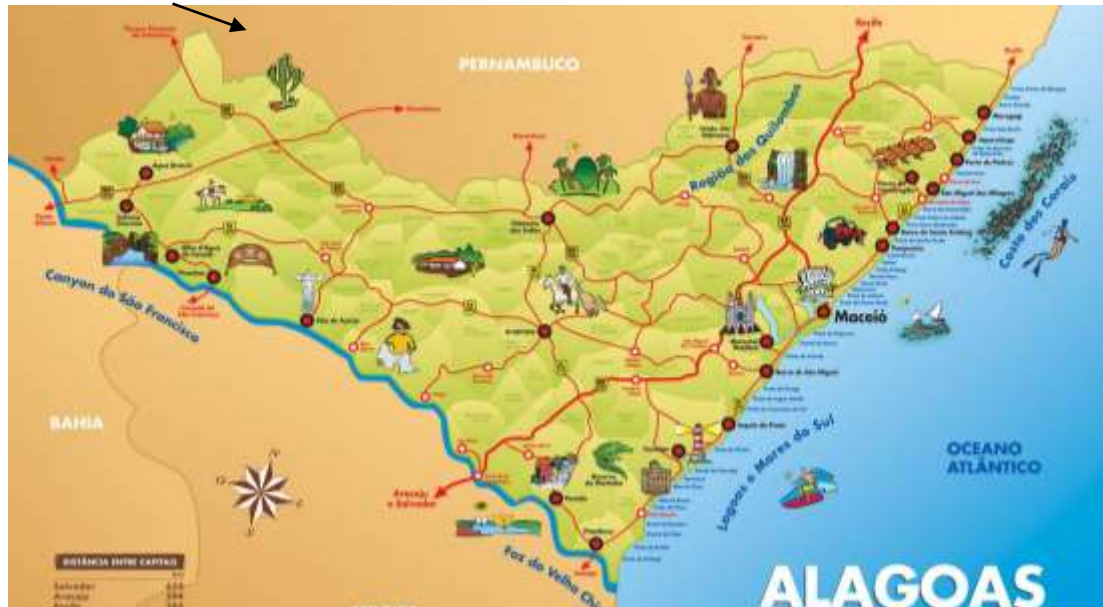
Essas atividades comerciais são importantes para a manutenção do comércio local e regional, como menciona Cruz (2002, p 9):

O consumo dos territórios pelo turismo é intermediado por inúmeras formas de consumo, entre as quais podem-se listar os meios de transporte, de hospedagem e de restauração (estabelecimentos comerciais do ramo alimentício), o setor de agenciamento da atividade, os serviços bancários, o comércio de bens de consumo de modo geral. O consumo dos territórios pelo turismo envolve o consumo de um conjunto, indissociável, de bens e serviços que compõem o “fazer turístico”, isto é, o ato de praticar turismo e tudo aquilo que essa prática envolve, em termos de objetos e de ações.

Para o desenvolvimento dessa localidade a atividade turística deve está incluída nos planos governamentais, como elenca Alexandre (2002, p.4) “Buscar o desenvolvimento local a partir dessa atividade é uma estratégia que deve ser pensada (e, por que não dizer executada) pelos governos estaduais e municipais, traçando políticas publicas de turismo eficiente”. Mesmo Mata Grande-AL sendo reconhecida pelo ministério do turismo como um município que possui potencial turístico, isso foi mencionado apenas de forma superficial. Nenhum dos seus atrativos naturais e culturais como: Serra da Lagoa – considerada a mais alta do estado, Monte Santo, Serra da Onça, Santuário Teresiano, Igreja Matriz de Nossa Senhora da Conceição, Marco Histórico do Cangaço e o Sítio arqueológico obteve reconhecimento, pois não foi destacado recentemente no mapa turístico de Alagoas.

Figura: 2 - Mapa turístico de Alagoas 2019

Mata Grande



Fonte: Google, adaptado por Lima (2019).

Essa cidade do Sertão de Alagoas encontra algumas dificuldades em se tornar uma referência para os turistas de outros estados, porém conta apenas com a divulgação dos visitantes e também por informações vinculadas em redes sociais. A pavimentação da rodovia AL 145 que liga Mata Grande a Água Branca, foi uma obra realizada pelo governo que indiretamente beneficiou o deslocamento dos turistas.

Como Cruz (2003, p.24) menciona “O turismo não apenas se apropria de rodovias preexistentes ao seu aparecimento em dado território, mas também pode criar seus espaços de deslocamento”. A pavimentação dessa rodovia não foi feita com a intenção de desenvolver a rota turística desse município alagoano, visto que a rodovia foi construída há várias décadas e somente agora foi pavimentada.

O fenômeno turístico ocorre em um determinado território, geralmente é a zona urbana que possui mais atrativos turísticos, também é construída para proporcionar maior comodidade. Governada pelo poder público está vinculada com os setores econômico e social, as políticas públicas que existem nem sempre condiz com as necessidades da população, a falta de prioridade dos gestores em gerir e organizar o território é um fator que pode implicar no desenvolvimento turístico.

Segundo Cruz (2003, p.115) as atividades turísticas geralmente tem se desenvolvido apenas com a contribuição da política econômica e social, portanto é preciso “fazer da prática do turismo um possível veículo da melhoria da qualidade de vida das sociedades deve ser um compromisso da política pública. Enquanto, porém, esse compromisso não existir, não se poderá esperar do turismo mais do que ele é capaz de oferecer”.

O crescimento do fenômeno turístico pode causar impactos socioeconômicos e culturais sejam eles benéficos ou maléficos. Cruz (2003, p.30) alerta que para obter um parecer “somente as análises de caso podem revelar como, quando e onde o turismo impactou positivo ou negativo o patrimônio natural ou cultural de um lugar”. Os turistas e a comunidade muitas vezes não estão atentos para essas questões, não tem o olhar

observador para enxergar que para ter aquele espaço, podem ter ocorrido varias ações. Alguns proprietários de empreendimentos turísticos e culturais, somente visam os lucros e negligenciam os problemas de infraestrutura que compromete os recursos naturais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esse estudo geoturístico revelou de acordo com a pesquisa realizada entre 2018 e 2019 em Mata Grande-AL, o motivo da cidade recebe um constante fluxo de visitantes semanalmente durante todo ano. É o motivo que impulsiona a vinda de visitantes a esta cidade é o Santuário Teresiano construído em 2003 desde então tem despertado nas pessoas diversos interesses como: a devoção a Santa Teresinha, pagar promessas, tradição, receber a graça do santo. A pesquisa também revelou que os visitantes são de diversas ocupações como: dona de casa, agricultor, aposentado, estudante, professor entre outros. Alguns que podem ficar por mais tempo são recebidos na casa de parentes e amigos, já outros vem aos domingos, seja uma ou varias vezes por ano. Essas pessoas que vem a Mata Grande, de uma forma ou de outra contribui com a economia da cidade seja na compra de objetos religiosos ou também com alimentação e vestuário.

Visto que a cidade de Mata Grande possui um potencial turístico, o Santuário de Santa Teresinha foi construído com a intenção de recebe visitante, porém a cidade possui geossímbolos e geossítios que não receberam a devida atenção dos órgãos governamentais. A qualificação do espaço também ocorre devido às atividades que geram recursos econômicos dentro de uma área limitada, outra ação que o qualifica é a preferência das pessoas, quando escolhem frequentar os lugares sociais e culturais.

O fluxo constante de pessoas seja para a prática religiosa, cultural e econômica, colabora para que o lugar possa se tornar importante. A existência das práticas religiosas é relevante, pois mantém a convivência diária e contribui com a sobrevivência da comunidade. As ações desenvolvidas pelas atividades culturais e turísticas podem causar não somente benefícios mais também implicações. Por isso é importante para o estudo da geografia a análise desse fenômeno em que as suas ações deixam marcas visíveis no lugar.

O turismo é encarado para alguns como uma fonte de trabalho, para outros uma diversão e essas duas realidades ocupam o mesmo espaço. São as atividades cotidianas, a exemplo das comerciais que garante o sustento de varias famílias e assegura a existência de uma sociedade. A atividade comercial propicia desenvolvimento gera renda e recursos financeiros que financia a construção de moradias, patrocina a cultura e a religião. As experiências que as pessoas vivem são únicas, por mais que sejam registradas em fotografias não transmitem o sentimento que foi vivido no momento, porém presenciar toda a beleza do lugar em todos os aspectos só sabe quem visitou.

REFERÊNCIAS

ALEXANDRE, Lilian Maria de Mesquita. In: **Planejamento e gestão em turismo.** Política de turismo e desenvolvimento/Deise Maria Fernandes Bezerra, organizadora. São Paulo: Roca, 2002.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo.** 13ª Ed.rv. e atual. Campinas: SP-Papirus, 2003.

BONNEMAISON, J. Viagem em torno do território. In: CORRÊA,R.

L.;ROSENDAHL. Z. (orgs.). **Geografia cultural uma ontologia**. EdUERJ, 2012.

COSTA, Flávia Roberta. **Turismo e Patrimônio Cultural: interpretação e qualificação**. São Paulo: Editora Senac São Paulo: Edições SESC SP, 2009.

CRUZ, Rita de Cássia Arizia da. (2002). **As paisagens artificiais criadas pelo turismo**. In: YÁZIG, E. A. (Org.). Turismo e paisagem (107-119). São Paulo: Contexto.

CRUZ, Rita de Cássia A. da. **Introdução à geografia do turismo**. 2. ed. São Paulo, 2003.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar um projeto de pesquisa**/Antonio Carlos Gil. - 4.ed- São Paulo:Atlas, 2002

LAGE, Beatriz Helena Gelas; MILONE, Paulo César. **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas. 2000.

LIMA, Magda Campos de. **Territorialidade religiosa e a representação imagética a partir da concepção dos devotos na cidade de Mata Grande-AL**/ Magda Campos de Lima. 2019.

MENDONÇA, Maria Luiza M. **Turismo sustentável: classes sociais e subjetividade**. In: MONTORO, Tânia Siqueira (Org.). Cultura do turismo: desafios e práticas socioambientais. Brasília: Thesaurus, 2003.

PARAHYBA, Rua da B. V.; LEITE, A. P. **Solos do Município de Mata Grande** - Estado de Alagoas. Rio de Janeiro: Embrapa Solos, 2007. 4 p. (Embrapa Solos. Circular técnica, 39). Biblioteca(s): Embrapa Solos.

SANTOS, Milton. **Por uma Geografia Nova: Da crítica da geografia a uma geografia Crítica**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008.

SANTOS, Milton; SOUZA, Maria Adélia; SILVEIRA, Maria Laura. **Território Globalização e Fragmentação**. São Paulo. Editora Hucitec. 1998.

SILVA, Fernando Fernandes da. **As cidades brasileiras e o patrimônio cultural da humanidade**. São Paulo: Peirópolis; Edusp, 2003.

TUAN, Yi-fu. **Espaço e Lugar: a perspectiva da experiência**. Tradução: Livia de Oliveira-Londrina: Eduel, 2013.248p.

_____. **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. Tradução: Livia de Oliveira. Londrina: Eduel, 2012.

XAVIER, Herbe. **A percepção geográfica do turismo**. São Paulo. Aleph, 2007. (Série Turismo). 106 p.