



INSTITUTO
FEDERAL
Sergipe

Programa de Pós Graduação
de Mestrado Profissional
em Turismo

**INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM
TURISMO**

NAIME MENEZES DE MELO

**PLANEJAMENTO DE ROTEIRO TURÍSTICO
NO MUNICÍPIO DE DIVINA PASTORA, SERGIPE: VALORIZAÇÃO DO
PATRIMÔNIO E DESENVOLVIMENTO LOCAL**

ARACAJU

2024

NAIME MENEZES DE MELO

**PLANEJAMENTO DE ROTEIRO TURÍSTICO
NO MUNICÍPIO DE DIVINA PASTORA, SERGIPE: VALORIZAÇÃO DO
PATRIMÔNIO E DESENVOLVIMENTO LOCAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe, como requisito para obtenção do título de Mestre em Turismo.

Linha de pesquisa: Gestão de Destinos Turísticos: Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Orientadora: Profa. Dra. Cristiane Alcântara de Jesus Santos

ARACAJU

2024

Melo, Naime Meneses de.

M528p Planejamento de roteiro turístico no município de Divina Pastora, Sergipe: valorização do patrimônio e desenvolvimento local./Naime Meneses de Melo. – Aracaju, 2024.

136f.: il.

Dissertação – Mestrado Profissional em Turismo – Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Sergipe – IFS.

Orientador: Prof^a. Dr^a. Cristiane Alcântara de Jesus Santos.

1. Turismo – Roteiro turístico. 2. Desenvolvimento local - Turismo. 3. Turismo – Divina Pastora. I. Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Sergipe - IFS. II. Santos, Crstiane Alcântara de Jesus. III. Título.

CDU: 338.4(813.7)

NAIME MENEZES DE MELO

**PLANEJAMENTO DE ROTEIRO TURÍSTICO
NO MUNICÍPIO DE DIVINA PASTORA, SERGIPE: VALORIZAÇÃO DO
PATRIMÔNIO E DESENVOLVIMENTO LOCAL**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe, como requisito para obtenção do título de Mestre em Turismo.

Orientadora: Dr^a. Cristiane Alcântara de Jesus Santos (Presidente)
Universidade Federal de Sergipe – UFS

1º Examinadora: Profa. Dra. Claudete Carla Oliveira Moreira (Membro Externo)
Universidade de Coimbra, Portugal - UC

2º Examinador: José Wellington Carvalho Vilar (Membro Interno)
Instituto Federal de Sergipe – IFS

Aprovado em 21/10/2024

CESSÃO DE DIREITOS

É concedido ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR) do Instituto Federal de Sergipe (IFS) responsável pelo Curso de Mestrado Profissional em Turismo a permissão para disponibilizar, reproduzir, emprestar ou vender cópias desse trabalho. O autor reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte dessa dissertação de mestrado pode ser reproduzida sem autorização por escrito do autor.

Naime Menezes de Melo
Instituto Federal de Sergipe – IFS

Prof^a Dr^a Cristiane Alcântara de Jesus Santos
Universidade Federal de Sergipe – UFS

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus e a Nossa Senhora Aparecida, meus alicerces diários, que me sustentam e fortalece diante de todas as adversidades. À minha família, em especial, a minha mãe Angela e meu irmão Ney por me manterem sempre motivada e pelo apoio incondicional que me dão dia após dia. Sou o que sou por vocês.

À minha orientadora, Profa. Dra. Cristiane Alcântara, cuja contribuição foi essencial para a realização desta pesquisa. Sempre me desafiando a sair do trivial, me mostrando que é possível entregar mais e além, sendo minha inspiração profissional da qual admiro desde a graduação. Obrigada por ser não apenas uma professora, mas também uma amiga, compreensiva com as minhas limitações em conciliar trabalho e mestrado. Serei eternamente grata por tudo.

Um agradecimento à comunidade do município de Divina Pastora, especialmente ao Padre Jonathan e às meninas da ASDEREN, com muito carinho a Maria José a vice presidente que se manteve sempre disposta a contribuir, as demais artesãs que enriqueceram esta pesquisa com um olhar humanizado e colaborativo, além de abrir todas as portas para que a pesquisa fluísse da melhor maneira possível, meu muito obrigada!

Gostaria de expressar minha gratidão ao Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPMTur) pelos dois anos de contribuição valiosa ao meu desenvolvimento acadêmico e profissional. O ambiente de aprendizagem e troca de experiências, junto ao envolvimento de professores, colegas e equipe, foi essencial para o sucesso desta jornada, fornecendo bases sólidas para futuros desafios no turismo.

Agradecimentos aos meus amigos e colegas de profissão, Carlos Moisés, Marcos Pako, Ana Paula, Reinaldo e Gildo, pelo apoio e parceria ao longo desta trajetória, que foram fundamentais para o desenvolvimento desta pesquisa. Também sou grata a todo o trade turístico pela confiança, por ouvir minhas propostas e contribuir com entrevistas e participação no pré-teste do roteiro.

E, por fim, mas não menos importante, à minha companheira de vida, Hevelyn, que soube segurar as pontas ao longo desses dois anos e que, sempre que possível, me acompanhou nas visitas de campo em Divina Pastora. Tudo se tornou mais leve com você ao meu lado. Minha eterna gratidão!

RESUMO

Esta pesquisa aborda o turismo como um fenômeno social e econômico que utiliza os aspectos naturais, culturais e sociais dos territórios para criar produtos turísticos. Além disso, enfoca na necessidade de diversificação da oferta turística em Sergipe, a fim de interiorizar os fluxos turísticos para além da capital, Aracaju. Com base na vivência experiência profissional e acadêmica, identificou-se o potencial de municípios como Divina Pastora, em que tradições culturais, como a renda irlandesa e a peregrinação religiosa, não são plenamente exploradas turisticamente. Diante desse contexto, a problemática levantada neste estudo partiu do seguinte questionamento: Como desenvolver efetivamente um roteiro turístico em Divina Pastora - SE, considerando os recursos existentes e potenciais turísticos? Desta forma, a pesquisa tem como objetivo geral conceber um roteiro turístico no município de Divina Pastora, visando diversificar e ampliar a oferta turística no estado de Sergipe. Metodologicamente adotou-se o método dedutivo a partir das pesquisas exploratória, bibliográfica e documental. Para obtenção dos dados primários foram realizadas entrevistas com o Secretário de Turismo da Secretaria de Turismo e Lazer de Divina Pastora, com a representante da Associação para o Desenvolvimento de Renda de Divina Pastora (ASDEREN), com o reitor do Santuário Divina Pastora e com cinco agentes de viagens. Também utilizou-se a ferramenta metodológica de diagnóstico rápido participativo (DRP), a partir de oficinas participativas que foram direcionadas aos sujeitos da pesquisa, a fim de levantar informações acerca da percepção da comunidade sobre o turismo local. Por fim, o trabalho apresenta um roteiro turístico enquanto produto tecnológico, a fim de diversificar a oferta turística de Sergipe e contribuir com o desenvolvimento turístico de Divina Pastora. Conclui-se que, apesar dos atrativos culturais existentes, do selo de indicação geográfica da renda irlandesa e da inclusão do município no mapa turístico, ainda é evidente a carência de iniciativas públicas e privadas voltadas ao turismo, o que poderá comprometer a prática turística local.

Palavras-chave: Turismo; roteiro turístico; desenvolvimento local; Divina Pastora.

ABSTRACT

This research examines tourism as a socio-economic phenomenon that leverages the natural, cultural, and social assets of regions to develop tourism products. Furthermore, it highlights the necessity of diversifying the tourism offerings in Sergipe, aiming to decentralize tourist flows from the capital, Aracaju. Drawing from professional and academic experience, the potential of municipalities such as Divina Pastora was identified, where cultural traditions like Irish lace craftsmanship and religious pilgrimages are not yet fully capitalized on for tourism. In this context, the research problem emerges from the following question: How can a tourism itinerary be effectively developed in Divina Pastora - SE, considering both existing and potential resources? Thus, the primary objective of this research is to design a tourism itinerary in the municipality of Divina Pastora, aiming to diversify and expand the tourism portfolio in the state of Sergipe. Methodologically, the study employs a deductive approach based on exploratory, bibliographic and documentary research. Primary data were collected through interviews with the Secretary of Tourism of Divina Pastora, the representative of the Association for the Development of Lace in Divina Pastora (ASDEREN), the rector of the Divina Pastora Sanctuary, and five travel agents. Additionally, the methodological tool of participatory rapid appraisal (PRA) was utilized through participatory workshops involving the study's subjects to gather insights into the community's perception of local tourism. The study ultimately proposes a tourism itinerary as a technological product, designed to diversify Sergipe's tourism offerings and foster tourism development in Divina Pastora. The findings indicate that despite the cultural attractions, the Irish lace's geographic indication seal and the municipality's inclusion in the tourism map, there is a clear lack of public and private initiatives targeting tourism, which could hinder the growth of local tourism.

Keywords: Tourism; tourism itinerary; local development; Divina Pastora.

RESUMEN

Esta investigación aborda el turismo como un fenómeno social y económico que utiliza los aspectos naturales, culturales y sociales de los territorios para crear productos turísticos. Además, se enfoca en la necesidad de diversificación de la oferta turística en Sergipe, con el fin de internalizar los flujos turísticos más allá de la capital Aracaju. Desde la experiencia profesional y académica, se ha identificado el potencial de municipios como Divina Pastora, en los que tradiciones culturales, como la “reda irlandesa” y la peregrinación religiosa, no son exploradas turísticamente en su totalidad. En este contexto, la problemática planteada en este estudio partió de la siguiente pregunta: ¿Cómo desarrollar efectivamente un itinerario turístico en Divina Pastora - SE, considerando los recursos existentes y el potencial turístico? De esta manera, la investigación tiene como objetivo general diseñar un itinerario turístico en el municipio de Divina Pastora, con el objetivo de diversificar y ampliar la oferta turística en el estado Sergipe. Metodológicamente se ha adoptado el método deductivo desde las investigaciones exploratoria, bibliográfica y documental. Para obtener los datos primarios se han realizado entrevistas con la Secretaría de Turismo de la Secretaría de Turismo y Recreación de Divina Pastora, con el representante de la Asociación para el Desarrollo de Renda de Divina Pastora (ASDEREN), con el rector del Santuario Divina Pastora y con cinco agentes de viajes. También se utilizó la herramienta metodológica de diagnóstico rápido participativo (DRP), basada en talleres participativos dirigidos a los sujetos de investigación, con el fin de recopilar informaciones acerca de la percepción de la comunidad sobre el turismo local. Finalmente, la investigación presenta un itinerario turístico como producto tecnológico, con el fin de diversificar la oferta turística de Sergipe y contribuir al desarrollo turístico de Divina Pastora. Se concluye que, a pesar de los atractivos culturales existentes, el sello de indicación geográfica de la “renda irlandesa” y su inclusión en el mapa turístico, aún es evidente la falta de iniciativas públicas y privadas dirigidas al turismo, lo que puede comprometer la práctica turística local.

Palabras clave: Turismo; itinerario turístico; desarrollo local; Divina Pastora.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Delimitação da pesquisa.....	17
Quadro 2: Sergipe - Roteiros Comercializados - 2023.....	50
Quadro 3: Divina Pastora – Dados geográficos - 2024.....	55
Quadro 4: Temáticas abordadas nas oficinas.....	63
Quadro 5: Divina Pastora - Inventário Turístico	75
Quadro 6: Resultados das oficinas.....	78
Quadro 7: Descrição do Produto.....	89
Quadro 8: Custos da operação.....	94
Quadro 9: Justificativas apresentadas para aprovação do roteiro.....	102

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Rota turística.....	26
Figura 2 - Itinerários x Rota turística x Roteiro turístico.....	27
Figura 3 - Desenho da pesquisa.....	38
Figura 4 - Sergipe- Polos Turísticos, 2024.....	45
Figura 5 - Folder da Toptur receptivo.....	46
Figura 6 - Sergipe - Material promocional da Secretaria Estadual do Turismo, 2022	47
Figura 7 - Sergipe – Folder dos produtos turísticos da Secretaria Estadual do Turismo, 2023.....	48
Figura 8 - Sergipe – Divina Pastora – Localização da área de estudo, 2024.....	54
Figura 9 - Divina Pastora – Peças criadas com a Renda Irlandesa.....	59
Figura 10 - Realização da oficina.....	63
Figura 11 - Nuvem de palavras.....	64
Figura 12 - Elaboração das árvores de problemas.....	65
Figura 13 - Divina Pastora - Análise <i>SWOT</i> cruzada.....	68
Figura 14 - Divina Pastora - Vias de acesso.....	69
Figura 15: Fachada da Associação para o Desenvolvimento de Renda de Divina Pastora.....	70
Figura 16: Divina Pastora - Secretaria Municipal de Esporte e Turismo.....	71
Figura 17: Personalização leva à diferenciação - Estados de participação oferecem margens variadas de escala.....	85
Figura 18: Divina Pastora – Roteiros Entre Rendas e Devoção.....	88
Figura 19: Imagem de Divina Pastora.....	90
Figura 20: Santuário de Divina Pastora.....	91
Figura 21: Lojinha do Santuário.....	92
Figura 22: Parte interna do Museu dos Milagres.....	92
Figura 23: Visitação a Associação para o Desenvolvimento de Renda de Divina Pastora.....	93
Figura 24 - Grupo do FAMTOUR em Visitação ao Santuário de Divina Pastora.....	95
Figura 25 - Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Nuvem de palavras dos pontos positivos.....	100

Figura 26 - Planejamento do material gráfico e promocional do roteiro Entre Rendas e Devocão.....	103
Figura 27 - Tipografia utilizada.....	104
Figura 28 - Paleta de Cores.....	105
Figura 29 - Exemplo do <i>Degradê</i>	105
Figura 30 - Construção da Marca.....	107
Figura 31 - Marca do roteiro.....	107
Figura 32 - Submarcas.....	108
Figura 33 - Redução máxima da marca.....	108
Figura 34 - Folder turístico.....	110
Figura 35 - Aplicação da marca em camiseta.....	112
Figura 36 - Mosaico com aplicação em <i>souvenirs</i>	113
Figura 37 - Aplicação da marca em placa de sinalização informativa.....	113
Figura 38 - <i>QR Code</i>	114

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Avaliação da diversidade em termos de produtos e serviços do roteiro.....	96
Gráfico 2: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Avaliação da Infraestrutura dos locais do roteiro.....	97
Gráfico 3: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Avaliação dos empreendimentos e atrativos do roteiro tem potencial para manter o interesse do turista.....	98
Gráfico 4: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Avaliação se roteiro conservação dos meios de vida e de produção autênticos	98
Gráfico 5: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Avaliação da estrutura do roteiro.....	99
Gráfico 6: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Avaliação dos pontos selecionados para percurso do roteiro.....	100

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	14
CAPÍTULO 1 - PLANEJAMENTO DO TURISMO E A ORGANIZAÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS.....	19
1.1 Planejamento do turismo: Breves reflexões	19
1.2 Organização de roteiros turísticos.....	22
1.3 Tecnologia no turismo e economia da experiência.....	29
CAPÍTULO 2 - OS CAMINHOS DA PESQUISA: MÉTODOS E TÉCNICAS.....	36
CAPÍTULO 3 - CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO DE SERGIPE E DE DIVINA PASTORA.....	42
3.1 Turismo de Sergipe.....	42
3.2 Caracterização do turismo em Divina Pastora.....	53
3.3 O turismo de Divina Pastora sob a ótica da comunidade.....	62
3.4 Análise SWOT.....	66
3.5 Inventário Turístico através da técnica “caminhadas transversais”.....	73
CAPÍTULO 4 - O ROTEIRO TURÍSTICO “ENTRE RENDAS E DEVOÇÃO” NO CONTEXTO DO TURISMO DE SERGIPE.....	80
4.1. A Importância da Segmentação do Turismo no Processo de Elaboração de Roteiros.....	80
4.2. Patrimônio e Desenvolvimento local.....	82
4.3. A diversificação do produto turístico de Sergipe: Transformando experiências e agregando valor ao destino.....	84
4.4 Roteiro turístico “Entre Rendas e Devoção”.....	87
4.5 O FAMTOUR e o olhar do trade turístico.....	95
4.6 Material gráfico e promocional do roteiro.....	103
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	115
REFERÊNCIAS.....	117
APÊNDICES	

INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade que impulsiona a balança econômica dos destinos turísticos, valendo-se dos aspectos naturais, sociais e culturais do território para a constituição de produtos direcionados ao consumo do turista. Em um contexto mais amplo, trata-se de um fenômeno social que se organiza em espaços privados ou públicos, a fim de possibilitar aos seus consumidores a utilização de infraestruturas, bens e serviços locais, sendo, portanto, passível de fomento ao desenvolvimento local, mediante o planejamento ao qual o destino esteja inserido (Petrocchi, 2012).

Dentre os aspectos locais, a cultura é responsável por denotar singularidade aos destinos turísticos, o que, em meio ao fenômeno de globalização, que impulsiona a padronização e homogeneização dos produtos e serviços, suscita também a relevância da especificação e do foco na promoção das peculiaridades como diferencial competitivo, sobretudo no turismo (Ramos; Costa, 2017). Nesse mercado, os consumidores buscam conhecer as particularidades dos territórios visitados, os contextos socioeconômicos, ambientais e histórico-culturais nos quais os residentes encontram-se inseridos.

A partir da formação acadêmica da pesquisadora como técnica em guia de turismo, bacharela em turismo pela Universidade Federal de Sergipe e especialista em Planejamento do Turismo pela mesma universidade, a mesma visualiza a necessidade de diversificar e interiorizar o fluxo de turistas que chegam ao estado, apresentando outras realidades e elementos que o particularizam, contribuindo para incrementar a atratividade do destino Sergipe. Para tanto, a roteirização turística apresenta-se como uma estratégia eficaz para impulsionar a atratividade do destino a partir da diversificação da oferta turística.

Esse cenário foi constatado a partir do exercício profissional da pesquisadora, a qual atua no mercado turístico sergipano como agente de viagens desde 2011. A partir de 2015, esta passou a exercer regularmente guiamentos regionais e nacionais; e, desde 2019, apresenta o destino Sergipe nas caravanas da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis em Sergipe (ABIH/SE), capacitando agentes e operadores turísticos sobre o destino para a comercialização estratégica dos produtos turísticos sergipanos.

Assim sendo, em decorrência da atual mudança de consumo por parte dos turistas, se torna necessário que os destinos turísticos invistam progressivamente na diversificação de suas ofertas. Segundo Ramos e Costa (2017), essa tendência de mercado ecoa nos novos

hábitos de consumo dos turistas que, devido à globalização, estão mais informados, e por consequência, à procura de experiências e sensações que não se encontram nos bens materiais. Com isso, os costumes, as crenças e as demais formas de expressões intangíveis dos povos têm se configurado como vetor de atratividade turística em muitos destinos.

Desta forma, o turismo traz um novo olhar sobre a oferta turística pautado na interação real com o local visitado, em que relaciona os produtos e serviços com as emoções suscitadas pela experimentação e engajamento com as comunidades locais, de modo que o sentir, o fazer e o participar são ações fortes dentro dessa prática (SEBRAE, 2015).

A partir do exposto, estima-se que para uma parcela dos turistas, somente a viagem em si, conforme acontece no mundo há anos, não seja mais atraente e competitiva, já que muitos consumidores turísticos têm sede de autoconhecimento e de vivenciar um cotidiano diferente de sua realidade. Assim sendo, “não se pode conceber equívocos sérios entre o que se espera, se deseja e se encontra, porque isso pode comprometer o consumo turístico” (Santos, 2017, p. 316, tradução nossa) e, consequentemente, a experiência turística.

Desta forma, após uma breve análise dos itinerários turísticos ofertados no estado, conforme será apresentado posteriormente, percebe-se que, por se tratar de um destino com significativos elementos histórico-culturais que evocam as peculiaridades do povo sergipano, Sergipe apresenta potencialidade para a formatação de produtos estruturados com o intuito de gerar experiências memoráveis aos turistas. Contudo, nota-se a incipiência de iniciativas público-privadas eficazes para este fim. Santos (2017) enfatiza a extrema importância de o estado de Sergipe, ainda não consolidado como destino turístico, desenvolver produtos complementares que contribuam para a diversificação e apresente novas propostas com o objetivo de competir com outros destinos turísticos.

A predominância da oferta turística em Sergipe se direciona majoritariamente para o turismo de sol e praia, tendo Aracaju, capital do estado, como o principal destino deste segmento. Com isso, percebe-se uma concentração dos meios de hospedagem na capital. Conforme dados do Cadastro de Prestadores de Serviços Turísticos (CADASTUR. 2023), dos 101 meios de hospedagem cadastrados no estado de Sergipe, 54 estão localizados na capital Aracaju, representando mais de 53,46% dos estabelecimentos.

Assim sendo, é imprescindível um maior fomento à interiorização da atividade turística no estado de Sergipe, de modo a possibilitar que as potencialidades turísticas dos demais municípios do estado possam integrar a oferta turística sergipana, ampliando-a e diversificando os segmentos turísticos contemplados pelos produtos dispostos no mercado. Essa prerrogativa apresenta acentuada relevância em virtude da alta sazonalidade promovida pelo turismo de sol e praia, assim como a crescente busca dos turistas por experiências dinâmicas e imersivas na cultura local.

Devido a atuação direta com turistas e operadores turísticos nos últimos anos, a pesquisadora vem observando a inquietação dos visitantes, que apesar de aprovarem e indicarem o estado de Sergipe para amigos e familiares, questionam acerca da potencialidade turística dos demais municípios, uma vez que são apresentados à atrativos potenciais que não são efetivamente comercializados, já que muitas vezes ainda não estão formatados para venda efetiva, a exemplo dos municípios de Pacatuba, Pirambu e Barra dos Coqueiros, localizados no litoral norte sergipano.

Santos (2017) indica que, apesar da busca por alternativas teóricas, as rotas turísticas não são totalmente comercializadas pelas empresas privadas, o que pode ser atribuído à complexidade das medidas práticas necessárias, como ordenamento territorial, colaboração entre municípios, cooperação entre agentes públicos e privados e campanhas de *marketing* interno e externo.

Isto posto, observa-se que o destino Sergipe apresenta uma oferta turística limitada que pode ser contemplada em poucos dias de permanência, necessitando de inovação em produtos turísticos dispostos para consumo. Logo, caso o turista não assuma uma postura independente e desbravadora, possivelmente terá uma experiência superficial e restrita.

À vista disso, o município de Divina Pastora, como recorte territorial desta pesquisa, permeia-se inicialmente com a percepção de que algumas características culturais que apesar de singulares, não são apropriadas para a atividade turística no município, a dizer: a) saber/fazer da renda irlandesa, registrado como patrimônio imaterial do estado de Sergipe e indicação geográfica; e, b) maior peregrinação religiosa do estado, em devoção à Nossa Senhora Divina Pastora.

Apesar da proximidade com a capital Aracaju, tendo em vista que dista cerca de 40 km, esse conjunto de potenciais culturais presentes no município de Divina Pastora não são contemplados em nenhum produto turístico comercializado no estado. Esse cenário reforça a necessidade de inovar a oferta turística em Sergipe para contribuir com a valorização sociocultural do destino, possibilitando que os turistas possam conhecer e sentir Sergipe em sua pluralidade.

Sendo assim, o problema de pesquisa aqui formulado, parte-se do seguinte questionamento: **Como desenvolver efetivamente um roteiro turístico em Divina Pastora - SE, considerando os recursos existentes e potenciais turísticos?**

Diante disso, esta investigação tem como objetivo geral conceber um roteiro turístico no município de Divina Pastora, visando diversificar e ampliar a oferta turística no estado de Sergipe. Para consecução deste objetivo foram elaborados os seguintes objetivos específicos: a) Elaborar as diretrizes e os princípios norteadores essenciais para o planejamento na elaboração de roteiros turísticos; b) Detectar as potencialidades turísticas do município; c) Realizar um diagnóstico do espaço turístico do município de Divina Pastora; d) Levantar possibilidades de ações para a inserção da comunidade local no itinerário turístico; e, e) Delimitar coletivamente os atrativos e serviços com poder de atratividade e infraestrutura adequada para o uso turístico.

A fim de direcionar a investigação científica foram definidas as questões norteadoras que poderão ser observadas no quadro abaixo (Quadro 1).

Quadro 1 - Delimitação da pesquisa

OBJETIVOS	QUESTÃO NORTEADORA
Elaborar as diretrizes e os princípios norteadores essenciais para o planejamento na elaboração de roteiros turísticos.	Quais estratégias de planejamento turístico podem ser adotadas para que o município Divina Pastora contribua para a diversificação e inovação da oferta turística sergipana?
Detectar as potencialidades turísticas do município.	Quais elementos no município são capazes de atrair turistas? Existe atratividade e estrutura para inserção do roteiro turístico no município?
Realizar um diagnóstico do espaço turístico	Qual a atual situação do município para que

do município de Divina Pastora Levantar possibilidades de ações para a inserção da comunidade local no itinerário turístico.	haja a implantação da atividade turística? Como a comunidade enxerga a inserção do turismo na cidade? Existe interesse na atividade turística por parte deles?
Delimitar coletivamente os atrativos e serviços com poder de atratividade e infraestrutura adequada para o uso turístico.	A comunidade conhece suas potencialidades? Eles compreendem a importância da infraestrutura adequada para atividade turística?

Fonte: Elaboração própria, 2023.

Por fim, este trabalho está estruturado em quatro capítulos, incluindo essa introdução. No primeiro capítulo intitulado “Planejamento do turismo e a organização de roteiros turísticos”, discute-se a importância do planejamento do turismo e da organização de roteiros turísticos para o desenvolvimento sustentável do setor, abordando conceitos fundamentais e o papel da tecnologia e da economia da experiência. O segundo capítulo “Caracterização do turismo de Sergipe e de Divina Pastora”, apresenta uma caracterização detalhada do turismo em Sergipe e do município de Divina Pastora, explorando recursos naturais, históricos e culturais. No terceiro capítulo intitulado “Os caminhos da pesquisa: métodos e técnicas”, são descritos os métodos e técnicas de pesquisa, com destaque para o uso do Diagnóstico Rápido Participativo (DRP) para identificar atrativos turísticos da região. No quarto capítulo intitulado “O roteiro turístico ‘Entre Rendas e Devoção’ no contexto do turismo de Sergipe” aborda as segmentações turísticas, o patrimônio e o desenvolvimento local em Sergipe, analisando como a diversificação de atrativos pode atrair diferentes segmentos de turistas e promover o desenvolvimento sustentável. Também são destacados os fatores estratégicos de Divina Pastora para ampliar a oferta turística, considerando seu potencial para atender diversas demandas. Ademais, também apresenta os produtos tecnológicos desenvolvidos na pesquisa e sua aplicabilidade na promoção e gestão do turismo em Sergipe. Por fim, as considerações finais retoma os principais resultados e contribuições da pesquisa, além de apontar direções para futuras pesquisas.

CAPÍTULO 1

PLANEJAMENTO DO TURISMO E A ORGANIZAÇÃO DE ROTEIROS TURÍSTICOS

Neste capítulo é discutido a relação entre o planejamento do turismo e a organização de roteiros turísticos, ressaltando a importância de uma abordagem integrada para o desenvolvimento sustentável do setor. Inicialmente, são apresentados os conceitos fundamentais de planejamento, assim como de rotas, roteiros e itinerários turísticos, esclarecendo suas diferenças e semelhanças. Ademais, é dada atenção à influência crescente da tecnologia e à economia da experiência, destacando como esses elementos impulsionam a criação de roteiros turísticos inovadores.

1.1 Planejamento do turismo: Breves reflexões

Planejar no turismo concerne em um processo essencial para garantir o desenvolvimento sustentável e o sucesso das atividades turísticas em uma determinada região. O planejamento também era utilizado como um instrumento para coordenar ações militares e obter vantagens táticas. Nesse contexto, os termos "estratégia" ou "arte dos generais" eram frequentemente empregados para descrever essa abordagem de planejamento. Ruschmann (2001) enfatiza a importância do planejamento como um elemento fundamental para alcançar objetivos predefinidos. Segundo a sua perspectiva, é por meio do planejamento que se criam as condições necessárias e favoráveis para o êxito das metas estabelecidas.

Essa abordagem ressalta a necessidade de uma estratégia bem delineada e cuidadosamente elaborada como base para o sucesso em qualquer empreendimento. Ao antecipar desafios, identificar recursos disponíveis e traçar um caminho claro em direção aos objetivos, o planejamento se revela como uma ferramenta indispensável na busca pela realização de metas e aspirações.

Ritchie e Crouch (2003) afirmam que o planejamento do turismo é um processo constante que engloba a criação de políticas, estratégias e planos para satisfazer as necessidades e desejos de todos os envolvidos com a atividade, sejam os visitantes/turistas, a comunidade local, assim como o *trade* turístico. Nessa perspectiva, o planejamento do turismo envolve a identificação e aprimoramento dos atrativos, o desenvolvimento da

infraestrutura necessária e a implementação de serviços turísticos adequados para atender às demandas dos visitantes.

No contexto do turismo, o planejamento trata-se de uma abordagem complexa e multifacetada, envolvendo diversos elementos interligados para alcançar o desenvolvimento sustentável e a competitividade de destinos. Diversos autores apresentam perspectivas distintas, porém complementares, sobre como esse processo deve ser concebido e executado. Molina (2005) destaca que o processo de planejamento turístico é abrangente e requer a integração de diversos subsistemas, incluindo oferta e demanda. Além disso, ressalta-se a importância de alinhar o planejamento turístico com as diretrizes de outros setores do país, reconhecendo o turismo como uma atividade interconectada com vários aspectos da economia e da sociedade.

Braga (2007) enfoca a avaliação do núcleo receptor, ou seja, a comunidade local, a oferta turística existente e a demanda real. Isso implica em uma análise aprofundada do potencial da procura e da concorrência entre destinos turísticos. Desta forma, o objetivo é coordenar ações de gestão pública que promovam o desenvolvimento sustentável, considerando os interesses da comunidade, a viabilidade da oferta e as expectativas dos visitantes.

Por outro lado, Petrocchi (1998) destaca a importância do planejamento ao estabelecer objetivos claros para o destino turístico e definir métodos para atingi-los. Essa visão enfatiza a necessidade de um roteiro estratégico para direcionar o crescimento turístico de forma consistente e orientada. Martins (2018) destaca a necessidade premente de adotar uma abordagem democrática no âmbito do turismo, que não apenas promova o envolvimento ativo da comunidade, mas também garanta seu apoio integral ao longo de todo o processo de definição e desenvolvimento dessa atividade. Essa abordagem democrática deve ser pautada pela inclusão e consideração das opiniões e pontos de vista dos diversos atores envolvidos, reconhecendo a importância de suas contribuições para uma gestão mais abrangente e sustentável do turismo.

Rose (2002) e Lohmann e Panosso Neto (2012) corroboraram com a ideia de que o planejamento turístico visa não apenas orientar o desenvolvimento, mas também promover melhorias significativas no cenário atual. Isso requer uma identificação precisa do estado atual e formulação de estratégias para mudanças positivas.

Nesse sentido, o planejamento se configura como uma ferramenta dinâmica que responde às demandas e circunstâncias em constante evolução. Vignati (2012) destaca a importância de considerar um amplo espectro de fatores na gestão do turismo, tendo em vista que torna-se necessário ir além da simples exibição de atrativos.

Assim sendo, o planejamento eficiente e eficaz é a chave para otimizar a competitividade de um destino turístico, levando-se em consideração aspectos como infraestrutura, *marketing* e valorização de recursos naturais e culturais. Hall (2001) amplia essa perspectiva ao apresentar o planejamento turístico como um processo contínuo e dinâmico. Isso envolve uma identificação constante de oportunidades, a análise dos recursos disponíveis, a formulação de estratégias e a implementação de ações; abrangendo desde a infraestrutura até a promoção do turismo sustentável. Com isso, essa abordagem holística reconhece a complexidade do setor turístico e a necessidade de uma gestão integrada para um desenvolvimento bem-sucedido.

Vas (2017) acrescenta uma dimensão crucial ao panorama do planejamento turístico. O autor ressalta que a eficácia do planejamento não reside apenas na definição de metas e estratégias, mas também na criação de um ambiente colaborativo e criativo, onde a diversa participação das partes interessadas, como moradores locais, empresários, organizações não governamentais e visitantes, é essencial para o desenvolvimento de planos e implementação de ações eficazes. Assim, o consenso entre esses agentes é fundamental para que as iniciativas de planejamento sejam bem-sucedidas e atendam às necessidades variadas das partes interessadas. Além disso, o autor enfatiza a importância de ancorar o planejamento em princípios como criatividade, flexibilidade e corresponsabilidade. Isso destaca a necessidade de abordagens inovadoras e adaptativas, reconhecendo que os destinos turísticos estão sujeitos a mudanças constantes.

Autores como Abrahão e Tomazzoni (2018), Rodrigues e Abrúcio (2019), Oliveira e Le Bourlegat (2019) corroboram com a abrangência do planejamento turístico, que se estende desde a concepção do turismo em um destino específico até a formulação de políticas públicas voltadas para o desenvolvimento local. Assim sendo, o planejamento turístico, reconhecido como uma abordagem complexa e multifacetada, engloba uma série de processos interligados, visando alcançar tanto o desenvolvimento sustentável quanto a competitividade dos destinos.

Nesse contexto, destaca-se a importância da avaliação do núcleo receptor, ou seja, da comunidade local, bem como da análise da oferta turística existente e da demanda real, elementos fundamentais para orientar as estratégias de desenvolvimento e gestão do turismo.

Faz-se necessário mencionar que cada destino turístico existe de modo único e apresenta características específicas que permitem abordagens de planejamentos adaptados. Portanto, torna-se essencial realizar estudos de viabilidade para identificar os pontos fortes, fraquezas, oportunidades e ameaças de cada localidade, a fim de possibilitar a elaboração de planos de ação adequados que considerem as peculiaridades do destino e promovam o seu desenvolvimento sustentável, assim como a elaboração de novos produtos, a exemplo de roteiros turísticos.

1.2. Organização de roteiros turísticos

Nos planos de ação voltados ao turismo, os roteiros turísticos geralmente ocupam um lugar de destaque. De acordo com as diretrizes do Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil (PRT), estabelecido pelo Ministério do Turismo (2007), a roteirização turística visa conferir uma "realidade turística" aos atrativos dispersos, através de sua integração e organização. Os roteiros turísticos são planejados e elaborados com o objetivo de orientar e facilitar a experiência dos visitantes, oferecendo uma sequência lógica e de atração de atividades e locais a serem visitados.

Desta forma, os roteiros podem ser entendidos como ferramentas estratégicas para a organização e promoção do turismo em uma determinada região, uma vez que permitem que os visitantes tenham uma visão geral dos principais atrativos e possam explorar o destino de forma mais eficiente. Além disso, os roteiros também podem contribuir para a distribuição mais equilibrada dos fluxos turísticos, direcionando os visitantes para áreas menos exploradas e reduzindo a concentração excessiva em atrativos turísticos tradicionais.

Tavares (2002) afirma que os roteiros turísticos podem ser integrados com base em diferentes critérios:

- a) temas específicos - roteiros culturais;
- b) roteiros de natureza – trilhas ambientais e interpretativas;
- c) características geográficas - roteiros costeiros, roteiros de montanha; e,
- d) a partir de interesses dos visitantes - roteiros gastronômicos, roteiros de aventura.

Segundo a autora, a inclusão dos roteiros turísticos nos planos de ação envolve diversas etapas, como a identificação e seleção dos atrativos e serviços a serem incluídos; a definição do percurso; condições de trânsito; horários de funcionamento de cada atrativo; segurança; acessibilidade para locomoção a pé ou automatizada (carros particulares, vans, ônibus); banheiros públicos; acesso a informações que orientem os visitantes (mapas, folhetos e informativos); sinalizações turísticas e guias de turismo capacitados, profissionais esses encarregados de fornecer as informações durante todo o passeio (Tavares, 2002). Essa gama de fatores se faz necessária, a fim de garantir uma experiência positiva aos turistas.

Assim sendo, é fundamental que os roteiros turísticos sejam incluídos de forma integrada, considerando a participação e o envolvimento de diferentes atores locais, como comunidades, empresas e órgãos governamentais. Neste sentido, uma abordagem participativa contribui para a criação de roteiros autênticos que valorizam a identidade cultural e os recursos naturais de uma região, ao mesmo tempo em que atendem às demandas e expectativas dos visitantes.

A roteirização turística envolve o processo de planejamento, organização, direcionamento e controle do roteiro, com a participação ativa dos atores locais envolvidos no turismo. Chimenti e Tavares (2020, p. 15) afirmam que “embora elaborar roteiros turísticos seja uma atividade que envolva fortemente conceitos de logísticas, controle e organização, não é possível falar em receitas prontas”. No entanto, torna-se relevante que durante o processo de roteirização, os profissionais de turismo trabalhem em conjunto com a comunidade local para criar uma compreensão dos recursos disponíveis, oferecer capacitação, preparar a infraestrutura necessária e organizar os equipamentos e serviços turísticos. Isso é essencial para garantir a qualidade e atratividade do roteiro turístico criado.

De acordo com o Ministério do Turismo (2010, p.30),

Roteirizar é uma forma de organizar e integrar a oferta turística do país, gerando produtos rentáveis e comercialmente viáveis. A roteirização é voltada para a construção de parcerias e promove a integração, o comprometimento, o adensamento de negócios, o resgate e a preservação dos valores socioculturais e ambientais da região.

Ao analisar o processo de roteirização, Santos (2014, p. 40) afirma que,

a roteirização assegura a integração regional através da articulação e cooperação dos agentes locais, dispondo de fixos qualificados para complementarem-se e criar rotas e roteiros turísticos, aumentando a permanência dos fluxos na região, dinamizando as práticas turísticas locais.

Desta forma, dada à relevância das rotas e roteiros para a atividade turística, torna-se evidente a exigência de um embasamento teórico-metodológico que estabeleça uma definição capaz de enriquecer o planejamento. Isso ocorre devido à constatação da falta de um conceito unificado para "rota" e "roteiro", o que levanta questões e ressalta a ausência de uma definição coerente. Os conceitos presentes na esfera acadêmica, frequentemente, mudam entre si, o que gera dificuldades para os pesquisadores ao buscarem uma definição que englobe de maneira metodológica a complexidade intrínseca tanto à terminologia quanto ao seu significado e aplicação (Gonçalves; Ribeiro, 2015).

Frequentemente, os termos rotas, roteiros e itinerários turísticos são utilizados de forma intercambiável. No entanto, muitas das definições disponíveis são simplistas e não capturam a importância significativa dos roteiros como produtos turísticos (Chimenti; Tavares, 2020). Essa relevância se estende à experiência dos turistas, bem como à complexidade e às diversas características inerentes aos próprios roteiros.

Assim sendo, a partir do levantamento bibliográfico realizado, são aqui apresentados alguns dos conceitos e definições encontrados em diversas fontes. De acordo com Souza e Correia (2000), o roteiro é o itinerário escolhido pelo turista e que pode ser organizado por agência (roteiro programado e/ou guiado) ou pode ser criado pelo turista (roteiro espontâneo e/ou autoguiado).

Já para Montejano (2001), um itinerário turístico é uma trajetória ou circuito que atravessa uma região geográfica específica, detalhando e especificando os locais de passagem. Ainda segundo o autor, o itinerário inclui várias etapas e considera características turísticas exclusivas, como aspectos naturais, culturais, históricos e monumentais associados à área percorrida, abrangendo tanto o nível local quanto regional, nacional e internacional. Isso também inclui a duração da jornada, os serviços turísticos como hospedagem e transporte, além das atividades planejadas.

De acordo com Tavares (2002), as rotas e os roteiros turísticos são itinerários que contemplam atrativos e serviços previamente ordenados, os quais serão visitados durante um passeio turístico que dispõe de programação delimitada de paradas, tempo e atividades pré-estabelecidas, tendo em conta as características do destino e o segmento turístico trabalhado. Desta forma, esses itinerários são produtos turísticos sistematicamente organizados, a fim de

oportunizar que o turista entreveja amplamente o destino turístico, de modo eficiente e contextualizado, o que potencializa a atratividade do núcleo receptor.

Para Bahl (2004), os roteiros podem ser programados e detalhados que indicam uma sequência de atrativos que merecem ser visitados. Essas transmissões incluem informações precisas sobre cada ponto de interesse, proporcionando uma orientação clara aos viajantes. Tal ideia é complementada por Borba (2005) que afirma que o roteiro é o caminho a ser percorrido que apresenta uma descrição minuciosa de uma viagem ou itinerário.

Silva e Novo (2010) apontam que os roteiros são itinerários de visitação organizados, nos quais são fornecidas informações incluídas sobre um programa de atividades turísticas, com base em um planejamento prévio. Além disso, envolve uma descrição minuciosa de uma viagem, a partir do detalhamento do itinerário; e, consiste na indicação sistemática e específica da localização e orientação de caminhos em uma localidade (Ferreira, 2019).

Após várias discussões acerca dos conceitos de roteiro, Chimenti e Tavares (2020, p. 16) afirmam que

O roteiro é um importante produto cuja composição inclui a visitação planejada a um ou mais atrativos e localidades e que pode contar com serviços turísticos e de apoio agregados, todos organizados de forma lógica e coerente com a proposta preestabelecida e também com a caracterização de sua demanda e suas necessidades, o que permite, além de uma boa leitura da realidade existe, o fomento da economia da região, bem como sua divulgação e a exploração ordenada e sustentável do espaço e da cultura local.

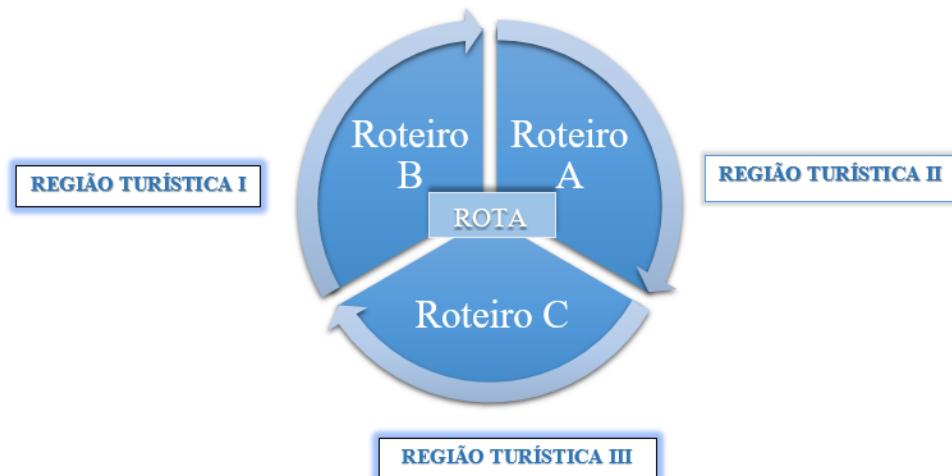
Assim sendo, pode-se afirmar que os roteiros turísticos são itinerários cuidadosamente planejados com o objetivo de oferecer uma experiência de turismo organizada e agradável. Podem abranger uma variedade de destinos, tanto em áreas rurais quanto urbanas.

O Ministério do Turismo apresenta uma diferenciação entre roteiro e rota turística. O roteiro turístico é entendido como “um itinerário caracterizado por um ou mais elementos que lhe conferem identidade, definido e estruturado para fins de planejamento, gestão, promoção e comercialização turística” (Brasil, 2010, p. 31). Já a rota é compreendida como “um percurso continuado e delimitado cuja identidade é reforçada ou atribuída pela utilização turística” (Brasil, 2010, p. 32). De acordo com as contribuições de Maia e Baptista (2011) e Briedenhann e Wickens (2004), uma rota é definida como a delineação de um percurso, especificando os locais de interesse ao longo do caminho e propondo uma variedade de atividades e serviços durante sua realização. Este conceito é reconhecido como fundamental

no turismo, pois estimula o desenvolvimento ao criar oportunidades de exploração e interação com os destinos. Assim sendo, vai além de simplesmente conectar diversos atrativos turísticos em um determinado território, uma vez que se trata de um produto turístico completo, no qual os atrativos e os serviços ao longo do percurso são selecionados e organizados de forma estratégica. Nesse contexto, a rota busca criar uma experiência unificada e integrada para os visitantes, oferecendo uma narrativa ou temática que percorre todo o percurso, fortalecendo sua identidade como uma opção de turismo.

No entanto, é importante ressaltar que uma rota pode conter vários roteiros e perpassar por várias regiões turísticas, conforme exemplificado na figura abaixo (Figura 1).

Figura 1 - Rota turística



Fonte: Autoria própria, 2023.

As rotas turísticas são o resultado de um trabalho de *marketing* que envolve a criação e formatação de um produto turístico abrangente, composto por circuitos ou viajantes turísticos em sua totalidade. Dentro de uma rota turística podem existir vários roteiros turísticos, cada um representando uma experiência única para os visitantes. Portanto, as rotas englobam uma ampla variedade de equipamentos e serviços turísticos, que são essenciais para o desenvolvimento da atividade turística, em que se incluem uma diversidade de edificações e serviços que garantem o conforto e a satisfação dos turistas durante a sua estadia.

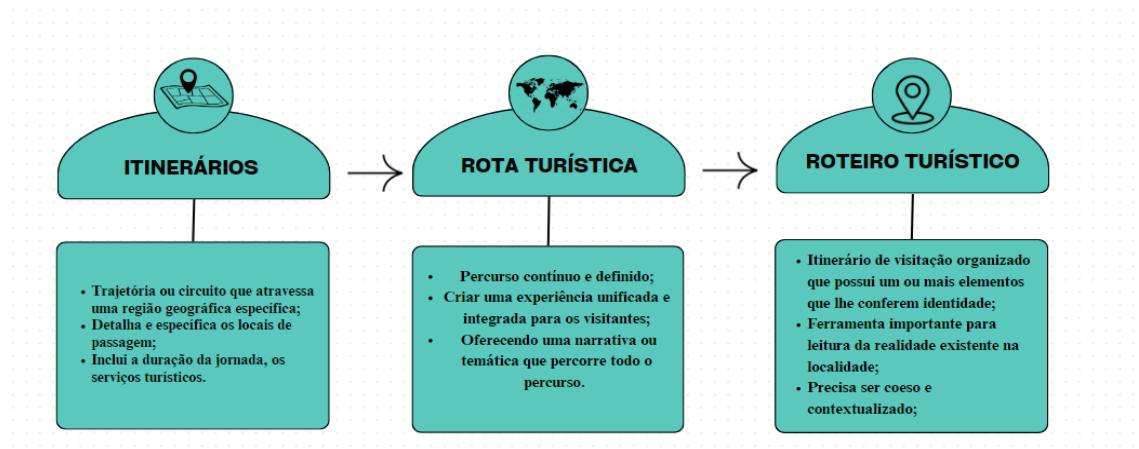
Entre esses equipamentos e serviços encontram-se os meios de hospedagem, como hotéis e pousadas, os equipamentos de alimentos e bebidas (A&B), a exemplo de restaurantes

e cafeterias; opções de entretenimento e diversão, agências de viagem e turismo, empresas de transporte e locação de veículos, além de guias de turismo e outros profissionais especializados.

De acordo com Beni (2003), a compreensão desses conceitos é importante para a criação e o desenvolvimento de roteiros turísticos eficazes, oferecendo aos visitantes a oportunidade de vivenciar uma variedade de experiências e atrações.

Desta forma, a diferenciação entre roteiro turístico, rota turística e itinerário torna-se essencial para compreender a complexidade e a riqueza das experiências oferecidas aos visitantes em uma determinada localidade, compreendendo a variedade de abordagens e objetivos presentes na organização de experiências turísticas. Enquanto o roteiro e a rota buscam proporcionar uma experiência enriquecedora e temática, o itinerário fornece informações detalhadas e pragmáticas, contribuindo para uma viagem bem planejada e aproveitada (Figura 2).

Figura 2 - Itinerários x Rota turística x Roteiro turístico



Fonte: Autoria própria, 2023.

Assim sendo, fica notória a importância da existência de recursos, sejam os naturais ou culturais, que apresentem a capacidade de atrair turistas e servir como base para a criação de roteiros turísticos. Esses recursos podem ser de propriedade pública ou privada. De acordo com Lage e Milone (1996), o potencial de atratividade pode ser dividido da seguinte forma:

- Recursos naturais: montanhas, planaltos, planícies, costas/litoral, terras insulares, hidrografia, pântanos, quedas de água, fontes termais/hidrominerais, parques, reservas de flora e fauna, grutas, cavernas, áreas de caça e pesca, entre outros
- Recursos histórico-culturais: englobam monumentos, sítios, instituições culturais voltadas para estudo, pesquisa e lazer (museus, bibliotecas, festas, comemorações, gastronomia, artesanato, folclore, música, dança, feiras, compras, etc.), abrangendo também todos os recursos relacionados à hospitalidade.
- Realizações técnicas e científicas contemporâneas: abarcam exploração de minérios, exploração industrial, obras de arte e técnicas (usinas, barragens), centros científicos e tecnológicos (zoológicos, jardins botânicos), entre outros.
- Acontecimentos programados: incluem congressos, convenções, feiras e exposições, além de eventos diversos (desportivos, artísticos, culturais, sociais, gastronômicos, científicos, etc.).

Essa classificação proposta por Lage e Milone (1996) categoriza os diferentes elementos que garantem a atratividade turística, que se bem explorados e valorizados, podem contribuir para o desenvolvimento do turismo em uma determinada região, promovendo a economia local, preservando o patrimônio cultural e natural e proporcionando experiências enriquecedoras para os visitantes.

Assim sendo, existe a necessidade de classificação dos atrativos turísticos para a ação de políticas públicas claras e bem definidas para o setor. Isso se deve ao fato de que a preservação do patrimônio e do meio ambiente, bem como a orientação em relação aos tipos de indústrias na cidade e outros aspectos, são mantidos e, muitas vezes, construídos pelo poder público. Além disso, cabe ao poder público conceder a exploração de alguns desses atrativos à iniciativa privada.

O segundo componente para o levantamento da oferta turística, de acordo com Lage e Milone (1996), são os equipamentos e serviços turísticos, também conhecidos como superestrutura, que fornecem a base física necessária para atender aos turistas. São eles:

1. Meios de hospedagem: englobando estabelecimentos hoteleiros, como hotéis, motéis, pousadas, pensões, acampamentos, entre outros.

2. Serviços de alimentação: incluindo restaurantes, bares, lanchonetes, casas de chá, confeitarias, cervejarias e outros estabelecimentos onde os turistas podem se alimentar.
3. Entretenimentos: abrangendo áreas de lazer e instalações esportivas, como parques, praças, clubes, pistas de esqui, estádios, autódromos, mirantes, marinas, bem como estabelecimentos noturnos, como barcos e casas de espetáculos, além de cinemas, teatros e similares.
4. Outros equipamentos e serviços turísticos: englobando operadoras e agências de viagens, transportadoras turísticas, postos de informação, locadoras de imóveis e veículos, comércio turístico (lojas de artesanato e *souvenirs*), casas de câmbio e bancos, locais de convenções e exposições, templos religiosos, representações diplomáticas, entre outros.

Esses elementos constituem a superestrutura necessária para atender às demandas dos turistas e proporcionar uma experiência satisfatória durante suas viagens. A elaboração de itinerários turísticos enseja na construção de narrativas que facilitem a interpretação dos atrativos que serão encontrados durante os passeios no destino visitado. Essas narrativas são responsáveis por despertar nos turistas sensações e emoções que ativem experiências memoráveis (Cisne; Guggelberger; Esteves, 2017).

Assim sendo, a roteirização turística tem sido citada na política pública de turismo brasileira há alguns anos como uma necessidade pujante (Brasil, 2007), que deve ser pensada em consonância com as tendências de mercado que apontam para a importância da inovação nos produtos e serviços ofertados pelo *trade* turístico, valendo-se, para tanto, dos elementos que singularizam os destinos.

1.3 Tecnologia no turismo e economia da experiência

Nas últimas décadas, a tecnologia tem desempenhado um papel fundamental na transformação das práticas, processos e estruturas de diversas indústrias (Golja; Jereb; Gomišek, 2021) e o setor do turismo não é exceção. Essa transformação impacta significativamente a maneira como as empresas criam experiências turísticas e como os turistas as vivenciam, tornando-os mais informados e conectados (Buhalis; Law, 2008; Neuhofe; Buhalis; Ladkin, 2013; White; White, 2017; Anaya; Lehto, 2020). Como resultado,

observa-se um aumento na capacidade dos turistas de tomar decisões de forma mais embasada e autônoma, o que contribui para um processo de decisão mais sustentável.

O impacto das tecnologias no turismo evoluiu ao longo de quatro fases distintas (Anaya; Lehto, 2020). Inicialmente, de 1970 a 1992, a televisão, o rádio e as fotografias desempenharam um papel crucial na divulgação das ofertas turísticas. Na segunda fase, de 1993 a 2002, os turistas formaram suas primeiras impressões de destinos por meio de tecnologias como *e-mail*, navegadores *web* e computadores. Entre 2003 e 2007, na terceira fase, *smartphones*, redes sociais, GPS e internet tornaram-se essenciais para a tomada de decisões dos turistas (Anaya; Lehto, 2020). Por fim, entre 2008 e 2016, a evolução tecnológica permitiu aos turistas incorporarem amigos e familiares em suas experiências por meio de videochamadas e inteligência artificial, enquanto o uso de *smartwatches*, tecnologias baseadas em localização e pesquisas em tempo real nos motores de busca ganharam destaque (Anaya; Lehto, 2020).

De acordo com Cruz, Mota e Perinotto (2012), a internet desempenha um papel crucial na rápida expansão de serviços de informação. Com o advento da internet, as empresas, incluindo agências de viagens, estão utilizando redes sociais para estabelecer conexões colaborativas e superar barreiras geográficas e demográficas. Essas inovações têm transformado o turismo analógico em um turismo multicanal, e mais recentemente, em algumas sociedades, para um turismo sensorial-inteligente, enfatizando vigilância tecnológica, acessibilidade, criatividade, sustentabilidade e inteligência na elaboração da experiência turística (UNWTO, 2017).

As redes sociais desempenham uma função essencial no contexto das aplicações comerciais, promoção, divulgação e comércio eletrônico, proporcionando não apenas um espaço para os turistas trocarem informações e experiências, mas também permitindo que as empresas turísticas se envolvam diretamente com os consumidores (Zeng; Gerritsen; Leenders, 2014; Gabriel, 2010). Reforçando essa ideia, Telles (2010) destaca que as redes sociais, *microblogs*, *blogs* e plataformas de compartilhamento de mídia são poderosos meios para expressar a identidade de uma marca. O autor ainda ressalta que o conteúdo relevante nas mídias sociais é capaz de gerar conversações, construir reputação e atrair seguidores, amigos e engajamento em diferentes plataformas *online*, como *Twitter*, *Facebook*, *Foursquare*¹ e

¹ O *Foursquare* é uma plataforma de rede social baseada em localização que permite aos usuários compartilhar informações sobre locais, fazer check-in e deixar avaliações e recomendações.

YouTube, além de influenciar a opinião pública por meio de comentários em *blogs*. De fato, como apontam Santos, Campos e Barbosa (2020, p. 6) as redes sociais “[...] propõem interações instantâneas e acesso imediato às informações de maneira facilitada, fazendo com que os consumidores se tornem cada vez mais independentes e passem também, a produzir informações sobre os destinos [...].”

O *Instagram*, em particular, ganha destaque como uma das plataformas mais utilizadas, impulsionando o surgimento dos *Digital Influencers*, que desempenham um forte papel na disseminação de conteúdo e na influência sobre as decisões dos viajantes (Fernandes, 2022). Essa dinâmica transforma o boca a boca em um processo de influência digital que atinge um grande público em um curto período de tempo (Morais; Brito, 2020), com o *Electronic Word of Mouth (EWOM)*² emergindo como uma forma importante de comunicação entre consumidores. Por fim, os *websites* dedicados a comentários desempenham um papel fundamental na partilha de opiniões e *feedbacks* entre os consumidores, influenciando diretamente o processo de tomada de decisão de futuros viajantes (Ladeira, 2016). Essas plataformas, conhecidas por conterem informações atualizadas e opiniões confiáveis, exercem uma influência significativa sobre as escolhas dos consumidores (Gretzel; Yoo, 2008; Pinto, 2018).

Nos dias atuais, torna-se primordial a busca por harmonia entre o que um destino turístico oferece e as expectativas dos visitantes. A dimensão cultural desempenha um papel fundamental nesse encontro entre oferta e consumo, embora muitas vezes seja negligenciada no planejamento das viagens. Assim, essas mudanças contínuas refletem a constante evolução tecnológica (Xiang, 2017), que desempenha um papel importante na inovação e na criação de novas práticas de negócio, aumentando a atratividade dos destinos e reduzindo o risco de experiências decepcionantes (Anaya; Lehto, 2020). Como resultado, os consumidores turísticos tornaram-se mais proativos na busca por informações, influenciando sua tomada de decisão e exigindo adaptações nos canais de comunicação (Rodrigues, 2016).

Esse papel ativo dos turistas ressalta a importância do conceito de cocriação, onde o compartilhamento de experiências com a comunidade fornece às empresas *insights* valiosos para aprimorar suas ofertas e satisfazer de forma mais eficiente as necessidades dos

² Refere-se a disseminação de opiniões, recomendações e informações sobre produtos ou serviços por meio de plataformas digitais, como redes sociais e sites de avaliações. É uma forma de comunicação boca a boca online que influencia as decisões de compra dos consumidores.

consumidores (Rodrigues, 2016; Neuhofer, 2016). Com isso, surge um "novo espaço de criação de valor: um espaço competitivo centrado em experiências de cocriação personalizadas desenvolvidas por meio de interações objetivas entre o consumidor e uma rede de empresas e comunidades de consumidores" (Phahalad; Rasmuswamy, 2004, p. 10).

Esta mudança paradigmática, que desafiou a distinção tradicional entre produtores e consumidores, possibilitou uma interação mais estreita entre eles, promovendo novos espaços de diálogo e relacionamento por meio do acesso à informação entre ambas as partes (Phahalad; Rasmuswamy, 2004). Tradicionalmente, as empresas costumam definir o processo de criação de valor em torno do produto ou serviço que estão produzindo, sem a participação ativa do consumidor. No entanto, autores como Phahalad e Rasmuswawy (2004) destacam que novas abordagens estão surgindo, nas quais os fornecedores estão desenvolvendo interfaces que permitem a cocriação dos serviços com a participação direta do cliente. Plataformas digitais como *TripAdvisor*, *Google Maps*, *Google Earth*, *Instagram* e *iFood* são alimentadas pelos próprios consumidores turísticos, criando um novo espaço, onde fornecedores interagem e cocriam valor com os consumidores para tornar seus serviços competitivos em relação a outras empresas.

Atualmente, alguns destinos turísticos sofrem com a falta de informações adequadas sobre seu patrimônio natural e cultural, o que limita a capacidade de despertar o interesse nos visitantes. A pesquisa e a interpretação dos diferenciais turísticos servem para estimular a atenção e as experiências sensoriais dos turistas, permitindo que eles vivam aspectos anteriormente ignorados do destino.

Os processos dinâmicos, interativos e, muitas vezes, inconscientes de cocriação de valor, como destacado por Payne, Storbacka e Frow (2008), envolvem uma integração entre turistas e fornecedores/planejadores, conforme salientado por Mathis *et al.* (2016). Nesse contexto, o papel do turista é fundamental, não apenas como consumidor do destino, mas como contribuinte ativo para a produção de técnicas de planejamento em conjunto com os planejadores. Mathis *et al.* (2016) reforçam essa ideia ao afirmar que a cocriação de experiência pode gerar valor para todos os envolvidos, pois permite que os indivíduos cooperem com atributos pessoais na produção de serviços, produtos ou ferramentas de planejamento.

Além disso, Jhonson e Neuhofer (2017) destacam como o avanço das plataformas digitais, especialmente na economia compartilhada, contribui para o desenvolvimento de ambientes autênticos de interação e criação de valor. Os autores reforçam que a cocriação de valor torna-se relevante para o desenvolvimento de uma experiência autêntica durante a prática turística, baseada na troca de necessidades e desejos dos visitantes e no conhecimento do anfitrião sobre o destino. Nesse sentido, Adrian, Kaj e Pennie (2008, p. 83) destacam que "a co-criação pode ser vista de diferentes perspectivas", incluindo a relação de cocriação entre indivíduos e entre empresas e indivíduos. No processo de cocriação de valor, tanto os indivíduos quanto as organizações/instituições (públicas ou privadas) se beneficiam, uma vez que os indivíduos instigam, produzem informações e atendem seus próprios anseios, enquanto que as instituições se beneficiam com ajustes e elaboração de novas estratégias de planejamento e gestão.

Interligado com o avanço das tecnologias, surgem os dispositivos móveis e suas múltiplas funcionalidades, proporcionando aos consumidores uma experiência turística mais personalizada e interativa (Neuhofer; Buhalis; Ladkin, 2013; Firmino; Fernandes; Oliveira, 2019). Esse cenário tem levado a uma mudança significativa no comportamento dos turistas ao longo de sua jornada de viagem, tornando essencial que as empresas do setor turístico adaptem suas estratégias de comunicação, fazendo uso das ferramentas de *marketing* digital para se destacarem no mercado (Chamboko-Mpotaringa; Sotiriadis; Van Zy, 2021). Além disso, o desenvolvimento tecnológico tem possibilitado a conectividade dos turistas em qualquer lugar e momento, influenciando diretamente a maneira como eles se envolvem em suas experiências turísticas e exigindo uma reestruturação na indústria turística tradicional (Ladeira, 2016).

Em suma, na escolha dos destinos e logística de viagem, diversos fatores influenciam o turista, desde seus objetivos pessoais e profissionais até suas preferências culturais e de lazer. Esses elementos determinam as opções de destino, duração da estadia, meios de transporte, hospedagem e atividades de entretenimento. Os turistas acessam bens e serviços através de portais *onlines*, no entanto, o turismo vai além da simples oferta de produtos e serviços, pois inclui recursos naturais e culturais como matéria-prima dos atrativos turísticos, abrangendo hospedagem, instalações e equipamentos (Beni, 2003).

A experiência turística, desde o momento em que os consumidores começam a considerar uma viagem até após seu retorno, é definida por um conjunto de etapas. Este

processo é caracterizado por três fases distintas: pré-viagem, durante a viagem (fase de consumo) e pós-viagem. Na fase pré-viagem, essencial para a tomada de decisão, os consumidores buscam informações para se inspirar e planejar sua jornada (Frochot; Batat, 2013; Neuhofer; Buhalis; Ladkin, 2014). A fase de consumo, por sua vez, abrange desde o *check-in* até às experiências vivenciadas no destino, em que decisões como escolha de restaurantes e atividades são tomadas (Wang; Park; Fesenmaier, 2014; Cunha, 2019).

As tecnologias móveis desempenham um papel crucial nessa fase, auxiliando os turistas a lidar com imprevistos e permitindo a interação em tempo real nas redes sociais, através de compartilhamento de fotos, vídeos e comentários (Tussyadiah, 2012; Cunha, 2019). Destaca-se também a importância da tecnologia baseada em localização, tendo em vista que sugere serviços próximos de interesse do turista (Tussyadiah, 2012; Cunha, 2019). A fase pós-viagem, por fim, ocorre após o retorno, em que os viajantes compartilham suas experiências com amigos, familiares e comunidades *online*, refletindo sobre os pontos positivos e negativos da sua jornada (Rodrigues, 2016). O papel do boca a boca nesta fase tem sido influenciado pela conveniência dos dispositivos móveis, que permitem a partilha instantânea de experiências nas redes sociais (Cunha, 2019).

A Economia da Experiência, também conhecida como Sociedade dos Sonhos (Jensen, 2002) reflete uma tendência global em direção à humanização da demanda, oferta e prestação de serviços. Nessa nova era, marcada pela busca por experiências únicas e memoráveis, a ênfase recai sobre a emoção e o afeto no atendimento, substituindo a padronização por interações mais pessoais e significativas (Pine; Gilmore, 1999; Jensen, 2002). O lúdico, o sonho e a criatividade se tornam elementos essenciais nessa sociedade, em que o coração ganha precedência sobre a mente (Beni, 2003). Diante da crescente globalização, prevê-se uma transição da "economia de serviços" para a "economia de experiência", uma vez que as empresas líderes no mercado turístico serão aquelas capazes de planejar e organizar experiências autênticas e envolventes (Beni, 2003). Esse cenário demanda novas abordagens para os produtos turísticos e uma redefinição do conceito de consumidor, com o surgimento de novos nichos de mercado, como viajantes solitários, comunidade LGBTQIA+ e grupos de terceira idade (Beni, 2003).

Com a facilidade de cruzar fronteiras geográficas e a crescente segurança nas viagens, além da internacionalização do capital, espera-se uma mudança significativa no cenário mercadológico (Beni, 2003). A abordagem centrada na experiência turística transcende a

visão puramente funcional e pragmática, valorizando a interação entre sujeito e objeto, a fim de buscar uma dimensão mais profunda, além do valor estritamente monetário da oferta turística (Lemos, 2005). O autor ainda afirma que o turista é atraído pela contextualização e pela substância social que dá origem e transforma o valor turístico, ressaltando que o dinheiro não é capaz de ser transformado em belezas naturais, cultura popular, costumes, entre outros aspectos. Ele também observa que qualquer ruptura na cadeia de valor turístico ou consumo gradual dos elementos que a compõem resulta em um processo de insustentabilidade do sistema.

Portanto, com base nos temas acima, o desenvolvimento dos produtos tecnológicos proposto nessa pesquisa deve estar em sintonia com as transformações e demandas contemporâneas. A tecnologia tem revolucionado a maneira como as experiências são criadas e vivenciadas, tornando-se um componente essencial para a competitividade e a relevância de qualquer produto turístico. Ao integrar a cocriação de valor, o uso estratégico de redes sociais e plataformas digitais, bem como a adaptação às novas exigências dos turistas, podemos criar um produto que não apenas atenda, mas também antecipa os anseios dos consumidores atuais. Assim, será possível oferecer um produto tecnológico que se destaque no mercado, mantendo-se atualizado e competitivo diante das rápidas mudanças no comportamento dos turistas.

CAPÍTULO 2

OS CAMINHOS DA PESQUISA: MÉTODOS E TÉCNICAS

Neste capítulo são delineados os métodos e as técnicas utilizados para conduzir a pesquisa, visando aprofundar o entendimento dos potenciais atrativos turísticos de Divina Pastora, Sergipe. O desenho da pesquisa é apresentado, destacando a abordagem metodológica adotada para alcançar os objetivos propostos.

Será detalhado o uso da entrevista como principal técnica de coleta de dados na pesquisa de campo. Além disso, será descrita a utilização da ferramenta metodológica de Diagnóstico Rápido Participativo (DRP) como uma estratégia para obter o respaldo da comunidade local.

O conhecimento científico abrange todo o conhecimento adquirido através de procedimentos metodológicos que permitem uma investigação organizada e estruturada da realidade. Esses procedimentos envolvem a aplicação de etapas, normas e técnicas protegidas, seguindo métodos predefinidos, com o objetivo de responder questões sobre como e por que ocorrem os fatos e fenômenos (Zanella, 2009).

A palavra "método" deriva do termo grego "*méthodos*", composto por "*metá*", que significa "no meio de", "através" ou "entre", e "*odós*", que significa "caminho" (Machado, 2018). Dessa forma, podemos compreender o método como uma abordagem que ocorre ao longo do caminho de uma investigação, uma vez que pode ser abordado como uma “forma de proceder ao longo de um caminho” (Trujillo Ferrari, 1982, p. 19). Nas ciências, o método representa a maneira pela qual os cientistas escolhem ampliar o conhecimento sobre um determinado objeto, fato ou fenômeno. Trata-se de uma série de procedimentos intelectuais e técnicos adotados com o propósito de alcançar um conhecimento específico (Zanella, 2009).

Trujillo Ferrari (1982, p. 24) afirma que “na ciência, os métodos constituem os instrumentos básicos que ordenam de início os pensamentos em sistemas, traçam de modo ordenado a forma de proceder do cientista ao longo de um percurso, para alcançar um objetivo”. Já Cervo e Bervian (2002, p. 23), trazem em linhas gerais que o método “é a ordem que se deve impor aos diferentes processos necessários para atingir um certo fim ou um resultado desejado. Nas ciências, entendesse por método o conjunto de processos empregados na investigação e na demonstração da verdade”. Severino (2007), por sua vez, ressalta a

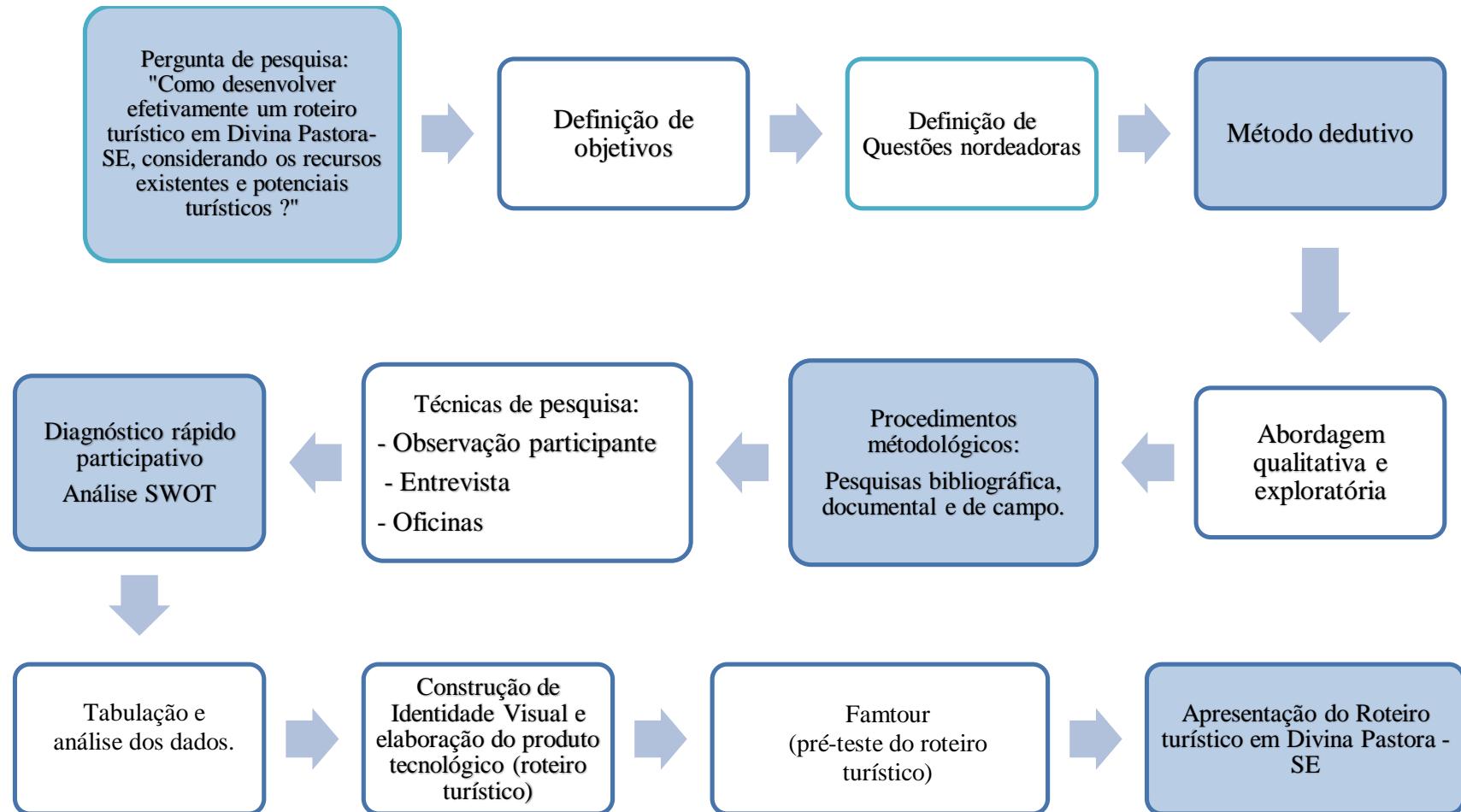
importância do método científico como um elemento distintivo da ciência em relação a outras formas de conhecimento humano.

Ao afirmar que a ciência utiliza-se de um método próprio, Severino (2007) destaca como esse processo é fundamental para diferenciar a ciência não apenas do conhecimento comum, mas também de outras modalidades de expressão da subjetividade humana, como a filosofia, a arte e a religião. Essa distinção enfatiza a objetividade e a sistematização do conhecimento científico, evidenciando sua busca por uma compreensão empírica e racional do mundo.

Assim sendo, todos os autores supracitados enfatizam que o método é um caminho para alcançar um objetivo, porém ressaltam a importância desse caminho ser sistemático e ordenado, cumprindo os requisitos científicos necessários. Para tanto, a pesquisa ora aqui proposta está estruturada no método dedutivo, o qual parte de um assunto com características generalizadas para um tema em específico. Cervo, Bervian e Silva (2007, p. 35) afirmam que na dedução “o ponto de partida é o antecedente, que afirma uma verdade universal, e o ponto de chegada é o consequente, que afirma uma verdade menos geral ou particular contida implicitamente no primeiro”. Segundo Severino (2007), a dedução é um procedimento lógico que envolve um raciocínio no qual é possível obter uma conclusão a partir de uma ou várias proposições, devido à sua coerência lógica intrínseca.

A fim de melhor compreensão acerca do processo de construção metodológica desta pesquisa elaborou-se o fluxograma com as etapas que foram executadas no transcurso da investigação (Figura 3).

Figura 3 - Desenho da pesquisa



Fonte: Elaboração própria, 2023.

Do ponto de vista da abordagem, busca-se empreender a pesquisa qualitativa, que pode ser definida como:

Aquele que se fundamenta principalmente em análises qualitativas, caracterizando-se, em princípio, pela não-utilização de instrumental estatístico na análise dos dados. Esse tipo de análise tem por base conhecimentos teóricos empíricos que permitem atribuir-lhe cientificidade (Zanella, 2009, p. 75).

Em linhas gerais, a pesquisa qualitativa corresponde a uma abordagem metodológica utilizada nas ciências sociais, humanas e em outras áreas de estudo, que busca compreender e interpretar fenômenos complexos, explorar significados, experiências e perspectivas dos participantes da pesquisa. Segundo Gil (2007), quanto aos objetivos, as pesquisas podem ser classificadas em: exploratórias, descritivas e explicativas. Nesse estudo será utilizada a pesquisa exploratória que se trata de “descrever com **exatidão** os fatos e fenômenos de determinada realidade” (Triviños, 1987, p. 100, grifo nosso).

Na pesquisa qualitativa, o ambiente constitui uma fonte direta de dados, logo, as características, relações, transformações do espaço, recursos endógenos e indivíduos do município de Divina Pastora se converteram em fundamentais elementos e sujeitos de análise. No que se refere aos objetivos, o estudo baseou-se na pesquisa exploratória, procurando inicialmente um embasamento teórico, através da pesquisa bibliográfica e documental por meio de palavras-chave, a exemplo de planejamento do turismo a partir de autores como Braga (2007), Petrocchi (2008), Abrahão e Tomazzoni (2018), Rodrigues e Abrúcio (2019), Le Bourlegat (2019) e Santos e Pereira (2020); roteiros e rotas turísticas, a partir de autores como Tavares (2002), Santos (2014), Gonçalves e Ribeiro (2015) e Chimenti e Tavares (2020), assim como os aspectos metodológicos inerentes ao processo de roteirização, a partir da perspectiva do Ministério do Turismo (Brasil, 2007). O tema tecnologia no turismo e economia da experiência está embasado nos seguintes autores: Buhalis e Law (2008); Neuhofer, Buhalis e Ladkin (2013); White e White (2017); Anaya e Lehto (2020); Cruz, Mota e Perinotto (2012); Telles (2010); Rodrigues (2016); Neuhofer (2016); Phahalad e Rasmaswawy (2004); Tussyadiah (2012); Cunha (2019); Pine e Gilmore (1999); Jensen (2002) e por fim a relação do município de Divina Pastora e o turismo sergipano através de Oliveira (2000); Santos (2010); Ministério do Turismo (2007); publicações do IBGE e Dantas (2001). Assim, o levantamento bibliográfico foi realizado por meio de periódicos, livros, dissertações, revistas científicas, sites oficiais, relatórios, dentre outras fontes, visando o

levantamento de dados, que foram complementados pelas informações coletadas em campo para ampliar os conhecimentos sobre o objeto e fenômeno estudados.

Para a coleta de dados na pesquisa de campo adotou-se a entrevista que foi realizada por meio de roteiro de entrevista semiestruturado (Cervo; Bervian; Silva, 2007) com o secretário de turismo da Secretaria de Turismo e Lazer (Apêndice A), com a representante da Associação para o Desenvolvimento de Renda de Divina Pastora- ASDEREN (Apêndice B), com o reitor do Santuário Divina Pastora (Apêndice C) e com cinco agentes de viagens (Apêndice D). Por fim foi aplicado questionário de avaliação do pré teste do roteiro com os principais receptivos locais de Sergipe (Apêndice E). Todo o instrumental foi aprovado pelo Comitê de Ética de Pesquisa do IFS (CEP).

Para ter o respaldo da comunidade e com a finalidade de identificar os potenciais atrativos turísticos de Divina Pastora utilizou-se a ferramenta metodológica de diagnóstico rápido participativo (DRP), a partir de oficinas participativas que foram direcionadas aos sujeitos da pesquisa, com o intuito de possibilitar a construção coletiva do produto resultante deste estudo. Verdejo (2010, p. 12) define o DRP como o “conjunto de técnicas e ferramentas que permite que as comunidades façam o seu próprio diagnóstico e a partir daí comecem a autogerenciar o seu planejamento e desenvolvimento”. Logo, foram adotadas metodologias ativas, por meio das quais os sujeitos foram convidados a construir mapas mentais sobre sua comunidade, destacando os principais elementos que os mesmos identificam como importantes, assim como a análise SWOT sobre as potencialidades do turismo local para adequar a construção e comercialização do roteiro.

De acordo com Varisco *et al.* (2014, p. 49, tradução nossa):

O planejamento estratégico só faz sentido em ambos se encaixam nas necessidades e traços dominantes de a comunidade local que decidiu iniciar um processo planeamento. Além disso, a capacidade que ele tem de integrar de forma coerente os contributos das partes interessadas e parceiros sociais e gestores administrativos pertencer a diferentes áreas setoriais, permite que a elaboração e o acompanhamento do plano sejam os mais possíveis Possibilidade participativa e consensual. Além disso, essa diversidade de agentes e atores no processo de planejamento facilita uma compensação, tendo em conta os diferentes interesses representados, dos objetivos de sustentabilidade.

Com o objetivo de envolver a comunidade, foram promovidas reuniões abertas com o objetivo de esclarecer a proposta, assim como para captar a percepção dos membros da comunidade acerca dos potenciais turísticos local. Além disso, buscou-se engajá-los

ativamente na coleta de informações sobre esses atrativos através de oficinas participativas. O convite para as oficinas foi realizado através dos líderes comunitários, das associações e grupos folclóricos existentes.

As oficinas foram realizadas com membros da comunidade envolvidos com o artesanato e grupos folclóricos. A partir dos resultados dessas oficinas, foi possível realizar o levantamento da oferta turística local, com a participação ativa desses agentes. O inventário da oferta turística desempenha um papel crucial no planejamento e na gestão do turismo, pois permite identificar e descrever todos os elementos que influenciam o desenvolvimento turístico em um destino específico, como infraestrutura, serviços turísticos e atrações disponíveis. Durante os encontros, foram empregadas técnicas e dinâmicas de grupo descritas por Furtado e Furtado (2000) e Verdejo (2010) a dizer:

- a) "**O que essa mão já fez e o que é capaz de fazer?**" - resgata a história de vida dos participantes, contribuindo para sua autoestima e autoconhecimento;
- b) "**árvore de problemas**" - tem o objetivo de discutir os problemas e suas causas coletivamente, facilitando a tomada de decisões conjunta;
- c) "**caminhadas transversais**" (*transect walks*), promovendo a interação entre o ambiente físico e as atividades humanas ao longo do tempo e do espaço, identificando características naturais da comunidade, tanto atuais quanto históricas. Assim acarretando uma gama de informações.

A partir da aplicação das técnicas de pesquisa descritas ao longo deste capítulo, todos os dados e informações encontrados foram minuciosamente tabulados e analisados. Esse processo analítico permitiu extrair *insights* importantes e consolidar uma compreensão mais aprofundada sobre o tema em questão. Dessa forma, os resultados obtidos foram desenvolvidos de maneira significativa para a elaboração desta dissertação e do produto tecnológico, oferecendo uma base sólida para as discussões e conclusões que serão abordadas nos capítulos subsequentes. Os procedimentos metodológicos adotados deram alicerce para atingir os objetivos delimitados, principalmente junto a comunidade local, permitindo elencar todas as potencialidades existentes no município.

CAPÍTULO 3

CARACTERIZAÇÃO DO TURISMO DE SERGIPE E DE DIVINA PASTORA

Este capítulo aborda uma análise detalhada do turismo em Sergipe, com destaque para a cidade de Divina Pastora. Inicialmente, apresenta-se uma visão geral do turismo no estado, ressaltando sua diversidade e potencialidades, incluindo seus recursos naturais, históricos e culturais. Em seguida, uma análise do material promocional do destino Sergipe, de empresas privadas e do setor público, buscando identificar possíveis limitações na oferta turística comercializada e avaliando a eficácia das estratégias de promoção. Posteriormente, uma caracterização do turismo em Divina Pastora, apresentando dados históricos, informações geográficas e elementos culturais que contribuem para sua singularidade e atratividade como destino turístico.

3.1 Turismo de Sergipe

O turismo tem uma história que remonta ao século XIX, mas foi a partir da década de 1950 que essa atividade passou por uma transformação significativa, tornando-se uma indústria de massa com impactos psicológicos e culturais (Oliveira, 2000). No entanto, o autor afirma que foi nos anos 1960 que o turismo realmente explodiu como uma atividade de lazer acessível a milhões de pessoas e se estabeleceu como uma fonte lucrativa de investimentos, com um papel consolidado no cenário financeiro internacional.

No século XX, como um fenômeno moderno que simboliza a globalização, o turismo emergiu impulsionado pelo aumento do capitalismo industrial tanto na América Latina quanto na Europa Ocidental (Rodrigues, 2002). No alvorecer do século XXI, o turismo se revelou como um complexo conjunto de atividades sociais, culturais e ambientais que ganhou notoriedade global. Esse reconhecimento é fruto do aumento substancial no número de turistas, o que, por sua vez, conduziu à percepção da atividade turística como uma estratégia e abordagem estratégica para acompanhar o desenvolvimento em diversas nações (Santos, 2010).

As discussões sobre as definições de turismo são distintas por ser uma atividade dinâmica e de múltiplas facetas, que envolve a visita de pessoas a diferentes destinos, seja por motivos de lazer, negócios, saúde, educação, entre outros. A Organização Mundial de Turismo – OMT (1994 *apud* Oliveira, 2000, p. 31) define Turismo como:

Fenômeno que ocorre quando um ou mais indivíduos se transladam a um ou mais locais diferentes de sua residência habitual por um período maior que 24h horas e menos que 180 dias, sem participar dos mercados de trabalho e capital dos locais visitados.

Em outras palavras, trata-se de um conceito que engloba pessoas que estão temporariamente se deslocando para locais distantes de suas residências por um período relativamente curto, sem a perspectiva de busca de emprego ou investimento dinheiro nos destinos visitados. Fratucci (2008, p. 2) corrobora dizendo que o turismo “manifesta-se através de diversas formas, modalidades e escalas dentro de um mesmo território e está subordinado tanto às ações da iniciativa privada, quanto do Estado e até mesmo das pequenas comunidades organizadas”. Assim sendo, o turismo, enquanto um fenômeno social, é caracterizado pelas relações interpessoais que se desenvolvem entre os atores sociais e pelas experiências que essa atividade é capaz de criar. Essa dinâmica socioespacial se forma de maneira estruturada, incorporando aspirações, expressões subjetivas e identidades culturais. De La Torre (1992, p.19) afirma que:

o turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exerce nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural.

Essas definições têm sido fundamentais no contexto do turismo, considerando-o uma atividade econômica, social e sustentável que envolve o ato de deslocamento de pessoas de um lugar para outro. No entanto, a partir de várias definições, Barreto (2000) expandiu a compreensão ao introduzir outros elementos na caracterização do turismo. A autora desenvolveu uma definição mais abrangente, uma vez que considera o turismo como uma “atividade em que a pessoa procura prazer por livre e espontânea vontade. Portanto a categoria de livre escolha deve ser incluída como fundamental no estudo do turismo” (Barreto, 2000, p.13). Assim sendo, a partir dessa definição, a motivação central para o turismo é a busca por satisfação pessoal e prazer.

Segundo Santana (2011), a atividade turística se caracteriza quando um turista, motivado por diversas razões de natureza diversificada e desprovidas de finalidade lucrativa, realiza uma mudança temporária de residência que estimula a interação de várias áreas e empresas no contexto do turismo. Isso engloba todas as atividades que o visitante realiza, bem como suas interações com a população local durante sua estadia, com o objetivo de atender às suas necessidades e expectativas pessoais. Já Santos (2010) enfatiza que, apesar da existência de várias definições do turismo, é notável que, de maneira abrangente, todas essas

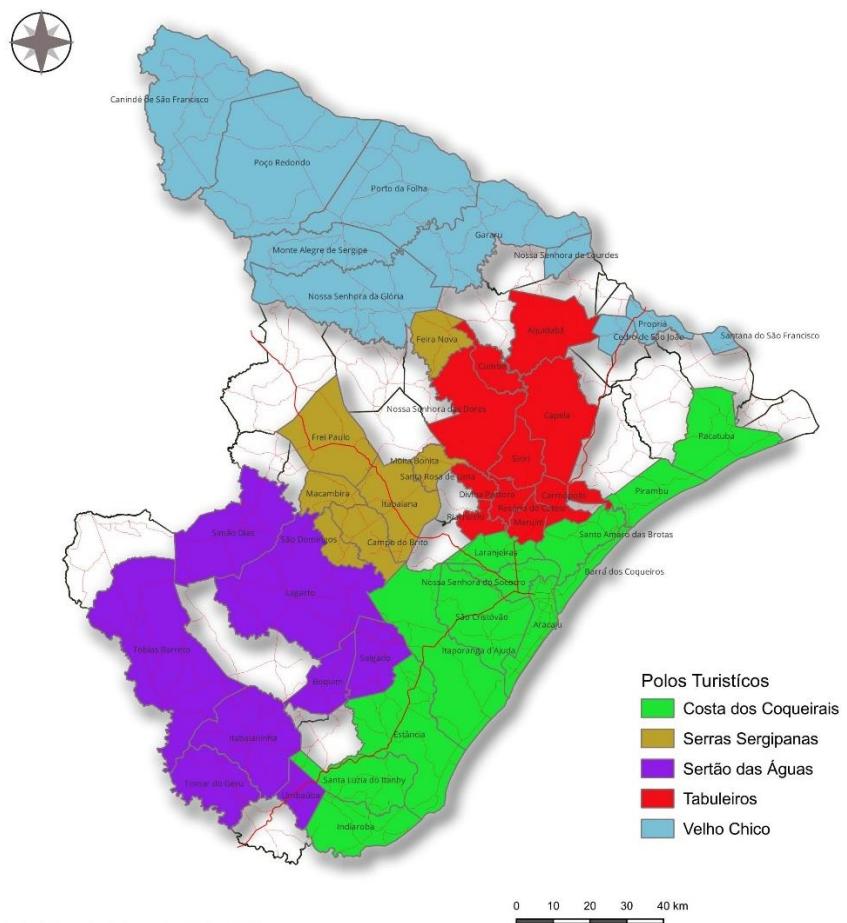
conceituações englobam os três pilares fundamentais que compõem a estrutura da atividade turística: o espaço físico, a dimensão temporal e o indivíduo.

De acordo com o mapa do turismo brasileiro³ (Mtur, 2024), o estado de Sergipe engloba 48 municípios distribuídos em cinco regiões turísticas distintas (Figura 4):

- Polo Serras Sergipanas (7 municípios): Campo do Brito, Feira Nova, Frei Paulo, Itabaiana, Mancambira, Moita Bonita e São Domingos.
- Velho Chico (10 municípios): Canindé de São Francisco, Cedro de São João, Gararu, Monte Alegre de Sergipe, Nossa Senhora da Glória, Nossa Senhora de Lurdes, Poço Redondo, Porto da Folha, Propriá e Santana do São Francisco.
- Polo dos Tabuleiros (11 municípios): Aquidabã, Capela, Carmópolis, Cumbe, Divina Pastora, Maruim, Nossa Senhora das Dores, Riachuelo, Rosário do Catete, Santa Rosa de Lima e Siriri.
- Sertão das Águas (8 municípios): Boquim, Itabaianinha, Lagarto, Salgado, Simão Dias, Tobias Barreto, Tomar do Geru e Umbaúba.
- Polo Costa dos Coqueirais (12 municípios): Aracaju, Barra dos Coqueiros, Estância, Indiaroba, Itaporanga d'Ajuda, Laranjeiras, Nossa Senhora do Socorro, Pacatuba, Pirambu, Santa Luzia do Itanhy, Santo Amaro das Brotas e São Cristóvão.

³ O Mapa do Turismo Brasileiro é um instrumento de planejamento vinculado ao Programa de Regionalização do Turismo que define o recorte territorial que será trabalho prioritariamente pelo Ministério do Turismo no âmbito do desenvolvimento das políticas públicas.

Figura 4 : Sergipe- Polos Turísticos, 2024



Fonte: <https://www.mapa.turismo.gov.br>, 2024.

No entanto, apesar da diversidade de regiões turísticas e dos atrativos culturais, naturais e históricos presentes nos municípios, há uma notável falta de exploração turística efetiva. Esta lacuna é evidenciada ao analisar o material promocional do destino Sergipe, tanto comercializado por empresas da iniciativa privada (Figura 5) quanto promovido pelo setor público (Figuras 6 e 7), conforme observado nas principais plataformas digitais e *folders* das agências de turismo receptivo de Sergipe.

Figura 5 - Folder da Toptur receptivo



Fonte: TOPTUR,2023.

Figura 6 – Sergipe - Material promocional da Secretaria Estadual do Turismo do ano de 2022

Conheça o Litoral Sergipano

Litoral Sul

Oriente de Atalaia
Considerado uma das mais bonitas do país, o Oriente de Atalaia conta com a Região das Lagoas, o Parque do Caranguejo e a Praia do Cacimbinha. Um lugar encantador, com excelente infraestrutura, possibilitando momentos de lazer, de práticas esportivas e de exploração da gastronomia.

Oriente Sul
Praias de Aracaju, Rosário, Naufrágio e do Refúgio, onde funcionam os principais beach clubs sergipanos, com sistema "pé na areia", proporcionando conforto e aconchego ao turista.

Oriente Pôr do Sol
Um ensolarado para ficar na memória. É de lá que saem os catamarãs e os lanchas que navegam pela baía dos Abrolhos, para conhecer a Praia do Gunga e o Rio das Marmoreadas.

Costa do Gunga
Uma ilha reservada que surge com o maré baixa. Acessa pelo Rio Pôr do Sol, de onde partem lanchas, barcos e catamarãs. Oferece bar flutuante, banhos na ilha de areia e esportes náuticos.

Ribeira das Marmoreadas
Um dos passeios mais procurados em Aracaju tem paisagem natural de águas mornas e cristalinas. Conta com bares, redes flutuantes no meio do rio e diversão garantida para toda a família.

Estreitada (Praias do Saco, Ilha do Sogra, Abrolhos e Lagoas das Tumbabocas)
Cidade que abriga Capela de Nossa Senhora da Boa Viagem, Praia do Saco, Ilha do Sogra, Praia das Dunas, Praia do Abrolhos e Lagoas Azuis ou Lagoas das Tumbabocas.

Hiperlombo D'Aljuda (Cauari e Ilha Menor de São Miguel)
É na Ilha Menor de São Miguel que acontece a Feira do Caranguejo. No Ponto do Cauari, sprinchar as águas mornas e deliciar-se com o arroz, ingrediente que se destaca na culinária local.

Litoral Norte

Pirambu
Dunas, lagoas de mar, rios e lagostins, além de praias de barro para nadar.

Rio São Francisco ("Velho Chico") e as Câimbas da Xingó
O 5º maior rio do mundo é a maior naveável. Refresque-se nas águas de cor verde-esmeralda do Velho Chico, um marco das suas famosas peregrinações rochosas.

Brejo Grande (Fazenda São Francisco)
O município se destaca pelo belíssimo e possibilidade de vivenciar experiências em matas ciliares, dunas, diversidade de ecossistemas, povoados ribeirinhos, trilhas ecológicas e passeios de barco pelas ilhas e a navegação até a Fazenda São Francisco.

Perecada
Considerado um dos principais exemplos de conservação da natureza, o município mantém intacta uma extensa região de rica biodiversidade, com pântanos, manguezais, remanescentes do Mato Atlântico, dunas, mar e uma fauna muito rica.

Museu da Gente Sergipana
Ótiva a cultura, a tecnologia e a criatividade se encontram. Pechinchar na feira virtual, "vestir-se" com trajes típicos e cantar com um repertório são algumas das interatividades que o museu oferece. É pura sergipandade!

Laranjeiras
Conhecida por seus grupos folclóricos e prédios históricos do século XVII, Laranjeiras é um convite ao passeio no tempo e resguarda parte da época colonial açucareira de Sergipe.

Largo da Gente Sergipana
Uma instalação artística urbana com esculturas que representam manifestações culturais sergipanas.

Lagoa do Sítio Sergipano

Sergipe
Sinta de parte esse sabor chego!

Formas da natureza

Serra de Itabaiana
Bairros de cachoeiras, aventura, trilhas, esportes radicais.

Parque das Pedras
Instituto de referência mundial na criação de uvas de roscas.

Patrimônio histórico

São Cristóvão
Integra a lista de patrimônios mundiais da Unesco. Cidade que exala história em cada canto: nem ruas de pedras entre casarios, nem igrejas seculares e nas tradições, como a fabricação das queijadas.

Laranjeiras
Conhecida por seus grupos folclóricos e prédios históricos do século XVII, Laranjeiras é um convite ao passeio no tempo e resguarda parte da época colonial açucareira de Sergipe.

Lagoa do Sítio Sergipano

Sergipe
Sinta de parte esse sabor chego!

Fonte: SETUR - SE, 2022.

Figura 7 – Sergipe – Folder dos produtos turísticos da Secretaria Estadual do Turismo do ano de 2023



Fonte: SETUR - SE, 2023.

O material promocional utilizado pela agência Toptur receptivo, que é referência no estado e atende as principais operadoras de turismo do país é, em sua maioria, direto e objetivo, apresentando os serviços oferecidos de forma clara. São fornecidos detalhes como horários de saída e retorno, descrição dos passeios com duração e inclusões destacadas, além de informações detalhadas sobre os valores. No entanto, é perceptível a falta de opções de roteiros alternativos, que poderiam oferecer aos clientes a oportunidade de explorar destinos menos convencionais. Essa ausência limita a possibilidade de os clientes descobrirem e desfrutarem de locais menos explorados, o que poderia agregar valor à experiência turística.

Para análise do material publicitário do estado utilizou-se *folders* elaborados em dois anos distintos – 2022 e 2023, a fim de realização de comparação dos produtos que vêm sendo trabalhados. Em 2022, o material publicitário destaca o litoral sul e norte de Sergipe em sua apresentação inicial. Em seguida, são apresentados atrativos naturais e patrimônio histórico, a exemplo de Cânions de Xingó e São Cristóvão, respectivamente. No conteúdo, encontramos imagens da Croa do Goré, dos festejos juninos, do Museu da Gente Sergipana, de uma cachoeira que não tem identificação de onde seja, do passeio de *buggy*, de aves de rapina, e do Largo da Gente Sergipana, além de referências à culinária local, como caranguejo e amendoim. No entanto, seria vantajoso a apresentação da localização geográfica dos atrativos turísticos, a fim de que as pessoas possam compreender melhor a distribuição dos atrativos no território sergipano. Além disso a ausência de um mapa turístico dificulta a compreensão das localidades a serem visitadas; e falta fornecer informações acerca dos contatos, a fim de facilitar a busca por mais informações, a exemplo de sugestões de receptivos cadastrados para a compra de serviços turísticos. O material carece de informações comerciais claras. É importante ressaltar que a promoção do destino deve servir como um ponto de partida para sua comercialização. Assim sendo, torna-se necessário disponibilizar o canal de comunicação direta com a secretaria de turismo, seja por telefone, e-mail ou redes sociais, com o objetivo de facilitar o acesso a informações adicionais e auxiliar os potenciais visitantes no planejamento de suas viagens.

Na figura 07 que apresenta o *folder* dos produtos turísticos de Sergipe referente ao ano de 2023, percebe-se um material mais ilustrativo e objetivo, destacando de maneira clara os atrativos selecionados para comercialização: São João, Cânions do São Francisco, Serra de Itabaiana, Croa do Goré e Ilha dos Namorados, São Cristóvão e Praia do Saco. No entanto, é intrigante notar que ao mencionar o Parque dos Falcões localizado na Serra de Itabaiana, o

texto faz uma referência à renda irlandesa produto do município de Divina Pastora, aparentemente desconexa com o contexto, pois não contextualiza nem o município nem os bens imateriais. Posteriormente, aborda o São João, que é parte integrante do calendário de eventos do estado, porém não é consumido o ano todo, não explorando o produto turístico no período de sua maior expansão, meses de junho/julho. Este material promocional carece de coesão, deixando o destino Sergipe amplo e sem uma direção clara sobre como os turistas e/ou agentes de viagens podem perceber as potencialidades que se estendem de norte a sul, leste a oeste do Estado.

Após verificar as plataformas digitais das principais agências de receptivo de Sergipe (Toptur Receptivo, Aracaju Turismo, Farol Tur, Grou Turismo, Luck Turismo), percebe-se que, apesar do mapa do turismo do estado de Sergipe englobar 48 municípios distribuídos em cinco regiões turísticas distintas, somente nove deles promovem e comercializam itinerários no mercado turístico nacional (Quadro 2).

Quadro 2 - Sergipe - Roteiros Comercializados – 2023

AGÊNCIA DE RECEPTIVO	ROTEIROS COMERCIALIZADOS	MUNICÍPIO	TOTAL DE ROTEIROS/PASSEIOS
Toptur	City tour	Aracaju	12
	Cânions de Xingó	Canindé do São Francisco	
	Mangue Seco	Jandaíra- BA	
	Lagoa dos Tambaquis	Estâncio	
	Praia do Saco	Estâncio	
	Croa do Goré	Aracaju	
	Ilha dos Namorados	Itaporanga D'ajuda	
	Foz do Rio São Francisco	Brejo Grande	
	Rota do Cangaço	Poço Redondo	
	Rota do Imperador	Santana do São Francisco	
	Parque dos Falcões	Itabaiana	
	São Cristóvão	São Cristóvão	

Farol Tur	City tour	Aracaju	11
	Cânions de Xingó	Canindé do São Francisco	
	Mangue Seco	Jandaíra – BA	
	Lagoa dos Tambaquis	Estância	
	Praia do Saco	Estância	
	Croa do Goré	Aracaju	
	Ilha dos Namorados	Itaporanga D'ajuda	
	Foz do Rio São Francisco	Brejo Grande	
	Rota do Cangaço	Poço Redondo	
	Parque dos Falcões	Itabaiana	
	São Cristóvão	São Cristóvão	
Aracaju Turismo	City tour	Aracaju	17
	Cânions de Xingó	Canindé do São Francisco	
	Mangue Seco	Jandaíra – BA	
	Lagoa dos Tambaquis	Estância	
	Praia do Saco	Estância	
	Croa do Goré	Aracaju	
	Ilha dos Namorados	Itaporanga D'ajuda	
	Foz do Rio São Francisco	Brejo Grande	
	Rota do Cangaço	Poço Redondo	
	Rota do Imperador	Santana do São Francisco	
	São Cristóvão	São Cristóvão	
	Parque dos Falcões	Itabaiana	
	Prainha Beach Club	Aracaju	
	Dunna Beach Club	Aracaju	
	Staleiro Bach Club	Aracaju	
	Café Nordestino	Aracaju	

	Casa de Forró Cariri	Aracaju	
Grou	City tour	Aracaju	11
	Cânions de Xingó	Canindé do São Francisco	
	Mangue Seco	Jandaíra – BA	
	Lagoa dos Tambaquis	Estância	
	Praia do Saco	Estância	
	Croa do Goré	Aracaju	
	Ilha dos Namorados	Itaporanga D'ajuda	
	Foz do Rio São Francisco	Brejo Grande	
	Parque dos Falcões	Itabaiana	
Luck Turismo	São Cristóvão	São Cristóvão	10
	Laranjeiras	Laranjeiras	
	City tour	Aracaju	
	Cânions de Xingó	Canindé do São Francisco	
	Mangue Seco	Jandaíra – BA	
	Lagoa dos Tambaquis	Estância	
	Praia do Saco	Estância	
	Croa do Goré	Aracaju	
	Ilha dos Namorados	Itaporanga D'ajuda	

Fonte: Autoria própria com adaptação do site dos receptivos, 2023.

Torna-se relevante ressaltar que a oferta turística do estado de Sergipe contempla roteiros ou passeios ofertados há décadas, a dizer: a) *city tour* no Centro Histórico da capital que perpassa pelo litoral sul de Aracaju e inclui a Ilha dos Namorados e Croa do Goré; b) Lagoas dos Tambaquis e a praia do Saco, em Estância; c) Centros Históricos de São Cristóvão e Laranjeiras, principais cidades históricas do estado; d) Parque dos Falcões e a Serra de

Itabaiana, no município de Itabaiana; e) Cânions de Xingó, em Canindé do São Francisco; f) Rota do Cangaço, em Poço Redondo; e, g) a Foz do rio São Francisco, em Brejo Grande e a Rota do Imperador em Santana do São Francisco. Pode-se observar também, através do quadro acima, que as agências de receptivo sergipanas comercializam o produto Foz do rio São Francisco, em Brejo Grande, município localizado no nordeste do estado de Sergipe, porém essa localidade não integra o mapa do turismo brasileiro. Outra peculiaridade é o produto Mangue Seco que integra o turismo do estado da Bahia, mas é comercializado pelas agências de receptivo sergipanas. Com isso, comprova-se a necessidade de diversificação e inovação dos produtos turísticos, a fim de contemplar outras segmentações turísticas e outros municípios turísticos do estado.

Desta forma, essa pesquisa se concentra em preencher uma lacuna na oferta de novos produtos turísticos, focando em um dos municípios listados no mapa turístico de Sergipe: Divina Pastora. Este município apresenta um potencial turístico pouco explorado, o que motiva a investigação para compreender melhor suas riquezas, características e contexto histórico. Essa análise será detalhada no próximo item para fornecer uma visão abrangente do potencial turístico de Divina Pastora.

3.2 Caracterização do turismo em Divina Pastora

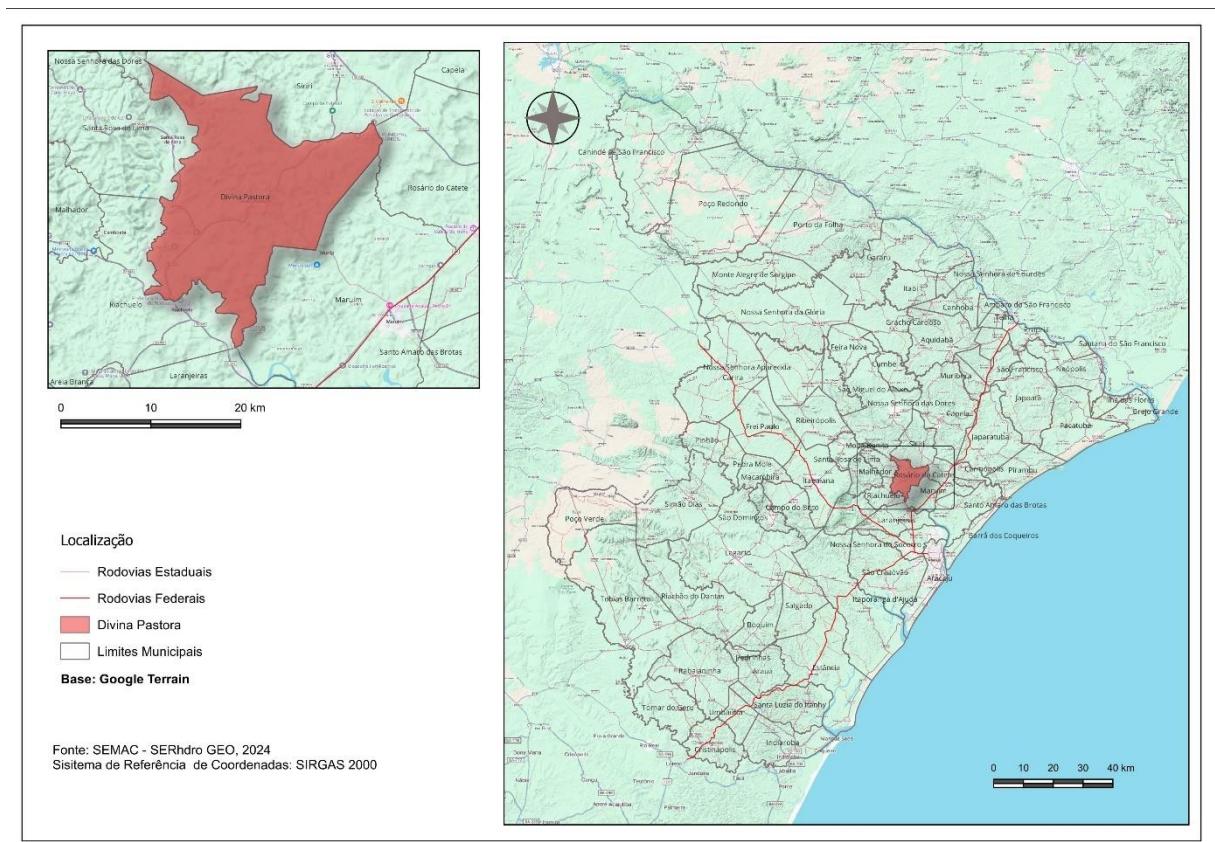
De acordo com o IBGE (2022), não há registros precisos sobre o momento exato em que a povoação de Ladeira, nome inicial do município de Divina Pastora, começou a se formar. A posse do vigário Manoel Carneiro de Sá na paróquia de Siriri em 18 de fevereiro de 1700 indica uma data aproximada para a existência da freguesia de Ladeira. Em 31 de maio de 1833, uma lei provincial elevou a povoação à categoria de distrito administrativo. Três anos depois, em 12 de março, ocorreu o desmembramento de Maruim, sendo então denominada Vila de Divina Pastora.

No entanto, o progresso do distrito foi lento ao longo do tempo. Somente em 15 de dezembro de 1938, Divina Pastora foi elevada à categoria de cidade, alcançando sua emancipação política em relação a Maruim. Sobre a história do município, de acordo com alguns pesquisadores, dentre eles a antropóloga Beatriz Góis Dantas, relata que

[...] o gado estaria nas origens de Divina Pastora, surgida de um curral com a denominação inicial de Ladeira. Mas foi a atividade açucareira que deixou marcas mais fortes na feição socioeconômica e cultural do município, até mesmo em sua composição étnica, na qual a presença negra é bem visível (Dantas, 2001, p. 13).

O município de Divina Pastora faz parte da mesorregião do Leste Sergipano e da microrregião de Cotinguiba. Limita-se com os municípios de Santa Rosa de Lima, Riachuelo, Laranjeiras, Maruim, Rosário do Catete, Siriri e Nossa Senhora das Dores (Figura 8).

Figura 8 – Sergipe – Divina Pastora – Localização da área de estudo, 2024



Fonte: IBGE, 2023.

O município está inserido no bioma da Mata Atlântica, o que destaca sua importância na conservação desse ecossistema rico e ameaçado. Abaixo um quadro com as informações do último censo do IBGE (Quadro 3).

Quadro 3 - Divina Pastora – Dados geográficos, 2024

INFORMAÇÕES	DADOS
População	4.340 Habitantes
Área da unidade territorial	90,508 km ²
Densidade Demográfica	47,95 habitante por quilômetro quadrado
PIB per capita	23.043,25 R\$
Percentual das receitas oriundas de fontes externas	90,1 %
Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM)	0,610
Área urbanizada do município	0,93 km ² .

Fonte: IBGE, 2023.

De acordo com dados municipais (IBGE, 2024), Divina Pastora tem sua economia centrada principalmente na agricultura e na exploração de petróleo. No setor agrícola, destacam-se cultivos como cana-de-açúcar, mandioca e manga, além da criação de rebanhos bovinos, equinos, suínos e galináceos. Embora o comércio local seja limitado, há algumas mercearias, bares e pequenos restaurantes, com destaque para a feira semanal aos sábados.

A exploração de petróleo é uma atividade significativa para o município, conferindo-lhe uma posição de destaque no *ranking* do Produto Interno Bruto estadual, tendo em vista que apresenta 258 poços de petróleo em atividade⁴, sendo considerado o quarto maior produtor de petróleo do Estado, com um óleo de boa qualidade. O interesse das empresas de combustíveis, especialmente aquelas voltadas para o desenvolvimento sustentável, tem levado representantes de diversos órgãos públicos e privados a visitar a cidade, discutindo incentivos à economia local.

Além disso, o artesanato, especialmente a renomada Renda Irlandesa, é uma fonte de destaque para Divina Pastora, ampliando sua visibilidade e atraindo interesse internacional. Outras formas de artesanato, como o ponto cruz e o redendê, também são praticadas na cidade.

As principais fontes de receita do município incluem o Fundo de Participação dos Municípios (FPM), Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS), *royalties* do petróleo, Imposto Territorial Rural (ITR), Imposto sobre a Propriedade de Veículos

⁴ Informação disponível em: <https://divinapastora.se.gov.br/dados-municipais>. Acesso em 09 jul 2024.

Automotores (IPVA), Imposto sobre Serviços (ISS), Imposto de Renda na Fonte (IRF), Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) - Exportação e o Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica (FUNDEB), entre outros.⁵

Em termos socioeconômicos, Divina Pastora apresentou um Produto Interno Bruto (PIB) per capita de R\$ 23.043,25 em 2020. Esse indicador reflete o valor médio da renda gerada por cada habitante, demonstrando o nível de desenvolvimento econômico da região. Em relação ao Índice de Desenvolvimento Humano Municipal, o município obteve um índice de 0,610, o que indica um patamar de desenvolvimento humano considerado médio⁶.

O município enfrenta desafios no que diz respeito à infraestrutura. Apenas 12,2% da população possui acesso a um sistema adequado de esgotamento sanitário. A arborização das vias públicas também se mostra abaixo do ideal, com apenas 42,2% dessas áreas arborizadas no mesmo período (IBGE, 2022).

A partir das pesquisas bibliográfica e documental realizadas sobre o município, na cultura local destacam-se a peregrinação à Divina Pastora e a Renda Irlandesa. O dia comemorativo a Divina Pastora, padroeira da cidade é 15 de outubro. Contudo, a peregrinação ocorre anualmente no terceiro domingo do mês de outubro, percorrendo um trecho de 10 km entre o município de Riachuelo e Divina Pastora. Os peregrinos levam em média de três a quatro horas para alcançar o Santuário de Divina Pastora. Durante o caminho, devotos pagam promessas, cantam louvores, fazem orações e agradecem pelas graças alcançadas⁷.

A primeira peregrinação à Divina Pastora ocorreu em 1958 e foi liderada pelo Padre Luciano José Cabral Duarte, membro influente da Igreja Católica e da sociedade sergipana. Inspirado pela experiência na Europa, em 1955, onde participou de uma importante peregrinação a Chartres, evento que marcou sua estadia. Esta manifestação devocional, recriada no início do século XX, foi inicialmente realizada em 1911 por Charles Péguy, que percorreu a pé os 90 quilômetros de Paris a Chartres para implorar a cura de seu filho à Nossa Senhora. A partir de 1937, essa prática foi adotada pelos universitários de Paris e, no período

⁵ Informações disponíveis em: <https://divinapastora.se.gov.br/dados-municipais#Economia>

⁶ Informações disponíveis em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/se/divina-pastora.html> Acesso em 13 de junho de 2023.

⁷ Peregrinação à Divina Pastora atrai milhares de fiéis em Sergipe. G1. Disponível em: <https://g1.globo.com/se/sergipe/noticia/2022/10/16/peregrinacao-a-divina-pastora-atrai-milhares-de-fieis-em-sergipe.ghml> Acesso em 09 de junho 2023.

do pós-guerra, tornou-se uma das mais significativas expressões do catolicismo francês (Duarte, 1999).

De acordo com Oliveira (2012) após o retorno do Padre Luciano a Aracaju, o grupo da JUC continuou suas reuniões regulares, além de participar de encontros que se assemelhavam a verdadeiras aulas. Inspirado pelas peregrinações à Catedral de Chartres na França, que o Padre Luciano havia vivenciado, o grupo decidiu realizar sua primeira peregrinação à Igreja da Divina Pastora. Para escolher o local, o padre, acompanhado por alguns membros do grupo, fez várias visitas a capelas e igrejas. Após a escolha, o planejamento da peregrinação foi iniciado, culminando na primeira peregrinação no final de 1958.

Santos (2013) afirma que Dom Luciano propôs uma prática diferenciada de romaria, com controle clerical e ausência de práticas supersticiosas. A escolha da Divina Pastora como destino foi estratégica, remetendo à paisagem francesa que o padre havia conhecido, além de estar situada numa região de produção de cana-de-açúcar. O evento, inicialmente direcionado aos estudantes da Juventude Universitária Católica, cresceu em popularidade, levando o padre a estimular outros setores da sociedade a realizarem suas próprias peregrinações. Após uma pausa nos anos 60 devido à ausência do padre no cenário religioso, as peregrinações foram retomadas em 1971, agora abertas a todos os católicos de Sergipe. Com o aumento da participação popular, o controle do clero sobre o evento diminuiu, adaptando-se ao meio e tornando-se uma das principais manifestações religiosas do Estado (Santos, 2010).

A peregrinação foi ressaltada nas entrevistas⁸ realizadas com o Secretário Municipal de Esporte, Lazer e Turismo e com o Reitor do Santuário de Divina Pastora, uma vez que ambos mencionaram a importância do turismo religioso para o desenvolvimento local. O Sr. Everaldo Lima Santos Filho, Secretário Municipal de Esporte, Lazer e Turismo, destacou que “[...] a aérea religiosa, que é o forte da gente são as peregrinações. É a maior peregrinação. São várias romarias durante o ano e tem a peregrinação. Ela acontece no terceiro domingo de outubro né?”⁹ Já o reitor do Santuário de Divina Pastora, padre Jhonatan Michael, ressaltou que “[...] o principal turismo que acontece aqui é o turismo religioso, e toda essa história que traz pessoas de fora para aqui né, começaram com os padres que aqui passaram”¹⁰.

⁸ Entrevistas de pesquisa concedidas em 15 de maio de 2024

⁹ Entrevistas de pesquisa concedidas em 15 de maio de 2024.

¹⁰ Entrevistas de pesquisa concedidas em 28 de maio de 2024.

Assim sendo, a partir das entrevistas, pode-se observar que o turismo religioso existe na cidade, porém pontualmente durante as peregrinações e não ao decorrer do ano. Essas informações citadas nas entrevistas mostram a força e importância da peregrinação para a cidade. Contudo, pouco explorada na magnitude que de fato ela representa. O reitor do santuário também ressaltou que há necessidade de elaboração de ações e estrelatéguias para atrair novos fluxos turísticos a partir do Santuário enquanto um atrativo ao mencionar que é preciso “[...] melhorar as estruturas do santuário e da cidade para melhor acolher o turista e a união de todas as dimensões que tem potencial turístico da cidade para que o turista possa ter mais coisas pra ficar mais tempo, pra gastar o tempo dele aqui, querer ficar na cidade”¹¹. No entanto, também existe uma preocupação em relação a preservação e promoção do patrimônio, tendo em vista que o reitor apontou que “[...] Passaria por uma conscientização da população de como cuidar, porque tem que ter isso, mas também uma parceria com a arquidiocese com o IPHAN, com o governo para que ele pudesse é, de fato cuidar do santuário, porque infelizmente as vezes o IPHAN prefere deixar cair as coisas históricas do que deixar que alguém mexa”¹².

Por fim, a presença marcante do artesanato da renda irlandesa, tendo em vista que trata-se de um elemento cultural forte na região (Figura 9). As habilidosas artesãs locais combinam sua destreza renda manual com sua criatividade artística, transmitindo o conhecimento da técnica da renda irlandesa de geração em geração.

¹¹ Entrevistas de pesquisa concedidas em 28 de maio de 2024.

¹²Entrevistas de pesquisa concedidas em 28 de maio de 2024.

Figura 9 - Divina Pastora – Peças criadas com a Renda Irlandesa



Foto: Naime Melo, 2024.

A renda irlandesa é reconhecida pela sua delicadeza e requinte, sendo considerada um patrimônio imaterial do município. Em novembro de 2008, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) aprovou o pedido de registro da Renda Irlandesa de Divina Pastora (SE) como bem cultural imaterial, utilizando a metodologia do Inventário Nacional de Referências Culturais (INRC). Em 28 de janeiro de 2009, o "modo de fazer" da renda foi oficialmente reconhecido como Patrimônio Imaterial Brasileiro.

No ano de 2011, as artesãs de Divina Pastora deram mais um passo em direção ao reconhecimento e valorização da sua produção. Elas solicitaram a modalidade de Indicação de Procedência (IP) da Indicação Geográfica (IG) da Renda Irlandesa ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). Ao final de 2012, o pedido foi aprovado, marcando um importante marco para a proteção e promoção desse patrimônio cultural. Brasil (1996, p. 44) afirma que as indicações geográficas “são, com frequência, originárias de regiões agrícolas desfavorecidas, onde os produtores não têm condições de reduzir o custo de produção. Dessa forma, eles são levados a apostar na valorização da qualidade e dos conhecimentos locais”.

O processo de registro e concessão de uma IG é de competência do INPI. Esse procedimento é regulamentado pela resolução nº 75 do Instituto, a qual estabelece as

condições indispensáveis para efetuar o registro. O objetivo primordial dessa medida é evitar a utilização indevida de uma indicação geográfica associada a um produto ou serviço específico.

A resolução tem como propósito definir claramente a área geográfica onde essa indicação pode ser empregada, restringindo seu uso aos produtores e considerando os serviços que se encontram nessa região. Isso visa a preservação dos padrões locais específicos, além de qualquer uso indevido do nome da região em produtos ou serviços por parte de terceiros. Essa segurança assegura a proteção do nome geográfico em questão, simultaneamente conferindo ao produto ou serviço uma identificação singular no mercado (INPI, 2011). Portanto, uma IG é uma marca que certifica que certos produtos são provenientes de uma região específica, garantindo a associação com características de qualidade, confiança e história ligadas a essa região. Torna-se importante ressaltar que as IG podem ser aplicadas a diversos tipos de produtos, como itens agrícolas e artesanais, que interessam destacar especificidades especiais na área de origem, como habilidades de produção únicas e tradições (Brasil, 1996).

Desta forma, essa iniciativa não apenas contribui para a preservação das tradições culturais e das técnicas artesanais, mas também desempenha um papel crucial na promoção do sustento e no fortalecimento econômico das comunidades locais. Um exemplo claro disso são as associações mencionadas por Bianchini (2019), que produzem artesanato de renda e bordado no Brasil e conquistaram o selo de Indicação Geográfica (IG). Essas associações agregam artesãos cujas famílias dependem quase que exclusivamente da venda dos produtos fabricados pela associação. Assim, além de preservar as habilidades tradicionais e a identidade cultural, as IGs fornecem uma fonte vital de renda e oportunidades econômicas para os membros dessas comunidades.

Assim sendo, o artesanato, especialmente nas áreas de renda e bordado, tem relevância econômica devido à Indicação Geográfica. Essas atividades se encaixam na economia criativa, também conhecida como economia cultural, baseada na criatividade. Para Castilho, Medeiros e Pereira (2017, p. 191) “o artesanato é uma atividade predominantemente manual que exige criatividade e habilidade pessoal, além de ser uma manifestação de vida em sociedade”. Contudo, a UNESCO (2010, p. 8) afirma que “toda forma de artesanato faz parte da indústria criativa, refletindo e representando o patrimônio cultural e identidade de um povo”. Partindo-se desse princípio, esse reconhecimento contribui para fortalecer a identidade

cultural e econômica de Divina Pastora, agregando valor à renda produzida e protegendo a tradição e o território associado.

Em entrevista com a vice - presidente da associação das Associação para o Desenvolvimento de Renda de Divina Pastora (ASDEREN), tornou-se evidente que existe uma demanda turística através da renda irlandesa. De acordo com a inquirida:

Os nossos clientes a maioria deles são turistas. Essa demanda sempre funciona assim, tipo propaganda, né? Essa propaganda sempre vem através de meios do governo, mas assim a gente também trabalha muito rede social da associação. E turista assim que vem que não compra nada só venha conhecer, ai depois passa um tempo ele se comunica com a gente:¹³.

A entrevistada também ressalta os períodos de maior fluxo, ao informar que “O fluxo maior sempre é dois períodos: final de ano e início do ano - dezembro, janeiro, fevereiro -, e julho também dá”¹⁴. No entanto, a inquirida faz uma crítica ao período de realização da peregrinação, uma vez que não é disponibilizado um espaço específico para comercialização das peças confeccionadas com a renda irlandesa. Segundo a vice-presidente “assim, a gente poderia ter um espaço para vendas? Sim, poderia, mas a comunidade ta toda voltada durante a peregrinação para outro tipo de comércio e não com a venda de renda irlandesa, mais coisas de bebidas, comidas, aluguel de casa”¹⁵.

As falas da vice - presidente também apontam os anseios de que a atividade turística seja de fato promovida no município, a fim de gerar a valorização cultural do saber - fazer, preservar a cultura e promover a história do município. De acordo com a entrevistada, o município “poderia contribuir com políticas públicas para turismo e cultura”¹⁶. Nesse momento a mesma ressalta os desafios, ao afirmar que “Temos desafios de...de não ser valorizadas no seu próprio município que a gente trabalha quase todos os dias quanto a isso, desafio de não ter espaço físico mesmo. Não no sentido na associação, que é voltado para as rendeiras, passar nosso saber, atender nossos turistas, nossos clientes, mas no sentido geral da renda irlandesa, no espaço mais amplo, tipo uma exposição, uma loja, um centro cultural, um museu, que não só mostre a renda, mas que conte as histórias das rendeiras, como a gente vive”¹⁷.

¹³ Entrevistas de pesquisa concedidas em 15 de maio de 2024.

¹⁴ Idem.

¹⁵ Idem.

¹⁶ Idem.

¹⁷ Idem.

Por outro lado, o Secretário Municipal de Esporte, Lazer e Turismo, quando questionando sobre anseios acerca do turismo de Divina Pastora, afirma que “Não temos roteiro, estamos no mapa do turismo, mas foi uma luta, não foi fácil não. [...] teve que fazer tanta pergunta, teve que correr atrás, pegar assinatura de todo mundo, os membros”. No entanto, o secretário apontou a importância da renda irlandesa para o turismo local, sobretudo após a visita do embaixador da Irlanda, Sr. Séan Hoy, ao município:

[...] nós trouxemos o embaixador para visitar nossa renda, é tanto que também nosso pessoal foi lá ensinar para Irlanda, que a renda é de lá e eles não sabiam mais fazer. [as rendeiras] passaram 3 meses lá. A gente ta apostando muito na renda irlandesa, que ta sendo divulgada, em desfile famoso em São Paulo, divulgando mais nas escolas¹⁸.

Percebe-se assim que a renda irlandesa se torna o principal produto de promoção do destino. Partindo-se desse princípio, se tornou necessária a realização de um inventário turístico participativo, a fim de identificar outros atrativos do município de Divina Pastora que irão compor o roteiro turístico que resultará como um dos produtos tecnológicos deste trabalho.

3.3 O turismo de Divina Pastora sob a ótica da comunidade

Os dados coletados por meio do levantamento bibliográfico e dos dados primários e secundários foram de suma importância para a elaboração de um diagnóstico turístico prévio do território. Este processo envolveu a sistematização das informações obtidas, permitindo uma compreensão aprofundada das dinâmicas e desafios do setor turístico local.

Após essa fase analítica, deu-se início à organização das oficinas, projetadas para envolver a comunidade no processo de diagnóstico. Cada oficina foi estruturada para abordar aspectos específicos do turismo na região, como: pertencimento local; lazer e hospitalidade e turismo e suas singularidades (Quadro 4).

¹⁸ Entrevistas de pesquisa concedidas em 15 de maio de 2024.

Quadro 4 – Temáticas abordadas nas oficinas

TEMÁTICAS DAS OFICINAS	AGENTES ENVOLVIDOS
Pertencimento local	Membros das associações; líderes dos grupos folclóricos e comunitários.
Lazer e Hospitalidade	Membros das associações; líderes dos grupos folclóricos e comunitários.
Turismo e suas singularidades.	Membros das associações; líderes dos grupos folclóricos e comunitários.

Fonte: Elaboração própria, 2024.

A primeira oficina foi realizada em 29 de maio de 2024, no auditório do Conselho Tutelar e teve como objetivo abordar os seguintes temas: pertencimento local, lazer e hospitalidade. Para atingir o objetivo foi realizada a dinâmica intitulada “O que essa mão já fez e o que é capaz de fazer?” (Figura 10), na qual a comunidade teve a oportunidade de expressar suas percepções e sentimentos em relação a sua vivência no município.

Figura 10: Realização da oficina



Fonte: Hevelyn Mendes, 2024.

Como resultado, observou-se que os verbos "educar", em referência à família e aos filhos, e "aprender" e "ensinar", relacionados às oficinas de bordados (crochê e renda irlandesa) e à prática da língua francesa, oferecida em cursos *online* por uma professora francesa à associação de rendeiras, foram destacados (Figura 11).

Figura 11: Nuvem de palavras



Fonte: Elaborado por Naime Melo a partir da aplicação da ferramenta “O que essa mão fez e o que é capaz de fazer” durante oficinas realizadas no município de Divina Pastora, Sergipe, 2024.

O verbo "trabalhar" também surgiu com frequência, refletindo a crença de muitos de que a melhoria de vida depende do esforço pessoal, especialmente através da venda de produtos e serviços.

Importante ressaltar que o verbo "Dançar" também foi mencionado, associado aos eventos folclóricos da cidade, embora geralmente em um contexto nostálgico, indicando uma diminuição no interesse atual devido à falta de incentivo e apoio financeiro para manter essas atividades. O verbo "viajar" apareceu repetidamente, revelando o desejo de explorar novos lugares e, sobretudo, de encontrar novos mercados para a comercialização dos produtos locais.

Desta forma, essa oficina possibilitou a elaboração de um panorama das expectativas e desafios enfrentados pela comunidade, destacando a importância de iniciativas que promovam o desenvolvimento sustentável e inclusivo do turismo na região.

Logo após essa dinâmica foi realizada outra atividade intitulada "árvore de problemas", onde foram discutidos os problemas e suas causas coletivamente, facilitando a tomada de decisões conjunta, o que resultou na elaboração da análise SWOT. Durante sua aplicação, a comunidade foi convidada a identificar e listar problemas que podem impactar,

direta ou indiretamente, o desenvolvimento do turismo local, com foco em priorizar as questões mais relevantes para a atividade turística. Posteriormente, os participantes foram orientados a refletir sobre as causas desses problemas e registrá-las na raiz da árvore, criando assim uma visualização clara das origens e impactos dos desafios enfrentados pelo setor (Figura 12).

Figura 12: Elaboração das árvores de problemas



Fonte: Hevelyn Mendes, 2024.

A comunidade enfrenta uma série de desafios que impede seu progresso, especialmente no contexto do desenvolvimento cultural e turístico. Entre os principais problemas identificados, destacam-se a falta de conhecimento, a falta de informação, a desunião e a ausência de políticas públicas eficazes voltadas para a cultura e o turismo. No entanto, os itens - falta de conhecimento e falta de informação -, foram mencionados mais de uma vez. No momento de diálogo com os participante foi mencionado que há um certo

comodismo por parte da comunidade, devido a dificuldade em buscar informações que estão facilmente acessíveis, especialmente através da tecnologia, como os *smartphones*. Embora o conhecimento esteja literalmente na palma das mãos, a relutância em explorá-lo leva à ignorância. As consequências são graves: a incapacidade de evoluir e de mudar a situação atual, mantendo-se preso a um ciclo de estagnação.

Além disso, a desunião entre os membros da comunidade agrava ainda mais a situação. A competição desleal, a falta de comunicação eficaz e as intrigas entre associações criam uma falsa hierarquia, em que a informação não é compartilhada de maneira transparente. Esse ambiente de desconfiança e rivalidade resulta na perda de eventos, oportunidades de negócios e vendas, prejudicando o crescimento coletivo. A solução para esse problema reside no diálogo aberto e sincero, onde a cooperação é priorizada sobre a competição.

Por fim, a carência de políticas públicas voltadas para a cultura e o turismo é um obstáculo significativo para o desenvolvimento local. A falta de informação e de interesse dos municíipes sobre esses assuntos impede que melhorias sejam buscadas e implementadas. Para reverter esse quadro, se torna essencial que gestores capacitados e comprometidos assumam a responsabilidade de promover o crescimento do setor. Estes líderes devem ser capazes de engajar a comunidade e implementar políticas que atendam às necessidades culturais e turísticas da região.

Em resumo, a superação desses desafios exige uma mudança de mentalidade, em que o conhecimento seja valorizado, a união incentivada e a ação política orientada por gestores competentes. Somente assim será possível romper com a estagnação atual e criar um ambiente propício ao desenvolvimento sustentável e inclusivo.

3.4 Análise SWOT

Diante da pesquisa, o município de Divina Pastora se mostrou ser um destino turístico promissor. Com base nas entrevistas e oficinas com a comunidade se tornou possível criar uma análise *SWOT* sobre a localidade, em que revela-se os pontos fortes, fracos, ameaças e oportunidades que influenciam no seu potencial de crescimento e, consequentemente, no desenvolvimento.

A análise *SWOT*, desenvolvida por Kenneth Andrews e Roland Christensen, é uma ferramenta estratégica que permite às organizações identificar de forma integrada suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças, tanto no contexto interno quanto no externo, facilitando a compreensão de sua posição estratégica em determinado momento (Silveira, 2001). A sigla *SWOT*, que se popularizou entre as décadas de 1960 e 1970 na Universidade de Stanford através do trabalho de Albert Humphrey (1960), deriva do inglês e é um acrônimo para *Strengths* (Forças), *Weaknesses* (Fraquezas), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças) (Daychoum, 2007). No Brasil, a análise *SWOT* também é conhecida por alguns como matriz FOFA, uma tradução que mantém o mesmo significado, adaptando a ferramenta ao contexto local.

A análise *SWOT* deste destino turístico revela um equilíbrio entre pontos fortes e fracos, com diversas ameaças a serem enfrentadas, mas também com oportunidades significativas que, se bem aproveitadas, poderão impulsionar o desenvolvimento sustentável do turismo na região. Contudo, a partir da análise *SWOT* cruzada enquanto ferramenta estratégica que combina os elementos internos (forças e fraquezas) e externos (oportunidades e ameaças) de uma organização ou projeto pode-se entender essas ligações, o que contribui para o desenvolvimento de uma estratégia mais holística, que não apenas capitaliza os pontos fortes e as oportunidades, mas também aborda as fraquezas e as ameaças de forma proativa (Figura 13).

Figura 13: Divina Pastora - Análise SWOT cruzada



Fonte:Naime Melo,2024.

Ao conectar pontos fortes com pontos fracos, identifica-se onde as capacidades podem compensar as deficiências. Assim sendo, a proximidade com Aracaju, pois facilita o acesso e atrai turistas provenientes da capital, aumentando o fluxo de visitantes. Além disso, as vias de acesso reformadas (Figura 14) contribuem para uma melhor mobilidade e uma experiência mais agradável para os turistas, tornando o deslocamento mais seguro e eficiente. Importante reforçar que a cidade pode aproveitar essa proximidade com a capital para criar parcerias com operadores turísticos e melhorar a visibilidade dos atrativos locais.

Figura 14: Divina Pastora - Vias de acesso



Fonte: Naime Melo, 2024.

As vias reformadas podem melhorar a acessibilidade e compensar o transporte público limitado, o que tornará a cidade mais atraente para os turistas e facilitar a visitação, até mesmo para as pessoas que não utilizem o transporte público, já que esses precisam das vias para chegar até o município. Desta forma, melhorar o acesso pode também ajudar a combater a carência de opções gastronômicas, pois o aumento do fluxo pode estimular novos empreendimentos gastronômicos.

Outro ponto forte é a indicação geográfica da renda irlandesa que valoriza o artesanato local e fortalece a identidade regional. Essa distinção agrega valor ao destino, diferenciando-o de outras regiões e aumentando seu apelo para turistas interessados em produtos autênticos e de qualidade, valorizando a experiência turística. Ao destacar essas singularidades, a cidade pode competir com locais já consolidados, oferecendo experiências culturais autênticas que não são encontradas em outras partes do estado. Como exemplo temos essa resposta de um dos entrevistados da agências de viagens que destacou que “Divina Pastora é uma relíquia sacra e cultural do Estado de Sergipe, o município tem um enorme potencial turístico que vai desde à arquitetura, a religião, por possuir o santuário que homenageia a padroeira do estado de Sergipe até a rica e icônica renda irlandesa, produto exclusivamente nosso”¹⁹. Essa informação foi unânime entre os entrevistados das agências e operadores turísticos. Outro entrevistado mencionou que “Esse novo roteiro promete um potencial muito grande para a

¹⁹ Entrevista concedida no dia 04 de agosto de 2024.

região devido a famosa cultura da renda irlandesa conhecida por muitos que amam esse tipo de artesanato”²⁰.

Assim sendo, a indicação geográfica da renda pode agregar valor, juntamente com outros produtos, em futuros roteiros turísticos que sejam elaborados no âmbito municipal ou regional. A valorização de produtos locais também pode incentivar o desenvolvimento de opções gastronômicas autênticas e diversificadas. As associações locais podem desempenhar um papel fundamental na união da comunidade e na implementação de políticas culturais e turísticas. A Associação para o Desenvolvimento de Renda de Divina Pastora (ASDEREN) (Figura 15) trata-se de uma associação local que atua na salvaguarda do modo saber-fazer da renda irlandesa, mas que também proporciona uma estrutura de suporte nas atividades turísticas. Assim sendo, através da associação o *trade* turístico pode perceber a coordenação dos serviços e produtos ofertados, solidificando o produto no município.

Figura 15: Fachada da Associação para o Desenvolvimento de Renda de Divina Pastora



Fonte: Naime Melo,2024.

A Secretaria Municipal de Esporte e Turismo (Figura 16) pode empreender esforços para promover roteiros turísticos, melhorar a sinalização turística e desenvolver políticas públicas para áreas culturais e turísticas. Essa secretaria pode também fomentar a implantação de opções gastronômicas, incentivando empreendedores locais a investir na área. O *status* de cidade da padroeira de Sergipe, pode ser um forte atrativo turístico, ajudando a superar a falta de roteiros turísticos comercializados.

²⁰ Entrevista concedida em 24 de julho de 2024.

Figura 16: Divina Pastora - Secretaria Municipal de Esporte e Turismo



Fonte: Naime Melo,2024.

A análise dos pontos fracos em relação às ameaças e oportunidades é essencial para entender como a cidade pode enfrentar desafios e aproveitar as chances de crescimento. A ausência de um representante no Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) pode tornar a cidade menos influente na formulação de políticas e na captação de recursos, o que a coloca em desvantagem frente à concorrência com destinos turísticos já consolidados no segmento cultural, a exemplo de São Cristóvão e Laranjeiras²¹. Essa falta de representação também dificulta a defesa dos interesses do município em contextos em que o estado de Sergipe é predominantemente comercializado, como um destino de rio, de sol e praia, conforme observado no material promocional, o que acaba por dificultar a promoção de outros segmentos turísticos, como o turismo cultural.

No entanto, é certo que a diversificação da oferta é uma das estratégias que deve ser adotada para atrair novos públicos. Desta forma, torna-se relevante elaborar roteiros turísticos, a fim de tornar a cidade mais atrativa (Tavares, 2002). A ausência desses roteiros intensifica a ameaça da concorrência, pois os turistas podem optar por destinos mais organizados e conhecidos. A falta de opções gastronômicas também reduz o apelo da cidade e o tempo de permanência.

²¹ Ambos se encontram no quadro 2 dos passeios ofertados pelas agências de receptivo.

A falta de união da comunidade, associada à falta de políticas públicas nas áreas culturais e turísticas enfraquecem a coesão e o desenvolvimento do setor, enquanto que o comodismo da população pode ser um obstáculo para a implementação de melhorias. Este último item foi bastante citado pela própria comunidade nas oficinas realizadas durante o desenvolvimento da pesquisa. Sem uma comunidade unida e proativa, a cidade pode perder a oportunidade de se posicionar como um destino cultural relevante, tornando-a mais vulnerável às ameaças externas.

Apesar desses desafios, há várias oportunidades que podem ser exploradas para o desenvolvimento do turismo no destino, a exemplo dos investimentos do Governo Municipal que pode oferecer um potencial significativo para melhorias na infraestrutura e nos serviços turísticos, o que poderia aumentar a competitividade do destino. A vice - presidente da ASDEREN, abordou essa temática na entrevista quando afirmou que a infraestrutura e os serviços turísticos do município são básicos e que “[...] poderia ter muito mais. Meu sonho ia ser um ótimo café, uma sala de estar, uma parte de *show-room* [...] o turista não vai sofrer. Eles usam o nosso [da associação] banheiro, água, enfim. Uma qualidade que nos temos é o atendimento”²². A partir dessa fala percebe-se que a ASDEREN tem dado suporte ao turista, independentemente do consumo dos produtos da associação, contribuindo para a experiência turística.

O acesso às verbas do Mapa do Turismo oferece uma oportunidade concreta para financiar projetos e implementar ações que a tornem mais competitiva no mercado turístico, fortalecendo sua identidade cultural e religiosa, mesmo em um estado predominantemente conhecido pelo segmento de sol e praia. Como exemplo pode-se citar a utilização desses fundos para auxiliar no maior engajamento comunitário na atividade turística através do financiamento de campanhas de sensibilização e conscientização, a fim de incentivar os moradores a participarem ativamente do desenvolvimento turístico da cidade. Ao perceber o valor econômico e cultural das experiências autênticas, a população pode se mobilizar para criar uma oferta turística colaborativa e coesa. Com isso, o comodismo da população pode ser desafiado e substituído por um espírito empreendedor e engajado.

Além disso, o crescimento da demanda por experiências autênticas com a comunidade representa uma grande oportunidade para a cidade. Mesmo com a falta de união da

²² Entrevista concedida em 15 de maio de 2024.

comunidade e o comodismo da população, a gestão pública pode mobilizar esforços para criar experiências autênticas que envolvam os moradores. Ao promover o envolvimento comunitário e destacar as tradições locais, a gestão pública pode transformar suas fraquezas em pontos de atração, capturando essa crescente demanda por turismo cultural e experiencial. Embora o município enfrente desafios significativos, a conexão entre seus pontos fracos e as ameaças externas destaca a necessidade de ações estratégicas. Ao mesmo tempo, as oportunidades disponíveis oferecem caminhos claros para superar essas fraquezas, fortalecer a oferta turística e posicionar o município de forma competitiva no cenário cultural e religioso. Assim sendo, com investimentos direcionados e a mobilização da comunidade, a cidade pode transformar suas vulnerabilidades em forças, atraindo visitantes e consolidando seu lugar como um destino turístico cultural de destaque em Sergipe.

Com relação às ameaças enfrentadas pela cidade, como a concorrência com destinos turísticos consolidados no segmento cultural e o fato de Sergipe ser predominantemente comercializado como um destino de sol e praia, podem ser minimizadas ao aproveitar seus pontos fortes estratégicos. A cidade pode atrair visitantes da capital, que buscam uma escapada cultural ou espiritual de fácil acesso. Com vias de acesso reformadas, o tempo e a comodidade de deslocamento entre Aracaju e a cidade são aprimorados, facilitando a chegada de turistas e tornando o destino uma opção conveniente para quem deseja uma experiência diferente dos tradicionais roteiros de sol e praia oferecidos em Sergipe.

Por fim, a análise SWOT cruzada mostra-se fundamental para desenvolver estratégias que maximizem o uso dos recursos internos enquanto respondem adequadamente ao ambiente externo. Ao compreender e aplicar corretamente essas interações, uma organização pode fortalecer sua posição no mercado, aproveitar oportunidades e se proteger contra ameaças, enquanto trabalha para superar suas fraquezas.

3.5 Inventário Turístico através da técnica “caminhadas transversais”

O município de Divina Pastora não possui um inventário turístico que se configura como ferramenta essencial para o planejamento e gestão do turismo (Santos, 2017; Campos; Santos; Moreira, 2022). Desta forma, conforme discutido anteriormente, essa pesquisa optou por elaborar o inventário turístico a partir do olhar da comunidade. Para isso, foram realizadas as "caminhadas transversais" (*transect walks*), promovendo a interação entre o ambiente

físico e as atividades humanas ao longo do tempo e do espaço, identificando características naturais da comunidade, tanto atuais quanto históricas.

De acordo com Souza (2009), essa técnica consiste em percorrer uma determinada área, acompanhada por informantes locais que possuem um profundo conhecimento da região. Durante a caminhada, é possível observar e descrever detalhadamente o ambiente, capturando as particularidades (Furtado; Furtado, 2000; Verdejo, 2010).

A importância dessa técnica para o inventário turístico é significativa, pois ela não só permite um reconhecimento preciso da área estudada, mas também facilita a identificação de problemas ambientais, além de oferecer uma visão comparativa da situação passada e presente.

Ao integrar essas informações, a “Caminhada Transversal” aconteceu no dia 11 de junho de 2024, e contribuiu de forma crucial para a compreensão das potencialidades e desafios do território, fornecendo dados essenciais para a elaboração de estratégias de desenvolvimento do roteiro turístico com precisão da realidade local, possibilitando uma gestão mais eficaz e informada dos recursos turísticos (Quadro 5).

Quadro 5: Divina Pastora - Inventário Turístico

	Atrativos culturais	Atrativos naturais
Atrativos turísticos	Igreja São José Fazendas: São José, Coqueiro, São Joaquim, São Félix. Associações ASDEREN - ASDRIN Santuário Nossa Senhora Divina Pastora Museu do Milagre Lojinha do Santuário	Rio Sergipe
Serviços e Equipamentos Turísticos	2 Restaurantes de pequeno porte: Ponto Açaí; Padaria da Doca	
Infraestrutura de Apoio ao Turismo	Farmácia; postos de saúde, 2 mini-mercados.	
Infraestrutura de Acesso	Cooperativa de transporte estadual de Sergipe (Coopertalse).	
Equipamentos de Lazer e Entretenimento	Quadra de esporte; Praça de eventos; Praça da bandeira; Praça da Matriz.; Praça Getúlio Vargas; Salão Paroquial.	
Eventos e Atividades	Festa da peregrinação de Divina Pastora - Outubro; Festa de São Benedito - Fevereiro; Encontro cultural - Fevereiro; Forró na feira - Junho.	
Instituições de Apoio ao Turismo	Secretaria Municipal de esporte e turismo	
Patrimônio Imaterial	Renda irlandesa; Peregrinação de Divina Pastora.	

Fonte: Elaboração própria a partir da técnica da caminhada transversal, 2024.

No momento de execução da técnica “Caminhada Transversal” foi possível observar que a Igreja São José e o Santuário Nossa Senhora Divina Pastora apresentam uma rica herança cultural aos olhos da comunidade. Estes locais são não apenas de grande valor histórico, mas também destinos religiosos significativos.

Além disso, as fazendas como São José, Coqueiro, São Joaquim e São Félix complementam o patrimônio cultural, possivelmente ligadas à história agrária e econômica da

região. Cabe ressaltar que as propriedades foram citadas pela comunidade, porém não houve visitação, tendo em vista que não foi possível o contato com os proprietários.

Já o Museu do Milagre e a Lojinha do Santuário oferecem uma experiência complementar ao turismo religioso e cultural, proporcionando aos visitantes a oportunidade de conhecer mais sobre as tradições locais e adquirir *souvenirs*.

O inventário revela a existência de 2 restaurantes de pequeno porte: Ponto de Açaí e a Padaria da Doca. Embora a oferta gastronômica seja limitada, ela é fundamental para o básico do atendimento, entretanto vale a ressalva que na estrutura atual, seria para um público alternativo ou sem exigências sofisticadas.

Os serviços de apoio ao turismo são adequados, com a presença de uma farmácia, postos de saúde e dois mini-mercados. Esses estabelecimentos garantem que as necessidades básicas dos turistas sejam atendidas, embora haja espaço para melhorias e expansões, especialmente em períodos de grande fluxo turístico, como durante os eventos.

O acesso à cidade é realizado pela Cooperativa de Transporte Estadual de Sergipe (Coopertalse). Entretanto, este tipo de transporte oferece viagens a cada 3 horas e não há opções de táxis particulares. Seria interessante avaliar a qualidade e a frequência dos transportes, além de considerar a possibilidade de parcerias para aprimorar o acesso, especialmente em épocas de eventos e alta temporada.

A cidade possui diversas opções de lazer para comunidade como a quadra de esporte, praças e o salão paroquial. Esses espaços são cruciais para a realização de atividades recreativas e culturais. As praças, em especial, podem ser utilizadas para eventos ao ar livre, que são importantes para o engajamento tanto dos moradores quanto dos turistas. Dentre as praças citadas, a comunidade destacou a importância da Praça da Matriz devido a presença das associações, da imagem da Santa Divina Pastora e também do Santuário de Divina Pastora.

Os principais eventos destacados pela comunidade foram: a Festa da Peregrinação de Divina Pastora realizada no mês de outubro; a Festa de São Benedito e o Encontro Cultural ambos no mês de fevereiro e o Forró na Feira que ocorre todos os sábados do mês de junho a partir das 05:00 horas da manhã. Estes eventos não só mantêm viva a tradição local, mas também têm potencial para atrair visitantes. Desta forma, tratam-se de oportunidades para

promover a cultura local, incrementar a economia e fortalecer a identidade da cidade como um destino turístico cultural e religioso.

Em relação ao patrimônio imaterial, o destaque foi para renda irlandesa e a Peregrinação de Divina Pastora como elementos do patrimônio imaterial. Esses são aspectos culturais de grande valor que devem ser preservados e promovidos. A renda irlandesa, por exemplo, pode ser utilizada como um diferencial competitivo, atraindo turistas interessados em artesanato e cultura tradicional.

O inventário turístico de Divina Pastora, construído através da técnica da caminhada transversal, revela uma cidade rica em cultura e história, com atrativos naturais significativos e eventos que destacam a identidade local. No entanto, existem aspectos que podem ser aprimorados, como a diversificação dos serviços gastronômicos, a melhoria da infraestrutura de acesso e a ampliação das opções de lazer.

No quadro abaixo (Quadro 6) são apresentados os resultados alcançados a partir da realização das oficinas. Tais resultados foram essenciais para validar e complementar os dados coletados previamente, fornecendo *insights* valiosos sobre as percepções e expectativas da comunidade em relação ao desenvolvimento turístico.

Quadro 6: Resultados das oficinas

TEMÁTICAS DAS OFICINAS	TÉCNICA UTILIZADA	AGENTES ENVOLVIDOS	RESULTADOS ESPERADOS	RESULTADOS ALCANÇADOS
Pertencimento local	“O que essa mão já fez” e Árvore dos problemas.	Membros das associações; líderes dos grupos folclóricos e comunitários.	<ul style="list-style-type: none"> - Compreender como os diversos agentes enxergam o município de Divina Pastora e a relação deles com o território. - Levantamento dos principais atrativos a partir do olhar dos residentes. 	Foram identificados os elementos e atrativos que são parte integrante da história dos moradores da cidade, destacando aspectos culturais e históricos que enriquecem a identidade local e contribuem para uma experiência turística mais autêntica e envolvente
Lazer e Hospitalidade	Caminhada transversal	Membros das associações; líderes dos grupos folclóricos e comunitários.	Verificar as formas de entretenimento existentes e quais poderiam ser criadas a partir da realidade atual.	Embora a cidade ofereça poucas opções de lazer, ela compensa com uma hospitalidade excepcional. Os recursos disponíveis são utilizados de forma acolhedora e eficiente, criando um ambiente caloroso e receptivo que valoriza a experiência dos visitantes.
Turismo e suas singularidades	Caminhada transversal	Membros das associações; líderes dos grupos folclóricos e comunitários.	Verificar o grau de interesse da comunidade com a atividade turística, de modo que compreendam algumas das especificidades que o mercado turístico necessita para que a atividade seja realizada gerando desenvolvimento local.	A comunidade conseguiu compreender plenamente a importância de manter uma constância no atendimento, assegurando a regularidade dos dias e horários de operação. Eles também reconheceram como a consistência na comunicação das informações sobre os atrativos e as histórias locais contribuem para enriquecer e valorizar a experiência de visitação, tornando-a mais atrativa e confiável para os turistas.

Fonte: Naime Melo,2024.

Assim sendo, o envolvimento contínuo da comunidade, o fortalecimento das instituições locais e o aproveitamento das oportunidades de eventos e do patrimônio cultural podem transformar Divina Pastora em um destino turístico ainda mais atraente. Para isso, é essencial que as autoridades locais invistam em planejamento estratégico, *marketing* turístico e na criação de políticas públicas que promovam o desenvolvimento sustentável do turismo na região.

CAPÍTULO 4

O ROTEIRO TURÍSTICO “ENTRE RENDAS E DEVOÇÃO” NO CONTEXTO DO TURISMO DE SERGIPE

Este capítulo apresenta uma breve discussão sobre as segmentações turísticas, patrimônio e desenvolvimento local, a fim de investigar a diversificação e integração com o turismo em Sergipe. Além disso, busca analisar como a variedade de atrativos e experiências na região podem atrair diversos segmentos de turistas e promover o desenvolvimento sustentável do setor. Fatores estratégicos do município são pontuados para promover a diversificação da oferta turística, considerando as características específicas de Divina Pastora e seu potencial para atender às demandas de diferentes tipos de turistas. Por fim, expõe como foi elaborado o roteiro turístico enquanto produto tecnológico desta pesquisa, trazendo análise crítica do pré-teste do roteiro realizado junto ao *trade* turístico de Sergipe. Ademais, apresenta a marca de identificação do produto e suas possibilidades de aplicação em distintos materiais que poderão ser utilizados para a divulgação ou construção de vínculo afetivo com o roteiro “Entre Rendas e Devoção”.

4.1. A Importância da Segmentação do Turismo no Processo de Elaboração de Roteiros

No Brasil, o Ministério do Turismo (2010) reconhece que o comportamento do consumidor de turismo com constante mudanças e com novas motivações que necessitam serem observadas com mais detalhe, sendo primordial as segmentações turísticas. O conceito de segmentação de mercado não é uma consequência do *marketing* de massa, mas sim uma estratégia para superar suas restrições. No *marketing* de massa, a empresa se dedica a atender a um mercado amplo e diversificado, buscando atender às necessidades e desejos gerais dos consumidores. No entanto, essa abordagem pode ser menos eficiente, pois nem todos os consumidores têm os mesmos interesses e comportamentos de compra.

A segmentação de mercado, proposta como estratégia para aprimorar a eficácia do *marketing*, visa concentrar esforços direcionados a grupos de consumidores com perfis semelhantes. Através desse processo, a empresa consegue identificar distintos segmentos com base em critérios como influência, poder de compra, localização geográfica, comportamentos de compra e padrões de consumo similares (Kotler, 2000). Além disso, o autor destaca a existência do conceito de nicho de mercado, que se refere a grupos ainda mais específicos, caracterizados por necessidades particulares não completamente atendidas pelo mercado em

geral. Assim sendo, enquanto os segmentos de mercado são relativamente grandes e atraem vários concorrentes, os nichos são menores e geralmente atraem apenas um ou dois concorrentes que se especializam em atender suas demandas exclusivas. Com isso, o autor afirma que,

a segmentação é uma consequência do marketing de massa: segmentação de mercado é um esforço para aumentar a precisão do marketing da empresa. O ponto de partida de qualquer discussão sobre segmentação é o marketing de massa. No marketing de massa, o vendedor se dedica à produção, distribuição e promoção em massa de um produto para todos os compradores [...]. Um segmento de mercado consiste em um grande grupo que é identificado a partir de suas preferências, poder de compra, localização geográfica, atitudes de compra e hábitos de compra similares. [...]. Um nicho é um grupo definido mais estritamente, um mercado pequeno, cujas necessidades não estão sendo totalmente satisfeitas. Enquanto os segmentos são grandes e atraem vários concorrentes, os nichos são pequenos e normalmente atraem apenas um ou dois concorrentes (Kotler, 2000, p. 278-279).

A segmentação no turismo se torna imprescindível e o Ministério do Turismo (2010) afirma que essa é compreendida como maneira de organizar o turismo, através de planejamento, gestão e mercado, sendo os segmentos turísticos estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e das características e variáveis da demanda. Com isso, serão obtidos diversos benefícios a partir de uma atuação correta no mercado turístico. Dias (2005) destaca que a segmentação oferece a capacidade de identificar públicos lucrativos ao dividir o mercado em segmentos específicos. Isso permite compreender necessidades e comportamentos de diferentes grupos de consumidores, focalizando na criação de produtos e experiências que maximizam o lucro.

A definição dos principais segmentos de um destino turístico é de extrema relevância, pois representa um passo crucial no processo de criação de novos produtos turísticos, como os roteiros turísticos. Essa etapa envolve a identificação e compreensão das características, interesses e necessidades dos diferentes grupos de turistas que podem se interessar pela região, permitindo que os gestores e empreendedores turísticos adaptem seus serviços e atrações de acordo com essas demandas específicas.

Ao entender e segmentar o mercado turístico, se torna possível desenvolver experiências mais personalizadas e acessíveis para os visitantes, tornando o destino mais competitivo e atraindo um público mais diversificado. Além disso, a segmentação contribui para o aumento da eficiência no *marketing* e na promoção, uma vez que as estratégias podem ser direcionadas de forma mais precisa para os grupos-alvo, maximizando o retorno sobre o investimento.

No contexto da criação de roteiros turísticos, a segmentação desempenha um papel crucial na concepção de itinerários sob medida, que atendem aos interesses específicos dos visitantes, sejam eles amantes da natureza, entusiastas da cultura, praticantes de esportes de aventura, entre outros. Desta forma, a definição de segmentos não apenas enriquece a oferta turística, mas também contribui para a sustentabilidade do turismo, pois permite uma melhor distribuição dos impactos econômicos e ambientais ao longo do ano e em diferentes áreas do destino.

Em resumo, a segmentação é um componente essencial da gestão estratégica do turismo, pois auxilia na criação de produtos mais atrativos e na otimização das estratégias de *marketing*, tornando um destino turístico mais competitivo e alinhado com as expectativas dos visitantes.

Partindo-se desse contexto, os principais segmentos turísticos de Sergipe, de acordo com os roteiros comercializados pelos receptivos de Sergipe, incluem Turismo Cultural, Turismo Náutico, Turismo de Sol e Praia, e Turismo de Aventura. No caso de Divina Pastora, observa-se que o município se encaixa predominantemente no segmento de Turismo Cultural, devido aos seus principais atrativos locais. O secretário municipal de turismo, quando inquirido sobre as estratégias e iniciativas que a Prefeitura Municipal de Divina Pastora vem adotando para promover e estimular o turismo local, afirma que:

A nossa ação maior é em relação a peregrinação, né? A igreja ela divulga bastante nas dioceses, né? Em Aracaju e no estado todo, né? Através das dioceses de Própria, de Estância , ai eles fazem uma divulgação é com os religiosos mesmos, os fiéis, boca a boca, na radio, na canção nova, missas, no *Facebook* da igreja.

Com isso, percebe-se que o município de Divina Pastora atua no segmento de turismo cultural, sendo necessária a elaboração de um produto que integre os seus patrimônios singulares, a fim de favorecer cada vez mais o desenvolvimento local da comunidade se forem mais explorados e promovidos para o mercado.

4.2 Patrimônio e Desenvolvimento Local

O desenvolvimento local requer um conjunto de condições prévias para seu progresso, visando preservar a identidade da comunidade. A criatividade, emergindo das interações internas, desempenha um papel crucial ao instrumentalizar o desenvolvimento de projetos que estejam em sintonia com as realidades socioculturais locais. Para tanto, os patrimônios são de extrema importância para preservação da identidade local da comunidade.

Nesse contexto, Figueiredo (2005, p. 44) ressalta que “esse conjunto de bens e práticas tradicionais que nos identificam como nação ou como povo é apreciado como um dom, algo que recebemos do passado com tal prestígio simbólico que não cabe discuti-lo”.

No Brasil, a percepção inaugural acerca do patrimônio cultural emerge da definição jurídica delineada no decreto-lei nº 25, de 30 de novembro de 1937, promulgado pelo Presidente da República dos Estados Unidos do Brasil, que estabelece a organização da proteção do patrimônio histórico e artístico nacional. O patrimônio histórico e artístico nacional é definido como o conjunto de bens presentes no país cuja conservação pertence ao interesse público, por sua ligação com eventos memoráveis do Brasil, ou por seu valor excepcional arqueológico, etnográfico, bibliográfico ou artístico. Entretanto, a Constituição Federal de 1988, em seu Artigo 216, ampliou o conceito de patrimônio estabelecido anteriormente, definindo o patrimônio cultural como os bens, tanto materiais quanto imateriais, que individualmente ou em conjunto carregam referências à identidade, à ação e à memória dos diversos grupos que compõem a sociedade brasileira.

A redefinição promovida pela Constituição abrange uma ampla gama de aspectos culturais, desde formas de expressão até criações científicas, artísticas e tecnológicas, bem como obras físicas e espaços destinados à manifestação artístico-cultural. Além disso, inclui conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico. Esses conceitos orientam a gestão do patrimônio, adaptando-se às especificidades de cada categoria: Patrimônio Material, Patrimônio Imaterial e Patrimônio Mundial. Assim, embasada nesse contexto legal, a preservação do patrimônio cultural brasileiro foi desde o princípio vinculada à atuação do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), instituído em 1937 por meio da Lei nº 378. O patrimônio cultural constitui:

[...] o conjunto de todos os bens materiais ou imateriais que, pelo seu valor intrínseco, são considerados de interesse e de relevância para a permanência e a identificação da cultura da humanidade, de uma nação, de um grupo étnico ou de um grupo social específico (Vogt, 2008, p. 14).

Assim sendo, torna-se fundamental contextualizar a interação entre turismo e patrimônio, uma vez que constitui-se em um pilar essencial na estrutura turística. Conforme destacado por Troncoso e Almirón (2005), diversos aspectos dessa relação merecem atenção. Os autores enfatizam que o turismo não só possibilita a interpretação dos objetos patrimoniais, mas também contribui para sua preservação, uma vez que os recursos

provenientes do consumo turístico podem ser direcionados para sua conservação. Além disso, é salientada a capacidade do patrimônio em atrair turistas e, por conseguinte, impulsionar a economia local.

A integração do turismo com a cultura pode fortalecer significativamente o tecido cultural local, promovendo o entendimento e o apreço pela diversidade da comunidade. Desenvolvimento não se resume apenas ao crescimento econômico, mas também à qualidade de vida e ao progresso material dentro dos limites naturais, destacando o papel central do ser humano no desenvolvimento local. Neste sentido, Tresseras (2013, p. 1-2, tradução nossa) afirma que:

O turismo tem um impacto direto na (re) formulação e (re)interpretação da identidade local, especialmente quando relaciona com o desenvolvimento endógeno e que tem o patrimônio como eixo fundamental que pode ser ativado em razão das políticas e estratégia definidas.

O turismo tem o poder de influenciar como as comunidades locais percebem e moldam sua própria identidade. Isso é especialmente significativo quando o turismo está alinhado com o desenvolvimento interno da comunidade e quando o patrimônio local é reconhecido como um recurso fundamental que pode ser aproveitado por meio de políticas e estratégias específicas.

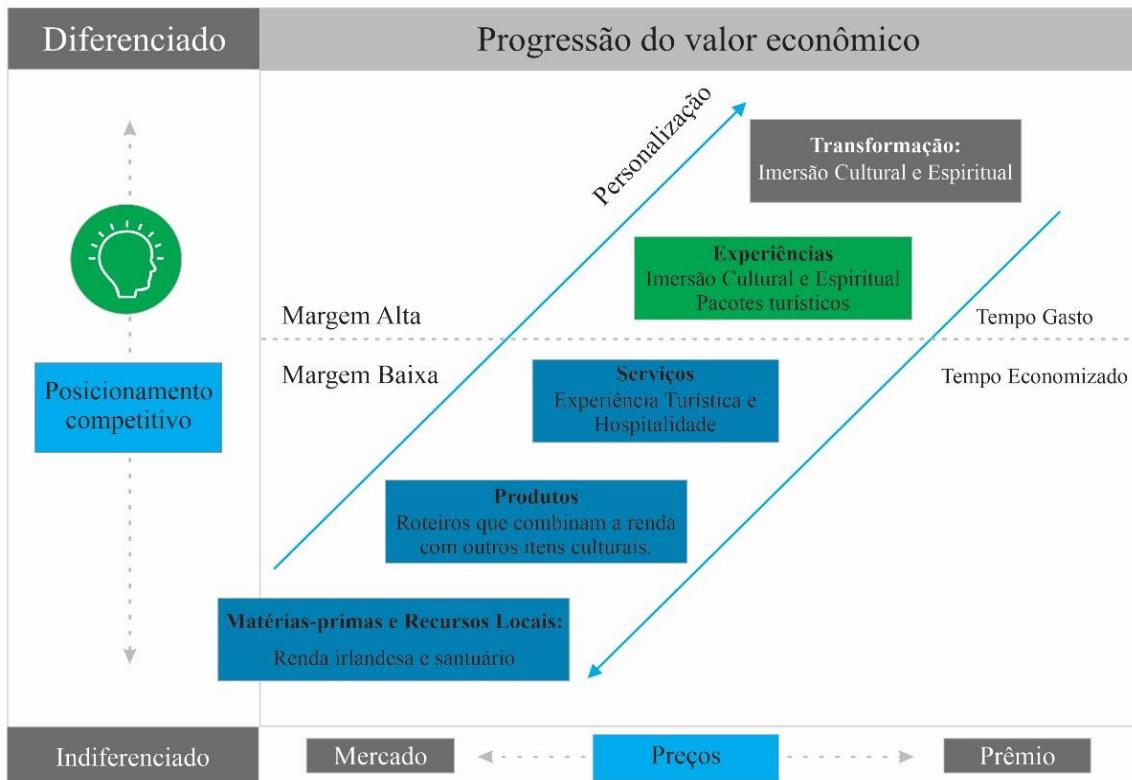
4.3 A diversificação do produto turístico de Sergipe: Transformando experiências e agregando valor ao destino

A progressão do valor econômico é um conceito central na obra *The Experience Economy* de Joseph Pine e James Gilmore publicada no ano de 1999. Os autores argumentam que as economias evoluem por estágios, cada um representando um nível mais alto de valor econômico, movendo-se dos produtos mais básicos até as experiências mais sofisticadas e personalizadas.

A ideia central de Pine e Gilmore (1999) gira em torno que, na economia moderna, as empresas que conseguem oferecer experiências únicas e envolventes têm uma vantagem competitiva significativa. Isso porque, as *commodities* – geralmente intercambiáveis e com diferencial competitivo pequeno –, e consequentemente os produtos podem ser facilmente copiados e os serviços podem ser reproduzidos com relativa facilidade. Já as experiências são intrinsecamente pessoais e difíceis de replicar. Portanto, focar na criação de experiências pode

captar o maior valor econômico. Trazendo esse conceito para o turismo e, particularmente, no roteiro turístico proposto nessa pesquisa segue abaixo um gráfico que exemplifica melhor a diversificação e cruzamento com o turismo de Sergipe (Figura 17).

Figura 17: Personalização leva à diferenciação - Estados de participação oferecem margens variadas de escala



Fonte: Elaborado por Naime Melo, 2024 baseado nos conceitos de Pine e Gilmore (1999).

Partindo-se do exposto na figura acima, para aplicar os conceitos da progressão do valor econômico para criar uma experiência única e envolvente para os visitantes deve-se pensar em um proposta de roteiro turístico para o município de Divina Pastora englobe os seguintes elementos: segurança, artesanato local, cultura e religiosidade.

Assim sendo, no primeiro estágio, nomeado como das matérias-primas e recursos locais, refere-se aos recursos naturais locais. Nessa pesquisa, esse recurso refere-se a mão de obra especializada, que em Divina Pastora é utilizada na confecção da renda irlandesa. Esse recurso, proveniente do ambiente local, é fundamental para a economia da cidade, pois serve como base para a confecção do principal produto local: produção de artesanatos que carregam a identidade cultural do lugar, a presença do santuário de Divina Pastora que se trata do único santuário do voltado a padroeira do estado.

Avançando para o estágio dos produtos, o foco está nos itens artesanais e culturais que a cidade oferece. A renda irlandesa, em especial, sendo um produto de grande valor que pode ser encontrado nas associações, onde os visitantes têm a oportunidade de adquirir peças únicas, feitas à mão por artesãs locais. Além disso, esses produtos podem ser combinados em pacotes que incluem *souvenirs* religiosos, na lojinha do santuário reforçando a ligação da cidade com a devoção à padroeira.

No estágio dos serviços, o roteiro turístico se enriquece com a oferta de experiências guiadas e hospitalidade acolhedora. Os guias de turismo locais podem proporcionar passeios históricos e culturais que conectam os visitantes à rica herança da cidade, com especial atenção à devoção religiosa. A segurança da cidade e o atendimento familiar também contribuem para que os visitantes se sintam em casa. Na proposta do roteiro, enquanto exploram a cidade, serão recebidos com café e bolo caseiros em suas visitas na associação de renda irlandesa. Além disso, oficinas de artesanato oferecerá a chance de aprender a confeccionar a renda irlandesa diretamente com as artesãs, proporcionando uma experiência prática e memorável.

No estágio das experiências, agrega-se valor ao serviço, onde no roteiro aqui proposto para Divina Pastora, pode-se promover serviços complementares com a criação de uma imersão completa na cultura e espiritualidade da cidade, promovendo uma vivência única para cada demanda. Como sugestões podem ser elaborados roteiros religiosos principalmente no período da peregrinação em outubro podendo levar os visitantes a locais de devoção e a eventos em honra à padroeira do estado, criando uma conexão profunda com a história e a fé locais. A criação de futuros festivais culturais que integram a história, a arte e a religiosidade oferecendo uma vivência inesquecível, onde cada visitante pode se sentir parte da comunidade. Com pacotes turísticos personalizados, para aprender a confeccionar renda irlandesa junto com as mestres que combinam elementos de cultura, artesanato e espiritualidade, garantindo uma experiência rica e diferenciada, fazendo com que cada visitante leve consigo memórias duradouras dessa cidade.

A etapa final da progressão do valor econômico é a transformação. Enquanto a experiência proporciona vivências memoráveis, a transformação vai além ao provocar uma mudança duradoura e significativa na vida dos visitantes. No contexto do roteiro turístico desta cidade, a imersão cultural e espiritual não se limitará a oferecer uma experiência

agradável, uma vez que tem o potencial de transformar a percepção dos visitantes sobre a cultura, a fé e a comunidade.

Desta forma, os visitantes, ao consumirem um roteiro cultural e religioso, não apenas conhecem a história e a devoção à padroeira do estado, mas também podem vivenciar momentos de introspecção e crescimento espiritual. A participação em cerimônias religiosas associadas a visitação à locais de devoção e a interação com a comunidade local permitem que o visitante experimente um sentido mais profundo de pertencimento e conexão com algo maior.

Esses momentos de imersão cultural, como ouvir histórias contadas pelos moradores e artesãs ou aprender um ofício ancestral como a renda irlandesa, podem despertar nos visitantes uma nova apreciação pela simplicidade e autenticidade, levando-os a valorizar mais as raízes culturais e espirituais. Esse roteiro, baseado na progressão do valor econômico, transforma uma simples visita em uma jornada repleta de significado, em que cada estágio agrupa valor e enriquece a experiência do visitante.

Esse posicionamento competitivo, focado na criação de experiências que levam à transformação, agraga valor de mercado ao destino turístico, pois diferencia a cidade de outras opções que oferecem apenas produtos ou serviços básicos Pine e Gilmore (1999). A proposta de transformar a vida dos visitantes também justifica o tempo gasto na viagem e no consumo dos serviços oferecidos, já que os turistas buscam cada vez mais experiências que lhes proporcionem crescimento pessoal e espiritual. Além disso, os autores afirmam que essa abordagem resulta em uma maior concepção de produto diferenciado, onde o roteiro não é apenas uma sequência de atividades, mas uma jornada profunda e impactante, capaz de criar laços emocionais duradouros e fidelizar os visitantes, que passam a ver a cidade como um local transformador e único.

A seguir serão apresentados os produtos tecnológicos voltados para o município e futuras propostas a serem implantadas para mais geração de valor perante seus consumidores.

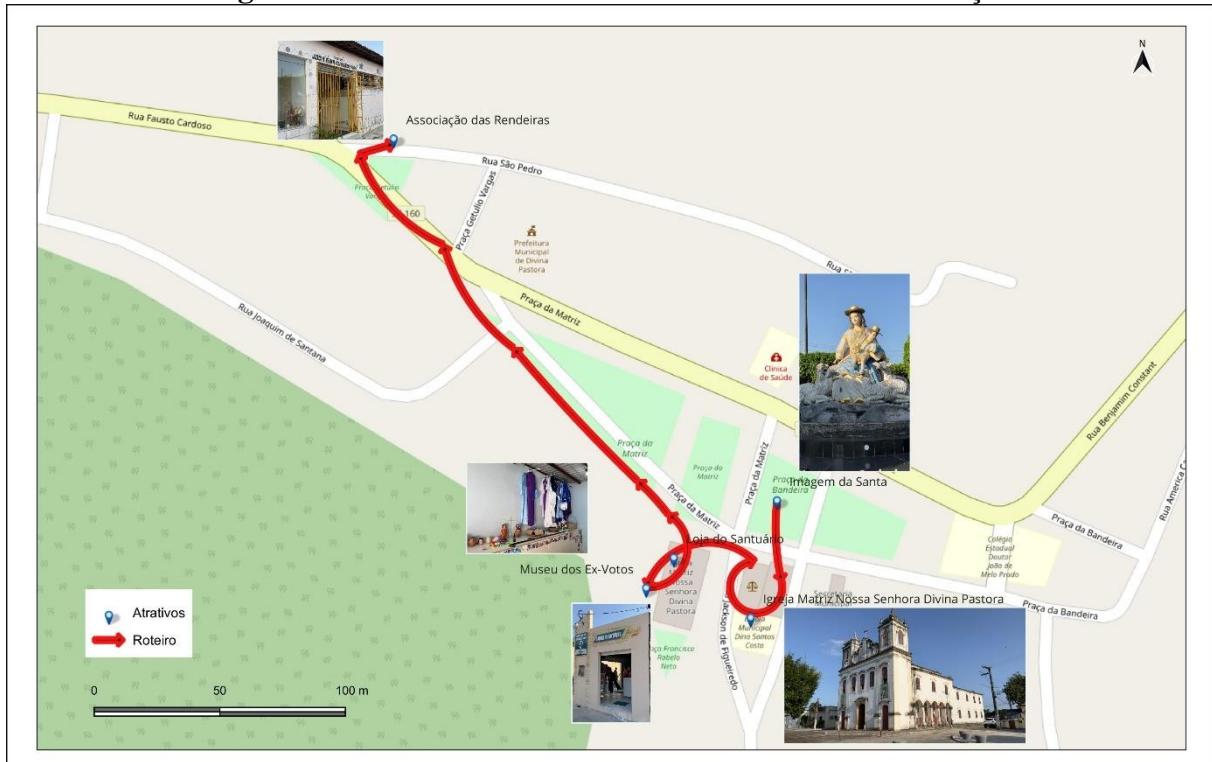
4.4 Roteiro turístico “Entre Rendas e Devoção”

A partir do desenvolvimento desta pesquisa, destaca-se a importância do planejamento na criação de novos produtos turísticos, fortalecendo as metodologias discutidas no âmbito

acadêmico. Isso se torna especialmente relevante quando consideramos destinos com atrativos voltados ao patrimônio cultural, natural e histórico, como é o caso do estado de Sergipe, que há anos enfrenta desafios relacionados à oferta turística estagnada.

Assim sendo, a partir da participação ativa e a colaboração da comunidade no processo de planejamento tornou-se possível apresentar o roteiro turístico para o município de Divina Pastora- SE (Figura 18), a fim de promover o desenvolvimento local através da dinamização da atividade turística e valorização o patrimônio local.

Figura 18: Divina Pastora – Roteiros Entre Rendas e Devoção



Fonte: Pesquisa de Campo, 2024.

Este roteiro integra o segmento de turismo cultural e apresenta como objetivo proporcionar aos participantes uma imersão na história e cultura do município de Divina Pastora, em Sergipe. A definição da segmentação turística refere-se à divisão do mercado turístico em grupos distintos com base em características específicas, como interesses, idade, motivações, comportamentos de viagem, entre outros. Desta forma, auxiliam a compreender as necessidades e as experiências dos viajantes, permitindo que os profissionais do turismo desenvolvam produtos e serviços mais adequados e personalizados.

A partir da definição da segmentação e do objetivo tornou-se necessário definir o público-alvo, uma vez que “a determinação do seu público-alvo é fundamental, sendo

necessária para que o roteiro criado atenda às expectativas do cliente” (Richter *et al.*, 2016, p. 124). Assim, definiu-se que o roteiro será destinado a mulheres acima de 40 anos, idosos e estudantes, tendo em vista que a cidade tem sua atratividade voltada ao religioso e cultural, com destaque para o artesanato e a devoção pela padroeira Divina Pastora. Desta forma, a busca por essas informações e sua vivência destaca-se por pessoas mais maduras, em especial mulheres que normalmente tem interesse maior, além de estudantes, em que as visitas de campo junto com as escolas e/ou Instituições de ensino superior, agregam em seus conhecimentos sobre bens materiais e imateriais do estado. No quadro abaixo pode-se observar a descrição do produto (Quadro 7).

Quadro 7: Descrição do Produto

Nome do roteiro	Entre Rendas e Devoção
Tipo do roteiro	Turismo Cultural
Objetivo do roteiro	Conhecer a história e a cultura do município.
Perfil do turista/ Público-alvo	Mulheres acima de 40 anos; idosos e estudantes.
Horário de saída	08:00 horas de Aracaju (manhã) ou 13:00 horas (tarde)
Horário de retorno	12:00 horas (manhã) ou 17:00 horas (tarde)
Local de embarque e retorno	Orla de Atalaia (nos hotéis)
Tipo e categoria de transportes	Carro pequeno; Van e Microônibus.
Quantidade de PAX* (mínimo e máximo)	04 a 30 passageiros.
Atrativos a visitar	Praça da Matriz, Santuário de Divina Pastora, museu dos milagres e a ASDEREN.
Locais de paradas	Praça da Matriz, Santuário de Divina Pastora; Lojinha do Santuário, museu dos milagre e a ASDEREN.
Serviços inclusos e opcionais	Transporte e guia de turismo.

*Pax – Passageiro.

Fonte: Autoria própria, 2024.

Para compreensão da logística da execução do roteiro foram estabelecidos os critérios abaixo:

- **Horário de Saída:** Os participantes podem escolher entre dois horários de saída: 08:00 horas da manhã ou 13:00 horas da tarde.
- **Horário de Retorno:** O retorno está previsto para 12:00 horas (no caso da saída no turno matutino) ou 17:00 horas (para a saída no turno vespertino).

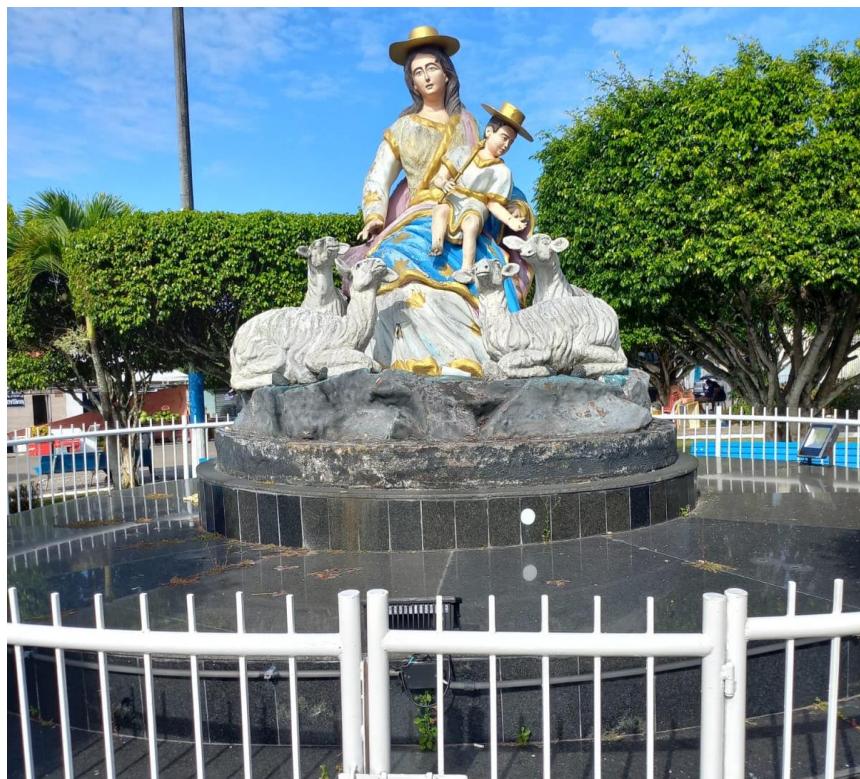
- **Local de Embarque e Retorno:** A Orla de Atalaia será o ponto oficial de partida e retorno para os participantes. Importante mencionar que a escolha desse local se deu considerando que os principais meios de hospedagem estão localizados no bairro Atalaia, onde situa-se a orla da Atalaia.
- **Transporte:** O transporte será realizado em carros pequenos, vans ou microônibus, dependendo do número de passageiros, que pode variar entre 4 a 30 pessoas.

As atividades previstas para o roteiro, serão descritas abaixo:

a) **Contemplação da Praça da Matriz e Imagem da Padroeira Divina Pastora**
(Figura 19)

O roteiro começa com uma visita à praça da matriz, onde os participantes poderão contemplar a imagem da padroeira, um importante símbolo de devocão local. Este momento proporciona uma conexão inicial com a espiritualidade e cultura do município. A visitação terá a duração de 15 minutos.

Figura 19: Imagem de Divina Pastora



Fonte: Naime Melo,2024.

b) Visitação ao Santuário de Divina Pastora (Figura 20)

Nesta parada, o grupo visitará o Santuário de Divina Pastora, um local de grande importância religiosa e histórica para a região. Durante a visita, será oferecida uma explanação sobre a peregrinação e a relevância do santuário para a economia e cultura locais, além da contemplação de artefatos históricos na sacristia. Esta parada terá a duração máxima de 40 minutos.

Figura 20: Santuário de Divina Pastora



Fonte: Marcos Silva, 2024.

c) Visitação a Lojinha do Santuário (Figura 21) e ao Museu dos Milagres (Figura 22)

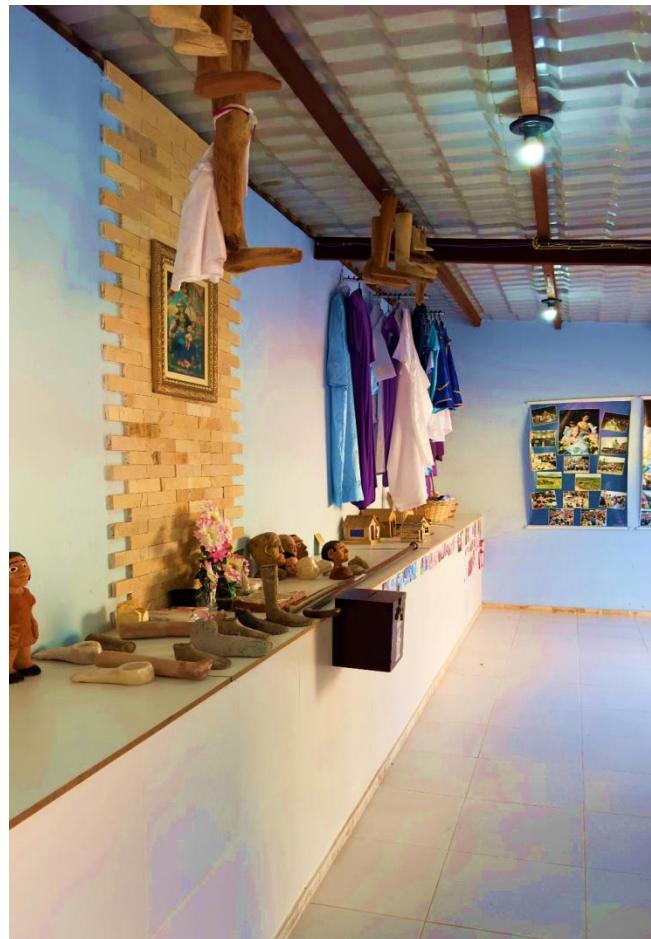
No Museu dos Milagres, os turistas terão a oportunidade de conhecer histórias de fé e devoção, além de explorar a lojinha do santuário, onde podem adquirir lembranças e artigos religiosos locais. Duração máxima da visitação de 30 minutos.

Figura 21: Lojinha do Santuário



Fonte: Marcos Silva, 2024.

Figura 22 : Parte interna do Museu dos Milagres



Fonte: Marcos Silva, 2024.

d) **Visitação à ASDEREN** (Figura 23)

O roteiro finaliza com uma visita à Associação das Rendeiras (ASDEREN), onde os participantes aprenderão sobre a tradicional renda irlandesa, uma prática artesanal de grande valor cultural na região. Além de conhecer o processo de confecção da renda, os turistas terão a oportunidade de conhecer a história das rendeiras, uma experiência com a história oral dessas mulheres que carregaram suas raízes e ainda comprar ou encomendar peças exclusivas. Além disso, serão recebidos com uma mesa de produtos local (bolo, cocada, etc). Esta parada prever uma duração de aproximadamente 1 hora.

Figura 23: Visitação a Associação para o Desenvolvimento de Renda de Divina Pastora



Foto: Marcos Silva, 2024.

Este roteiro oferece uma oportunidade única para conhecer a história, a cultura e as tradições do município de Divina Pastora, proporcionando uma experiência enriquecedora e

memorável para os participantes. Para tanto segue abaixo informações sobre os custos da operação de acordo com a demanda (Quadro 8).

Quadro 8: Custos da operação

TRANSPORTE	PAX	CUSTO	GUIA DE TURISMO	VALOR/PAX (NET)
Carro pequeno	4	R\$ 400,00	R\$ 300	R\$ 175,00
Van	15	R\$ 600,00	R\$ 300	R\$ 64,50
Micro-Ônibus	30	R\$ 1.100,00	R\$ 300	R\$ 48,50

Fonte: Autoria própria, 2024.

Os valores apresentados anteriormente correspondem aos preços líquidos, sem margem de lucro, permitindo que cada receptivo possa ajustá-los conforme suas necessidades, porém respeitando a margem de “10% e 25%, de acordo com a decisão da diretoria ou da gerência de operações” (Richter *et al.*, 2016, p. 291).

Após a elaboração dessa logística, foi realizado um pré-teste do roteiro em formato de FAMTOUR, em que foram convidadas as principais agências de receptivo do estado de Sergipe e guias de turismo especializados em turismo cultural, com o objetivo de avaliar a viabilidade do roteiro proposto (Figura 24).

Figura 24: Grupo do FAMTOUR em Visitação ao Santuário de Divina Pastora



Fonte: Marcos Silva, 2024.

4.5 O FAMTOUR e o olhar do *trade* turístico

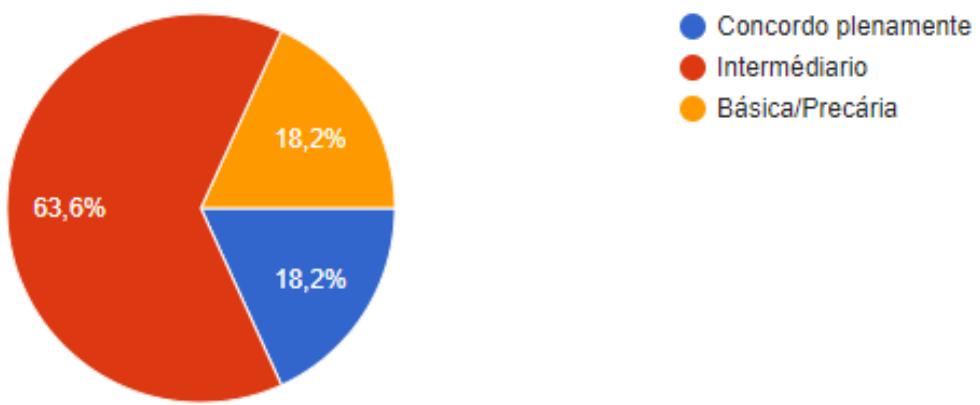
O FAMTOUR foi realizado em 26 de agosto de 2024 em parceria com a empresa Rentvan Roteiros. A atividade contou com a participação de 15 profissionais de turismo. A saída ocorreu às 13:00 horas, partindo da Orla de Atalaia em direção ao município de Divina Pastora, onde o roteiro foi conduzido por uma guia de turismo.

Importante mencionar que o roteiro foi executado respeitando o planejamento prévio e, optou-se pela realização no turno vespertino, a fim de agregar todos os participantes

convidados. Após a realização do pré-teste do roteiro foi realizada a avaliação a partir da aplicação de um questionário com os participantes (Apêndice E).

Assim sendo, de acordo com os agentes e guias de turismo, 63,6% avaliaram como sendo intermedírias a diversidade de produtos e serviços (Gráfico 1).

Gráfico 1: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Avaliação da diversidade em termos de produtos e serviços do roteiro

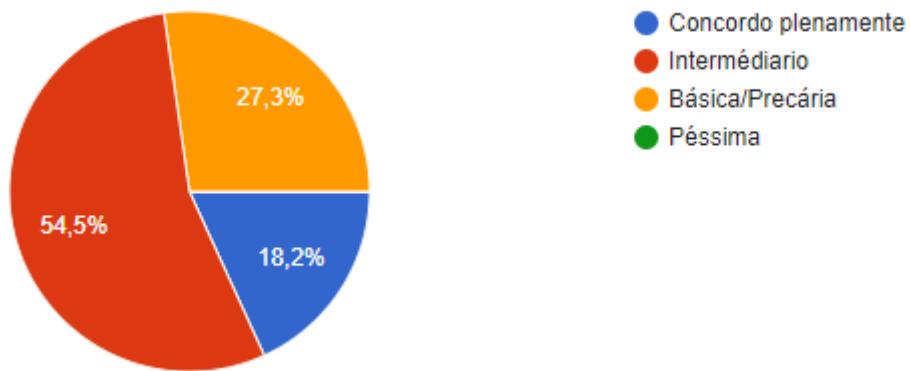


Fonte: Elaboração própria, 2024.

Apesar de 63,6% dos entrevistados apontarem que há uma diversidade intermediária, um dado significativo que reforça o potencial do itinerário em manter o interesse dos visitantes, 18,2% classificam como básico/precário, o que sugere que, para uma minoria, o roteiro ainda precisa de ajustes ou refinamento para atender plenamente às suas expectativas. Isso mostra que, se houver uma melhoria em outros equipamentos, há margem para incluir mais elementos, a fim de atrair diferentes perfis de visitantes.

A infraestrutura dos espaços que compõem o roteiro é um ponto que requer atenção, uma vez que 54,5% dos participantes consideraram a infraestrutura intermediária, ou seja, que atende ao que se propõe o roteiro e 27,3% classificando como básico/precário (Gráfico 2). Apenas 18,2% avaliaram como plenamente adequados, verificando que os locais ainda não oferecem um nível de conforto ou acessibilidade compatível com as expectativas de uma parcela significativa dos participantes do FAMTOUR. Assim sendo, torna-se relevante melhorias em infraestrutura, a fim de viabilizar a qualidade geral do roteiro.

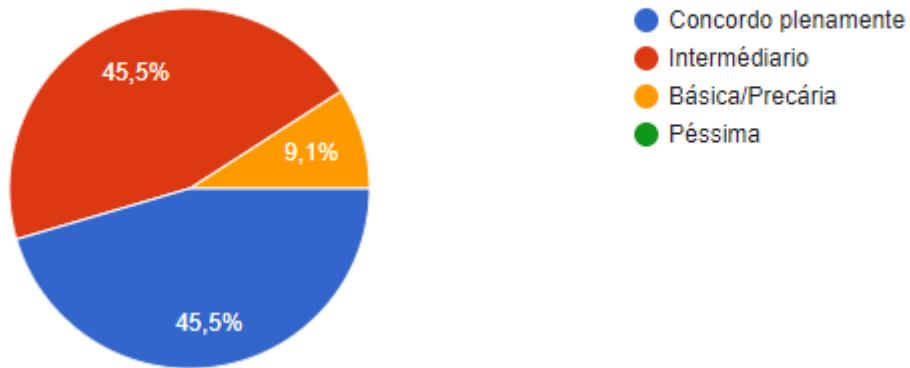
Gráfico 2: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Avaliação da Infraestrutura dos locais do roteiro



Fonte: Elaboração própria, 2024.

No que diz respeito aos empreendimentos e atrativos do roteiro, observa-se um equilíbrio entre opiniões: 45,5% dos entrevistados aprovaram o potencial dos atrativos e empreendimentos do roteiro, enquanto outros 45,5% os classificaram como intermediários (Gráfico 3). Isso sugere que, embora o roteiro apresente um potencial claro, ainda há espaço para aprimorar certos aspectos para que se atinja um nível de excelência. A fatia de 9,1% que classificou como básico/precário é relativamente pequeno, mas serve como um alerta para a necessidade de ajustes que tornem os atrativos mais atraentes para todos os visitantes.

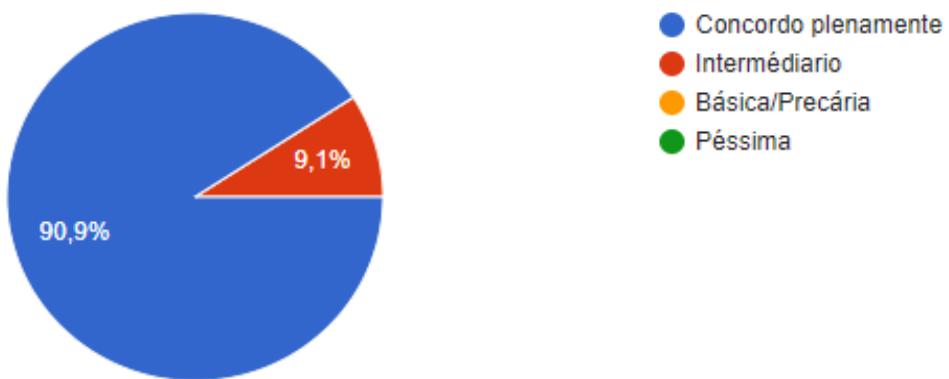
Gráfico 3: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Avaliação dos empreendimentos e atrativos do roteiro tem potencial para manter o interesse do turista.



Fonte: Elaboração própria, 2024.

Durante a avaliação do produto junto ao *trade* turístico também foi questionado se houve uma preocupação com a conservação dos meios de vida e da autenticidade na elaboração do roteiro (Gráfico 4). 90,9% dos entrevistados concordam que o roteiro preserva essas tradições plenamente. Este dado é um excelente indicativo de que o roteiro consegue se destacar ao valorizar a cultura local e as práticas autênticas, que são fundamentais para o turismo sustentável e diferenciado.

Gráfico 4: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Avaliação da conservação dos meios de vida e de produção autênticos

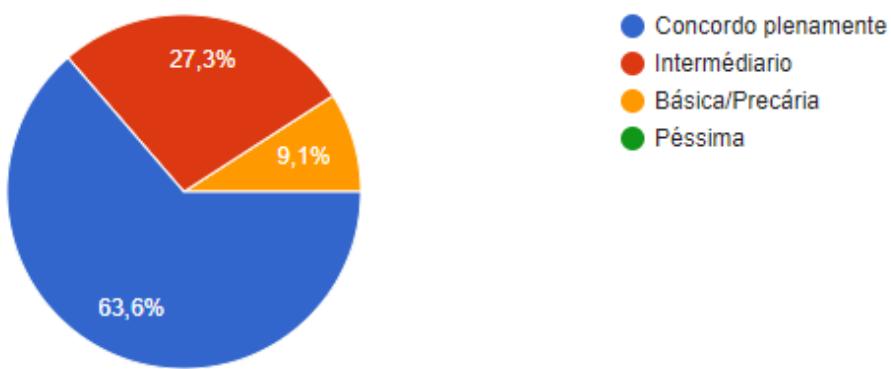


Fonte: Elaboração própria, 2024.

A estrutura logística do roteiro, incluindo horários de saída, chegada e tempo de permanência, foi amplamente elogiada, com 63,6% dos entrevistados considerando-a plenamente satisfatória (Gráfico 5). No entanto, 27,3% a classificaram como intermediário e

9,1% avaliaram como básico/precário, indicando que pequenos ajustes na logística podem melhorar a experiência e garantir maior conforto e praticidade aos visitantes. Importante ressaltar que a proposta do roteiro prevê saídas no turno matutino ou vespertino, uma vez que os atrativos que integram o roteiro podem ser visitados em ambos os turnos. No entanto, os agentes de viagem e os guias de turismo que participaram do FAMTOUR mencionaram que a possibilidade de contemplação do pôr do sol agregaria valor ao roteiro, o que indica que o turno vespertino seria a melhor opção para a execução do roteiro.

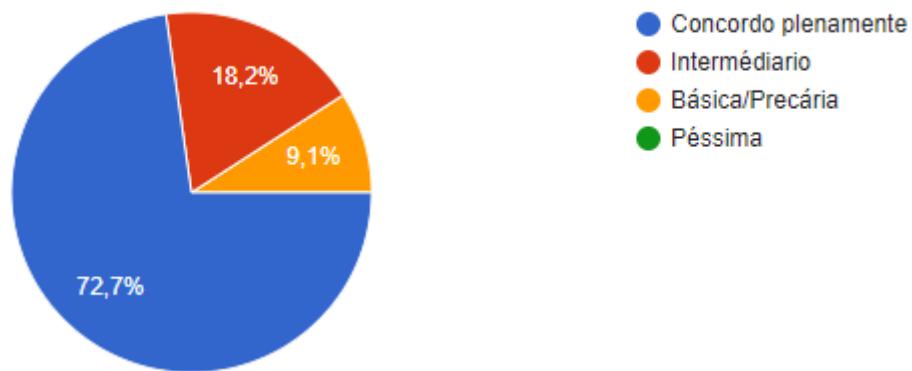
Gráfico 5: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Avaliação da estrutura do roteiro



Fonte: Elaboração própria, 2024.

Quanto aos pontos selecionados para o percurso, a maioria dos participantes (72,7%) concordaram plenamente com os pontos que foram selecionados para as paradas e visitação, o que sugere que os locais escolhidos atendam bem às expectativas dos turistas (Gráfico 6). Entretanto, 18,2% avaliaram esses pontos como intermediários e 9,1% como básicos/precários, o que aponta para a possibilidade de incluir ou construir outros pontos de interesse ou melhorar a acessibilidade e as informações sobre os locais já escolhidos.

Gráfico 6: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Avaliação dos pontos de paradas selecionados para percurso do roteiro



Fonte: Elaboração própria, 2024.

Os participantes também mencionaram os pontos positivos observados em relação ao roteiro proposto (Figura 25).

Figura 25: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Nuvem de palavras dos pontos positivos



Fonte: Elaboração própria, 2024.

Conforme pode ser observado na figura acima, as palavras “identidade”, “arte”, “História”, “cultura” e “reconhecimento” foram mais citadas, uma vez que dentre os principais pontos positivos do roteiro destacam-se:

- Inclusão do valor histórico;
- Proximidade com a capital, permitindo fácil acesso;
- Forte valorização da cultura local;
- Promoção do reconhecimento da arte e cultura locais;
- Reconhecimento da identidade cultural e religiosa de Sergipe.

Desta forma, o roteiro converte-se em uma alternativa para aqueles interessados em conhecer mais sobre a cultura do estado, uma vez que inclui o rendado irlandês e as estruturas históricas de Divina Pastora como parte essencial dessa experiência cultural, com destaque para a história religiosa da região, exemplificada pelo Santuário de Divina Pastora.

Contudo, houve também pontos negativos observados durante o pré-teste do roteiro. Dentre eles, destacou-se:

- A existência de apenas um ponto de apoio, localizado na associação da Renda Irlandesa;
- Necessidade de melhorias na infraestrutura;
- Ausência de lanchonetes, banheiros e restaurantes.

Importante mencionar que todos os pontos negativos mencionados acima comprometem o acolhimento dos turistas, especialmente em períodos de maior fluxo, como durante eventos religiosos. Assim sendo, torna-se crucial que a gestão pública e a iniciativa privada atuem em sinergia, a fim de minimizar os aspectos negativos que poderão comprometer a execução do roteiro. Somando-se aos aspectos mencionados ressalta-se também a necessidade de implementação de um posto de informação turística permanente, uma vez que este equipamento é entendido “[...] como parte da infraestrutura que uma localidade necessita para atender ao turista, contribuindo para a disseminação da informação e promoção do destino, sendo uma infraestrutura turística normalmente concebida e gerida pelo setor público” (Sampaio; Santos, 2023, p. 170-171).

Em relação à comercialização do roteiro turístico, houve unanimidade, com 100% dos participantes concordando com a exequibilidade do roteiro. Abaixo são apresentadas as principais justificativas para a aprovação da proposta do roteiro (Quadro 9).

Quadro 9: Roteiro “Entre Rendas e Devoção” - Justificativas apresentadas para aprovação do roteiro



Fonte: Elaboração própria, 2024.

Estas justificativas reforçam o valor histórico do local e sua proximidade com a capital, tornando-o atrativo e acessível. O roteiro tem potencial para combinar o turismo religioso com o turismo de compras, especialmente devido ao destaque da renda irlandesa como ponto central. A cidade de Divina Pastora foi reconhecida por sua beleza, história e rica cultura, atributos que, se aliados a uma melhor infraestrutura, podem atrair ainda mais visitantes. O apelo religioso e artesanal da região foi identificado como um diferencial, com potencial de comercialização eficaz através de operadores receptivos, dada a logística favorável para visitas de curta duração. A ampliação da oferta turística, com uma divulgação mais intensa, aumentaria a demanda, posicionando o roteiro como uma opção além dos destinos tradicionais em Sergipe.

Assim sendo, o turismo, se bem estruturado, foi apontado como uma fonte significativa de renda para o município, promovendo o desenvolvimento local e a melhoria da qualidade de vida da população. Além disso, parcerias entre o setor público e privado foram vistas como fundamentais para o avanço da atividade, revitalizando espaços e promovendo o

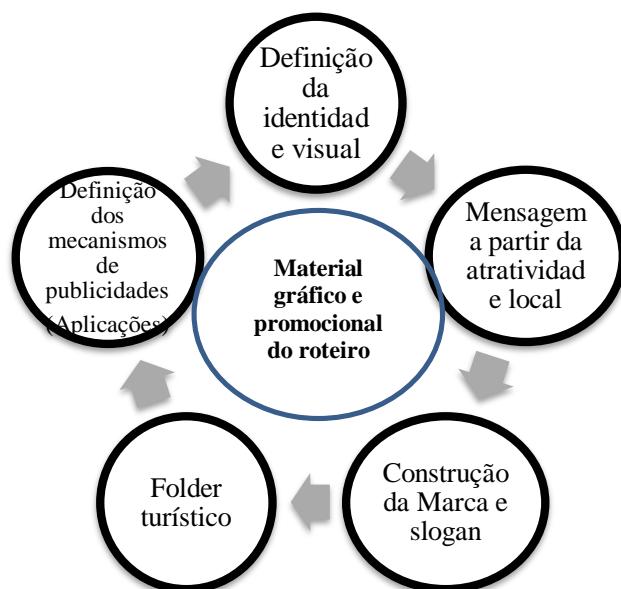
envolvimento da comunidade. O interesse crescente pela renda irlandesa e a valorização das artesãs locais também foram considerados elementos que agregam valor ao roteiro.

Diante das informações coletadas durante o pré-teste do roteiro, torna-se evidente a necessidade de ampliar a oferta turística, assim como a importância de investimentos municipais e privados para melhorar a adesão do município ao turismo. Embora já seja possível iniciar a comercialização do roteiro com os equipamentos e infraestrutura atuais, é crucial buscar constantemente a ampliação e o aprimoramento desses recursos. Desta maneira, será possível garantir uma melhor experiência para os turistas, além de potencializar o desenvolvimento econômico e cultural da região.

4.6 Material gráfico e promocional do roteiro

Após a validação do roteiro turístico, tornou-se necessário a elaboração do material gráfico e promocional do roteiro, uma vez que “o sucesso de divulgação de um roteiro depende em grande parte da qualidade visual e da abordagem dos materiais promocionais, criados para ampliar o mercado turístico interessado em determinado destino” (Richter *et al.*, 2016, p. 269). Desta forma, o planejamento dos materiais promocionais do roteiro envolveu as seguintes etapas apresentadas na figura abaixo (Figura 26).

Figura 26: Planejamento do material gráfico e promocional do roteiro “Entre Rendas e Devoção”



Fonte: Elaboração própria, 2024.

- **Definição da identidade visual**

A primeira etapa da elaboração do material gráfico para promoção do roteiro “Entre Rendas e Devoção” iniciou-se com o plano de comunicação, a fim de definir os elementos para a composição da identidade visual do produto turístico. Importante ressaltar que esta etapa foi realizada com o auxílio de um *designer* gráfico, tendo em vista que trata-se de um profissional especializado para tal finalidade.

Assim sendo, a tipografia escolhida para a marca alia elegância e legibilidade, a fim de equilibrar a modernidade e a sofisticação. O *design* apresenta linhas limpas, estilo geométrico e oferece um impacto visual marcante, a fim de fortalecer a marca em diferentes materiais de comunicação. A partir desses elementos objetiva-se garantir a originalidade e, sobretudo, que a marca seja facilmente reconhecida e completa (Figura 27).

Figura 27: Tipografia utilizada

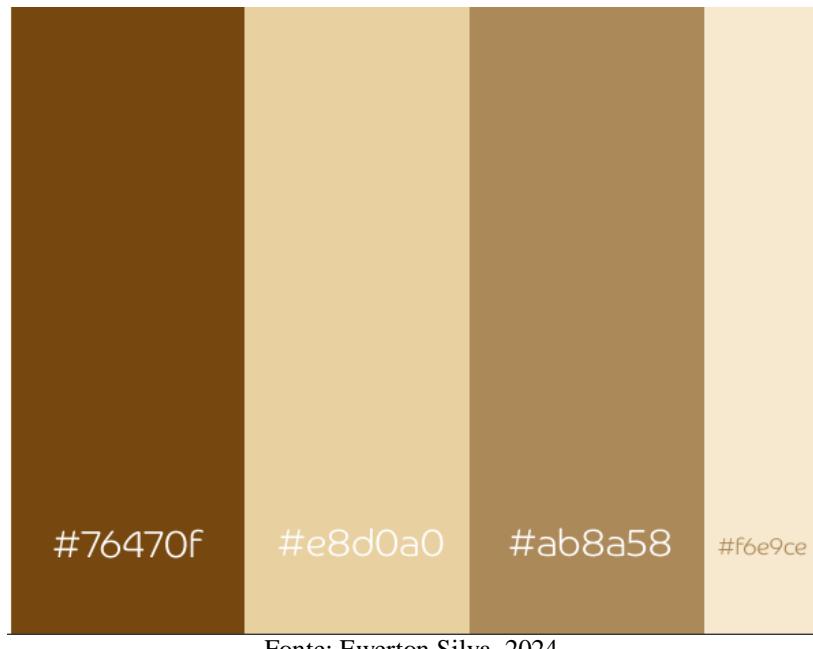


Fonte: Ewerton Silva, 2024.

Torna-se relevante ressaltar que a paleta de cores selecionadas foi estrategicamente pensada para transmitir conteúdo, autenticidade e acolhimento, tendo em vista que se conecta diretamente com os temas de turismo, cultura e devoção religiosa. Os núcleos equilibram a profundidade e a estabilidade com serenidade e conforto, a fim de refletir a riqueza das experiências turísticas, a diversidade cultural e a espiritualidade presentes no local. Kotler e Armstrong (1999) apontam a importância de se empregar os pontos fortes do produto turístico no momento de se estabelecer os mecanismos de comunicação. Assim sendo, com essa paleta,

a marca estabelece uma ligação visual com as tradições culturais do município, evidenciando seu compromisso com a qualidade e suas características (Figura 28).

Figura 28: - Paleta de Cores



Fonte: Ewerton Silva, 2024.

O uso do *degradê* com essas cores terrosas não adiciona somente uma camada de sofisticação ao *design*, mas também reforça a conexão da marca com as qualidades de autenticidade e acolhimento, oferecendo uma experiência visual rica e envolvente (Figura 29).

Figura 29: Exemplo do *Degradê*



Fonte: Ewerton Silva, 2024.

- **Mensagem a ser transmitida a partir da atratividade local**

A imagem da marca foi desenvolvida com base em três elementos-chave: o ícone de localização, a representação da padroeira e a renda irlandesa. Assim sendo, o ícone de localização simboliza o roteiro turístico proposto, remetendo à atividade de exploração e descoberta que envolverá a experiência turística. A representação da padroeira da cidade – Divina Pastora - reforça tanto o nome do município quanto sua forte devoção, celebrada especialmente nas peregrinações. Vale ressaltar a relevância da peregrinação para a comunidade e como atrativo turístico, conforme apontado nas entrevistas e oficinas realizadas durante a pesquisa. Por fim, o detalhe da renda irlandesa, reconhecido como o principal artesanato local e uma importante expressão cultural do estado de Sergipe. Desta forma, a partir desses três elementos-chave buscou-se integrar a tradição, a religiosidade e a identidade regional à marca.

- **Construção da Marca e slogan**

A construção visual da marca foi cuidadosamente desenvolvida para comunicar de maneira clara e eficaz os valores centrais de especialização, tradição e forte conexão com o turismo e a cultura local. Segundo Albuquerque (2009), esta etapa é de suma importância, tendo em vista que trata-se da definição da mensagem principal que deverá ser capaz de identificar o produto e convencer o turista a consumi-lo. Cada elemento, desde a tipografia até a paleta de cores e os símbolos visuais, foi pensado para criar uma identidade marcante e envolvente, capaz de transmitir a riqueza cultural do município.

Desta forma, a utilização de ilustrações monocromáticas na marca proporciona uma série de vantagens que incluem consistência visual, simplicidade, versatilidade, elegância e foco na mensagem. Essa abordagem contribui para uma identidade visual forte e coesa, alinhando-se com a paleta de cores da marca e reforçando sua imagem de maneira clara e sofisticada (Figura 30).

Figura 30: Construção da Marca



Fonte: Ewerton Silva,2024.

Ao alinhar o *design* visual com a proposta do roteiro turístico, a marca estabelece uma ponte emocional com o visitante, atraindo-o de forma significativa e criando uma experiência adequada. Além de destacar a tradição local, como a devoção à padroeira e o artesanato da renda irlandesa, a marca também reflete um compromisso com a qualidade e a inovação, elementos fundamentais para promover o destino de maneira diferenciada (Figura 31).

Figura 31: Marca do roteiro



Fonte: Ewerton Silva,2024.

A partir da definição da marca foi possível elaborar opções de submarcas que podem ser integradas ao projeto, permitindo uma expansão flexível da identidade visual em diferentes formatos (Figura 32).

Figura 32: Submarcas

Fonte: Ewerton Silva, 2024.

Outro ponto que merece ser abordado diz respeito ao tamanho máximo de redução da marca que se faz crucial para garantir que ela permaneça clara e reconhecível, independentemente do tamanho ou formato em que será aplicada. Ao simplificar o *design* e eliminar detalhes excessivos, é possível melhorar a legibilidade e as características específicas da marca, garantindo que seus elementos essenciais sejam facilmente identificáveis e memoráveis. Assim sendo, essa adaptação é fundamental em situações em que o espaço é limitado, como em materiais promocionais, embalagens pequenas ou ícones digitais, permitindo que a marca mantenha sua identidade visual e impacto, independentemente de escalas e nas mais variadas condições de uso (Figura 33).

Figura 33: Redução máxima da marca

Fonte: Ewerton Silva, 2024.

Portanto, a marca foi projetada para ser um reflexo do olhar da comunidade diante do município. Qualquer alteração nas suas propriedades visuais pode prejudicar a coerência e a percepção da marca, diluindo sua conexão com o público e enfraquecendo o impacto visual cuidadosamente planejado para envolver os turistas. Desta forma, é fundamental manter a integridade do *design* para garantir que a marca continue a comunicar de forma clara e autêntica a essência do destino.

- **Folder turístico**

O folder impresso do roteiro desempenha um papel crucial na promoção do destino, especialmente em eventos como feiras e em locais estratégicos como hotéis e agências de viagens em Aracaju. Este tipo de documento, quando bem elaborado, tem o objetivo de transmitir as informações acerca do produto. Além disso, existem outros benefícios da elaboração do folder turístico do produto:

1. **Visibilidade e Alcance:** Em feiras e eventos promocionais, o folder impresso oferece uma maneira tangível de apresentar o roteiro turístico aos participantes. Ele permite que os visitantes tenham informações sobre o destino, facilitando o acesso a detalhes essenciais;
2. **Material Promocional Acessível:** Para hotéis e agências de viagens em Aracaju, o *folder* funciona como um recurso específico para fornecer aos hóspedes e clientes informações sobre o que fazer e explorar no estado de Sergipe. Assim sendo, o *folder* atua como um guia visual e prático que pode ser facilmente distribuído, ajudando a promover o destino de forma direta e eficiente.
3. **Qualidade da Informação:** O *folder* impresso permite a inclusão de detalhes ricos e variados sobre o roteiro, como atrações principais, mapas e informações culturais. Esse formato oferece um meio de transmissão de informações de forma clara e concisa, que podem ser consultadas a qualquer momento, mesmo sem acesso a dispositivos eletrônicos.
4. **Impressão de Marca e Identidade:** Um folder bem projetado reforça a identidade visual da marca e a apresentação do roteiro turístico. Através do *design*, núcleos e tipografia consistentes, este tipo de documento é fundamental para a construção de uma imagem sólida e específica do destino.
5. **Acesso e Conveniência:** Em eventos e locais turísticos, muitos visitantes gostam de materiais impressos para consultar posteriormente. O *folder* oferece uma solução

prática e conveniente, permitindo que os interessados revisitem as informações e planejem sua visita com mais cuidado.

6. **Promoção de Parcerias Locais:** Distribuindo o *folder* em hotéis e agências, a marca também fortalece parcerias locais, permitindo que esses parceiros promovam o destino diretamente para seus clientes, ampliando o alcance e a eficácia das estratégias de marketing.

Partindo-se desse contexto, esta pesquisa também propõe o folder do roteiro “Entre Rendas e Devoção”, a fim de divulgar e promover o produto turístico (Figura 34).

Figura 34: Folder turístico





Fonte: Ewerton Silva, 2024.

Portanto, o folder impresso não apenas facilita a divulgação do roteiro turístico em feiras e eventos, mas também serve como uma ferramenta essencial para a promoção do destino em pontos de contato de difícil acesso, garantindo que as informações sobre o destino sejam acessíveis para potenciais visitantes.

- Definições dos mecanismos de publicidades (Aplicações)

A marca pode ser aplicada em uma ampla variedade de formatos e plataformas, maximizando seu potencial para promover o destino de forma eficaz. Assim sendo, podem ser elaborados materiais impressos, como *folder* e mapas turísticos, até mídias digitais, sinalização e *souvenires*. A manifestação externa da marca permite que ela seja utilizada de forma coesa em diferentes contextos, sempre reforçando a identidade e os conhecimentos culturais do local. Esses exemplos de aplicação ilustram como a marca pode fortalecer a imagem do destino e criar uma experiência unificada e inovadora para os visitantes.

Desta forma, a partir da definição da marca, buscou-se explorar as diversas formas de aplicação com o objetivo de promover o destino e fortalecer sua presença em múltiplos

contextos. A marca pode ser aplicada em blusas e crachás, facilitando a identificação dos membros da comunidade que trabalham nos locais do roteiro como a associação local, o santuário, a lojinha e o museu. Além disso, serve também para representantes da comunidade em eventos promocionais do destino, como feiras, *workshops* e convenções. Esses itens não apenas ajudam a criar uma imagem uniforme e profissional, mas também são valiosos para uma recepção acolhedora e consistente dos visitantes (Figura 35).

Figura 35: Aplicação da marca em camiseta



Fonte: Ewerton Silva, 2024.

Durante a visita técnica ao município de Divina Pastora foi possível observar a carência de produtos disponíveis para comercialização com a representação identitária da localidade. Assim, esta pesquisa também propõe a criação de *souvenirs*, a exemplo de xícaras, blocos de anotações e bolsas, proporcionando aos turistas uma lembrança tangível do destino. Além de servir como gravações, esses itens podem ser distribuídos como brindes para entidades, órgãos e agências parceiras do destino, fortalecendo a rede de contatos e ampliando a visibilidade da marca (Figura 36).

Figura 36: Mosaico com aplicação em *souvenirs*



Fonte: Ewerton Silva, 2024.

A marca também pode ser utilizada em placas de sinalização, garantindo uma recepção visual atraente e informativa para os visitantes (Figura 37).

Figura 37: Aplicação da marca em placa de sinalização informativa



Fonte: Ewerton Silva, 2024.

Por fim, cada um dos atrativos que integra o roteiro receberá um *QR Code* com informações acerca do atrativo (Figura 38). Essa iniciativa também beneficiará os turistas que decidirem realizar o roteiro de forma autoguiada, ou seja, sem a presença de um guia de turismo, a fim de enriquecer a experiência com detalhes adicionais e facilitando a navegação pelos atrativos do destino.

Figura 38: – QR Code



Fonte: Ewerton Silva, 2024.

Com isso, pode-se afirmar que as aplicações não apenas reforçam a identidade da marca em diferentes formatos e contextos, mas também são direcionadas para uma comunicação eficaz e uma experiência coesa para os visitantes, promovendo o destino de maneira impactante e conveniente.

Por fim, observa-se que a segmentação do destino turístico é fundamental para promover de forma eficaz a identidade local, valorizando seus aspectos culturais e diferenciados. Todo o planejamento e execução do roteiro foram realizados a partir do Diagnóstico Rápido Participativo (DRP), permitindo identificar locais estratégicos para a atividade turística. No entanto, é crucial destacar a relevância de envolver o *trade* turístico de maneira ativa nesse processo, especialmente na aplicação de novos produtos tecnológicos. Esses profissionais, por estarem diretamente ligados à execução das atividades, são capazes de fornecer *feedbacks* valiosos que são relevantes para o aperfeiçoamento contínuo dos produtos e serviços oferecidos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O planejamento, como evidenciado nas discussões relacionadas ao turismo, representa uma abordagem complexa e interligada a uma ampla gama de elementos visando atingir o desenvolvimento sustentável e aumentar a competitividade dos destinos turísticos. A eficácia e a eficiência no planejamento desempenham um papel fundamental na otimização da competitividade de um destino turístico, através de fatores como infraestrutura, estratégias de *marketing* e a valorização de recursos naturais e culturais.

Nesse contexto, as concepções teóricas relacionadas à roteirização turística emergem como uma estratégia eficaz para impulsionar a atratividade de um destino turístico. O objetivo é coordenar ações de gestão pública que promovam o desenvolvimento sustentável, em conjunto com os interesses da comunidade, a viabilidade da oferta turística e as expectativas dos visitantes. Isso é essencial para direcionar o crescimento do turismo de forma consistente e orientada.

Por meio desta pesquisa, destaca-se a relevância de explorar o campo do planejamento e suas bases conceituais, principalmente no contexto da atividade turística. Ao focar no planejamento turístico, investiga-se a implantação eficaz de itinerários turísticos, para a diversificação da oferta turística do município de Divina Pastora a partir de uma visão no mercado e realçando as atrações distintas de cada localidade.

Dessa forma, ressalta-se a importância da colaboração entre a academia e o setor comercial, gerando uma sinergia essencial para a inovação e a diversificação das atrações turísticas nos destinos. Essa interação entre o conhecimento acadêmico e as demandas do mercado não apenas eleva a qualidade das experiências oferecidas aos turistas, como também fortalece a capacidade de adaptação e o desenvolvimento contínuo nas áreas turísticas.

Nesse contexto, a criação de um roteiro turístico estruturado com a participação da comunidade permitiu uma visão coletiva sobre o que os próprios residentes consideram relevante, detectando as potencialidades turísticas do município, onde foi possível realizar um diagnóstico do espaço turístico do município de Divina pastora. No entanto, durante as oficinas, foi observada a falta de uma conexão mais profunda entre os atrativos turísticos e a comunidade, evidenciando a importância de incluir os residentes no processo de planejamento, a fim de que o turismo contribua de forma efetiva para o desenvolvimento

local. Para que isso seja possível, o turismo precisa ser, primeiramente, reconhecido e apoiado pela própria população, fator essencial para garantir uma experiência turística de qualidade.

Além disso, ficou evidente a carência de iniciativas públicas voltadas ao turismo no município, apesar de sua riqueza cultural, do selo de indicação geográfica da Renda Irlandesa e da sua inclusão no mapa turístico. No entanto, torna-se relevante mencionar que há uma inércia considerável no que diz respeito à promoção do turismo local.

Apesar dos pontos positivos, há uma necessidade urgente de um plano de turismo e de uma equipe técnica capacitada para trabalhar junto à comunidade. Iniciativas como essas poderiam ser implementadas por meio de parcerias com instituições comprometidas com o desenvolvimento local, como o Instituto Federal de Sergipe, a Universidade Federal de Sergipe e o Sebrae. Embora a adesão da comunidade tenha sido limitada, sua participação, ainda que pontual, revela um grande potencial, já que os moradores demonstram interesse em ver o turismo se converter uma fator de desenvolvimento local. No entanto, a ausência de diálogo e de políticas públicas adequadas impede uma maior participação.

Por fim, a contribuição desta pesquisa, com seus resultados concretos e o diálogo direto com a comunidade, aponta para a possibilidade de Divina Pastora se tornar um destino turístico inovador e em destaque em Sergipe. A utilização dos produtos tecnológicos apresentados nesta pesquisa pode se tornar o ponto de partida para outras ações que visem à promoção do destino com mais opções de produtos turísticos. Isso abrirá novas perspectivas para a gestão pública e para a comunidade local, resultando na ampliação da oferta turística e em melhorias na infraestrutura existente. Vale ressaltar que os produtos tecnológicos desenvolvidos são apenas alguns entre muitos outros que podem ser criados com a expansão da infraestrutura local e o aprimoramento das vias de acesso ao município.

REFERÊNCIAS

- ABRAHÃO, F.; TOMAZZONI, E. **Turismo e desenvolvimento regional:** perspectivas teóricas e práticas. Porto Alegre: Editora XYZ, 2018.
- ADRIAN, F. P.; KAJ, S.; PENNIE, F. Managing the co-creation of value. **J. of the Acad. Mark.Sci.**, n. 36, p. 83-96, 2008.
- ALBUQUERQUE, S. **Princípios orientadores para divulgação de material promocional de destino turístico dentro do marco da comunicação para sustentabilidade,** 2009. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Centro de Excelência em Turismo, Universidade de Brasília, Brasília, 2009.
- ALMEIDA, B.. **Miragens do Oriente:** Os mouros míticos no imaginário narrativo-performático brasileiro. 2013. Tese (Doutorado em Literatura, Cultura e Contemporaneidade) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.
- ANAYA, E.; LEHTO, X.. Digital transformation in tourism and hospitality: A review of the literature. **Journal of Hospitality and Tourism Technology**, v. 11., n.1, 139-155, 2020.
- ANDRADE, M. **Danças Dramáticas do Brasil.** 2 ed. Belo Horizonte: Itatiaia, 2002.
- BAHL, M. **Viagens e Roteiros Turísticos.** Curitiba: Protetexto, 2004.
- BARBOSA, G. S. O desafio do desenvolvimento sustentável. **Revista Visões**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 4, p. 1-11. jan./jun. 2008. Disponível em: < <https://www.studocu.com/pt-br/document/universidade-presbiteriana-mackenzie/desenvolvimento-e-sustentabilidade/o-desafio-do-desenvolvimento/7509166>> Acesso em: 28/09/2023.
- BARRETO, L. A. **Um novo entendimento do folclore e outras abordagens culturais.** São Paulo: Global, 2004.
- BARRETO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo.** 9. ed. São Paulo: Papirus, 2000.
- BARROSO, P. F.; BONETE JUNIOR, W.; QUEIROZ, R. **Antropologia e cultura.** Porto Alegre: SAGAH, 2017.
- BENI, M. C.. **Análise estrutural do turismo.** São Paulo: Senac, 2003.
- BIANCHINI, I.M. E.. **Modelos de estratégias de gestão para utilização em indicação geográfica de rendas e bordados, 2019.** Tese (Doutorado em Propriedade Intelectual) – PPGPI, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2019.
- BORBA, F. S. **Dicionário Unesp do português contemporâneo.** São Paulo: Editora da Unesp, 2005.
- BRAGA, D. **Planejamento turístico:** teoria e prática. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.
- BRASIL. Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). **O Iphan. 2014.** Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/872>. Acesso em: 27 mar. 2024.

BRASIL. Lei n. 9.279, de 14 de maio de 1996. **Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.** Portal da Legislação, Brasília, 14 mai. 1996. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9279.htm.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Guia Básico da Educação Patrimonial.** Brasília: Iphan, 1999. Disponível em: https://docplayer.com.br/6599978-Guia-basico-da-educacao-patrimonial-maria-delourdes-parreiras-horta-evelina-grunberg-adriane-queiroz-monteiro-museu-7imperialdeprom-iphan-minc.html#show_full_text. Acesso em: 2 mar. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. Ministério do turismo. **Programa de Regionalização do Turismo** – Roteiros do Brasil, Diretrizes Políticas. Brasília: Ministério do Turismo, 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Roteiros do Brasil:** módulo operacional 7. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo:** Marcos Conceituais. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo e o Mercado.** Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRIEDENHANN, J; WICKENS, E. Tourism routes as a tool for the economic development of rural areas-vibrant hope or impossible dream? **Tourism Management**, v. 25, n. 71, p. 71-79, fev. 2004.

BUHALIS D.; COSTA, C. **Tourism Management Dynamics, Trends, Management and Tools,** Elsevier Butterworth Heinemann. Oxford, United Kingdom: International Edition, 2006.

BUHALIS, D.; LAW, R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet—The state of e Tourism research. **Tourism Management**, v. 29, n. 4, p. 609-623, 2008.

CAMPOS, A. C.; SANTOS, C. A. J.; MOREIRA, C. O. VGI, Geotecnologias Open Source e Gestão do Turismo em Coimbra, Portugal. **Revista GeoNordeste**, v.3, n. 1, p. 6-25, junho 2022.

CASTILHO, FR; MEDEIROS, MF; PEREIRA, M.C. **Artesanato:** uma atividade de valorização cultural e desenvolvimento econômico. São Paulo: Roca, 2017.

CASTILHO, M.A; LEMOS, L.R; SANTOS, D.C; SILVA, F.R; PEREIRA, A.F. Artesanato e saberes locais no contexto do desenvolvimento local. **Interações**, Campo Grande , v. 18, n. 3, p. 191-202, set. 2017 . Disponível em <http://dx.doi.org/10.20435/inter.v18i3.1518>. Acesso em 10 mar. 2024.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A **Metodologia científica.** 5. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002.

CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. **Metodologia científica.** 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

CHAMBOKO-MPOTARINGA, M.; SOTIRIADIS, M.; VAN ZYL, C. Social media marketing strategy effectiveness in the hospitality industry: Evidence from Africa. In: **IOP Conference Series: Earth and Environmental Science**, v. 877, n. 1, IOP Publishing, 2021.

CHIMENTI, S.; TAVARES, A. M. **Roteiro turístico:** é assim que se faz. São Paulo: SENAC, 2020.

CISNE, R.; GUGGELBERGER, D.; ESTEVES, D. Roteiro turístico e experiência: uma análise técnico operacional do guiamento e da interpretação patrimonial no programa "Olha! Recife". **Agora: Revista de Divulgação Científica, Santa Cruz do Sul**, v. 2, p. 35-46, jul./dez. 2017.

CRUZ, V. L. L.; MOTA, K. M.; PERINOTTO, A. R. C. Redes Sociais na Internet: Estratégia para Divulgação das Potencialidades Turísticas do Piauí - Brasil. **Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, v. 4, jan./jun., p. 77-88, 2012.

CUNHA, M. V. O comportamento do turista digital na era da conectividade: uma revisão integrativa. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 13, n. 1, p. 150-175, 2019.

DANTAS, B. G. **Renda de Divina Pastora**. Rio de Janeiro: Funarte, CNFCP, 2001.

DAYCHOUM, M. **40 ferramentas e técnicas de gerenciamento**. Rio de Janeiro: Brasport, 2007.

DE LA TORRE, O. **El turismo** - fenómeno social. México: Fondo de Cultura Económica, 1992.

DIAS, R. **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Atlas, 2005

DIAS, R. O Turismo Religioso como Segmento do Mercado Turístico. In: DIAS, R.; SILVEIRA, E. J. S. (org.). **Turismo Religioso:** ensaios e reflexões. Campinas, SP: Editora Alínea, 2003.

DUARTE, C. D. C. **Concílio do Vaticano II**: Os novos caminhos da Cristandade. Aracaju: J. Andrade, 1999.

FERNANDES, I. L. A. **O papel das tecnologias na Tourism Experience:** O caso da geração Z, 2022. Dissertação (Mestrado) - Iscte - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2022. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10071/26239>.

FERREIRA, A. B. H. **Novo dicionário eletrônico Aurélio versão 7.0.** 5. ed. Curitiba: Positivo, 2019.

FERREIRA, L Q. **Turismo e Patrimônio Cultural:** estudo do centro histórico de Itu – SP, 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) – Universidade Estadual de Londrina (UEL), Londrina – PR, 2014.

FIGUEIREDO, A.M.L. A Função Turística do patrimônio: questionamentos sobre a idéia de sustentabilidade do turismo cultural. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 4,

p.43-49, out. 2005. Quadrimestral. Disponível em: <https://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/article/view/103> Acesso em: 27 mar. 2024.

FIRMINO, J. P.; FERNANDES, T.; OLIVEIRA, T. Mobile Tourism Experiences: A Systematic Literature Review. In: **Proceedings of the 2019 Federated Conference on Computer Science and Information Systems**, p. 647-654, 2019.

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

FROCHOT, I.; BATAT, W. Exploring the relationships between tourists' emotional experiences, overall satisfaction, and memorable tourism experiences at heritage sites. **Tourism Management**, v. 36, p. 29-35, 2013.

FURTADO, R.; FURTADO, E.. **A intervenção Participativa dos Atores.** Brasília: Instituto Interamericano de Cooperação para a Agricultura (IICA), 2000. Disponível em: <https://repositorio.iica.int/handle/11324/12886> Acesso em: 17 mar 2024

GABRIEL, M. **Marketing na Era Digital.** São Paulo: Novatec Editora, 2010.

GETZ, D. Turismo de eventos: definição, evolução e pesquisa. **Gestão do Turismo**, v. 29, n.3, p. 403-428, 2008.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 6. ed. São Paulo.

GOLJA, T.; JEREB, E.; GOMIŠČEK, B. The role of technology in transforming industries: A systematic review. **International Journal of Information Management**, v. 61, p. 102333, 2021.

GONÇALVES, L.; RIBEIRO, R. M. Rota e roteiro: desafios para uma nova conceituação. In: IX Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, 2015, Foz do Iguaçu. **Anais [...].** Foz do Iguaçu: [s.n.], 2015. Disponível em: <https://festival.deanglieventos.com/wp-content/uploads/2015/12/5.-Rota-e-Roteiro-Desafios-para-uma-Nova-Conceitua%C3%A7%C3%A3o.pdf> Acesso em 18 maio de 2024.

GRETZEL, U.; Yoo, K. H. Use and impact of online travel reviews. In: **Information and Communication Technologies in Tourism 2008**, p. 35-46, 2008.

HALL, C. **Planejamento Turístico:** políticas, processos e relacionamentos. São Paulo: Contexto, 2001.

IBGE. **Cidades.** Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/se/divina-pastora/historico> , acessado em 10 de abril de 2023

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial. **Anuário Estatístico de Propriedade Industrial 2000-2016.** Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/sobre/estatisticas> Acesso em: 02 fev. 2018.

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial; *Indicação Geográfica (IG)*.2015. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menuservicos/indicacaogeografica/indicacao-geografica-no-brasil> Acesso em: 09/06/2023.

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Renda Irlandesa – Divina Pastora. **Instrução Técnica do Processo de Registro do Modo de Fazer da Renda Irlandesa tendo como referência o Ofício das Rendeiras de Divina Pastora/SE**, 2014. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=3227>. Acesso em 18 de maio de 2024.

IPHAN -Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/218> Acesso em: 10 de março de 2024.

JENSEN, O. B. The dream society: How the coming shift from information to imagination will transform your business. **Futures**, v. 34, n. 8, p. 827-829, 2002.

JHONSON, A. G.; NEUHOFER, B. Airbnb – an exploration of value co-creation experiences in Jamaica. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v.29, n. 9, p. 2361-2376, 2017.

KÖCHE, J. C. **Fundamentos de metodologia científica:** teoria da ciência e prática da pesquisa. 14. ed. Petrópolis/RJ: Vozes, 1997.

KOTLER, P. **Administração de marketing:** a edição do novo milênio. Trad. Bazán Tecnologia e Lingüística. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Principles of Marketing.** 8. ed. New Jersey: Prentice-Hall, 1999.

LADEIRA, W. J. Efeito da exposição online de informações de preços sobre a intenção de compra. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 18, n. 62, p. 489-507, 2016.

LAGE, B; Milone, P. **Economia do Turismo.** 2. ed. São Paulo. Papirus. 1996.

LE BOURLEGAT, Émilie. **Turismo, cultura e desenvolvimento sustentável.** São Paulo: Editora Ibrasa, 2019.

LEMOS, A. O turismo como produto cultural: da conceituação às práticas de produção. **Revista Turismo-Visão e Ação**, v. 7, n. 3, p. 310-322, 2005.

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

MACHADO, Antônio Geraldo. **Dicionário etimológico da língua portuguesa.** 2. ed. São Paulo: Editora Cultrix, 2018.

MAIA, S.V.; BAPTISTA, M.M. **O Turismo e as Rotas Culturais-** Proposta de Rotas Museológicas na Região de Aveiro. [s.l.], 2011. Disponível em: http://marimanuelbaptista.com/pdf/044_PropostaRotasMuseologicas.pdf Acesso em: 09 de maio de 2024.

MARTINS, A.; GUSTAVO, N. Planejamento estratégico de destinos turísticos: contributos para o desenvolvimento da atividade turística no concelho de Tomar. In: RAMOS, C.; SOUZA, A.; GONÇALVES, G.; CARDOSO, I.; CARDOSO, M. de L. C., MATOS (Org). **Turismo e Competitividade dos Destinos Turísticos**. Faro: Universidade do Algarve, 2018, p. 4 - 27.

MARTINS, J. S.; RICHTER, M. Análise de indicadores de sustentabilidade socioambiental dos empreendimentos turísticos no município de Angra dos Reis. **Boletim de Geografia**, v. 35, n. 3, p. 74-92, 2017.

MATHIS, E. F.; KIM, H. L.; UYSAL, M.; SIRGY, J. M.; NINA, K. P. The effect of co-creation experience on outcome variable. **Annals of Tourism Research**, n. 57, p. 62-75, 2016.

MEADOWS, D. **Indicators and information systems for sustainable development**. Hart-Land Four Corners: The Sustainability Institute, 1998.

MINISTÉRIO DO TURISMO (MTUR). **Mapa do Turismo**. Disponível em: <https://mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>. Acesso em: 18 de março de 2024.

MOLINA, S. **Turismo**: metodologia e planejamento. Bauru-SP:Edusc, 2005.

MONTEJANO, J. M. El turismo y el patrimonio histórico-artístico: una nueva fórmula para la gestión turística de los bienes culturales. **Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles**, n. 31, p. 85-103, 2001..

MORAIS, J. G.; BRITO, C. A. O impacto das redes sociais na divulgação do turismo: Um estudo de caso no distrito de Leiria. **Revista Turismo e Desenvolvimento**, n. 33, p. 1007-1018, 2020.

NEUHOFER, B. The Experience Encountered: The Role of ICT in Facilitating Co-Creation in Tourism. In: **Information and Communication Technologies in Tourism 2016**, p. 689-701, Springer, 2016.

NEUHOFER, B.; BUHALIS, D.; LADKIN, A. Technology as a catalyst of change: Enablers and barriers of the tourist experience and their consequences. In: **Information and Communication Technologies in Tourism 2013**, p. 789-802, Springer, 2013.

NEUHOFER, Bárbara; BUHALIS, Dimitrios; LADKIN, Adele. Conceptualizing technology enhanced destination experiences. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 3, n. 1, p. 2-9, 2014.

NOVO, E. M. L. M. **Sensoriamento remoto**: princípios e aplicações. 4. ed. São Paulo: Blucher, 2010.

OLIVEIRA, A. P. **Turismo e Desenvolvimento**: Planejamento e Organização. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, Izabel Cristina Ferreira. **Os passos de fé:** um olhar etnográfico sobre a peregrinação de a Divina Pastora. 2012. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2012.

OLIVEIRA, M. S.; LE BOURLEGAT, C. A. Estrada-Parque Pantanal e comunidades locais na potencialização do turismo e do desenvolvimento sustentável. **Revista Brasileira De Ecoturismo (RBECOTUR)**, v. 12, n. 5, p. 702-717, 2019. <https://doi.org/10.34024/rbecotur.2019.v12.6719>

PAYNE, A. F.; STORBACKA, K.; FROW, P. Managing the co-creation of value. **J. of the Acad. Mark. Sci.**, v. 36, n. 1, p. 83-96, 2008.

PETROCCHI, M. C. Beni. **Métodos de pesquisa em turismo**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

PETROCCHI, M. **Turismo:** planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1998.

PETROCCHI, M. **Turismo:** planejamento e gestão. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice, 2012.

PHAHALAD, C. K.; RASMASWAMY, K. **The future of competition:** co-creating unique value with customers. Havard Business School Press: 2004.

PIMENTEL, T. D.; EMMENDOERFER, M. L.; TOMAZZONI, E. L. **Gestão pública do turismo no Brasil:** teorias, metodologias e aplicações. Caxias do Sul, RS: Educs, 2014.

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. **The experience economy:** Work is theatre & every business a stage. Harvard Business Press, 1999.

PINTO, H. Online consumer reviews: what researchers know and what practitioners need to know. **Journal of Consumer Marketing**, v. 35, n. 3, p. 443-457, 2018.

RAMOS, D. M.; COSTA, D. M. Turismo: tendências de evolução. **Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP**. Macapá, v. 10, n. 1, p. 21-33, jan./Jun. 2017.

RITCHIE, J. R. B.; CROUCH, G. I. **The competitive destination:** A sustainable tourism perspective. CABI, 2003.

RICHTER, M.; CARIS, E. A. P.; SOUZA, E. M. F. R; COSTA, R. D.; CARVALHO, T. L. G. **Elaboração de Roteiros**. Rio de Janeiro: Fundação Cecierj, 2016.

RODRIGUES, A. A. B. **Turismo.** Modernidade. Globalização. 3. ed. São Paulo: HUCITEC, 2002.

RODRIGUES, L. A.; ABRÚCIO, F. F. **Políticas públicas e turismo:** desafios e oportunidades. São Paulo: Editora do Brasil, 2019.

RODRIGUES, Maria; ABRÚCIO, Fernando. **Políticas públicas de turismo:** uma análise crítica. São Paulo: Editora ABC, 2019.

ROSE, A.T. **Turismo:** planejamento e marketing. Barueri, SP: Manole, 2002.

RUSCHMANN, D. Planejamento Turístico. In: Ansarah, M. (Org.). **Turismo. Como aprender, como ensinar.** v. 2. São Paulo: Senac, 2001.

SAMPAIO, E.A.A.; SANTOS, C.A.J. Centros de Recepção ao Turista Como Vetores de Hospitalidade e Competitividade Turística. Uma Análise Perceptiva Aplicada aos Postos de Informação Turística de Aracaju. **Ateliê do Turismo**, Campo Grande – MS, v. 8, n. 1, p. 163-190, jan – dez 2024.

SANTANA, A. A Importância do Planejamento Turístico no Desenvolvimento do Turismo Cultural. In: **II Encontro SeminturJr. Mestrado em Turismo da UCS**, 2011.

SANTOS, B.D. Caminhos e andanças da Chegança de Divina Pastora - SE. In: **Colóquio Internacional Educação e Contemporaneidade**, Anais, V. XVI, n. 12, set. 2022.

SANTOS, C. A. J. **Fundamentos Geográficos do Turismo**. São Cristóvão: CESAD/UFS, 2010.

SANTOS, C. B. **Caminho da fé:** um estudo antropológico da peregrinação ao Santuário de Divina Pastora/SE. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2013.

SANTOS, C. A. J; CAMPOS, A. C.; BARBOSA, F. A. J. O instagram como ferramenta promocional em agências de receptivo em Aracaju/ Sergipe, Brasil. **Revista Turydes: Turismo y Desarrollo**, v. 13, n. 28, p. 1-20, 2020.

SANTOS, C.A.J. **El Turismo como Factor de Desarrollo:** El caso de Sergipe, 2017. Tese (Doutorado em Geografia, Planificación Territorial y Gestión Ambiental) – Departamento de Geografia Humana, Universitat de Barcelona, Barcelona, 2017.

SANTOS, J. F.; PEREIRA, L. M. **Turismo e desenvolvimento local:** práticas e experiências. São Paulo: Editora Appris, 2020.

SANTOS, L. L. G. **As políticas públicas de turismo na estruturação de roteiros turísticos em Sergipe:** o caso do roteiro cidades históricas, 2014. TCC (Bacharelado em Turismo) – Departamento de Turismo, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2014.

SANTOS, M. G. M. P. Conhecimento geográfico e peregrinações: contributo para uma abordagem teórica. In: ROSENDHAL, Z. (Org.). **Trilhas do sagrado**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2010.

SANTOS, M. T. **Fundamentos de turismo e hospitalidade.** Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.

SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Turismo de experiência.** Recife: SEBRAE, 2015.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico.** 23. ed. rev, e atual. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, G.T.; NOVO, C.B.M.C. **Roteiro turístico.** Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.

SILVEIRA, H. SWOT. In: TARAPANOFF, K. (org.) **Inteligência Organizacional e Competitiva.** Brasília: Editora UNB, 2001.

TARAPANOFF, K; GREGOLIN, J. A. R. Inteligência Organizacional e Competitiva. **Ci. Inf.**, Brasília, v. 31, n. 3, p. 108-109, set./dez. 2002. Disponível em: <<https://doi.org/10.1590/S0100-19652002000300012>> Acesso em 24 de setembro de 2024.

SOUZA, A.; CORREA, M. **Turismo:** conceitos, siglas e definições. 2. ed. Manaus: Valer, 2000.

SOUZA, M. L. Técnica de caminhada transversal: uma maneira de ler a cidade. In: CARLOS, A. F. A.; SOUZA, M. L.; SPOSITO, M. E. B. (Orgs.). **A Produção do Espaço Urbano:** agentes e processos, escalas e desafios . São Paulo: Contexto, 2009, páginas. 259 a 279.

TADIOTO, M. V.; CAMPOS, L. J. ‘Coisas-A-Saber’ no Turismo: Reflexões sobre o Conceito de Segmentação. **Rosa dos Ventos**, n. 4, v. 13, p. 1069 – 1080, 2021. DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i4p1087>

TAVARES, A.M.. **City Tour.** São Paulo: Aleph, 2002. (Coleção ABC do Turismo).

TELLES, A. **A revolução das mídias sociais.** São Paulo: Editora M. Books, 2010.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais:** a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

TRONCOSO, A.; ALMIRÓN, M. E. Caminhos para o patrimônio cultural: percursos turísticos como forma de interpretação e preservação. **Revista Hospitalidade**, v. 2, n. 2, p. 1-16, 2005.

TRUJILLO FERRARI, A. **Metodologia da pesquisa científica.** São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1982.

TUSSYADIAH, I. P. An exploratory study on drivers and deterrents of consumer-generated content creation in social media. **Journal of Hospitality Marketing & Management**, v. 21, n. 2, 188-216, 2012..

UNESCO. **Creative economy:** report 2010. Nova York: United Nation, 2010.

VALLS, J. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis.** São Paulo: FGV, 2006.

VARGAS, M.A.M. Festas patrimônio: os ciclos junino e natalino de Sergipe. Universidade Federal de Sergipe. **Ateliê Geográfico**, , v. 8, n. 2, p. 252-273, ago. 2014.

VARISCO, C.; CASTELLUCCI, D. I. ; GONZÁLEZ, M. G.; MUÑOZ, M. J.; PADILLA, N. A. ; CAMPOLIETE, L.; BENSENY, G. El Relevamiento Turístico: de CICATUR a la planificación participativa. **ABET**, Juiz De Fora, v. 4, n. 3, p. 45-54, set./dez. 2014.

VAS, G.M. Aplicación de los principios de la planificación estratégica. **Cuadernos Geográficos**, v. 56, n. 1, p. 265-289, 2017. Disponível em <<https://www.redalyc.org/pdf/171/17150675012.pdf>> acesso em 08 de abril de 2024.

VERDEJO, M.E. **Diagnóstico Rural Participativo**: guia prático DRP. Brasília: MDA/Secretaria da Agricultura Familiar, 2010.

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

VOGT, O.P. Patrimônio cultural: um conceito em construção. **Métis: história & cultura**, Caxias do Sul, v. 7, n. 13, p. 13 – 31, jan / jun. 2008.

WANG, D.; PARK, S.; FESENMAIER, D. R. The role of smartphones in mediating the touristic experience". **Journal of Travel Research**, v. 53, n. 4, p. 446-459, 2014.

WHITE, M. C.; WHITE, M. A. The role of technology in sustainable tourism. In: DOWLING, R.; WEEDEN, C. (Eds.). **The Routledge Handbook of Transport Economics**. 2017, p. 315-329.

WORLD TOURISM ORGANIZATION. **New Platform Tourism Services** (or the so-called SharingEconomy) – Understand, Rethink and Adapt. Madrid: UNWTO, 2017. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419081> Acesso em 09 de maio de 2024.

XIANG, Z. Destination image: Origins, developments and implications. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 6, p. 51-65, 2017.

ZANELLA, L. C. H. **Metodologia de estudo e de pesquisa em administração**. Florianópolis: Departamento de Ciências da Administração / UFSC, 2009.

ZENG, B.; GERRITSEN, R.; LEENDERS, M. A. Value co-creation in tourism experience through social networks. **Information Technology & Tourism**, v. 14, n. 2, p. 159-172, 2014.

APÊNDICES

APÊNDICE A



INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO
PROFISSIONAL EM TURISMO



Roteiro de entrevista aplicado na Secretaria Municipal de Turismo e Esporte de Divina Pastora

Este roteiro de entrevista faz parte de uma pesquisa de mestrado, visando a realização de uma dissertação sobre a construção participativa para elaboração de instrumento norteador que contribuirá para tomadas de decisões na implantação de um roteiro turístico no município de Divina Pastora, de autoria de Naime Menezes de Melo, mestrandona do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe (IFS), sob orientação da Profa. Dra. Cristiane Alcântara de Jesus Santos Campos.

- Entrevistado (a): _____
- Cargo em exercício: _____
- Data da entrevista: _____

1. Na visão da Secretaria Municipal de Turismo e Lazer, qual é a percepção sobre o potencial do município de Divina Pastora para se consolidar como um destino turístico?
2. Quais estratégias ou iniciativas a Prefeitura Municipal de Divina Pastora tem adotado para promover e estimular o turismo local? Poderia fornecer detalhes sobre essas ações?
3. Como a infraestrutura do município é atualmente avaliada em termos de capacidade para atender à demanda turística? Existem planos para melhorias nesse aspecto?
4. Há roteiros turísticos já estabelecidos em Divina Pastora? Em caso negativo, quais elementos você acredita serem necessários para o desenvolvimento bem-sucedido de um roteiro turístico na região?
5. Quais são as projeções e expectativas da Secretaria para o desenvolvimento futuro do município na área do turismo? Existem planos específicos ou metas estabelecidas para impulsionar o setor nos próximos anos?

Agradecemos sua colaboração nesta pesquisa que tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento turístico do município de Divina Pastora/SE.

APÊNDICE B



INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO
PROFISSIONAL EM TURISMO



Roteiro de entrevista aplicado com líderes/representantes das Associações de Divina Pastora

Este roteiro de entrevista faz parte de uma pesquisa de mestrado, visando a realização de uma dissertação sobre a construção participativa para elaboração de instrumento norteador que contribuirá para tomadas de decisões na implantação de um roteiro turístico no município de Divina Pastora, de autoria de Naime Menezes de Melo, mestrandona do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe (IFS), sob orientação da Profa. Dra. Cristiane Alcântara de Jesus Santos Campos.

- Entrevistado (a): _____
- Cargo em exercício: _____
- Data da entrevista: _____

1. Como a Associação percebe a contribuição do município de Divina Pastora para suas atividades? Quais são as vantagens identificadas nessa relação?
2. Quais são os principais desafios que a Associação enfrenta atualmente em seu caminho para o crescimento?
3. A Associação identifica uma demanda turística significativa para suas atividades? Como essa demanda tem evoluído ao longo do tempo?
4. A Prefeitura Municipal de Divina Pastora implementou alguma estratégia ou iniciativa para apoiar e promover o turismo associado? Em caso afirmativo, poderia compartilhar informações sobre essas ações?
5. Como a Associação avalia a infraestrutura disponível para receber turistas? Quais são os pontos fortes e áreas que precisam de melhorias?
6. Existem atualmente atividades específicas voltadas para o turismo? Se sim, quais são essas atividades e como elas contribuem para os objetivos da Associação?
7. A Associação oferece treinamentos específicos relacionados ao atendimento ao turista? Como são abordadas as práticas de hospitalidade e serviço ao cliente?

8. Qual é o principal objetivo da Associação no momento? Como ela pretende alcançar e medir o sucesso na realização desse objetivo?

Agradecemos sua colaboração nesta pesquisa que tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento turístico do município de Divina Pastora/SE.

APÊNDICE C



INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO
PROFISSIONAL EM TURISMO



Roteiro de entrevista aplicado para representante no Santuário de Divina Pastora.

Este roteiro de entrevista faz parte de uma pesquisa de mestrado, visando a realização de uma dissertação sobre a construção participativa para elaboração de instrumento norteador que contribuirá para tomadas de decisões na implantação de um roteiro turístico no município de Divina Pastora, de autoria de Naime Menezes de Melo, mestrandra do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe (IFS), sob orientação da Profa. Dra. Cristiane Alcântara de Jesus Santos Campos.

- Entrevistado (a): _____
- Cargo em exercício: _____
- Data da entrevista: _____

1. Como o senhor(a) enxerga o papel de um representante no Santuário de Divina Pastora no contexto de promover o turismo local?
2. Quais estratégias senhor(a) propõe para atrair visitantes e turistas para o Santuário, destacando os aspectos históricos, culturais e religiosos que o local oferece?
3. Qual é a sua visão sobre a preservação e promoção sustentável do patrimônio histórico e cultural representado pelo Santuário de Divina Pastora, e como pretende incorporar esses princípios em suas atividades?
4. Como lidaria com desafios comuns na promoção do turismo, como a gestão de eventos, a comunicação com visitantes e a resolução de possíveis conflitos, visando sempre proporcionar uma experiência positiva aos turistas?

Agradecemos sua colaboração nesta pesquisa que tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento turístico do município de Divina Pastora/SE.

APÊNDICE D



INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE **PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO** **DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO** **PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO** **PROFISSIONAL EM TURISMO**



Roteiro de entrevista aplicado nas agências e operadoras turísticas.

Este roteiro de entrevista faz parte de uma pesquisa de mestrado, visando a realização de uma dissertação sobre a construção participativa para elaboração de instrumento norteador que contribuirá para tomadas de decisões na implantação de um roteiro turístico no município de Divina Pastora, de autoria de Naime Menezes de Melo, mestrandra do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe (IFS), sob orientação da Profa. Dra. Cristiane Alcântara de Jesus Santos Campos.

- Entrevistado (a): _____
- Cargo em exercício: _____
- Data da entrevista: _____

1. Como senhor(a) avalia o potencial turístico do município de Divina Pastora para a criação de um novo roteiro? Quais são os atrativos que você considera mais promissores?
2. Na sua opinião, quais seriam os diferenciais desse novo roteiro em comparação com outros destinos já existentes na região?
3. Qual é a sua perspectiva sobre a demanda de clientes em potencial para um roteiro turístico em Divina Pastora? Existe um mercado crescente ou específico que você acredita que seria atraído por esse tipo de experiência?
4. Como a sua agência/operadora costuma avaliar a viabilidade comercial de novos destinos ou roteiros? Quais critérios são mais relevantes nesse processo?
5. O senhor(a) vê oportunidades de parcerias com empresas locais ou órgãos governamentais para enriquecer o roteiro turístico em Divina Pastora? Quais tipos de colaborações seriam mais interessantes?
6. Quais são as principais preocupações ou desafios que anteciparia ao comercializar um novo roteiro em um destino menos explorado como Divina Pastora?

7. Qual seria a infraestrutura necessária para garantir uma experiência turística de qualidade em Divina Pastora? A cidade está preparada para receber turistas de maneira eficiente?
8. Existe algum tipo de suporte ou incentivo que poderia tornar mais atrativo para a sua agência/operadora incluir Divina Pastora em seu portfólio de roteiros turísticos?

Agradecemos sua colaboração nesta pesquisa que tem como objetivo contribuir para o desenvolvimento turístico do município de Divina Pastora/SE.

APÊNDICE E



INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS GRADUAÇÃO DE MESTRADO
PROFISSIONAL EM TURISMO



Questionário de avaliação do FAMTOUR - Divina Pastora – SE

Este questionário faz parte da pesquisa de mestrado intitulada Planejamento de Roteiro Turístico no Município de Divina Pastora: Valorização do Patrimônio e Desenvolvimento Local que está sendo desenvolvida pela acadêmica Naime Menezes de Melo, mestrandra do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe (IFS), sob orientação da Profa. Dra. Cristiane Alcântara. A pesquisa tem como objetivo elaborar um roteiro turístico no município de Divina Pastora, visando diversificar e ampliar a oferta turística no estado de Sergipe.

Assim sendo, a sua avaliação do roteiro proposto é de extrema relevância, a fim de validação do produto resultante da pesquisa supracitada.

- 1) Qual área do receptivo atua?
 - Lazer ()
 - Pedagógico ()
 - Social ()
 - Negócios ()

- 2) O roteiro oferece diversidade em termos de produtos e serviços?
 - Concordo plenamente ()
 - Intermediário ()
 - Básica/Precária ()

- 3) Como avalia a infraestrutura dos locais do roteiro?
 - Concordo plenamente ()
 - Intermediário ()
 - Básica/Precária()
 - Péssima ()

- 4) Os empreendimentos e atrativos do roteiro tem potencial para manter o interesse do turista?
 - Concordo plenamente ()
 - Intermediário ()
 - Básica/Precária()
 - Péssima ()

- 5) O roteiro conserva meios de vida e de produção autênticos (por exemplo, técnicas tradicionais)?
- Concordo plenamente ()
 - Intermediário ()
 - Básica/Precária()
 - Péssima ()
- 6) Como avalia a estrutura do roteiro? (horário de saída, chegada, tempo de permanência)
- Concordo plenamente ()
 - Intermediário ()
 - Básica/Precária()
 - Péssima ()
- 7) Como você avalia os pontos selecionados para percurso do roteiro?
- Concordo plenamente ()
 - Intermediário ()
 - Básica/Precária()
 - Péssima ()
- 8) Pontos positivos do roteiro:
- 9) Pontos negativos do roteiro:
- 10) Você acredita que esse roteiro poderia ser comercializado?
- Sim () Não ()
- 11) Justifique a sua resposta.