



Demanda Turística em Santana do Maranhão: Uma Análise do Perfil dos Visitantes

Tourist Demand in Santana do Maranhão: An Analysis of Visitor Profiles

Paulo Reis*
Iara Amorim**
Junia Borges***

Resumo: Este artigo analisa a demanda turística em Santana do Maranhão, na região imediata Tutóia - Araiões, parte baixa da bacia do Rio Parnaíba na porção maranhense. O objetivo foi compreender o perfil dos visitantes, suas motivações e percepções sobre a experiência turística no local. A pesquisa se justifica pela necessidade de subsidiar o planejamento turístico municipal, considerando seus recursos naturais, manifestações culturais e desafios estruturais. Como metodologia, foi aplicado questionário aos visitantes dos balneários locais, cujos dados foram analisados por meio de estatística descritiva. Os resultados indicam que a demanda turística em Santana do Maranhão é majoritariamente regional, e com valorização da hospitalidade local, tranquilidade, mas com fragilidades em infraestrutura, serviços e divulgação. A pesquisa contribui para o campo do turismo ao fornecer dados sobre Santana do Maranhão. Sugere-se que Santana do Maranhão invista em ações colaborativas e sustentáveis para transformar seu potencial em oportunidade real de desenvolvimento do turismo.

Palavras-chave: Demanda turística; Planejamento turístico; Identidade territorial; Desenvolvimento sustentável.

Abstract: This article analyzes tourism demand in Santana do Maranhão, in the immediate Tutóia-Araiões region, the lower part of the Parnaíba River basin in the Maranhão state. The objective was to understand the profile of visitors, their motivations, and perceptions of the tourist experience. The research is justified by the need to support municipal tourism planning, considering its natural resources, cultural manifestations, and structural challenges. The methodology involved administering a questionnaire to visitors to local resorts, and the data were analyzed using descriptive statistics. The results indicate that tourism demand in Santana do Maranhão is predominantly regional, valuing local hospitality and tranquility, but with weaknesses in infrastructure, services, and marketing. The research contributes to the tourism field by providing data on Santana do Maranhão. We suggest that Santana do Maranhão invest in collaborative and sustainable initiatives to transform its potential into a real opportunity for tourism development.

Keywords: Tourist demand; Tourist planning; Territorial identity; Sustainable development.

1 Introdução

Nas últimas décadas, o turismo tem sido reconhecido como vetor estratégico para o desenvolvimento de territórios periféricos e interiorizados, possibilitando a valorização das culturas locais, a geração de renda e o fortalecimento do sentimento de pertencimento. No Maranhão, especialmente em cidades pequenas como Santana do Maranhão, esse potencial é reforçado pela presença de recursos naturais e culturais ainda pouco explorados e integrados ao

* Universidade Federal do Maranhão. Email: pvlv.reis@discente.ufma.br.

** Universidade Federal do Maranhão. Email: amorim.iara@discente.ufma.br.

*** Universidade Federal do Maranhão. Email: junia.borges@ufma.br.



planejamento turístico do estado, a cidade de Santana do Maranhão, localizada na região imediata Tutóia - Araisos, e na porção baixa do Rio Parnaíba, desponta como um destino em construção, com atrativos naturais ao longo do Rio Magu, e seus balneários, além de manifestações culturais que expressam a identidade local. Contudo, ainda enfrenta desafios como infraestrutura precária, ausência de hospedagens formais e limitações no acesso a serviços básicos para o visitante. Esses obstáculos limitam o pleno aproveitamento do potencial turístico e, consequentemente, o desenvolvimento socioeconômico da região.

Segundo o Plano Maranhão 2050, “a valorização da identidade cultural e o estímulo à economia criativa local são caminhos centrais para a transformação do estado em um território mais próspero e sustentável” (MARANHÃO, 2023, p. 10). Este planejamento destaca o turismo como estratégia para reduzir desigualdades regionais, promover inclusão produtiva e preservar o patrimônio material e imaterial do território. De modo complementar, o Plano de Ação para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) reforça a importância de ações multissetoriais e territoriais capazes de “dialogar com a estratégia nacional e promover o engajamento local na superação da pobreza e das desigualdades” (BRASIL, 2017, p. 8). Assim, o turismo em pequenas cidades pode ser entendido como mecanismo de articulação entre metas globais e realidades locais.

Além disso, compreender a identidade dos lugares e sua dimensão simbólica é essencial para um turismo mais sensível às especificidades culturais. Como destaca Didi-Huberman, citado por Borges (2010), o lugar não é apenas um espaço físico, mas “um campo de sensações, de memórias e de afetos”, onde o turista e o habitante se encontram. A esse respeito, a obra *Alma do Lugar* ressaltava que “a memória e a permanência cultural são partes estruturantes da paisagem turística, e não apenas elementos estéticos a serem consumidos” (YÁZIGI, 2001).

Diante desse cenário, esta pesquisa busca responder à seguinte questão: quais são as características e percepções da demanda turística em Santana do Maranhão, e como essas informações podem subsidiar o planejamento do turismo local? O objetivo geral é analisar o perfil e as motivações dos visitantes do município, bem como suas sugestões para a melhoria da atividade no município. Entre os objetivos específicos, destacam-se: caracterizar o perfil sociodemográfico dos turistas, identificar os principais atrativos visitados, avaliar a percepção das condições de acesso, infraestrutura e acolhimento e reunir as propostas apresentadas pelos turistas para o desenvolvimento turístico local.



2 Metodologia

Esta pesquisa caracteriza-se como qualitativa e quantitativa, de natureza descritiva, com abordagem exploratória, tendo como foco a análise da demanda turística dos balneários localizados no município de Santana do Maranhão. A escolha por esse delineamento justifica-se pela necessidade de compreender o perfil dos visitantes, suas preferências, frequência de visitação e os fatores que influenciam a escolha pelo destino. Segundo Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa descritiva permite observar, registrar, analisar e correlacionar fatos ou fenômenos sem manipulá-los, sendo apropriada para o levantamento de informações sobre características de determinado grupo ou ambiente.

O público-alvo da pesquisa foi composto por turistas dos principais balneários do município. A amostragem adotada foi não probabilística, do tipo intencional, considerando a acessibilidade e disponibilidade dos participantes nos locais de aplicação (Prodanov e Freitas, 2013).

A coleta de dados foi realizada por meio da aplicação de questionário estruturado, contendo perguntas abertas e fechadas. As questões abordaram aspectos como: procedência do visitante, frequência de visitas, gastos médios, grau de satisfação com a infraestrutura, meios de transporte utilizados, principais atrativos e sugestões de melhoria. Os questionários foram aplicados presencialmente nos balneários, no dia 28 de junho de 2025, no período de maior fluxo de visitantes daquele dia. Destaca-se que não havia nenhuma atividade extraordinária naquele dia na cidade, ou seja, o fluxo de visitantes presente é um fluxo espontâneo e corriqueiro. Portanto, considera-se que a amostra de 9 entrevistas seja satisfatória e que atinge um bom percentual de amostra do fluxo de visitantes de um dia nos balneários de Santana do Maranhão, embora não seja possível afirmar a porcentagem de entrevistas aplicadas, por não haver estimativa do universo total. Foram visitados 5 balneários de um universo de 15 balneários públicos conhecidos em Santana do Maranhão.

Os dados obtidos foram organizados e analisados com o apoio do software Microsoft Excel, utilizando-se técnicas de estatística descritiva. De acordo com Souza Sampaio, Assumpção e Fonseca (2018), a estatística descritiva tem como objetivo a coleta, organização, apresentação e interpretação de dados, permitindo a visualização clara dos fenômenos analisados.



3 Referencial teórico

O turismo em pequenos municípios têm ganhado destaque como alternativa de desenvolvimento local sustentável, especialmente em contextos marcados por desigualdades socioeconômicas e baixa diversificação produtiva (TRIGO; PEREIRA, 2016). De acordo com Cruz (2003), o turismo, quando bem planejado, pode contribuir para o fortalecimento da economia local, da geração de empregos e da valorização da cultura e do meio ambiente. No entanto, como aponta Diniz (2011), a ausência de infraestrutura adequada, de políticas públicas efetivas e de capacitação profissional pode transformar o turismo em um vetor de exclusão, ao invés de inclusão. Santana do Maranhão, assim como outras cidades do interior do Brasil, enfrenta esses desafios estruturais, o que exige um olhar atento à realidade local para o planejamento turístico. Autores como Gastal (2002) e Moesch (2000) argumentam que o turismo em pequenas cidades deve ser construído a partir de uma abordagem territorial, que considere as singularidades culturais e ambientais do lugar, e não apenas a lógica de mercado. Essa perspectiva é fundamental para evitar processos de homogeneização e descaracterização cultural.

A relação entre turismo, cultura e identidade é um eixo central para a compreensão das dinâmicas locais em territórios como Santana do Maranhão. Segundo Borges (2010), o turismo envolve trocas simbólicas e processos de construção de narrativas que reinterpretem o território. A autora destaca que "o lugar turístico é mais do que um espaço geográfico: é um território simbólico marcado por afetos, memórias e disputas" (BORGES, 2010, p. 77). Nesse sentido, Araújo (2015) ressalta que a memória social e os elementos culturais da população local devem ser entendidos como ativos estratégicos, e não apenas como objetos de consumo. Essa visão está em consonância com o conceito de "alma do lugar", em que o turismo valoriza os sentidos atribuídos ao espaço pelas comunidades (Yázigi, 2001). A valorização do patrimônio imaterial e das práticas culturais contribui para o fortalecimento do sentimento de pertencimento e para a autovalorização da população local (TOMAZETTI; BATISTA, 2013). Isso reforça a necessidade de ações participativas e educativas no planejamento turístico.

O Plano Maranhão 2050 (2023) destaca o turismo como um eixo estratégico para o desenvolvimento sustentável do estado, especialmente por meio da valorização cultural e da



economia criativa. O documento propõe ações integradas entre diferentes setores e escalas de governo, reforçando a importância de políticas territoriais inclusivas. Nesse contexto, o turismo em Santana do Maranhão pode ser articulado com diretrizes estaduais e com a Agenda 2030 da ONU. De acordo com Beni (2006), o planejamento turístico deve integrar dimensões econômicas, sociais, culturais e ambientais, superando a visão meramente promocional do setor. Já Coriolano e Fernandes (2014) defendem um modelo participativo, onde as comunidades locais não apenas recebam os fluxos turísticos, mas sejam protagonistas do processo. O turismo de base comunitária, por sua vez, tem sido uma proposta eficaz para articular inclusão, renda e valorização cultural, conforme apontam Scheller e Almeida (2021). Essas abordagens dialogam com os dados do presente estudo, que indicam a importância da hospitalidade local e das manifestações culturais como fatores de atração para os visitantes de Santana.

Assim, o conhecimento sobre o perfil da demanda turística é essencial para orientar estratégias de marketing, infraestrutura e qualificação da oferta (COOPER et al., 2001). Como indicam Kotler, Bowen e Makens (2010), compreender as motivações, expectativas e níveis de satisfação dos turistas permite alinhar os produtos e serviços ofertados à realidade do destino. Além disso, a economia da experiência, proposta por Pine e Gilmore (1999), sugere que o turismo contemporâneo está cada vez mais centrado em vivências autênticas e emocionais. Isso reforça a importância de desenvolver produtos turísticos enraizados no território e nas práticas culturais locais, o que pode ser uma vantagem para cidades como Santana do Maranhão, desde que bem estruturado.

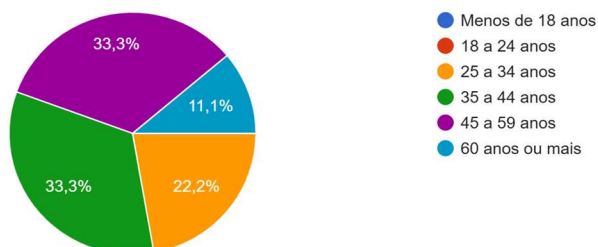
4 Resultados e discussões

A amostra da pesquisa revelou uma diversidade de perfis entre os visitantes. A maioria declarou-se do gênero feminino (77,8%) e com faixa etária predominante entre 35 a 59 anos, o que indica um público maduro, com poder de decisão e potencial de consumo, conforme também apontado por Cooper et al. (2001).

Gráfico 1 - Faixa etária dos entrevistados.

Qual a sua faixa etária?

9 respostas



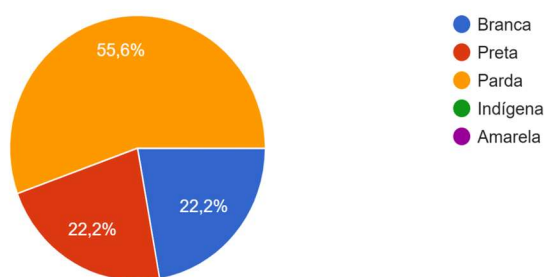
Fonte: Dados da Pesquisa, 2025.

Em relação à etnia, os dados demonstram a predominância de pessoas pardas, refletindo a composição racial da região Nordeste, conforme também previsto pelo IBGE. É importante destacar que esta população deve receber políticas públicas afirmativas de acordo com os princípios da Agenda 2030 (BRASIL, 2017).

Gráfico 2 - Etnia que os entrevistados se identificam.

A qual etnia você se identifica?

9 respostas



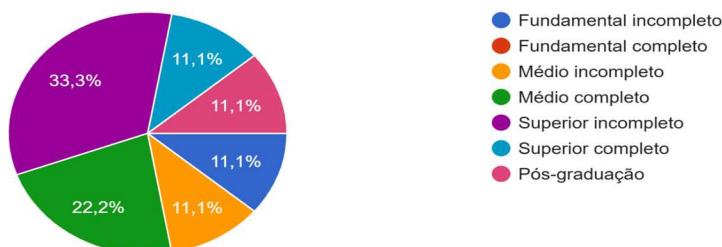
Fonte: Dados da Pesquisa, 2025.

O nível de escolaridade dos respondentes aponta para uma maioria com ensino médio completo ou superior incompleto, o que pode influenciar diretamente na forma de consumo turístico e no interesse por atividades culturais mais aprofundadas (KOTLER; BOWEN; MAKENS, 2010).

Gráfico 3 - Grau de escolaridade dos entrevistados.

Qual seu grau de escolaridade?

9 respostas



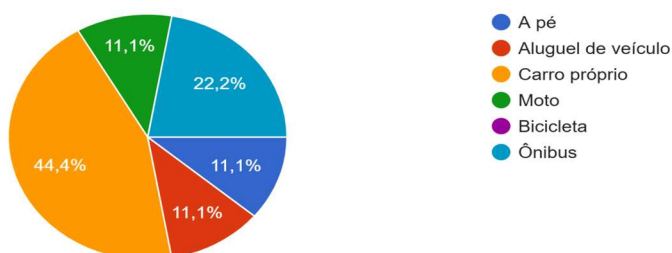
Fonte: Dados da Pesquisa, 2025.

A maior parte dos visitantes vem de cidades vizinhas, como Teresina (PI), Caxias (MA) e Timon (MA), que utilizaram principalmente ônibus e transporte alternativo. Na região é comum a contratação de transporte com motorista a um preço fechado no local de origem, e são chamados de “carrinhos”. Isso revela um turismo de proximidade, típico de cidades interioranas (TRIGO; PEREIRA, 2016), e sugere a necessidade de melhorar a conectividade e a mobilidade local, ponto enfatizado também por Oliveira e Andrade (2020). Ao circularem por Santana do Maranhão, os turistas se deslocam com frequência com ônibus da excursão que vieram, motocicletas ou a pé, demonstrando a dependência de meios informais de transporte, pois não há alternativa oficial do município para deslocamentos. A percepção sobre as condições das estradas apresentou notas variadas, mas a média foi positiva, com notas entre 7 e 10, embora alguns casos tenham relatado dificuldades de acesso.

Gráfico 4 - Meio de circulação dos entrevistados

Como está circulando por Santana?

9 respostas

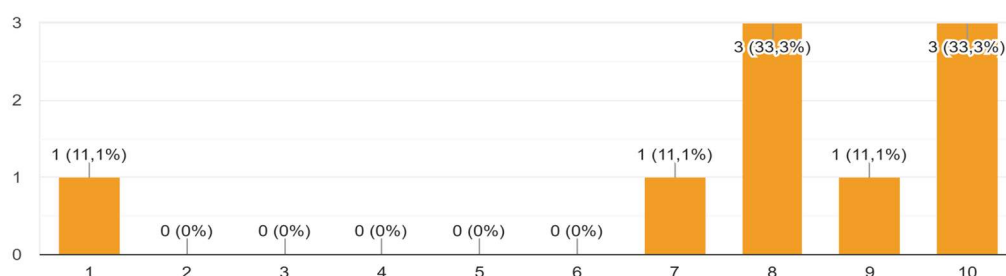


Fonte: Dados da Pesquisa, 2025.

A avaliação da disponibilidade de produtos e serviços de apoio ao turismo apresentou visitantes satisfeitos (notas 7 a 10) e apenas um insatisfeito (nota 1). Essa oscilação reflete uma infraestrutura turística incipiente e desigual, característica comum em pequenos municípios em processo de estruturação turística (DINIZ, 2011; GASTAL, 2002), o que é encontrado no local.

Gráfico 5 - Avaliação sobre produtos e serviços de apoio ao turismo.

Você encontra produtos e serviços necessários para sua visita em Santana
9 respostas

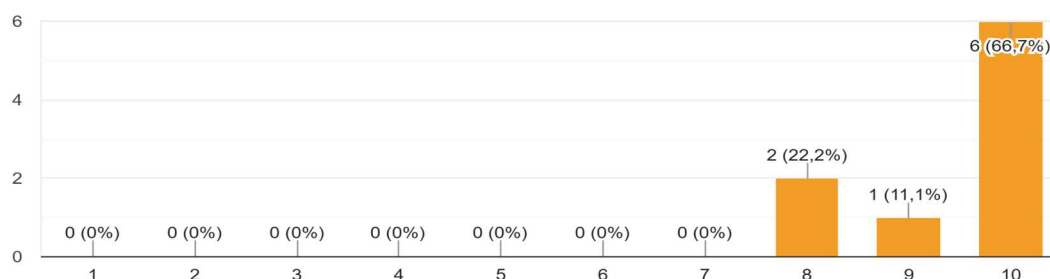


Fonte: Dados da Pesquisa, 2025.

A maioria dos turistas atribuíram nota máxima (10) à receptividade dos moradores, reforçando a ideia de que a hospitalidade é um dos diferenciais valorizados em destinos interioranos, conforme destaca a literatura sobre turismo de base comunitária (SCHELLER; ALMEIDA, 2021). Esse resultado confirma a hipótese de que, mesmo com fragilidades estruturais, a experiência turística em Santana do Maranhão é sustentada por vínculos afetivos e relações humanas, o que está diretamente relacionado ao conceito de “alma do lugar” (YÁZIGI, 2001).

Gráfico 6 - Receptividade dos moradores segundo entrevistados

Na sua opinião, os moradores da cidade são receptivos aos visitantes?
9 respostas



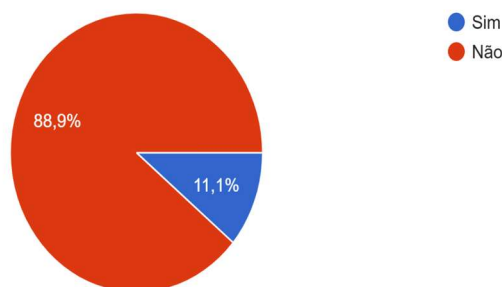
Fonte: Dados da Pesquisa, 2025.

Mais da metade dos entrevistados nunca participou de eventos culturais na cidade, o que indica uma desconexão entre oferta e promoção cultural. Reforçando a ideia de que os balneários atraem visitação sem a necessidade de ligação com atrativos como festas religiosas e/ou manifestações culturais. Ou seja, os balneários atraem turistas para Santana do Maranhão como pôde ser observado em um final de semana corriqueiro. Entre os turistas que afirmaram terem participado em outro momento de atividades culturais, destacaram-se os eventos religiosos e comemorativos tradicionais, como festas juninas e celebrações católicas. E, quando questionados sobre quais elementos culturais deveriam ser mais valorizados, surgiram respostas ligadas ao artesanato com buriti, produção de farinha, cachaça local e festividades religiosas. Tais manifestações e expressões da cultura são fundamentais para a construção da identidade territorial e o sentimento de pertencimento (BORGES, 2010; TOMAZETTI; BATISTA, 2013).

Gráfico 7 - Participação dos entrevistados em atividades e/ou eventos culturais.

Você já participou de alguma festividade ou evento cultural na cidade?

9 respostas



Fonte: Dados da Pesquisa, 2025.

O principal canal de informação citado para conhecer o destino foram as redes sociais e recomendações de amigos/familiares. Isso indica o poder do marketing boca a boca e digital, sobretudo em contextos com baixa estrutura formal de promoção turística. Esses dados estão alinhados com a proposta de Kotler et al. (2010), que defendem ações promocionais alinhadas ao perfil e comportamento da demanda. Quando solicitados a descrever a experiência surgiram termos como: "satisfatória", "tranquilidade", "clima agradável" e "boa receptividade". Porém, as sugestões dos turistas apontaram para necessidade urgente de investimento em infraestrutura turística, como restaurantes, hospedagens e sinalização, além de mais divulgação e acessibilidade. Essas falas reforçam o entendimento de que o turismo em Santana do Maranhão



está em estágio inicial, necessitando de ações integradas de planejamento, participação popular e investimento público, conforme propõem Moesch (2000), Coriolano e Fernandes (2014) e o Plano Maranhão 2050 (2023).

Assim, reforça-se que os dados coletados neste estudo evidenciam que a hospitalidade e a natureza são aspectos valorizados pelos turistas, mas que a falta de estrutura e de opções de hospedagem ainda são entraves ao crescimento da atividade. Esses achados reforçam os estudos de Oliveira e Andrade (2020), que identificam a infraestrutura como fator-chave para a permanência do visitante e a repetição da visita.

5 Conclusão

O presente artigo teve como objetivo compreender a demanda turística em Santana do Maranhão a partir da análise do perfil dos turistas. Suas percepções sobre a infraestrutura local, formas de acesso, participação cultural e sugestões para a melhoria do destino foram exploradas. A investigação também buscou contribuir com subsídios para o planejamento turístico municipal.

Os resultados demonstraram que os visitantes de Santana do Maranhão são oriundos de cidades próximas e se deslocam por meios informais de transporte. A hospitalidade dos moradores foi o aspecto mais valorizado, seguida da tranquilidade e do contato com a natureza. Por outro lado, os principais desafios apontados foram a ausência de serviços de hospedagem, restaurantes e opções de lazer, além da baixa visibilidade do destino, a pesquisa confirma o que já apontam autores como Borges (2010), Araújo (2015) e Scheller e Almeida (2021): em contextos interioranos, o turismo só se consolida quando está enraizado nas relações comunitárias, nos saberes locais e na valorização da cultura viva. Santana do Maranhão apresenta essas condições, mas ainda não possui uma política integrada de turismo nem estratégias consistentes de promoção, infraestrutura e capacitação.

A contribuição do estudo se evidencia tanto no plano teórico quanto no prático. Teoricamente, reforça a importância de abordagens que considerem a identidade cultural, a experiência do visitante e a participação comunitária como eixos fundamentais para o turismo sustentável. No plano prático, oferece dados sistematizados que podem orientar o poder público



e os atores locais na construção de um plano municipal de turismo, participativo e inclusivo, coerente com as demandas identificadas.

Conclui-se, portanto, que Santana do Maranhão possui potencial turístico, fundamentado em sua hospitalidade e recursos naturais, destacando-se os balneários do Rio Magú. No entanto, é fundamental construir coletivamente um projeto de turismo local que respeite o ritmo da comunidade, promova a inclusão produtiva e esteja alinhado a um planejamento público que valorize a identidade e o pertencimento. Como lembra Araújo (2015), “não basta transformar o lugar em destino; é preciso garantir que o lugar permaneça como território de significados para quem o habita”.

Referências

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 13. ed. São Paulo: SENAC, 2006.

BORGES, Maria Cecília Londres. **Territórios simbólicos: cultura e identidade nos espaços turísticos**. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2010.

BRASIL. **Plano de Ação da Comissão Nacional para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável: 2017-2019**. Brasília: Governo Federal, 2017.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; FYALL, Alan; GILBERT, David; WANHILL, Stephen. **Turismo: princípios e prática**. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CORIOLOANO, Luzia Neide M. T.; FERNANDES, Cláudia da Silva. **Planejamento e desenvolvimento do turismo: práticas sustentáveis no espaço rural**. Fortaleza: EdUECE, 2014.

CRUZ, Roselane N. da. **Turismo em pequenas cidades: possibilidades e limites**. Revista Turismo em Análise, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 31-45, 2003.

DINIZ, Carla M. **Desenvolvimento local e turismo sustentável em pequenos municípios**. Caderno Virtual de Turismo, Rio de Janeiro, v. 11, n. 1, p. 42-59, 2011.

DE SOUZA SAMPAIO, Nilo Antônio; DE ASSUMPÇÃO, Alzira Ramalho Pinheiro; DA FONSECA, Bernardo Bastos. **Estatística descritiva**. Belo Horizonte: Poisson, 2018.



GASTAL, Susana. **Turismo e identidade cultural**. In: CASTROGIOVANNI, Antônio Carlos (org.). Turismo e identidade cultural: construção e apropriação do lugar. São Paulo: Contexto, 2002. p. 25-39.

KOTLER, Philip; BOWEN, John T.; MAKENS, James C. **Marketing para turismo**. 4. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2010.

MARANHÃO (Estado). **Plano Estratégico de Longo Prazo Maranhão 2050**. São Luís: Governo do Estado, 2023. Disponível em: <https://www.maranhao2050.ma.gov.br>. Acesso em: 18 jul. 2025.

MOESCH, Márcio A. **Política nacional de turismo**: da retórica à prática. São Paulo: Aleph, 2000.

OLIVEIRA, Patrícia Ferreira de; ANDRADE, Luan Carlos. **Infraestrutura e percepção turística em municípios maranhenses**. Revista Rosa dos Ventos, v. 12, n. 2, p. 237-259, 2020.

PINE, B. Joseph; GILMORE, James H. **A economia da experiência**: trabalho é teatro e cada negócio é um palco. São Paulo: M. Books, 1999.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RELLO, Maria Helena; ANDRADE, João Carlos. **Paisagem, cultura e turismo**: reflexões para o planejamento regional. Revista Brasileira de Ecoturismo, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 111-127, 2019.

SHELLER, Marília; ALMEIDA, Tânia. **Turismo de base comunitária e transformação social**. Revista Turismo e Sociedade, Curitiba, v. 14, n. 2, p. 28-47, 2021.

TOMAZETTI, Elisabete; BATISTA, Eliane R. **Turismo cultural e identidade local**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo, v. 7, n. 1, p. 23-42, 2013.

TRIGO, Luiz Gonzaga; PEREIRA, Thiago Furtado. **Turismo em cidades pequenas e médias**: desafios e oportunidades. Revista Turismo: Visão e Ação, Santa Catarina, v. 18, n. 3, p. 455-472, 2016.

YÁZIGI, Eduardo Abdo. **A alma do lugar**: turismo, planejamento e cotidiano em litorais e montanhas. 2001.