INTERIORIZAÇÃO DO TURISMO NA PARAÍBA: AS CONTRIBUIÇÕES DOS ROTEIROS TURÍSTICOS PARA A PROMOÇÃO DOS MUNICÍPIOS DO INTERIOR DA PARAÍBA.

Área de temática: Planejamento e Organização do Turismo

Jousy do Nascimento Silva[1]
Natalia Sousa Aldrigue[2]

1. INTRODUÇÃO

O turismo regional tem ganhado destaque como estratégia de valorização cultural, desenvolvimento econômico e descentralização para além das grandes cidades e dos destinos turísticos clássicos. No Brasil, observa-se uma tendência crescente de interiorização do turismo, com a busca por destinos que ofereçam experiências autênticas e diferenciadas, longe dos grandes centros urbanos. No estado da Paraíba, o interior se destaca como uma opção promissora para o crescimento do turismo local, proporcionando experiências autênticas e variadas que abrangem desde o turismo rural e ecológico até o cultural e religioso (Souza Júnior; Pereira, 2020).

Neste sentido, esta pesquisa teve como objetivo geral analisar a atuação das agências de turismo de João Pessoa na construção, promoção e comercialização de roteiros para o interior da Paraíba, incluindo o mapeamento dos principais itinerários, os critérios de seleção, as estratégias de divulgação e os desafios na integração entre litoral e interior. A relevância do estudo reside em compreender como essas práticas contribuem para o fortalecimento do turismo interiorano e para o desenvolvimento regional.

A interiorização do turismo tem se consolidado como estratégia de diversificação da oferta e dinamização econômica (Brasil, 2025). Na Paraíba, municípios como Areia, Bananeiras e Cabaceiras destacam-se por seus atrativos culturais, históricos e naturais (SEBRAE-PB, 2022).

Nesse contexto, as agências de João Pessoa assumem papel estratégico ao selecionar destinos, estruturar produtos e definir ações de promoção que influenciam a visibilidade e a competitividade dos municípios interioranos (Costa; Carvalho, 2012; Meireles, 2022).

2. METODOLOGIA

A pesquisa, de caráter descritivo e exploratório, utilizou abordagem qualitativa para analisar três agências de turismo de João Pessoa: Criativa Turismo, Jampatur e D'Luna Operadora. A coleta ocorreu por meio de questionário semiestruturado aplicado via WhatsApp aos representantes. Os procedimentos metodológicos

[1] Graduanda do curso de Bacharelado em Turismo. jousy@cras.ufpb.br. Universidade Federal da Paraíba.
[2] Doutora em Comunicação com foco em práticas turísticas pela UNISINOS. nataldrigue@gmail.com. Universidade Federal da Paraíba.

incluíram revisão bibliográfica, estudo de casos múltiplos e mineração de dados *on-line* em sites e perfis do Instagram. A análise seguiu a técnica de análise de conteúdo, permitindo categorização e interpretação sistemática das informações.

3. RESULTADOS

A análise dos dados permitiu compreender a atuação das agências Criativa Turismo, Jampatur e D'Luna Operadora na promoção de roteiros turísticos para o interior da Paraíba. As empresas apresentam perfis distintos, o que influencia seus modelos operacionais. A Criativa Turismo trabalha com roteiros autorais elaborados a partir de visitas técnicas, enquanto a Jampatur comercializa pacotes fechados e personalizados produzidos por guias parceiros. A D'Luna atua exclusivamente com agentes de viagens, oferecendo excursões rodoviárias, mas não inclui roteiros interioranos em seu portfólio.

A identificação dos destinos mais promovidos mostrou que apenas Criativa Turismo e Jampatur comercializam roteiros para o interior, com destaque para Campina Grande, Ingá, Areia, Bananeiras, Araruna e Cabaceiras. Esses destinos coincidem com regiões reconhecidas pelo Mapa do Turismo Brasileiro, reforçando a tendência de interiorização discutida por políticas públicas de regionalização (Brasil, 2025; PBTUR, 2023). A priorização de locais com atrativos estruturados confirma a orientação do Ministério do Turismo (2007) de que a roteirização deve considerar oferta efetiva e demanda potencial. Observa-se no quadro 1 como os roteiros são estruturados pelas agências de turismo de João Pessoa:

Quadro 1 - Categorização da estrutura dos roteiros

Atrativo Turístico	Localização	Agência de Turismo que comercializa o destino
Lajedo de Pai Mateus	Cabaceiras	Criativa Turismo; Jampatur
Pedra da Boca	Araruna	Criativa Turismo; Jampatur
Lajedo do Pai Marinho	Boqueirão	Criativa Turismo
Caminhos do Frio	Brejo	Criativa Turismo; Jampatur
Maior São João do Mundo	Campina Grande	Jampatur
Vale dos Dinossauros	Sousa	-

Fonte: Elaboração própria, 2026.

As estratégias de divulgação baseiam-se no marketing digital, especialmente no uso de Instagram e WhatsApp, alinhando-se ao que Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017) descrevem como integração entre comunicação visual, experiência e engajamento. Eventos sazonais, como Caminhos do Frio e São João, ampliam a visibilidade dos roteiros.

Entre os desafios, destacam-se a concorrência de agências informais e a baixa valorização dos roteiros culturais, aspectos que dialogam com Casquinha e Moura (2023) ao apontarem limitações estruturais e de promoção nos destinos interioranos.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa demonstrou que as agências de turismo de João Pessoa exercem papel estratégico na interiorização do turismo paraibano, contribuindo para a

visibilidade, promoção e comercialização dos destinos do interior. Suas ações de roteirização e marketing digital fortalecem a integração entre litoral e interior, ampliando o fluxo turístico e estimulando o desenvolvimento regional.

PALAVRAS-CHAVE

Roteiros turísticos; Agências de turismo; Interiorização do turismo; Paraíba.

REFERÊNCIAS

BRASIL (2025). Ministério do Turismo. *Plano Nacional de Turismo 2023–2026*. Brasília. Disponível em: https://www.gov.br/turismo .Acesso em: 22 mar. 2026.

BRASIL. Ministério do Turismo (2007). Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. Módulo operacional (7) . Roteirização turística. Brasília. Disponível em: https://www.gov.br/turismo. Acesso em: 25nov. 2025.

CASQUINHA, Margarete; MOURA, Andreia Filipa Antunes (2023). Oportunidades e desafios do turismo de interior para o desenvolvimento local: o caso do concelho da Sertã, Portugal. Revista Turismo em Análise, v. 34, (n. 2), p. 1-20. Disponível em: https://revistas.face.ufmg.br/index.php/mtr/article/download/5701/2917/20834. Acesso em: 18 out. 2025.

COSTA, Sarany Rodrigues da; CARVALHO, Conceição de Maria Belfort de (2012). Gestão descentralizada do turismo no Brasil: a regionalização como estratégia para o desenvolvimento nacional. SEGET. Disponível em: https://www.aedb.br/seget/arquivos/artigos12/53816742.pdf. Acesso em: 05 nov. 2025.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan.(2017). Marketing 4.0. tradução de Ivo Korytowski. Rio de Janeiro : Sextante, 2017.

MEIRELES, Flávia Marina Seixas (2022). O papel das agências de viagens e turismo na promoção e dinamização de destinos: o caso da Região Centro. Dissertação (Mestrado em Turismo) – Instituto Politécnico de Leiria, Portugal. Disponível em: https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/18215/1/FLAVIA_MEIRELES.pdf. Acesso em: 18 out. 2025.

PBTUR – Empresa Paraibana de Turismo (2023). Interiorização do turismo paraibano é alternativa de desenvolvimento econômico na Paraíba. Disponível em: https://www.pbtur.pb.gov.br. Acesso em: 05 nov. 2025.

SEBRAE-PB (2022). Caminhos do Frio: relatório técnico. João Pessoa. Disponível em: https://www.sebraepb.com.br .Acesso em: 22 mar. 2026.

SOUZA JÚNIOR, Xisto Serafim de; PEREIRA, Martha Priscila Bezerra(2020). Turismo como alternativa para o desenvolvimento territorial de municípios do interior da Paraíba. ACTA Geográfica, Boa Vista, v. 14, (n. 2), p. 1–20. Disponível em: https://revista.ufrr.br/actageo/article/view/5446. Acesso em: 18 out. 2025.