



UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE  
CENTRO DE FORMAÇÃO DE PROFESSORES  
UNIDADE ACADÊMICA DE GEOGRAFIA  
CURSO DE LICENCIATURA EM GEOGRAFIA

PEDRO RUBSOMAR DE ANDRADE

**POTENCIAL TURÍSTICO DO MUNICÍPIO DE UIRAÚNA-PB**

CAJAZEIRAS – PB  
2016

## **POTENCIAL TURÍSTICO DO MUNICÍPIO DE UIRAÚNA-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, apresentado à Unidade Acadêmica de Geografia – UNAGEO, do Centro de Formação de Professores – CFP, da Universidade Federal de Campina Grande – UFCG, como requisito para obtenção do título de Licenciado em Geografia.

**Orientador:** Ms. Henaldo Moraes Gomes – UFCG

Cajazeiras – PB  
2016

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação - (CIP)  
Denize Santos Saraiva - Bibliotecária CRB/15-1096  
Cajazeiras - Paraíba

A553p Andrade, Pedro Rubsomar de.  
Potencial turístico do município de Uiraúna-PB / Pedro Rubsomar de  
Andrade.- Cajazeiras, 2016.  
41p.: il.  
Bibliografia.

Orientador: Prof. Me. Henaldo Moraes Gomes.  
Monografia (Licenciatura em Geografia) UFCG/CFP, 2016.

1. Turismo - Uiraúna -PB. 2. Geografia do turismo. 3. Turismo - bem  
estar social. I. Gomes, Henaldo Moraes. II. Universidade Federal de  
Campina Grande. III. Centro de Formação de Professores. IV. Título.

UFCG/CFP/BS

CDU - 338.483

## **POTENCIAL TURÍSTICO DO MUNICÍPIO DE UIRAÚNA-PB**

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC, apresentado à Unidade Acadêmica de Geografia – UNAGEO, do Centro de Formação de Professores – CFP, da Universidade Federal de Campina Grande – UFCG, como requisito para obtenção do título de Licenciado em Geografia.

Aprovada em: 28 / 09 / 2016

### **BANCA EXAMINADORA**

---

Prf<sup>o</sup> Ms. Henaldo Moraes Gomes  
(Orientador) – UFCG

---

Prf<sup>o</sup> Ms. Marcos Assis Pereira de Souza - UFCG

---

Prf<sup>o</sup> Dr. Marcelo Henrique de Melo Brandão - UFCG

---

*“Conhecimento é o pesadelo de quem quer nos enganar...”*

*(Tico Santa Cruz)*

## AGRADECIMENTOS

Agradeço inicialmente a quem acredito de forma fiel e sei que rege uma força grandiosa sobre nós, Deus, é nele que sempre buscamos força para seguir em frente nos momentos de adversidade da vida.

A minha família, que é o meu bem mais precioso, minha mãe Maria Batista, meu pai Raimundo de Andrade e todos os meus oito irmãos Rarismar, Ronismar, Rubismar, Rildamar, Ronilmar, Reldismar, Maria Clara e Josefa.

A todos os meus sobrinhos que são tudo pra mim, Pedro Eduardo, João Lucas, Maria Luiza, Maria Rubieli, Maria Elayne, José Erick, Maria Eloyse.

A Simone Cavalcante por estar próxima de mim não só nas boas ocasiões da vida, mas também naqueles momentos de adversidades e revés, no qual é de suma importância a companhia de alguém tão especial para reiterar os passos da vida.

Enorme gratidão a alguns professores da Universidade Federal de Campina Grande, campus de Cajazeiras – PB, em especial ao meu grande mestre e orientador Henaldo Gomes, grandes ensinamentos e conselhos vindos dessa pessoa, enorme carinho a todos os meus colegas de UFCG, especialmente Joaquim Alves, Laurindo Filho, Esmael Oliveira, Eudes Barbosa, Manuel Marques, Daiane, Vanessa, Moézia, entre tantos outros.

Reconhecimento a todos os meus amigos de infância que são muitos, lembrarei e levarei sempre comigo, especialmente Tamar Soares, Gilvan Jr, Frankly Vieira, Gustavo e Guilherme.

Agradeço também a todos meus companheiros de banda, Vitor Fernandes, David Silva, Adson Danilo, Rarismar Andrade e Ozivando Fernandes, Seguimos em frente!

Agradeço a todos que fazem parte de minha vida e que por ventura esqueci de citá-los. Obrigado!

## RESUMO

Essa pesquisa estabeleceu além de um levantamento das potencialidades turísticas do município de Uiraúna-PB, uma discursão sobre as questões que envolvem lazer e bem-estar da população, tendo como objetivo principal analisar sua capacidade em turismo, buscando em vista da localização e polarização que o município exerce na área territorial que o cerca. Para tanto foram utilizados procedimentos metodológicos como: levantamento bibliográfico que interagiu com os conceitos de geografia do turismo, geografia turística, lugar, oferta turística e recurso turístico, a pesquisa documental, a pesquisa de campo, com uma metodologia de atividade baseada em enquetes em redes sociais e pôr fim, a interpretação dos dados que chegaram através desses levantamentos. O trabalho deixou claro as deficiências que a área tem de se tornar um destino turístico, por conta de administrações públicas e falta de investimentos na tipologia turística, mas mostrou que sua capacidade é relevante perante a qualidade de pontos turísticos.

**Palavras – chave:** Turismo, Geografia do Turismo, Tipologia Turística, Lugar, Lazer.

## **ABSTRACT**

This research has established beyond a survey of the tourism potential of the municipality of Uiraúna-PB an increasing discussion on issues involving recreation and population welfare, with the main objective to analyze their capacity in tourism, seeking in view of the location and polarization the municipality has in the territorial area that surrounds it. For both methodological procedures as were used: literature that interacted with the tourism geography concepts, tourist geography, place, tourism and tourist feature, documentary research, field research, with a methodology of polls based activity in networks social and end, the interpretation of the data that came through these surveys. The work made clear the shortcomings that the area has become a tourist destination, because of the public administrations and lack of investment in the tourist type, but showed that his ability is relevant before the quality of sights.

**Key - words:** Tourism, Tourism Geography, Tourism Type, Place, Recreation.



## LISTA DE FIGURAS

<b>FIGURA 1</b> - Localização de Uiraúna no mapa da Paraíba.....	14
<b>FIGURA 2</b> - Mapa Google .....	14

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> – Pontos Turísticos segundo a ótica dos moradores.....	22
<b>Quadro 2</b> – Tipificação Turística .....	22

## LISTA DE FOTOS

<b>Foto 1</b> – Churrascaria e Choperia Baby.....	25
<b>Foto 2</b> – Pizzaria Tarandela Uiraúna – PB.....	26
<b>Foto 3</b> – AABB Uiraúna-PB .....	27
<b>Foto 4</b> – AABB .....	27
<b>Foto 5</b> – Restaurante Varanda.....	28
<b>Foto 6</b> – Restaurante Varanda.....	28
<b>Foto 7</b> – Restaurante Varanda.....	29
<b>Foto 8</b> - Lanchonete Tornado.....	29
<b>Foto 9</b> - Restaurante Villa Real.....	30
<b>Foto 10</b> – Restaurante Villa Real .....	30
<b>Foto 11</b> - Restaurante Villa Real.....	31
<b>Foto 12</b> – Churrascaria São José.....	31
<b>Foto 13</b> - Boteco Itaipava.....	32
<b>Foto 14</b> - Igreja Matriz .....	33
<b>Foto 15</b> - Festa da Padroeira .....	33
<b>Foto 16</b> - Barragem Capivara.....	34
<b>Foto 17</b> - Pico do Mastruço.....	34

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2 CARACTERIZAÇÃO DO TERRITÓRIO</b> .....	13
<b>3 REFERENCIAL TEÓRICO METODOLÓGICO</b> .....	15
3.1 MÉTODOS DE PESQUISA .....	20
3.1.1 Pesquisa Bibliográfica .....	20
3.1.2 Pesquisa documental .....	20
3.1.3 Enquete .....	21
3.1.4 Pesquisa de Campo .....	21
3.1.5 Tabulação e Análise dos Dados .....	22
<b>4 CAPACIDADE TURÍSTICA DO MUNICÍPIO DE UIRAÚNA – PB SOB A ÓTICA DOS MORADORES</b> .....	24
4.1 TURISMO E SEUS CONCEITOS .....	24
4.2 CONCEITOS BÁSICOS .....	24
4.3 ÁREAS E SUAS TIPOLOGIAS DE TURISMO .....	25
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	35
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	36
<b>ANEXOS</b>	

## 1 INTRODUÇÃO

Observamos no mundo atual e moderno o crescimento da atividade turística<sup>1</sup> em todas as partes do planeta, em virtude dos interesses econômicos, sociais e pessoais, sejam estes últimos os mais importantes para a sua prática.

Neste contexto verifica-se que cidades com potencial turístico em função do patrimônio natural e/ou cultural não se constituem em destinos turísticos em função de administrações públicas que não investem na atividade e aplicação de turismo em seu âmbito.

Sendo assim no município de Uiraúna-PB não é diferente, é notório tendo em vista o ambiente rural e urbano da mesma, lugares que possam vir a ser atrativos turísticos só por sua localização no espaço ou visitas de pessoas da cidade, filhos ausentes<sup>2</sup> ou de outras regiões, mas que por falta de investimentos, não se caracteriza destino turístico.

O presente trabalho pretendeu analisar a capacidade de turismo que possui o município de Uiraúna, tendo em vista a necessidade de um estudo aprofundado a fim de conhecer as reais condições para a implantação de atrativos ou destinos turísticos já que a olho nu, é perceptível a aptidão para essa ação.

Através de observações e o crescimento junto com a polarização dessa cidade foi possível observar o desenvolvimento de algumas áreas específicas localizadas no município, no entanto a falta de investimentos nos aspectos de lazer, religião, cultura, gastronomia, etc., chamaram a atenção para a problemática turística uiraunense.

Desta forma a pesquisa contribui para identificar problemas, criar um debate sobre o objeto de estudo e possíveis soluções para que a população possa ter acesso a benefícios que atendam seu bem-estar criados pela iniciativa privada ou pelo poder público.

O trabalho divide-se em **Caracterização do Território**, que teve o cuidado de expor os aspectos da população, da área, do clima e de traços de sua história cultural de forma resumida, além de contar com a **Metodologia e o Referencial teórico**, conta com a **Capacidade Turística do Município de Uiraúna Sob a Ótica dos Moradores**.

O trabalho conta com a contribuição da ABNT 2015 e a metodologia teve a elaboração e aplicação de um método utilizando novas tecnologias para captar dados sob a perspectiva ou

---

<sup>1</sup> Atividade turística geralmente é realizada com fins de lazer, embora também exista o turismo por razões de negócios (mais conhecido por viagens de negócios) e outros motivos.

<sup>2</sup> Filhos ausentes é segundo a população de Uiraúna, pessoas que nasceram na cidade, mas não possuem moradia fixa na mesma, e por motivos de oportunidade, foram residir em diferentes localidades do Brasil e que voltam a cidade para matar a saudade em momentos de férias.

olhar dos moradores sobre o turismo em Uiraúna - PB, portanto as redes sociais tiveram essa importância e reforço para o trabalho de conclusão de curso.

## 2 CARACTERIZAÇÃO DO TERRITÓRIO

O presente estudo sobre o potencial turístico foi realizado no município de Uiraúna, que se insere no estado da Paraíba, localizado na microrregião de Cajazeiras. Está distante 476 quilômetros de João Pessoa, a capital do estado, sua fundação ocorreu em 2 de dezembro de 1953. Uiraúna polariza 4 municípios: Poço Dantas, Bernardino Batista, Joca Claudino e Poço de José de Moura.

De acordo com as divisões territoriais de 31 de dezembro de 1936 e de 31 de dezembro de 1937, bem como o quadro anexo ao Decreto Lei 1.010, de 30 de março de 1938, o território de Uiraúna figurava como Distrito de São João do Rio do Peixe.

Em 15 de novembro de 1938 o distrito de Belém passava-se chamar Canaã.

A luta pela autonomia política começou por volta de 1942, sendo concretizada somente em 2 de dezembro de 1953, sob Lei Estadual de número 972. Assinada pelo então governador da Paraíba, José Fernandes de Lima, a lei previa a instalação oficial do município a 27 de dezembro do mesmo ano. Nesta data foi empossado o primeiro prefeito, o Norte rio-grandense Adolfo Rodrigues.

Com uma área total de 294, 495 quilômetros quadrados tendo uma população total de 15.228 habitantes, sendo então uma densidade de 51,71 de habitantes por quilômetro quadrado (IBGE, 2010), altitude 320m, clima tropical típico Aw`.

Conhecida como a Terra dos Músicos e Sacerdotes, devido à forte vocação dos munícipes nessas profissões. Uiraúna é um dos principais municípios do Alto Sertão Paraibano devido seu comércio ativo e sua localização privilegiada, sendo uma das mais importantes rotas de ligação entre diversas microrregiões da Paraíba com o estado do Rio Grande do Norte e Ceará.

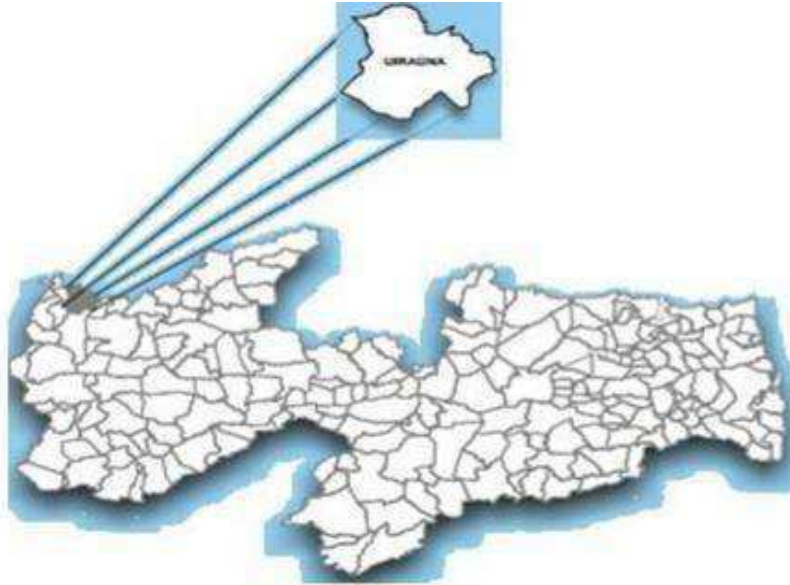


FIGURA 1: Localização de Uiraúna no mapa da Paraíba. Fonte: CPRM (2005)



FIGURA 2: Google



### 3 REFERENCIAL TEÓRICO METODOLÓGICO

Para edificar o trabalho de monografia buscou-se uma visão detalhada sobre os conceitos que foram de suma importância para o desenvolvimento do esboço do trabalho de conclusão de curso (TCC) da graduação em geografia pela Universidade Federal de Campina Grande.

O embasamento teórico parte dos conceitos de **Geografia do Turismo, Geografia Turística, Lugar** como categoria geográfica, **Lazer, Ócio, Oferta Turística e Recurso Turístico**.

A geografia econômica em seus conceitos procura reconhecer a relação entre o espaço geográfico e sua economia, pois ao longo da graduação percebemos o crescimento das atividades turísticas no âmbito em que estamos inseridos atualmente, isso muito em conta dos fatores sociais, econômicos e ambientais.

De acordo com a EMBRATUR, (Empresa Brasileira de Turismo), considera-se que:

O Brasil possui um potencial turístico bastante diversificado devido à sua extensão territorial. Como um dos maiores países do mundo, ele dispõe de áreas com diferentes culturas, climas e infraestruturas que possibilitam a prática de diversos tipos de atividades turísticas como o ecoturismo, o turismo de massa e o turismo rural. Reunindo diversas classificações é possível chegar a mais de 20 tipologias variadas de turismo que podem ser praticadas no Brasil, sendo algumas dessas bem novas e outras consideradas bastante “exóticas” por algumas pessoas. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010)

Pode-se deduzir que o turismo tem a capacidade da organização do espaço e reais condições de oferecer entretenimento, informação, cultura e melhor qualidade de vida a determinados grupos de pessoas que se deslocam em busca serviços que envolva o lazer.

Krippendorf (2001) enfoca que:

As necessidades humanas e os desejos que levam ao consumo de produtos turísticos são muitos e variam de pessoa para pessoa, por exemplo, evasão, descanso, lugares e pessoas novas, busca de status, saúde, contemplação da natureza, aventuras, coisas que não são realizadas no cotidiano, entre outros (KRIPPENDORF, 2001, p. 45 a 53).

A partir da leitura de Krippendorf (2001) identificamos que o homem tem a necessidade de pesquisar, buscar novidades, procurar em um determinado lugar ou uma

determinada área um potencial turístico ou o que ele tem a oferecer sob a ótica da população de uma cidade.

Assim o presente trabalho referenciado parte do pressuposto da temática da geografia turística, ramo da geografia econômica, que faz associação pouco mais informativa dos espaços físicos, diferentemente da geografia do turismo que se associa a ferramentas mais reflexivas.

Santiago (2010) enfatiza que a geografia turística é “o nome atribuído a um ramo dos estudos geográficos dedicado a unir os conhecimentos comuns tanto à geografia como à ciência do turismo”

De acordo com Franklin (2001) A Geografia turística é o estudo da viagem e do turismo como indústria e como atividade cultural e social. A geografia turística cobre diversos assuntos, incluindo o impacto ambiental do turismo, a economia do lazer, a indústria, gerenciamento e sociologia do turismo e a preservação de patrimônios históricos e naturais.

A geografia turística se utiliza do âmbito privado e público e se coloca à disposição no espaço geográfico para a sociedade de um modo geral, tendo em vista o seu potencial de atender com diversidade as características da população.

Portando Santiago, foca que não se deve confundir os termos “geografia do turismo e “geografia turística: ”

O primeiro liga-se ao estudo reflexivo do turismo sob parâmetros delineados pela geografia, mais precisamente a ciência do turismo, utilizando a geografia como ferramenta metodológica e reflexiva; o segundo termo concentra-se fundamentalmente em repassar informações descritivas dos espaços físicos. (SANTIAGO, 2010)

A geografia turística é estudo útil para a área econômica, em especialmente empresas do setor turístico, gestores da área operacional (agentes de viagem e promotores de vendas), consultores especialistas na formatação de roteiros turísticos, assistentes de marketing, coordenadores e recepcionistas e demais agentes relacionados (SANTIAGO 2010)

A geografia possui cinco categorias geográficas, nas quais servem para assimilar melhor o espaço construído pela geografia humana, destacam-se o espaço geográfico, paisagem, território, região e o lugar, sendo essa última categoria de grande relevância para nossa temática abordada na monografia.

Este estudo procura um momento para conceituar o que seria de mais importante para a temática da geografia turística no município de Uiraúna – PB, sendo o lugar uma essencial categoria geográfica, buscou-se entender conforme Carlos (2007):

A produção espacial realiza-se no plano do cotidiano e aparece nas formas de apropriação, utilização e ocupação de um determinado lugar, num momento específico e, revela-se pelo uso como produto da divisão social e técnica do trabalho que produz uma morfologia espacial fragmentada e hierarquizada. Uma vez que cada sujeito se situa num espaço, o lugar permite pensar o viver, o habitar, o trabalho, o lazer enquanto situações vividas, revelando, no nível do cotidiano, os conflitos do mundo moderno (CARLOS, 2007, p. 20).

O lugar tem extrema importância para a motivação da atividade turística em determinado âmbito, sabendo que a geografia sempre está em decorrentes mudanças, seus conceitos também variam de acordo com o passar dos anos, sendo assim nas palavras de Santos (2002), há uma modificação a medida em que o capitalismo se transforma:

O lugar, aliás, define-se como funcionalização do mundo e é por ele (lugar) que o mundo é percebido empiricamente (...). Assim, cada lugar se define tanto por sua existência corpórea, quanto por sua existência relacional (SANTOS, 2002, p.158 & 159).

Definir um lugar para um momento de lazer ou ócio não é tão simples como parece, é preciso levar em conta um conjunto de fatores que se fazem primordiais para se dirigir aquela determinada área, pois deve-se pensar na característica do indivíduo como turista, na sua ótica e o que ele busca em seu momento de tempo vago.

Sendo assim Para Ferreira (2000, p.78) ao relatar as ideias de Merrifield (1993) esclarece que “o lugar é o terreno onde são vividas as práticas sociais, é onde se situa o cotidiano, é o espaço praticado”.

Poderia o lugar turístico ser denominado de identitário, uma vez que vem exibindo sintomas que estão exigindo a reposição de símbolos, de valores locais, requerendo a volta de marcos referenciais de experiências aniquiladas? Nesse sentido, o turismo poderia ser entendido como oportunidade de mudanças, contribuindo para a reversão da tendência em curso, elegendo o pluralismo cultural como resposta coletiva, obtida através da revalorização do lugar, do seu patrimônio cultural e natural, como núcleo de resistência e refúgio da identidade local, regional, nacional (RAMALHO FILHO: 1999).

Desta forma o lugar passa a ter um significado para quem o define em um momento de visita ou apreciação deste âmbito, pois ele se caracteriza no ideal turístico em que a pessoa se enquadra e busca nele seu momento de recreação, lazer ou ócio.

Alguns fatores contribuem para a prática do turismo, bem como questões sociais, econômicas e ambientais, desse modo podemos destacar que uma das principais causas para a

atividade turística é o momento de lazer e ócio de determinada pessoa, ou grupo de excursionistas.

Sendo assim Dumazedier (2001) afirma que lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja divertir-se, recrear-se e entreter-se, ou ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais.

O lazer, portanto, opõe-se a obrigações. Segundo Dumazedier (2001), “não subsiste qualquer dúvida de serem classificadas como opostas ao lazer”, as atividades seguintes:

O trabalho profissional; O trabalho suplementar ou trabalho de complementação; Os trabalhos domésticos (arrumação da casa, a parte diretamente utilitária da criação de animais destinados à alimentação, da bricolagem e da jardinagem). Atividades de manutenção (as refeições, os cuidados higiênicos como corpo, o sono). As atividades rituais ou ligadas ao cerimonial, resultantes de uma obrigação familiar, social ou espiritual (visitas oficiais, aniversários, reuniões políticas, ofícios religiosos). As atividades ligadas aos estudos interessados (círculos e cursos preparatórios de um exame escolar ou profissional). (DUMAZEDIER 2001, p.52)

Camargo (1989) aborda na obra “O que é lazer?” Que o lazer interfere decisivamente nas relações familiares, religiosas, políticas, e mesmo nas relações de trabalho e que a atividade do lazer vem crescendo desde o século XX quando movimentos sindicais passaram a cobrar reduções na jornada de trabalho.

Na mesma temática de lazer, Aquino e Martins (2007) afirmam que “A compreensão do conceito de ócio surge na contemporaneidade, um pouco obscura, haja vista a amplitude que o termo possibilita pelos sentidos diversos que toma, de acordo com as realidades de abordagens e interesses intrínsecos.”

Atualmente, falar em ócio é algo complexo e nos remete a muitas possibilidades:

[...] Para uns o problema se reduz ao uso do tempo ou ocupação. Para outros vem a ser práticas de atividades não obrigatórias, desejadas e queridas. Outros, por fim, falam do ócio a partir dos parâmetros das cifras econômicas. Os jovens entendem que viver o ócio é um direito democrático, semelhante a outros cada vez mais utópicos, como é o direito ao trabalho. Um cidadão de um país desenvolvido não saberia viver sem televisão, esporte, cultura, viagens, música moderna ou férias. O século XX desenvolveu um novo tempo social centrado no ócio, cuja transcendência está ainda, por ser descoberta (CUENCA, 2003, p. 31).

O ócio parte do pressuposto do repouso, do descanso ou da folga, seja para qualquer idade ou trabalho, pois o ser humano precisa de um momento no qual ele se desligue do eventual e fantástico mundo das obrigações ou dos problemas corriqueiros, ter uma atividade em cada momento de ócio é necessário para qualquer pessoa e para sua longevidade na vida, é uma virtude saber separar seu tempo, sem sobra de dúvidas.

A oferta turística parte do ideal, de materiais ou serviços que fazem com que as pessoas vejam em determinado local ou lugar, um atrativo para que possam usufruir do lugar, pensando em suas necessidades e na de seus acompanhantes.

Conjunto dos recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado. (BENI, 2001, p. 159)

O Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) alega que “o recurso turístico pode ser de origem natural ou cultural e estar localizado em propriedades públicas e/ou privadas. Sua capacidade de atrair turistas, em nível regional, nacional e/ou internacional, determinará a possibilidade de se constituir em negócio, ou seja, de ser formatado em atrativo turístico”

“O conjunto de recursos turísticos é que determina a identidade e a vocação turística da localidade, indicando possibilidades de constituição de negócios e das tipologias de turismo que podem ser implementadas e consolidadas” (SEBRAE-SP, 2010)

“A diferença entre atrativo turístico e recurso turístico é que o primeiro está formatado como negócio, enquanto que o segundo tem potencial para ser transformado em produto, podendo receber interferências, para então, ser comercializado e usufruído pelos turistas.” (SEBRAE-SP, 2010)

O Instituto Camões (2007) ressalta que é um elemento natural, elemento artificial ou atividade humana capaz de motivar o deslocamento de pessoas, por permitir a ocupação de tempos livres ou a satisfação de necessidades decorrentes da sua permanência, através de atrativos naturais ou culturais.

Sendo assim podemos entender recurso turístico como uma espécie de receita para atrair indivíduos a determinada localidade ou região, receita essa que tem uma maneira, métodos ou mecanismos próprios de se enquadrar numa tipificação turística.

## 3.1 MÉTODOS DE PESQUISA

### 3.1.1 Pesquisa Bibliográfica

A pesquisa Bibliográfica foi feita através de um levantamento bibliográfico realizado sob o tema e a área objeto de estudo. Foram consultados vários artigos vindos da internet, também livros da Biblioteca Setorial da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG/CFP) e outros títulos.

Buscou-se na pesquisa, autores e obras que tratassem de cinco principais temáticas para serem desenvolvidas como tópicos, foram eles: **Geografia do turismo, Geografia Turística, Lazer, Ócio, Lugar e Oferta**. Sobre a área objeto de estudo utilizamos alguns clássicos que trabalharam a região nordeste além de revistas locais que tratam um pouco da história do lugar. Também foi consultado e utilizado dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, sobretudo aspectos sociais, demográficos e econômicos dos municípios que fazem parte da nossa área objeto de estudo.

A metodologia foi de extrema importância para o trabalho acadêmico, o seu desenvolvimento e toda a sua produção passa por seus métodos bem utilizados, Segundo Lakatos e Marconi (1996, p. 57), tais informações são provenientes de órgãos que as realizaram e englobam todos os materiais escritos ou não, que podem servir como fonte de informação para a pesquisa científica. Podem ser encontrados em arquivos públicos e particulares, assim como em fontes estatísticas compiladas por órgãos oficiais e particulares. Incluem-se aqui como fontes não escritas: fotografias, gravações, imprensa falada (rádio e televisão), desenhos, pinturas, canções, objetos de arte, folclore etc.

### 3.1.2 Pesquisa documental

Segundo Lakatos e Marconi (1996) a pesquisa documental é fundamental pois as:

....informações são provenientes de órgãos que as realizaram e englobam todos os materiais escritos ou não, que podem servir como fonte de informação para a pesquisa científica. Podem ser encontrados em arquivos públicos e particulares, assim como em fontes estatísticas compiladas por órgãos oficiais e particulares. Incluem-se aqui como fontes não escritas: fotografias, gravações, imprensa falada (rádio e televisão), desenhos, pinturas, canções, objetos de arte, folclore etc. (LAKATOS; MARCONI, 1996, p. 57),

Portando a pesquisa documental requisitou uma visita a secretaria de esporte, cultura e turismo do município de Uiraúna-PB para obter informações sobre planejamentos nessas áreas citadas, além de buscas em sítios eletrônicos como o IBGE, Google e o site da prefeitura municipal para a conter informações precisas sobre toda área, população e curiosidade sobre nosso objeto de estudo.

### **3.1.3 Enquete**

Entre os dias cinco e dezoito de agosto, lançou-se uma enquete no grupo público do município de Uiraúna-PB na rede social de nome facebook, na qual era perguntado sobre os lugares e pontos que sob a ótica da população eram mais visitados em momentos de plena folga e lazer.

As pessoas que participaram dessa sondagem via rede social tiveram liberdade para citar os pontos que mais os atraíam tanto na zona urbana e rural do município, a maioria dos cidadãos eram moradores de Uiraúna – PB, no entanto a pesquisa atingiu pessoas de cidades vizinhas e também uiraunenses que hoje moram em outra região do País, mas que voltam a cidade em determinada época do ano.

### **3.1.4 Pesquisa de Campo**

Sobre a pesquisa de campo, enfatiza:

É a pesquisa em que se observa e coleta os dados diretamente no próprio local em que se deu o fato em estudo, caracterizando-se pelo contato direto com o mesmo, sem interferência do pesquisador, pois os dados são observados e coletados tal como ocorrem espontaneamente (LAKATOS; MARCONI, 1996,p. 75)

Então a partir da enquete realizada via rede social, foi-se a campo para descrever e analisar os pontos citados segundo a ótica dos moradores sobre quais as localidades preferentes em momento de lazer e ócio em todo o território uiraunense, logo a partir dessa ótica, foram priorizados os lugares mais votados e repetidos e foram feitos registros de fotografias, além de visitas para conceituar cada estabelecimento, local ou recinto para identificar sua tipologia turística.

### 3.1.5 Tabulação e Análise dos Dados

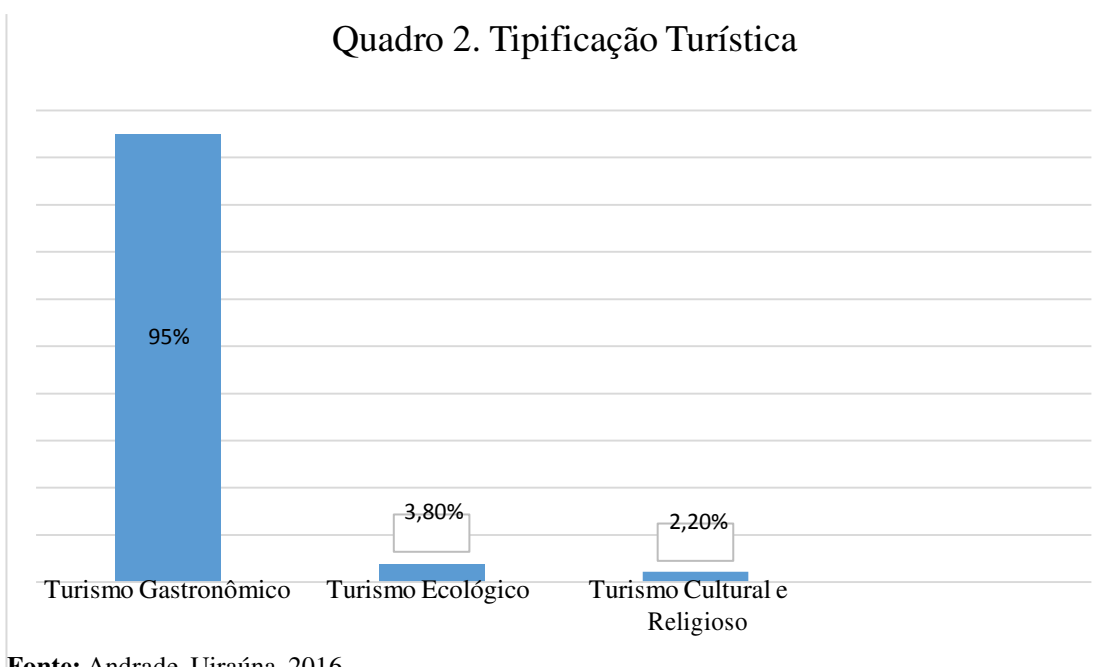
Portando através da pesquisa de campo chegamos a todas as localidades e estabelecimentos segundo a ótica dos moradores que moram ou que visitam a cidade em momentos de lazer ou ócio, a partir daí obtemos os seguintes dados: 150 (cento e cinquenta) pessoas alcançadas – 1% (um por cento) da população de Uiraúna – PB

Cento e cinquenta pessoas apontaram ao longo da enquete, onze pontos, que se caracterizam em três áreas do turismo: gastronômico, cultural e ecológico, como vemos no quadro 1:

Quadro 1. Pontos Principais, segundo a ótica dos moradores
Churrascaria e Choperia Baby Beef – 46, 7% das pessoas
Pizzaria Tarandela – 26,6% das pessoas
AABB (Associação Atlética Banco do Brasil) Uiraúna – PB – 10% das pessoas
Varanda Restaurante – 7,7% das pessoas
Tornado Lanchonete – 4,3% das pessoas
Restaurante Villa Real – 1% das pessoas
Açude Capivara – 1% das pessoas
Churrascaria São José – 1% das pessoas
Boteco Itaipava – 0,17% das pessoas
Igreja Matriz – 0,13% das pessoas
Pico do Mastruço – 0,5% das pessoas

Fonte: Andrade, Uiraúna, 2016.

Quadro 2. Tipificação Turística



Fonte: Andrade, Uiraúna, 2016.



Portando com os dados tabulados, vimos que os pontos mais citados pelas pessoas que visitam e que moram em Uiraúna tem 95% do turismo gastronômico, 3,8% turismo ecológico e 2,20% turismo cultural e religioso.

## 4 CAPACIDADE TURÍSTICA DO MUNICÍPIO DE UIRAÚNA – PB SOB A ÓTICA DOS MORADORES

### 4.1 TURISMO E SEUS CONCEITOS

Embora não haja uma definição única do que seja Turismo, a Organização Mundial de Turismo/Nações Unidas (<http://www.world-tourism.org>), definem como "as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e permanência em lugares distintos dos que vivem, por um período de tempo inferior a um ano consecutivo, com fins de lazer, negócios e outros".

Sendo assim o turismo se caracteriza por determinado tempo e assim tem seu prazo de validade estipulado, o indivíduo também precisa voltar ao seu local de partida, só assim a atividade será considerada TURISMO.

Nesse contexto (MOTA, 2007) salienta que:

O turismo é um fenômeno socioeconômico que consiste no deslocamento temporário e voluntário de um ou mais indivíduos que, por uma complexidade de fatores que envolvem a motivação humana, saem do seu local de residência habitual para outro, gerando múltiplas inter-relações de importância cultural, socioeconômica e ecológica entre os núcleos emissores e receptores.

### 4.2 CONCEITOS BÁSICOS

A OMT conceitua como:

**Viajante:** pessoa que visita um lugar diferente no qual tem residência fixa, com fins distintos das quais exerce em seu país.

**Turista:** visitante temporário que permanece no mínimo 24 horas (ou um pernoite) no lugar que visita e cujas finalidades de viagem podem ser classificadas em: férias, distração, negócios, saúde, estudo, religião, esporte, congressos etc.

**Excursionista:** visitante temporário que permanece menos de 24 horas (ou não realiza pernoite) no lugar que visita, e cujas finalidades são iguais às dos turistas. São comumente chamados de “visitantes de um dia” e incluem os passageiros em cruzeiros que pernoitam a bordo das embarcações.

É de muita importância separar em tópicos as categorias dos indivíduos na atividade turística, pois nota-se disparidades entre os três conceitos citados acima, sendo eles viajante,

turista e excursionista, suas funções no âmbito turístico tem relevância para a geografia econômica em geral.

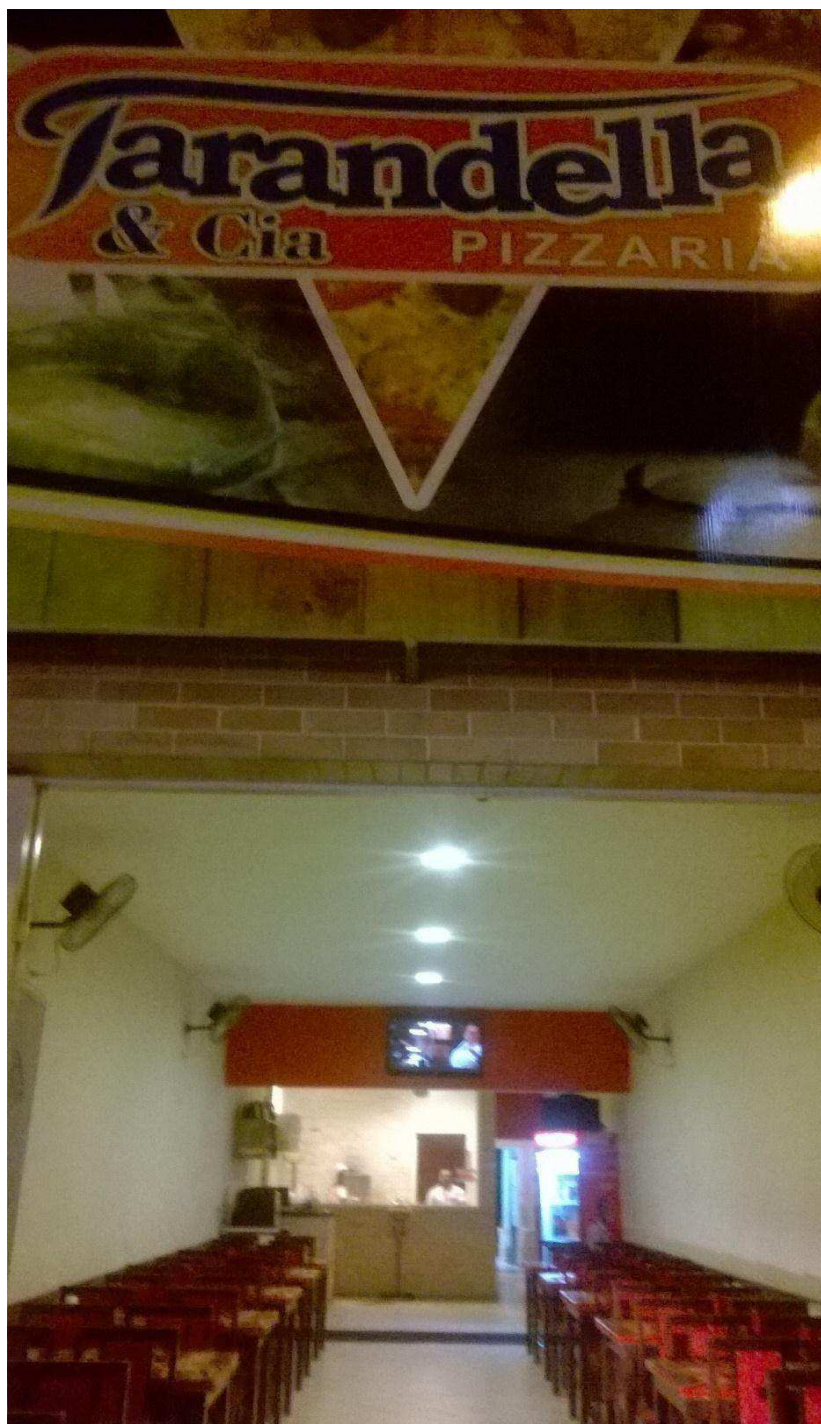
#### 4.3 ÁREAS E SUAS TIPOLOGIAS DE TURISMO

A Churrascaria /Choperia Baby Beef se enquadra na tipologia de turismo cultural, sendo esse dividido em dois tópicos: gastronômico e musical, há quatro anos localizada no centro da cidade tem como suas características ser o grande ponto de encontro da juventude nos finais de semana, possuindo um cardápio variado principalmente de churrascos, petiscos, entre outros, além de apresentar artistas e bandas de toda microrregião como forma de entretenimento para todos os seus clientes.



**Foto 1:** Churrascaria e Choperia Baby Beef. Fonte: do autor, 2016.

O segundo ponto mais votado foi a Pizzaria Tarandela, que contém uma filial existente em Uiraúna, já que sua sede está implantada na cidade de Cajazeiras-PB, destaca-se por ter todos os conceitos de pizza, feitas com forno a lenha e um espaço bastante aconchegante para seus visitantes diários.



**Foto 2:** Pizzaria Tarandella, Uiraúna – PB. Fonte: do autor, 2016.

A Associação Atlética Banco do Brasil (AABB) foi a terceira mais citada na enquete via rede social. A princípio fundada para funcionários do Banco do Brasil, hoje essa associação possui grandes sedes em diversas cidades do Brasil, sendo as mais importantes em São Paulo, Rio de Janeiro, Recife e Porto Alegre.



**Foto 3:** AABB Uiraúna-PB. Fonte: AABB, 2016.

A AABB possui um espaço privilegiado, um ambiente de espaço e lazer vasto com diversas características, tudo que uma pessoa procura em um momento de folga ou ócio. Dispõe de três piscinas, tobogã, área de sol, dois campos de futebol, uma quadra poliesportiva, uma pista de motocross e mais jogos de mesa como: sinuca, ping pong e dominó.



**Foto 4:** AABB. Fonte: do autor, 2016.

Varanda Restaurante foi o quarto estabelecimento mais votado, se enquadra também na tipologia gastronômica e musical, possui música ao vivo aos fins de semana e tem em seu menu, algo nunca visto até então por cidades que certam Uiraúna, que é a culinária chinesa.



**Foto 5:** Restaurante Varanda. Fonte: do autor, 2016.



**Foto 6:** Restaurante Varanda – Fonte: Varanda, Uiraúna, 2016.



**Foto 7:** Restaurante Varanda - Fonte: Varanda, Uiraúna, 2016.

Tornado lanchonete tem relevância por ser um restaurante bem localizado, ficando as margens da igreja matriz que serve lanche de todos os conceitos, ressaltando a qualidade do seu milk shake.



**Foto 8:** Lanchonete Tornado - Fonte: uirauna.net, 2016.

Restaurante Villa Real é o conceito da cidade de Uiraúna para a família almoço e jantar são suas principais características com pratos variados, além da música ao vivo todo primeiro sábado do mês.



**Foto 9:** Restaurante Villa Real - Fonte: uirauna.net, 2016.



**Foto 10:** Restaurante Villa Real - Fonte: uirauna.net, 2016.





Foto 11: Restaurante Villa Real - Fonte: uirauna.net, 2016.

Churrascaria São José também foi citada por pessoas que residem em Uiraúna e pessoas que visitam a cidade constantemente, principalmente nos períodos de festividades culturais, tais como dia da cidade, São João, carnaval ou festa da padroeira da igreja católica. Seu destaque vai para seu cardápio de pratos, bem variados, além de rodízio de churrasco, obtendo ainda uma pousada para hospedagem daqueles que não tem moradia fixa na cidade.



Foto 12: Churrascaria São José - Fonte: Google, 2016.

Os moradores que mais se hospedam na mesma têm o perfil de estarem como visitantes ou excursionistas na cidade, a procura das festividades locais.

Boteco Itaipava também lembrado pelos Uiraunenses e filhos ausentes tem seus atributos de cumplicidade, tais como samba e pessoas comuns assistindo ao futebol após mais um dia de trabalho, além do mais aquele aspecto de conter o dono a frente do negócio, seja na cozinha ou no atendimento, para garantir o perfil caseiro; ter a vocação, o potencial culinário; não ser franquia; não pertencer a nenhum grupo/rede.



**Foto 13:** Boteco Itaipava - Fonte: uirauna.net, 2016.

Igreja Matriz Jesus, Maria e José, também foi lembrada na enquete se enquadrando assim no turismo religioso. Uiraúna sempre obteve grande relevância na Religião Paraibana, tem em sua história o apelido de cidade dos sacerdotes, por grande participação e interesses dos seus filhos nessa vocação, além de possuir uma das igrejas mais antigas da microrregião e uma festa da padroeira tradicional aos olhos de todo o nordeste brasileiro. Ir a missa nos momentos de ócio e folga, conhecer o patrimônio religioso da cidade, foram pontos apontados por algumas pessoas da população do município.



**Foto 14:** Igreja Matriz de Uiraúna – PB. Fonte: Cofemac.com.br, 2016.



**Foto 15:** Festa da Padroeira – Sagrada Família. Fonte: David Silva, Uiraúna, 2016.

Açude Capivara, açude esse que abastece além do município de estudado, outros oito municípios que cercam Uiraúna, sendo eles: Bernardino Batista, Joca Claudino, Lastro, Poço de José de Moura, Poço Dantas, São Francisco, distrito de São Pedro, Vieirópolis.

Às margens da barragem havia um balneário, o qual recebia visitantes e excursionistas diariamente para as pessoas que buscavam abarcar e conhecer essa grande represa do sertão paraibano, entretanto foi fechado por conta do processo de estiagem que atinge toda região já há algum tempo.



**Foto 16:** Barragem Capivara - Uiraúna PB - Fonte: Cofemac.com.br, 2016.

O último local indicado na enquete via rede social, foi o Pico do Mastruço, localizado na zona rural de Uiraúna – PB. É o ponto mais alto do município, tem em seus aspectos topográficos partes acidentadas e vegetação caatinga, é muito comum a prática de trilhas e pedais de bicicletas, para chegar até a região mais alta do pico.



**Foto 17:** Pico do Mastruço – Quixaba – Uiraúna-PB - Fonte: Prefeitura Municipal, 2016.

Foi visto ao longo do trabalho as tipologias apontadas pelos moradores e visitantes de Uiraúna-PB, ficou claro que a tipificação que mais atrai a população é a gastronômica, mas outras áreas foram citadas e é necessário que se faça um levantamento dessas localidades, pois houve um percentual de pessoas que as apontaram, sendo assim o poder público tem a obrigação de explorar esses pontos com investimentos e ideias para que um dia sua capacidade seja de turismo, lazer e bem estar de visitantes, excursionistas e turistas.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesse trabalho foi proposto o levantamento sobre a capacidade ou potencialidade turística do município de Uiraúna – PB, no qual podemos ver diversas localidades da zona rural e urbana que se enquadram em diferentes perfis de turismo.

A intenção da pesquisa é gerar debates sobre esses elementos que envolvem lazer, momentos de ócio ou folga e bem-estar da população, pois é um direito que se carrega junto ao conjunto de leis aventado a todo o povo brasileiro.

Percebe-se em todo o estudo que os lugares mais citados por todos que participaram da enquete realizada e disponibilizada na internet tem caráter privado, poucos são os de investimento do poder público, sendo assim o trabalho de monografia atenta a sociedade para essa questão, pois o município com esses investimentos ao invés de conter potencialidade para turismo, já seria um destino turístico pelos seus atrativos e pela sua região polarizada e bem localizada.

Os dados apresentaram a falta de estrutura e vontade do poder público, indicando os investimentos que teriam de ser feitos para explorar melhor os possíveis atrativos que o município conta em seu território.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADRIANO BRAZ AQUINO, CÁSSIO e CLERTON DE OLIVEIRA MARTINS, JOSÉ. **Ócio, lazer e tempo livre na sociedade do consumo e do trabalho, 2007.** Revista Mal-estar e Subjetividade – Fortaleza – Vol. VII – Nº 2 – p. 479-500 – set/2007.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. NBR 6023: informação e documentação: referência – elaboração. Rio de Janeiro, 2000.

ASTI VERA, Armando. A pesquisa e seus métodos. In: \_\_\_\_\_. **Metodologia da pesquisa científica.** Porto Alegre: Globo, 1976. p. 7-13.

**Atlas das representações literárias de regiões brasileiras:** Brasil meridional. Rio de Janeiro: IBGE, 2006. 86 p. 1v. il. ISBN 978-85-240-4074-0.

BARROS, Aidil Jesus de; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. A pesquisa científica. In: \_\_\_\_\_. **Fundamentos de metodologia:** um guia para a iniciação científica. São Paulo: Mc Graw-Hill do Brasil, 1986. p. 87-121.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo.** São Paulo: SENAC, 2001.

Blog Geografia Turística - **diversos artigos.** Disponível em: <<http://tourgeografia.blogspot.com/>> Acesso em Junho de 2016

BRASIL. IBGE Glossário Disponível em <[http://seriesestatisticas.ibge.gov.br/pdfs/definicoes\\_economicas.pdf](http://seriesestatisticas.ibge.gov.br/pdfs/definicoes_economicas.pdf)> acesso em 12 de julho 2016.

CAMARGO, L. O. L. (1989 ). **O que é lazer.** São Paulo: Brasiliense.

CARLOS, A. F. A. **O Lugar no/do Mundo.** São Paulo. Hucitec, 1996.

\_\_\_\_\_. **O lugar no/do mundo.** São Paulo: FFLCH, 2007.

CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. A pesquisa: noções gerais. In: \_\_\_\_\_. **Metodologia Científica:** para uso dos estudantes universitários. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1976. cap. 3, p. 65-70.

CUENCA, M. C. (2003). Ocio humanista, dimensiones y manifestaciones actuales del ocio (Documentos de Estudios de Ocio, Num.16). Bilbao, España: Instituto de Estudios de Ócio/ Universidad de Deusto.

DUMAZEDIER e os estudos do lazer no brasil: breve trajetória histórica

Franklin, A and Crang, M (2001) 'The trouble with tourism and travel theory?' in *Tourist Studies* 1(5) p.5-22

EMBRATUR. **Política nacional de turismo: Diretrizes e programas 1996-1999**. Brasília: MICT/Embratur, 1996.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário da língua portuguesa**. 5. ed. Curitiba: Positivo, 2010. 2222 p. ISBN 978-85-385-4198-1.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Miniaurélio: o dicionário da língua portuguesa**. 8. ed. Curitiba: Positivo, 2010. 895 p. ISBN 978-85-385-4240-7.

INSTITUTO CAMÕES – Recurso Turístico, disponível em: <[http://www.instituto-camoes.pt/lextec/por/domain\\_8/definition/16110.htm](http://www.instituto-camoes.pt/lextec/por/domain_8/definition/16110.htm)>| Acesso em Setembro/2016

KRIPPENDORF, J. **Psicologia do turismo**. São Paulo: Manole, 2001.

LAGE, Beatriz H., MILONE, Paulo C. **Economia do Turismo**. 4ª. Ed. Campinas: Papyrus, 1999.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. Pesquisa. In:\_\_\_\_\_. **Técnica de pesquisa**. 3.ed. rev.e ampl. São Paulo: Atlas, 1996. cap. 1, p. 15-36.

KELLER, Vicente; BASTOS, Cleverson. Pesquisa científica. In:\_\_\_\_\_. **Aprendendo a aprender: introdução à Metodologia Científica**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1991. p. 54-58.

KÖCHE, José Carlos. Tipos de pesquisa. In:\_\_\_\_\_. **Fundamentos de Metodologia Científica: teoria da ciência e prática da pesquisa**. 14.ed. rev. e ampl. Petrópolis: Vozes, 1997. p. 122-126.

\_\_\_\_\_. Pesquisa Bibliográfica. In:\_\_\_\_\_. **Metodologia do trabalho científico**. 2.ed. São Paulo: Atlas, 1987. cap. 2, p. 44-79.

SANTIAGO, Emerson. Página Geografia e Turismo - **A relação Geografia- Turismo**. Disponível em: <<http://geografiaeturismo.tripod.com/>> Acesso em Junho de 2016

\_\_\_\_\_. Técnicas de pesquisa. In:\_\_\_\_\_. **Técnicas de pesquisa**. 3.ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 1996. cap. 3, p. 57-123

MILONE, Paulo César; LAGE, H.G Beatriz. **Turismo: Teoria e Prática**. São Paulo 1.ed. 2000; 2º tiragem

MINISTÉRIO DO TURISMO. EMBRATUR - **Instituto Brasileiro de Turismo** - Portal Revista do Turismo/ Portal Estudos Turísticos. Disponível em: [http://www.sppert.com.br/Artigos/Brasil/Turismo/Tipos\\_de\\_Turismo/Tipos\\_de\\_turismo\\_no\\_Brasil/](http://www.sppert.com.br/Artigos/Brasil/Turismo/Tipos_de_Turismo/Tipos_de_turismo_no_Brasil/)

RAMALHO FILHO, Rodrigo. **Patrimônio Cultural e Natural: Dimensão da Sustentabilidade**, in: Cultura e Desenvolvimento. Maceió: PRODEMA/UFAL, 1999.

SANTOS, M. **Metamorfose do Espaço Habitado**. São Paulo, Hucitec, 1988. \_\_\_\_\_. Modo de produção técnico-científico e diferenciação espacial. Território. Ano IV, n. 6, p. 5-20, Rio de Janeiro, 1999. \_\_\_\_\_. A Natureza do Espaço. São Paulo: Edusp, 2002.

SAWAYA, Márcia Regina. **Dicionário de informática e internet: inglês - português**. 3. ed. São Paulo: Nobel, 1999. 543 p. ISBN 978-85-213-1099-0

STEINKE, Valdir Adilson. **Geografia e Fotografia: Apontamentos Teóricos e Metodológicos** /Organizadores: Valdir Adilson Steinke, Dante Flávio Reis Júnior, Everaldo Batista Costa. – Brasília: Laboratório de Geoiconografia e Multimídias – LAGIM, Unb, 2014.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – **Características do Empreendedor**. Site Disponível em:

<[http://www.sebraesp.com.br/arquivos\\_site/biblioteca/guias\\_cartilhas/turismo\\_entendendo\\_o\\_atrativo\\_turistico.pdf](http://www.sebraesp.com.br/arquivos_site/biblioteca/guias_cartilhas/turismo_entendendo_o_atrativo_turistico.pdf)>. Acesso em: Agosto/2016

UIRAÚNA. A História de. Disponível em <http://www.mfrural.com.br/cidade/uiraunapb.aspx>  
Acesso em 01 de Julho de 2016 as 16h08 min



## ANEXOS

Imagens printadas do grupo público de Uiraúna-PB na rede social facebook.

**Uiraúna - PB**  
Grupo público

Entrou ▾ Compartilhar Notificações ⋮

Discussão Publicações de venda Membros Fotos More ▾ Pesquisar neste grupo 🔍

Vender um item Iniciar discussão Enquete Mais

O que você está vendendo?

Pesquisar neste grupo 🔍

**PUBLICAÇÃO FIXADA**

**Roberto Jorge** ▾


**ADICIONAR MEMBROS**

+ Insira o nome ou endereço de email...







**MEMBROS** 1.090 membros (2 novos)

**DESCRIÇÃO**  
Esse grupo foi criado com o intuito de promover toda e qualquer ... Ver mais

**f** Uiraúna - PB Q  Ru

 **Rubinho Andrade** criou uma enquete. ▼  
5 de agosto

Olá pessoal, Irei utilizar esse grupo para uma enquete que será de suma importância para meu trabalho de conclusão de curso na UFCG (Universidade Federal de Campina Grande), vou precisar da participação de vocês para que essa atividade entre na metodologia de minha monografia, é necessário que 1% da população participe, ou seja (150 pessoas), O trabalho trata sobre o potencial turístico do município de Uiraúna - PB, filhos ausentes também poderão participar e é simples: **EU APENAS QUERO SABER QUAL O LUGAR, ESTABELECIMENTO OU RESTAURANTE QUE VOCÊS PROCURAM NO MUNICÍPIO (ZONA URBANA E RURAL) QUANDO ESTÃO NO MOMENTO DE ÓCIO OU LAZER ?**

<input type="radio"/>	Baby Beef		+31
<input type="radio"/>	Pizzaria Tarandela		+9
<input checked="" type="radio"/>	Outro! Qual?		+9
<input type="radio"/>	AABB Em Uiraúna-P		+2
<input type="radio"/>	Varanda		
<input type="radio"/>	Tornado Lanchonete e Sorveteria		+1