

## TURISMO RELIGIOSO: UMA CONTRIBUIÇÃO DE GEOGRAFIA HUMANA

### RELIGIOUS TOURISM: A CONTRIBUTION OF HUMAN GEOGRAPHY

**Alberto Pereira dos Santos**

*Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), Rio de Janeiro, RJ, Brasil, albert.geo@uol.com.br*

#### RESUMO

As relações entre o conceito de turismo e o deslocamento de populações religiosas, motivado por suas crenças, nos permite refletir acerca de um segmento do mercado turístico pouco abordado nas pesquisas em Geografia Humana: o turismo religioso. Entende-se esse segmento turístico em sua pluralidade de crenças no território brasileiro e como fenômeno multifacetado que é, ao mesmo tempo, religioso, psicológico, econômico, político e territorial. No cenário da sociedade global, o turismo religioso internacional, a exemplo da Jornada Mundial da Juventude, pode suscitar a reflexão a respeito da geoética do apoio mútuo como paradigma para as Relações Internacionais. O objetivo deste artigo é discutir esta temática como agenda para estudos futuros.

**Palavras-chave:** turismo religioso; geografia; população; tolerância religiosa; relações internacionais.

#### ABSTRACT

*The relations between the concept of tourism and population displacement religious, motivated by their beliefs, allows us to reflect on a segment of the tourist market rarely addressed in research in Human Geography: religious tourism. It is understood that the tourism sector in its plurality of beliefs in Brazil and as a multifaceted phenomenon that is at the same time, religious, psychological, economic, political and territorial. In the scenario of global society, international religious tourism such as the World Youth Day may foster reflection about geoethic mutual support as a paradigm for International Relations. The purpose of this article is to discuss this issue as an agenda for future studies.*

**Keywords:** religious tourism; geography; population; religious tolerance; international relations.

Artigo recebido para publicação em maio de 2013

Artigo aceito para publicação em fevereiro de 2015

## INTRODUÇÃO

O turismo religioso é um segmento do mercado turístico que se manifesta no espaço geográfico. Esse segmento turístico se constitui em fenômeno multifacetado porque ele não é apenas religioso, mas também territorial, político, cultural e econômico. Este artigo se constitui como uma contribuição da Geografia Humana para a discussão acerca das características e possibilidades do turismo religioso na atualidade.

Partimos do pressuposto que a população, como categoria da geografia, especialmente no campo da geografia humana e a política, se constitui como fundamental para o estudo do turismo e mais especialmente para se discutir turismo religioso.

As categorias geográficas espaço, lugar, paisagem, região, território, escala são bem conhecidas e valorizadas na Geografia e nos estudos geográficos do turismo. Contudo, nesses estudos, pouca ênfase tem sido dada à categoria população. Sem ela não existiria a Geografia, tampouco o Turismo. É através da população que tudo faz sentido. Tudo passa por ela, como consumidora, torcedora, eleitora, trabalhadora, cidadã, crente ou descrente e turista em todas as escalas do espaço geográfico.

As viagens nacionais e internacionais motivadas pela fé religiosa vêm se consolidando como um segmento do mercado turístico, isto é, o turismo religioso. Podemos considerar que a Jornada Mundial da Juventude (JMJ), criada, em 1985, pelo papa João Paulo II, se consolidou como um dos maiores eventos de turismo religioso internacional no qual participam majoritariamente populações católicas (e também de outras religiões) de vários países do mundo. A JMJ Rio 2013 traz um fato inovador em turismo religioso internacional e, especialmente, na história do catolicismo, a saber: o primeiro papa exógeno à Europa, desde a origem da Igreja Católica, um pontífice latino-americano, o Papa Francisco. Uma vez que o Vaticano é de fato um Estado soberano e, portanto, um dos atores internacionais, a JMJ também representa uma intervenção no cenário das relações internacionais.

O turismo religioso no Brasil representa um quinto da renda gerada no mercado turístico nacional, segundo o Ministério do Turismo. Valorizando esse segmento turístico, o governo federal instituiu, em 2012, a política pública para a formulação de propostas de roteiros de turismo religioso em território brasileiro. Essa proposta representa uma possibilidade e oportunidade para as secretarias de turismo dos municípios interessados, e com potencial, elaborem seus roteiros turísticos religiosos.

O presente artigo se insere nesse contexto. Seu objetivo, porém, é bem mais modesto. Trata-se de uma discussão introdutória acerca do tema e, em certa medida, de uma caracterização sobre o turismo religioso e suas múltiplas possibilidades na atualidade. Nesse sentido, a diversidade religiosa da população no território brasileiro se constitui como objeto de estudo para esta reflexão.

Este trabalho pretende sinalizar, em certa medida, para uma pequena agenda temática que se faz necessária ao estudo científico deste segmento turístico. A partir de uma base conceitual acerca do que

se entende por turismo religioso (ANDRADE, 2001; OLIVEIRA, 2003; DIAS & SILVEIRA, 2003; STEIL, 2009), tem-se a intenção de discutir sobre o tema a partir de um olhar geográfico fundamentado na Geografia Humana. Nosso caminho epistemológico admite o pluralismo de ideias e dialoga ao mesmo tempo com o pensamento geográfico crítico (VESENTINI, 1992, 2009; SOJA, 1996; RAFFESTIN, 1993) e com o pensamento complexo (MORIN, 2005, 2007), bem como com outros pensadores da temática sociocultural.

É importante destacar que esta reflexão é fruto das discussões que perpassaram no Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto de Geografia da Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ, especialmente na turma do segundo semestre de 2011, durante as aulas da disciplina eletiva Turismo Religioso. O programa da referida disciplina sinaliza para dois objetivos, a saber: 1) Introduzir, sucintamente, a reflexão a respeito do fenômeno religioso e do deslocamento espacial das populações religiosas tendo suas crenças como motivação turística, 2) Fomentar o valor ético de tolerância religiosa (ou da resolução pacífica dos conflitos ou rivalidades ideológicas e teológicas no campo das ideias) e do respeito às diversidades religiosas das populações no espaço geográfico.

Outro aspecto que julgamos importante considerar é que, segundo os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), referente ao Censo Demográfico de 2010, a população do estado do Rio de Janeiro, no quesito religião, se constitui percentualmente dos seguintes segmentos religiosos: católicos 45,80%; evangélicos 29,37%; espírita 4,04%; afro-brasileiros (candomblé e umbanda) 0,88%; sem religião 15,60% e, outras 4,31%. Essa diversidade religiosa, em certa medida, também foi revelada na sala de aula entre os discentes do Bacharelado em Turismo da UERJ que cursaram a disciplina Turismo Religioso naquele ano, algo que fizeram espontaneamente na medida em que debatiam sobre o tema de maneira democrática e tolerante.

Agradeço, nesta oportunidade, aos discentes que manifestaram democraticamente suas opiniões acerca do fenômeno estudado, algo que nos possibilitou novos olhares ou descobertas a respeito do turismo religioso no território brasileiro e também no estado do Rio de Janeiro.

O artigo está organizado em sucintos tópicos, representando uma pequena agenda para a pesquisa e o ensino acerca deste segmento turístico. A organização dos temas explicita, em certa medida, o caminho epistemológico que percorremos a partir da Geografia Humana como contribuição para o estudo do turismo religioso. Os tópicos versam sobre o seguinte: 1) População como categoria para o Turismo; 2) Turismo religioso e suas relações com as geopolíticas das igrejas; 3) Turismo religioso protestante ou de populações evangélicas; 4) Turismo religioso da população espírita; 5) População sem religião e transcendência no turismo e, 6) Considerações finais.

Na trajetória por este caminho reflexivo, nesta pequena agenda temática, concluiremos que existe escassez na produção científica acerca do turismo religioso. A Geografia como ciência humana e social, articulada a outras ciências, se constitui como base fundamental no estudo do turismo como fenômeno multifacetado que perpassa a dimensão espacial, geográfica. O turismo religioso é, em sua essência, um fenômeno multifacetado no qual os elementos da cultura – o religioso, o político, o econômico, o psicológico, o mitológico – se articulam e se imbricam no espaço geográfico. Entretanto, o presente texto representa uma sucinta reflexão engendrada a partir de nossa prática docente, portanto, é algo inacabado, mas, aberto às críticas que se fazem necessárias em todo trabalho que se pretenda científico.

### **A População como categoria para o Turismo**

Entendemos que a população enquanto categoria geográfica representa também categoria fundamental para o Turismo. É o que explicitaremos adiante, no entanto, optando por uma reflexão aberta que dialoga com o pensamento crítico e o pensamento complexo.

Não existe turismo sem população. Essa afirmação parece óbvia, porém, o óbvio precisa ser dito, lembrado, refletido. O fato é que o espírito reducionista, fragmentador, geralmente vê apenas o consumidor, uma parte importante na relação entre oferta e procura na economia de mercado. Nesse sentido, a população parece ser vista meramente como um dado estatístico numa visão demográfica ultrapassada, um número, uma demanda que se resume a uma fonte de renda para o mercado turístico.

Analisar a demanda turística apenas numa ótica economicista, isto é, a população como mero dado estatístico traduzido em consumidor ou cliente seria cartesianismo metodológico. Parece-nos que, subestimar a população apenas ao papel de consumidor não seria somente reducionismo, mas também uma opção epistemológica que subestima ou enfraquece a dimensão política ou o *poder* inerente à população. O poder se insere em todas as relações humanas e, sobretudo, no campo do poder religioso (FOUCAULT, 1979).

Sobre o estudo aprofundado acerca da população, a abordagem de Amélia Damiani (1991), contribui sobremaneira para nossa análise. Segundo a geógrafa “a população constitui a base e o sujeito de toda a atividade humana” (DAMIANI, 1991, p.8). Mas para uma análise crítica da população, alerta-nos a autora, é necessário “destruir o objeto real, em sua complexidade; portanto, não iniciá-la pela população” (DAMIANI, 1991, p.9). E nesse sentido analítico, é possível criar categorias mais próximas da complexidade do real.

Nas palavras de Amélia Damiani:

Esses elementos, ou categorias de análise que dão acesso à compreensão enriquecida da população, variam na medida em que são históricos e recuperam no nível do mundo pensado, a realidade sensível em movimento. O movimento da atividade humana e seus resultados históricos redefinem sempre as categorias mediadoras desse processo de conhecimento. Novas categorias de análise são gestadas. (DAMIANI, 1991, p.9).

Nesse sentido, parece-nos oportuno pensar numa “nova categoria”, isto é, a *população religiosa*. Portanto, ao tratar nesta análise da população como categoria básica para o turismo, ao fundamentar a reflexão que aqui se faz, nos distanciamos das formas tradicionais de qualificá-la utilizadas pela demografia (DAMIANI, 1991, p.78).

Como se sabe, quando se fala em “turista” refere-se às pessoas que praticam atividades turísticas. Os turistas, por sua vez, são quantificados nas estatísticas do mercado turístico, isto é, são vistos de modo geral como (meros) consumidores de um determinado produto turístico.

Até aqui, colocar o turista como consumidor, não representaria nenhuma novidade em relação às discussões e/ou teorização em matéria de turismo. Contudo, em Geografia Humana, especialmente numa perspectiva crítica, a população significa muito mais do que turista ou consumidor de produto turístico. Assim sendo, nos aproximaremos gradativamente de uma abordagem na perspectiva do poder da população, ou de parte desta, que usufrui ou “consume” mais ou menos roteiros turísticos. Uma parcela da *população religiosa* que, ocasionalmente, se transforma em turista nos eventos, festas, lugares ou roteiros de turismo religioso.

“*Todo poder emana do povo*”. Essa clássica frase republicana expressa na Constituição Federal do Brasil manifesta, em princípio, a concepção democrática de governo e sociedade que pressupõe a cidadania como um valor a ser conquistado, garantido e ampliado.

Segundo Aristóteles (1991), na obra *A Política*, “o homem é, por natureza, um animal político”. Na visão do geógrafo Claude Raffestin (1993) a população é vista como a fonte de poder, o agente principal nas relações sociais, econômicas e políticas. Por sua vez, na visão de Edgar Morin, o ser humano pode ser entendido como *Homo Complexus*. Esse humano complexo integra os opostos: ser racional e ser emocional; *homo faber* e *homo ludens*; feminino e masculino; introspectivo e expansivo, entre outros valores opostos, porém, que se complementam (MORIN, 2005).

Ao concordar e nos aproximar do conceito de *homo complexus* (MORIN, 2005), entenderemos que a complexidade se constitui como um caminho para a compreensão epistemológica e ontológica do humano na Terra e, portanto, do humano turista. Nesse sentido, ao olhar para o “fenômeno turístico” (RODRIGUES, 1992), ou para o “turismo como prática social” (CRUZ, 2003), na perspectiva do pensamento complexo sinalizamos para o entendimento da população como categoria do turismo em todas as dimensões possíveis – política, simbólica, econômica, religiosa, psicológica e territorial. Ou seja, o humano, o turista, nunca é apenas ou isoladamente consumidor, ou hóspede ou cliente que se limita a um enquadramento fragmentador, reducionista, cartesiano, positivista e economicista.

Então por que esquartejar as ações humanas como se pudessem ser ações isoladamente econômicas, ou simbólicas, ou políticas, ou religiosas? Sabemos que os métodos científicos são opções teóricas para explicar a realidade tal como a captamos, ou tal como nos parece ser, segundo nossos próprios olhares carregados de conceitos, preconceitos, limitações, (in)capacidades circunstanciais como resultados de nossa materialidade. Enfim, nesse prisma o mundo é o que nos parece ser a partir de nossa própria condição humana, de nossa existência ou de nossa (i)materialidade ontológica. E aqui nos lembramos da contribuição do geógrafo Edward Soja na obra “Geografias Pós-modernas” que sugere uma abordagem acerca da “*ontologia do espaço do homem*” (SOJA, 1996).

O que se pretende explicitar com esses lampejos tem a ver com a opção pelo pluralismo metodológico que admite o diálogo com o pensamento crítico e o pensamento complexo. Esse, por sua vez, segundo MORIN (2005), não fecha a porta ao diálogo com o que se convencionou chamar de positivismo, afinal o processo de busca por dar sentido à realidade lá fora, tal como ela se apresenta ou se revela, isto é, a busca permanente pelo discurso científico minimamente com coerência e consciência, também se opera através do processo cognitivo de *observação, descrição e classificação*, segundo nossas (in)capacidades circunstanciais e até mesmo segundo nossas opções políticas. Afinal, a neutralidade científica foi um mito do século XIX, e a tempo se sabe da inseparabilidade entre sujeito e objeto, ou entre o pesquisador e o pesquisado (CAPRA, 1985; SANTOS, 2008).

Além disso, o pluralismo epistemológico fundamentado no *pensamento complexo* (MORIN, 2005, 2007), que aqui assumimos, admite também o diálogo com a subjetividade, com a esfera simbólica, ou se preferir com a fenomenologia de Merleau-Ponty (MATTHEWS, 2010).

Nessa perspectiva, entendemos que as manifestações culturais, uma vez que somente o ser humano produz cultura, trazem no seu bojo a complexidade. Por isso as manifestações culturais não são apenas simbólicas, religiosas, ideológicas, econômicas ou políticas isoladamente. Ao admitirmos essa complexidade, entendemos que o tema que aqui analisamos, qual seja, o turismo religioso, não se limita único e exclusivamente à esfera simbólica, ou não se enquadra rigidamente e somente na esfera da

“economia das trocas simbólicas” (BOURDIEU, 2005), mas também na esfera da geografia política (RAFFESTIN, 1993; VESENTINI, 2000) e da microfísica do poder (FOUCAULT, 1979).

Nesse sentido, a partir da perspectiva sinalizada acima, entendemos que a fé, enquanto manifestação humana que se imbrica na esfera da imanência e da transcendência, também pode ser uma manifestação política, uma opção ontológica de intervir no mundo, portanto, um ato carregado de sentido político. Assim sendo, o turismo religioso, ou melhor, dizendo no plural, os turismos religiosos além de se constituírem como expressões simbólicas, são representações do poder religioso, isto é, são também manifestações políticas carregadas de poder (FOUCAULT, 1979; RAFFESTIN, 1993).

Ao introduzir a dimensão do *poder religioso*, é oportuno ressaltar que há distinção no que diz respeito aos seguintes conceitos: igreja, religião, espiritualidade e fé. A *igreja* representa a estrutura de poder administrativo, jurídico e econômico que governa pessoas e recursos a partir das normas e regras de uma determinada religião. O conjunto de crenças, dogmas e rituais constituem uma *religião*. A *espiritualidade*, por sua vez, diz respeito à dimensão espiritual do ser humano (o oposto da dimensão material) e independe de igreja e religião. Finalmente, a *fé* é a capacidade psíquica do ser humano em acreditar ou não em algo que pode estar na esfera da imanência e/ou transcendência, do humano e/ou do divino. Fé tem a ver com os mecanismos e recursos emocionais do humano para realizar algo material ou espiritual. Até mesmo a população que se declara sem religião, agnóstica e atea tem atitudes carregadas de espiritualidade (RIBEIRO, 2009).

Enquanto, por um lado, o *conceito religião* está relacionado a um conjunto de crenças fundamentado em doutrinas e dogmas institucionalizados numa igreja materializada no espaço, por outro lado, a *religiosidade* tem a ver com a relação entre a fé do indivíduo e uma determinada religião e o poder religioso institucionalizado. No campo da sociologia e da psicologia da religião, o conceito de *religiosidade* quanto mais se afasta do poder religioso institucionalizado mais se aproxima do conceito de *espiritualidade* inerente a todo ser humano (DALGALARRONDO, 2008). Essa liberdade pessoal de escolha do modo como se relacionar com a religião pode ser entendida e compreendida como *autonomia da fé* (SANTOS, 2013).



Para ilustrar a distinção entre religião e religiosidade, ressaltamos que existem apenas cinquenta e duas denominações de religiões cadastradas no IBGE. No entanto, no Censo Demográfico de 2000, para a pergunta aberta “qual é sua religião”, obteve-se mais de trinta e cinco mil respostas diferentes. Por exemplo, católico-espírita, católico-budista, católico carismático, evangélico-budista, evangélico-espírita, evangélico independente, cristão independente, entre outras inúmeras respostas distintas. Esse quadro revela não apenas o múltiplo pertencimento, mas, sobretudo, um processo lento e fecundo de *mutação religiosa* no território brasileiro.

No tocante ao quesito religião, na população brasileira encontramos adeptos de praticamente todas as religiões mundiais. Como veremos na Tabela 1, embora o islamismo, o judaísmo e o hinduísmo sejam minorias, estão presentes no território brasileiro, somadas ao chamado grupo “Outras”.

	1980	1991	2000	2010
Católica	89,2	83,3	73,8	64,5
Evangélicas	6,6	9,0	15,4	22,5
Sem Religião	1,6	4,8	7,4	8,0
Espírita (kardecista)	0,7	1,1	1,3	2,0
Candomblé e Umbanda	0,6	0,4	0,3	0,3
Outras religiões	1,3	1,4	1,8	2,7

**Tabela 1.** Religiões no Brasil (%)

Fonte: IBGE - Censos Demográficos 1980, 1991, 2000, 2010.

### Turismo religioso e suas relações com as geopolíticas das igrejas

Por geopolítica entendem-se, sucintamente, as rivalidades de poderes e influências nos territórios (LACOSTE, 2005). Sobre geopolítica das igrejas entendemos toda estratégia política no espaço, com a utilização de recursos humanos, tecnológicos e meios de comunicação, a construção de novos templos,

eleições de parlamentares, com o objetivo de difundir as ideologias religiosas das igrejas com vistas à manutenção e ao crescimento da população fiel às igrejas (SANTOS, 2013).

Qual a relação entre turismo religioso e as geopolíticas das igrejas? Aparentemente, se respondermos de modo irrefletido, isto é, sem pensarmos cuidadosamente, a resposta seria que não tem nada a ver uma coisa com outra. O fato é que se sabe da complexidade inerente a todo e qualquer fenômeno social. Em outras palavras, como já sinalizamos, nenhum fenômeno social possui uma única dimensão ou aspecto isolado.

Pretender separar, de modo inexorável, fé e política ou a dimensão simbólica da ideológica no tocante à análise e à reflexão acerca do processo de deslocamento de pessoas por motivação de crença religiosa, seria talvez pretender sacramentar o positivismo como o único método científico aceitável para analisar e explicar a totalidade e a complexidade do turismo religioso que, por natureza, é um fenômeno multifacetado.

A fé, analisada por um prisma filosófico que pressupõe a íntima relação entre epistemologia e ontologia, está atrelada à imanência e à transcendência. A pessoa religiosa ao manifestar sua fé, ainda que esta esteja fortemente vinculada à vida privada, revela um aspecto de sua opção política. Não se pode afirmar, de modo imperativo e categórico, que a fé, ou crença religiosa, quando se manifesta na prática da peregrinação, romaria e procissão não possui nenhum aspecto político. Afinal, como asseverou Aristóteles, “o homem é, por natureza, um animal político”.

Podemos ainda considerar, na perspectiva do pensamento de Bordieu, que a prática do turismo – e mais especialmente o turismo religioso – se configura como uma relação de “economia de troca simbólica” (BORDIEU, 2005). Contudo, nessa relação de “troca simbólica”, a dimensão política também se manifesta ainda que de modo oculto ou implícito. Ou seja, a troca simbólica também é uma relação política e de poder entre a pessoa religiosa e o Divino e/ou as divindades.

No século XIX, na Alemanha, preocupado em compreender e explicar a fragmentação do *homem judeu* e do cidadão num contexto histórico-político europeu no qual a figura do Estado moderno havia sido proclamada como instituição laica pelos franceses, o jovem Marx, refletindo acerca da *questão judaica*, sugere que a crença religiosa deveria ser banida da vida pública, isto é, se restringir à vida privada, uma vez que havia preconceito e rejeição à cidadania do *homem judeu*, mas não em relação à cidadania do homem católico ou protestante (MARX, 1969).

Naquele mesmo século no Brasil se estabeleceu a separação entre Estado e Igreja, oficialmente em 1891 com a primeira Constituição Republicana. No entanto, a Igreja Católica não saiu do cenário político. Ao contrário, permaneceu (e permanece) ativa na sociedade, afinal lutou (e luta) pela manutenção do poder (político) religioso na vida pública. É claro que a Igreja perdeu muito daquele poder tradicional, mas ainda interfere (ou tenta interferir) nas coisas públicas – *res pública*.

Mas o que isso tem a ver com turismo religioso? Preocupada em recuperar a perda de fiéis e reavivar a fé no catolicismo, a Igreja Católica Apostólica Romana, através da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB) criou uma nova pastoral com a finalidade de gerenciar o turismo. Por isso foi criada, em 2005, a *Pastoral do Turismo* que, aliás, tem incentivado sobremaneira o segmento do turismo religioso no país.

Não estamos afirmando que o turismo religioso católico nasceu a partir da criação da Pastoral do Turismo. Sabemos que as viagens católicas são um fenômeno histórico de longa data, podendo ser identificado pelos menos desde o século IV quando o cristianismo foi decretado como religião oficial do Império Romano (ANDRADE, 2001). Mas não se pode negar que com a criação recente de um setor responsável por todo o processo de “pastoreio turístico”, o turismo católico como manifestação da fé vem sendo valorizado e incentivado através do *marketing católico*.

Nesse contexto, um dos históricos roteiros dos peregrinos e romeiros do Nordeste brasileiro, Juazeiro do Norte (Ceará), terra do Padre Cícero, passou a ser valorizado pelo Vaticano. Aliás, no final do século XIX, o padre cearense havia sido excomungado, condenado, pelo Vaticano, processo

fundamentado no Direito Canônico, por contestação ao chamado milagre da hóstia. Entretanto, após a eleição do Papa Bento XVI, em 2005, o Vaticano se apressou em absolver o Padre Cícero. E mais que isso, pretende canonizá-lo, isto é, torná-lo como Santo Católico no Nordeste brasileiro.

Por sua vez, as peregrinações e romarias ao Santuário de Nossa Senhora Aparecida, no Vale do Paraíba (estado de São Paulo), existem desde a primeira metade do século XVIII, muito antes da criação arquitetônica do atual Santuário Nacional de Aparecida que foi construído entre os anos de 1946 a 1980. Contudo, este santuário tem recebido especial atenção da Igreja Católica através da CNBB, com fortíssimo investimento profissionalizado em *marketing religioso*. Isso contribui para um elevado crescimento do turismo religioso à cidade de Aparecida (MORENO, 2009). Ou seja, a utilização do marketing católico direcionado ao Santuário Nacional de Aparecida se constitui também como uma das estratégias políticas espaciais da Igreja para manter e expandir a fé católica.

Por outro lado, atualmente muitas igrejas evangélicas têm seus deputados federais no Congresso Nacional e inúmeros parlamentares nos Poderes Legislativos estaduais e municipais. Por iniciativa de parlamentares evangélicos, projetos de leis sobre turismo religioso têm sido propostos e aprovados em Assembleias Legislativas e em Câmaras de Vereadores no território brasileiro.

Ou seja, a geopolítica também se aplica ao campo evangélico. Por exemplo, a “*Marcha para Jesus*”, que foi engendrada em 1987 – logo após a criação da JMJ – em Londres, Reino Unido. Esse evento chegou ao Brasil em 1993, através da Igreja Renascer em Cristo, tendo se expandido a partir da cidade de São Paulo para todo o território brasileiro. Esse fenômeno também nos permite olhar para esse evento não apenas como meramente religioso, mas também como uma manifestação de caráter geopolítico das igrejas evangélicas. Isso porque esse evento se constitui em ação estrategicamente organizada pelas igrejas evangélicas para explicitar a capacidade de mobilização e manifestação da população que professa a fé evangélica.

Em 2011, por exemplo, a *Marcha para Jesus* na cidade de São Paulo ocorreu no feriado de Corpus Christi, data comemorativa historicamente identificada com o catolicismo. Simbolicamente se estaria apropriando de um feriado católico para manifestar a fé evangélica. Ou seja, denota-se nessa ação uma

manifestação de rivalidade de poderes e influências do movimento evangélico no território e sobre a população, isto é, geopolítica das igrejas evangélicas (SANTOS, 2013).

Contudo, o aspecto geopolítico da *Marcha para Jesus* não exclui a dimensão do turismo religioso, como veremos adiante.

### **Turismo religioso protestante ou de populações evangélicas**

Peregrinações, procissões e romarias às hierópolis ou às cidades santuários (ROSENDAHL, 1999) são manifestações populares características do catolicismo e, a partir dessas manifestações pode-se falar acerca de um turismo religioso católico. No entanto, como conceber a existência de turismo religioso evangélico se na cosmovisão protestante, em tese, não se aceita a prática de peregrinação, procissão e romarias?

O fato é que o conceito de turismo, segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), tem sido entendido, sucintamente, como todo deslocamento de população de uma cidade para outra com pernoite e permanência por mais de um dia (24 horas) e menos de um ano, configurando-se, portanto, como turismo. Nessa perspectiva, como caracterizar o turismo religioso evangélico?

Para nosso entendimento, turismo religioso protestante diz respeito aos deslocamentos de populações evangélicas motivados pela fé. Deslocamentos esses que exigem dessas populações a necessidade de sair de seus lugares de moradia e pernoitar em outras cidades nas quais ocorrem manifestações religiosas segundo a fé evangélica.

Nessa perspectiva, a *Marcha para Jesus*, evento religioso que pressupõe o deslocamento de populações evangélicas com a necessidade de uso e consumo do *espaço turístico* (hotéis, restaurantes, transportes, residência solidária, etc), com pernoite em outras cidades nas quais são realizadas as manifestações religiosas, pode ser entendido como turismo evangélico.

A cada novo ano a “Marcha para Jesus”, realizada na cidade de São Paulo, tem atraído populações evangélicas de distantes cidades de diversos estados brasileiros como, por exemplo, Goiás, Minas Gerais, Paraná, Rio de Janeiro e outros. Esse evento se expandiu para inúmeras cidades brasileiras, com forte manifestação do poder religioso de organização e capacidade de mobilização da população evangélica no território.

Por sua vez, as feiras de produtos protestantes, a exemplo da *Expoevangélica*, realizadas em diferentes capitais como São Paulo, Rio de Janeiro, Fortaleza, entre outras, são manifestações culturais que provocam o deslocamento de populações evangélicas que fazem uso e consumo do *espaço turístico* em cidades sedes nas quais as feiras de exposição são realizadas. Nesse sentido, essas feiras se configuram como eventos que propiciam o turismo religioso evangélico.

Outra manifestação cultural protestante, que podemos considerar como turismo religioso evangélico, diz respeito às apresentações de cantores, a exemplo do Show Promessas (agora transmitido pela Rede Globo de Televisão), realizado no Rio de Janeiro. São os chamados “shows gospel” que tem se reproduzidos em várias cidades brasileiras. Esses eventos também provocam deslocamentos de populações evangélicas para as cidades nas quais são realizados tais eventos. E nessas cidades essas populações fazem uso e consumo do *espaço turístico*.

Se em sua totalidade não podemos afirmar categoricamente que esses eventos caracterizam-se como turismo religioso segundo o conceito da OMT, na medida em que uma parte da população reside no mesmo município sede onde se realiza tais eventos, ao menos se caracterizam como excursionismo religioso. Contudo, parte da população que participa desses eventos pratica turismo religioso evangélico, uma vez que inúmeras pessoas se deslocam de uma cidade para outra com pernoite nos locais onde ocorrem os eventos. Essa afirmação pode ser entendida como uma hipótese que merece ser pesquisada, uma vez que existe escassez acerca desse tema.

### **Turismo religioso da população espírita**

Partindo da premissa conceitual acerca do que se entende por turismo religioso, isto é, deslocamento de populações de um local para outro, com pernoite, motivado por crenças religiosas (ANDRADE, 2001), admite-se que as populações espíritas (adeptas das ideias kardecistas) praticam turismo religioso com certa frequência para Uberaba, cidade localizada na região do Triângulo Mineiro e fortemente marcada pela prática do espiritismo a partir da pessoa do médium mineiro Chico Xavier (1910- 2002).

A cidade de Uberaba durante décadas atraiu turistas motivados pela simpatia e crença na doutrina espírita, sobretudo turismo espírita motivado pelo desejo de ver de perto a pessoa de Chico Xavier e também na esperança de receber alguma mensagem psicografada de algum familiar morto, ou desencarnado na linguagem espírita.

Nesse sentido, o turismo religioso espírita para Uberaba se caracterizou como verdadeiros movimentos de populações que, respeitadas as devidas proporções e especificidades dos fenômenos, se assemelharam em certa medida às peregrinações católicas. Nessa perspectiva, a casa e o centro espírita fundado por Chico Xavier talvez possam ser considerados como “santuário” espírita. Aqui nos lembramos do conceito de hierópolis, cidade-santuário, proposto pela geógrafa Zeny Rosendahl (ROSENDAHL, 1999). Ou seja, o centro espírita fundado por Chico Xavier talvez pudesse simbolizar um “santuário” para os espíritas, embora esses não concebam a ideia de hierópolis em sua cosmovisão.

Após a morte de Chico Xavier, 30 de junho de 2002, o turismo religioso diminuiu se comparado ao período quando o médium mineiro atendia as pessoas que o visitavam em vida. No entanto, mesmo assim existe o turismo espírita para visitação ao túmulo de Chico Xavier, em Uberaba.

Palmelo é outra cidade que atrai turistas espíritas. Localizada no estado de Goiás, a 126 km de Goânia, essa cidade é o município brasileiro com o maior percentual de espírita do país: mais de 45% de população professam a fé espírita; 28% católicos; 19% evangélicos e 6,9% de população sem religião.

O *turismo religioso espírita* ocorre como fenômeno disperso no território brasileiro, em eventos de grande porte como Congressos, Simpósios e Seminários em níveis municipal, estadual, nacional e internacional. Esses eventos espíritas que atraem grande número de pessoas, sem dúvida, suscitam estudos que os vinculem ao que entendemos como turismo religioso.

Entretanto, existe uma enorme escassez de pesquisa acerca desse fenômeno. Nossa intenção aqui neste tópico buscou apenas sinalizar para essa lacuna a ser preenchida. Isso também se aplica em relação à população sem religião como veremos adiante.

### **População sem religião e transcendência no turismo**

É admissível a espiritualidade entre a população sem religião? Como perscrutar elementos de espiritualidade no turismo de população sem religião?

O mito está presente em todos os momentos do cotidiano. Até mesmo o homem *não-religioso*, também se alimenta do mito (ELIADE, 1998). Nesse sentido, o turismo carrega, em sua essência, profundo significado de transcendência, da busca, do desejo de ir além de si mesmo. Se não é possível ultrapassar a materialidade do corpo, o turismo possibilita viajar para outros lugares desconhecidos, ver gente diferente, paisagens nunca antes vistas, sons naturais dos bichos, pássaros e outros animais cujo habitat natural não condiz com o ambiente urbano, das cidades poluídas e congestionadas.

Assim sendo, não há como negar objetivamente, ou talvez até mesmo subjetivamente, o aspecto transcendente do turismo. Afinal, sair do lugar onde se vive cotidianamente possibilita ao imaginário e à psicologia profunda, sair de si mesmo, da rotina, da mesmice lugareira, da imanência muitas vezes contaminada pelos sentidos já cansados da mesma paisagem opaca do mesmo.

Então podemos dizer que turismo traz, na essência, a subjetividade, o simbolismo, o ato de ir para o além, embora ficando aqui mesmo neste plano da imanência, da materialidade. Observemos o cotidiano das pessoas em qualquer lugar turístico, isto é, lugares de passagem para o além do aqui e do agora, como nos aeroportos, nas rodoviárias de grandes metrópoles como São Paulo, Rio de Janeiro, ou



qualquer outra grande cidade. As pessoas que por ali passam, transitam, expressam olhares e trejeitos, talvez, modos de ser diferentes daqueles que estão acostumados a expressar quando estão em seus lugares comuns, isto é, em seu habitat cotidiano. Afinal, são turistas, estão em trânsito psíquico-cultural, numa esfera de transcendência.

Então, viajar, fazer turismo (ou até mesmo excursionismo), possibilita ir além de si mesmo. Não seria isso o desejo de voltar para nossas profundezas psíquicas, a vontade de mergulhar em si mesmo, ou, digamos, de ir para o além de nós mesmos? Simboliza algo como “mais de nós, em nós mesmos”, porém, em outros lugares desconhecidos ou nunca antes visitados.

O turismo, de modo geral, mesmo que seja a negócios, possibilita vislumbrar ou degustar saberes e/ou sabores de felicidade, já que ninguém conscientemente deseja ser ou estar infeliz. A felicidade seria um “lugar invisível”, ou “lugar imaginário”, um estado de espírito. Buscamos permanentemente esse lugar, a felicidade, em estado puro, límpido. Ao chegar, por exemplo, em lugares ecologicamente preservados, expressamos o sentimento de ter encontrado um “paraíso ecológico”. Mas até quando, se a poluição é produto de nossas práticas urbanas ou práxis humanas cotidianas?

Então se existe o risco da degradação dos “paraísos ecológicos”, aquele “lugar invisível” chamado de *felicidade* se configura como um lugar que procuramos sempre, porém, sem jamais encontrá-lo em estado puro no plano da imanência, da materialidade, do visível, do aqui e agora. A não ser a *felicidade* através da prática do bem, pautada na *virtude* e na *razão*, como sugere Aristóteles (1991).

Como sugere Eliade (1998), o mito está presente em todas as coisas, no carro novo, na roupa nova, num novo aparelho telefônico móvel, num novo modelo de computador, num novo livro que nos leva para outros lugares, para o além, para novas descobertas.

É certo que o turismo, enquanto prática social se constitui como uma atividade cultural carregada de simbolismo, de (re)significação. Parece óbvio, no entanto, que no caso do turismo religioso a

transcendência se intensifica e se aprofunda, especialmente para as populações religiosas porque praticam tal turismo por opção ontológica, existencial, por fé.

No entanto, para as populações sem religião, o além, o sagrado, pode estar numa paisagem, numa cascata, num rochedo em frente ao mar. Enfim, a espiritualidade, pode se manifestar para o ser humano sem religião, com intensidade e simbolismo, tanto quanto para aquela pessoa religiosa que faz sua peregrinação aos santuários urbanos. Então, nesse sentido, é possível pensar no turismo com espiritualidade praticado pelas populações sem religião. Isso pode ser constatado em caminhadas esotéricas, por pessoas que sacralizam a natureza sem necessariamente estarem vinculadas a uma determinada religião. No campo da antropologia, por exemplo, existem aproximações conceituais entre turismo religioso e peregrinações de motoqueiros (STEIL, 2009).

E no caso dos agnósticos e ateus, como se poderia perscrutar a dimensão da espiritualidade no turismo? Isso seria possível, como? Talvez as ideias sobre uma “religião para ateus”, do filósofo inglês Allan de Botton possa contribuir para encontrarmos respostas a essas indagações (BOTTON, 2011).

Entretanto, temos algumas pistas teóricas. De acordo com Eliade (2001), não se pode separar radicalmente o sagrado e o profano. Isso quer dizer que mesmo o ser humano *a-religioso* traz em sua essência o sentimento da religiosidade. A espiritualidade se encontra nas profundezas do inconsciente. O ser humano *não-religioso* encontra-se com a transcendência também nos elementos da natureza, da arte, da música, da literatura. Nas palavras desse pensador “de certo ponto de vista, quase se poderia dizer que, entre os modernos que se proclamam a-religiosos, a religião e a mitologia estão ‘ocultas’ nas trevas de seu inconsciente” (ELIADE, 2001, p. 173).

Nesse sentido, a relação entre turismo e religiosidade para as populações sem religião, inclusive, para os agnósticos e ateus, se dá de modo diferente daquele tal como ocorre para os peregrinos e romeiros em visita aos santuários. Ou seja, para o ser humano não-religioso a espiritualidade no turismo se expressa no próprio processo e significado transcendente da viagem, da arte, da música, da literatura,

nos lugares visitados como, por exemplo, nos museus de arte clássica e/ou alhures. Essa afirmação, também, pode ser considerada como hipótese que mereça ser pesquisada.

### Considerações finais

Este artigo representou uma sucinta reflexão engendrada a partir da prática docente no processo de ensino-aprendizagem da disciplina eletiva *Turismo Religioso*, no Curso de Bacharelado em Turismo da UERJ – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, especialmente com os discentes da turma do segundo semestre de 2011.

Partimos da contribuição da Geografia Humana buscando enfatizar a categoria *população* como central não somente no âmbito da geografia humana/política, mas especialmente no estudo do turismo religioso. Valorizou-se a ideia conceitual de “população religiosa” utilizada abundantemente neste texto.

Constatamos que existe enorme escassez de pesquisa acerca do turismo religioso em território brasileiro. Aqui é oportuno lembrar que as religiões afro-brasileiras (candomblé e umbanda) também merecem ser pesquisadas nesse segmento turístico, afinal uma das festas religiosas mais populares – a festa de Iemanjá – cultuada na umbanda, tem forte atrativo turístico nacional e internacional. Sublinhamos ainda a carência de estudos sobre os aspectos turísticos presentes em *outras* religiões como o budismo, o islamismo e o judaísmo. Nesse sentido, este artigo sinaliza, em certa medida, para uma pequena agenda temática que se faz necessária ao estudo científico do turismo religioso.

Entendemos que a diversidade de crenças da população brasileira fomenta amplo debate acerca da tolerância religiosa, isto é, do necessário respeito ao direito das diferentes manifestações ou expressões de fé no território brasileiro (e no mundo). Entretanto, que fique bem claro, a tolerância religiosa tem a ver com a resolução pacífica dos conflitos e das rivalidades de ideias e opiniões. Portanto, tolerância diz respeito à rejeição a qualquer ato de violência contra as pessoas e também aos ataques aos seus lugares de cultos, executados por fanáticos em nome de uma pretensa “fé verdadeira”. Isso tem

acontecido contra os terreiros de candomblé (SILVA, 2007). Lembremos que, de acordo com Émile Durkheim (2004), não existe religião falsa, todas são verdadeiras ao seu modo.

Por outro lado, o crescimento da população que se declara *sem religião*, a nosso ver, pode possibilitar a ampliação da tolerância e também do turismo religioso. Isso porque grande parte desse segmento populacional é constituída por pessoas que antes professaram a fé católica e a fé evangélica.

É claro que a dupla ou múltipla filiação religiosa, isto é, professar a fé de modo pessoal que mistura elementos simbólicos de duas ou mais religiões, se constitui como fenômeno típico da cultura brasileira. Isso não exclui, ao contrário, soma-se ao contingente de população sem religião favorecendo a valorização do turismo religioso. Essa *autonomia da fé* favorece o trânsito turístico por “lugares sagrados” que antes estavam circunscritos especificamente ao roteiro de uma determinada religião. Essa afirmação é provisória, porém, pode ser de fato uma hipótese que mereça ser pesquisada.

A *geopolítica das igrejas*, por sua vez, é outro importante aspecto que, a nosso ver, merece ser considerado no contexto do ensino e da pesquisa acerca do turismo religioso internacional. Afinal, o Vaticano é, de fato, um Estado soberano e com status de observador da ONU e, de acordo com o paradigma *realista*, é considerado como *ator* nas relações internacionais. Por sua vez, as igrejas evangélicas também são atores na expansão do protestantismo, especialmente o pentecostalismo pelo mundo, estimulado e fundamentado nas teorias de cientistas sociais estrategistas norte-americanos (SANTOS, 2013).

As evidências na realidade brasileira revelam que os eventos religiosos (Expocatólica, Expoevangélica, Show Gospel, JMJ, Marcha para Jesus, entre outros) estimulam o deslocamento de populações de uma região para outra, cuja motivação principal – mas não exclusivamente – é a fé religiosa. Ou seja, esses eventos estimulados pelo *marketing religioso* também fomentam o turismo religioso.

Nesse sentido, lembremos que, segundo Weber (1984), a ação religiosa é uma ação racional, ou pelo menos se orienta pelas regras da experiência, e está voltada para *este mundo* (não para o além), sendo que seus fins são de natureza econômica.

Contudo, na perspectiva do futuro, um aspecto importante a considerar são as relações entre turismo religioso internacional e as relações internacionais. Para além do cartesianismo do *realismo político* nas relações internacionais, é possível pensar que o turismo (religioso) internacional suscita reflexões acerca da construção de um novo paradigma de sustentabilidade societária e ambiental do maior e mesmo templo da humanidade, a Terra, como sugere a geoética do apoio mútuo (SANTOS, 2012).

Para concluir, embora pressupondo o inacabamento, é importante lembrar que turismo religioso se constitui como fenômeno multifacetado. Ele é, ao mesmo tempo, religioso, econômico, político, psicológico. Enfim, traz em si a complexidade tanto quanto o humano é um ser *Homo Complexus* (MORIN, 2005). Entretanto, esta reflexão acerca das populações religiosas em processos de deslocamentos pelos espaços turísticos não nos salva, a priori, do purgatório da crítica. Ao contrário, todo trabalho que pretenda ser científico deverá, necessariamente, purgar ou enfrentar o crivo da razão, a crítica.

## REFERÊNCIAS

- ARISTÓTELES. *A Política*. São Paulo: Ediouro, 1991.
- BOTTON, Allan de. *Religião para Ateus*. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2011.
- BOURDIEU, Pierre. *A Economia das trocas simbólicas*. 6ª. ed. São Paulo: Perspectiva, 2005.
- CAPRA, Fritjof. *O Ponto de Mutação*. São Paulo: Cultrix, 1985.
- CRUZ, Rita C. A. *Introdução à Geografia do Turismo*. 2ª. ed. São Paulo: Roca, 2003.
- DALGALARRONDO, Paulo. *Religião, psicopatologia e saúde mental*. Porto Alegre: Artmed, 2008.
- DAMIANI, Amélia. *População e Geografia*. São Paulo: Contexto, 1991.
- DIAS, Reinaldo & SILVEIRA, Emerson J.S. (Org.). *Turismo Religioso – ensaios e reflexões*. Campinas-SP: Alínea, 2003.
- DURKHEIM, Émile. *As Formas Elementares de vida Religiosa*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- ELIADE, Mircea. *O Sagrado e o Profano*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- ELIADE, Mircea. *Mito e Realidade*. 5ª. ed. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- FOUCAULT, M. *Microfísica do Poder*. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

- LACOSTE, Yves (org.) *A Geopolítica do Inglês*. São Paulo: Parábola, 2005.
- MARX, Karl. *A Questão Judaica*. Rio de Janeiro: Laemmert, 1969.
- MATTHEWS, Eric. *Compreender Merleau-Ponty*. Petrópolis-RJ: Vozes, 2010.
- MORENO, Julio C. *A ação do Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida e o fomento do Turismo Religioso*. São Paulo: USP, ECA, Tese de Doutorado em Publicidade, Propaganda e Turismo, 2009, 136p.
- MORIN, Edgar. *Os Sete saberes necessários à Educação do Futuro*. São Paulo: Cortez, 2005.
- MORIN, Edgar. *Introdução ao Pensamento Complexo*. 3ª.ed. Porto Alegre: Sulinas, 2007.
- OLIVEIRA, Christian D.M. *Turismo Religioso*. São Paulo: Aleph, 2003.
- RAFFESTIN, Claude. *Por uma Geografia do Poder*. São Paulo: Ática, 1993.
- RIBEIRO, Jorge C. *Religiosidade Jovem*. São Paulo: Loyola, 2009.
- RODRIGUES, Adyr A. B. *Geografia e Turismo: notas introdutórias*. São Paulo: Revista do Departamento de Geografia, USP, n.6, 1992, pp. 71-82.
- ROSENDAHL, Zeny. *Hierópolis: o sagrado e o urbano*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.
- SANTOS, Alberto P. *Introdução à Geografia das Religiões*. São Paulo: GEOUSP, n. 11, 2002, p.21-33.
- SANTOS, Alberto P. *Geoética e Relações Internacionais*. Rio de Janeiro: GeoUERJ - Ano 14, nº 24, v.2, 2012, p. 479-508.
- SANTOS, Alberto P. *Novas Geopolíticas, Igrejas e População Sem Religião: anarquia religião no Brasil?* São Paulo: GEOUSP, nº 33, 2013.
- SANTOS, Boaventura de Souza. *Um discurso sobre as Ciências*. 5ª. ed. São Paulo: Cortez, 2008.
- SILVA, Vagner G (org.). *Intolerância Religiosa – Impactos do neopentecostalismo no campo religioso afro-brasileiro*. São Paulo: EDUSP, 2007.
- SOJA, E. *Geografias Pós-modernas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.
- STEIL, Carlos A. “Peregrinação e Turismo Religioso: sujeitos, objetos e perspectivas”. In: GRABURN, Nelson et.al. *Turismo e Antropologia*. Campinas-SP: Papirus, 2009, p. 67-95.
- VESENTINI, J. W. *Ensaio de Geografia Crítica*. São Paulo: Plêiade, 2009.
- VESENTINI, J. W. *Novas Geopolíticas*. São Paulo: Contexto, 2000.
- VESENTINI, J. W. *Para uma Geografia Crítica na Escola*. São Paulo: Ática, 1992.
- WEBER, Max. *A Ética Protestante e o Espírito do Capitalismo*. S. Paulo: Martin Claret, 2004
- WEBER, Max. *Sociologia da Religião*. In: *Economia e Sociedade*. Brasília: UNB, 1984.