

# O PROCESSO DE TURISTIFICAÇÃO DO ESPAÇO EM SANTUÁRIOS E EVENTOS CATÓLICOS: UMA ANÁLISE SOBRE O CÍRIO DE NAZARÉ EM BELÉM-PA<sup>1</sup>

## THE TOURISTIFICATION SPACE PROCESS IN SANCTUARIES AND EVENTS CATHOLICS: AN ANALYSIS ABOUT THE CÍRIO DE NAZARÉ IN BELÉM-PA

Debora Rodrigues de Oliveira Serra<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidade Federal do Pará (UFPA), Belém, PA, Brasil

Correspondência para: Debora Rodrigues de Oliveira Serra (debserra1980@hotmail.com)

doi: 10.12957/geouerj.2017.18275

Recebido em: 20 ago. 2015 | Aceito em: 9 jun. 2017



### RESUMO

O Círio de Nazaré em Belém do Pará é realizado desde 1793 e, ao longo dos anos, tornou-se um complexo de eventos sagrados e profanos, atraindo milhares de turistas para a cidade no mês de outubro. Visando analisar a turistificação de espaços em santuários e eventos católicos a partir da atuação dos agentes envolvidos nesse processo, esse artigo enfoca a referida festividade, realizando-se, para tanto, pesquisas bibliográfica e de campo, bem como entrevistas semi-estruturadas. Os resultados demonstraram a diversidade das intenções dos agentes, que por suas convergências e divergências, promovem parcerias e conflitos de territorialidades. A análise desse processo possibilita a compreensão da importância de cada agente e a necessidade de se buscar o entendimento entre eles de modo a democratizar os benefícios ocasionados pela atividade turística, mais especificamente em seu segmento religioso.

**Palavras-chave:** Círio de Nazaré; turismo religioso; turistificação de espaços; território; territorialidades.

### ABSTRACT

*The Círio de Nazaré in Belém-Pará has been realized since 1793 and, along the years, has become a complex of sacred and profane events, attracting thousands of tourists to the city in October. Aiming to analyze the touristification spaces in sanctuaries and events catholic from the action of agents involved in this process, this article focuses this festivity, performing for this, literature and field research and semi-structured interview. The results demonstrated the diversity of the intentions of agents, who by their convergences and divergences promote partnerships and territoriality conflicts. The analysis of this process enable our understanding of the importance of each agent and the need to seek the understanding between them in order to democratize the benefits caused by tourist activity, more specifically, in its religious sector.*

**Keywords:** Círio de Nazaré; religious tourism; touristification space; territory; territoriality.

### INTRODUÇÃO

O Círio de Nazaré em Belém é realizado desde 1793 (IPHAN, 2006) e se tornou uma das maiores manifestações católicas do mundo, atraindo milhares de turistas para a cidade no segundo final de semana do mês de outubro.

<sup>1</sup> O presente artigo foi extraído da dissertação de mestrado homônima da autora, orientada pela Profa. Dra. Maria Goretti Tavares e defendida em maio de 2014 no Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal do Pará. Agradeço as contribuições do Prof. Hugo Serra, da Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará.

Ao caráter religioso dessa festividade incluem-se aspectos políticos, culturais profanos, sociais e econômicos, visto que ele se tornou símbolo para Belém e para o estado do Pará. Os eventos que a compõem são marcados pela confraternização, o que, somado ao aumento do número de visitantes, movimentava consideravelmente a economia.

A realização do Círio altera territorialidades habituais da cidade, pois além do uso de espaços considerados sagrados durante todo o ano, como a Basílica Santuário, objetos espaciais como praças e ruas são apropriados durante os eventos, modificando-se, assim, suas funções. As alterações decorrem também do significativo número de visitantes, conforme dados de órgãos estaduais (PARÁ, 2013).

A transformação de eventos religiosos e santuários em atrativos turísticos é realizada por agentes com intenções religiosas, políticas e econômicas, entre outras. Nesse sentido, a tendência para manifestações católicas no Brasil e em outros países tem sido ampliar a relação com a atividade turística, reconfigurando-se territórios em busca da satisfação dos visitantes, a exemplo dos santuários de Aparecida, em São Paulo, e de Fátima, em Portugal, conforme apontam Oliveira (2004) e Santos, M. da G. (2006).

Partindo de uma leitura que relaciona o Círio de Nazaré à produção do território turístico em Belém, este trabalho visa a compreender o processo de turistificação do espaço nessa festividade. Foram utilizadas pesquisas bibliográficas relacionadas ao tema, bem como entrevistas semi-estruturadas com os agentes envolvidos no referido processo, a saber: representantes do Estado, mais especificamente de órgãos de cultura e turismo em níveis municipal, estadual e federal; da Igreja, representada pela Diretoria da Festa; do mercado, nas áreas de hotelaria e agenciamento, e de manifestações culturais tradicionalmente vinculadas à festividade. Quanto aos turistas e moradores, aplicaram-se 56 questionários com caráter de sondagem em 2012 e, dado o caráter qualitativo da pesquisa, em 2013 foram entrevistados 14 turistas, visando a identificar se suas motivações principais incluíam aspectos não religiosos, e cinco entrevistas com moradores dos bairros mais impactados pela festividade.

A estrutura do trabalho está dividida em três seções, sendo que a primeira trata da festividade desde suas origens até sua transformação em um complexo de eventos relacionados a aspectos religiosos, políticos, econômicos, culturais e turísticos. Em seguida, discute-se o espaço como objeto de estudo da Geografia e sua relação com o turismo, enfatizando-se sua turistificação e os agentes desse processo; a peregrinação e o turismo religioso, e as implicações espaciais dessa atividade em santuários e eventos católicos. Finalmente, apresentam-se os agentes de turistificação no Círio de Nazaré, bem como espaços notados como turistificados ou em processo de turistificação. A atuação dos referidos agentes é analisada buscando identificar suas intenções e possíveis conflitos entre elas, além das estratégias para a manutenção de suas territorialidades.

### **O Círio de Nazaré em Belém-PA: as origens e a expansão de um complexo de eventos e sua importância para o turismo**

A devoção a Nossa Senhora de Nazaré se disseminou pelas colônias portuguesas, destacando-se, no Brasil, o estado do Pará, no qual a santa é reverenciada em diversos municípios. Belém, a capital, realiza a festa em sua homenagem, o Círio de Nazaré, desde 1793, tornando-se uma das maiores manifestações católicas do mundo (IPHAN, 2006).

Desde sua origem, esse evento relaciona aspectos religiosos, políticos e econômicos, pois apesar da devoção à santa ter se iniciado por volta do ano de 1700, a primeira procissão registrada ocorreu quase cem anos depois, com autorização de Portugal. Foi convocada pelo governador Francisco Coutinho, que realizou durante a festa uma feira de produtos regionais (IPHAN, 2006), evidenciando a busca da Igreja e do Estado por controlar a devoção popular.

A relação entre Igreja e poder público se modificou com a República, quando o Brasil se tornou oficialmente laico. Porém, os governos estadual e municipal continuaram se envolvendo na realização do Círio, sendo considerados entidades realizadoras pela Diretoria da Festa, grupo responsável pelos eventos religiosos dessa festividade (PANTOJA, 2006).

O caráter religioso do Círio se relaciona principalmente aos eventos organizados pela Diretoria da Festa, tais como missas, procissões e romarias. Entretanto, nota-se a busca da Igreja de exercer o controle também sobre as festas profanas, a exemplo do Arraial de Nazaré, o qual, conforme Pantoja (2006), ocorre em espaço cedido pela prefeitura, sendo gerenciado pela referida Diretoria. Com base em Rosendahl (2003), a referida autora observa que estratégias de controle do espaço utilizadas por especialistas do sagrado “visam sobretudo controlar, em sentido amplo, ações, que, em última instância, possam ameaçar sua condição de agente dominante” (PANTOJA, 2006, p.75). Além disso, destaca-se o caráter popular dessa festividade, na qual os fiéis nem sempre se subordinam ao poder da Igreja.

Observa-se ainda a dinamização econômica durante a realização do evento devido ao aumento do número de pessoas que visitam a cidade e pelo uso da “marca” Círio de Nazaré por empresas visando a aumentar a venda de seus produtos e serviços (PANTOJA, 2006).

O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN registrou o Círio de Nazaré como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial, em 2004, e elaborou o Dossiê IPHAN I, que elenca elementos da festividade considerados essenciais por sua sacralização, simbolismo, antiguidade ou notável afluência popular. Baseados nesse dossiê, Castro e Serra (2011) organizaram o quadro abaixo, ilustrando a grandiosidade e complexidade do evento:

<b>ELEMENTOS ESSENCIAIS</b>	Procissão Principal, Imagens (original e peregrina), Trasladação, Berlinda, Corda, Recírio, Arraial, Almoço do Círio, Alegorias, Brinquedos de Miriti.
<b>DEMAIS ELEMENTOS</b>	Missa do Mandato, Visitas da Santa aos Fiéis, Traslado para Ananindeua e Marituba, Romaria Rodoviária, Romaria Fluvial, Moto e a Ciclo Romaria, Descida e Subida da Imagem, Romarias da Juventude e das Crianças, Procissão da Festa, Auto do Círio, Arrastão do Boi Pavulagem, Festa da Chiquita.

**Quadro 1.** Elementos representativos do Círio de Nazaré. Fonte: Castro e Serra, 2011.

A Missa do Mandato, em agosto, inicia a festividade e, em setembro, são realizadas visitas de imagens às casas dos fiéis. Em outubro ocorre a maior parte das manifestações, em geral, com a presença da imagem peregrina, pois a original fica na Basílica de Nazaré.

A procissão principal é realizada no segundo domingo de outubro, sendo antecedida por diversos eventos ocorridos desde a sexta-feira, como o Traslado criado em 1992 levando a imagem da Basílica de Nazaré para o município de Ananindeua. Sua extensão até Marituba ocorreu em 2002 (IPHAN, 2006). Nesse dia ocorre também o Auto do Círio, cortejo cultural realizado por artistas locais retratando o sagrado e o profano, no bairro Cidade Velha.

A maior parte dos eventos ocorre no sábado, iniciando-se com a Romaria Rodoviária, que parte da Igreja Matriz de Ananindeua e leva a imagem até o distrito de Icoaraci, dando início à Romaria Fluvial, que leva a imagem de volta para o centro de Belém. Chegando à Escadinha do Porto, próximo à Estação das Docas, iniciam-se dois eventos concomitantes: o Arrastão do Boi Pavulagem, de caráter profano, conhecido como Arrastão do Círio, cortejo que retrata a cultura popular regional e segue até a Praça do Carmo passando pelo Mercado Ver-o-Peso; e a Moto Romaria que conduz a imagem até o Colégio Gentil Bittencourt, no bairro de Nazaré. De lá, ela segue no fim da tarde para a Igreja da Sé, na Trasladação, procissão que, após passar pela Praça da República, dá início à Festa da Chiquita, a qual é marcada principalmente pela presença de homossexuais e simpatizantes que se divertem ao som de músicas de vários estilos realizando-se também premiações como a “Rainha do Círio” e o “Veado de Ouro”. Essa manifestação é repudiada pela Diretoria da Festa e pelas autoridades da Igreja. No mesmo dia ocorre na Basílica de Nazaré a cerimônia da Descida da Imagem, em que a imagem original fica mais próxima dos fiéis (CASTRO E SERRA, 2011).

No domingo, ocorre a principal procissão, chamada de Círio, levando a imagem da Sé, no bairro Cidade Velha, à Basílica, em Nazaré, tendo como importantes elementos, assim como na Trasladação, a berlinda, a corda, as alegorias e os brinquedos de miriti. Estes são vendidos em diversos espaços da festividade, destacando-se pelo seu colorido. Ao seguirem para casa, os fiéis tradicionalmente se reúnem em família para o almoço do Círio. Porém, ao contrário da maioria das festas de santos, a procissão principal não finaliza a festividade, que se estende por quinze dias, nos quais são realizadas a

Ciclo Romaria, as romarias das Crianças e da Juventude, a Subida da Imagem, a Procissão da Festa e o Recírio, que conduz a imagem peregrina da Basílica de volta ao Colégio Gentil Bittencourt. (CASTRO E SERRA, 2011).

Tratando-se da dimensão espacial do evento, o percurso das primeiras procissões ligava a ermida da santa, atual Basílica de Nazaré, ao palácio do governo, hoje, Museu Histórico do Estado do Pará. Porém, novas romarias foram criadas expandindo o território dessa festividade para a Região Metropolitana de Belém. Tal processo se iniciou em 1986, com a criação da Romaria Fluvial pela Companhia Paraense de Turismo (Paratur), ampliando-se a apropriação temporária de trechos do espaço em diversos bairros de Belém, no distrito de Icoaraci e, em seguida, em parte dos municípios de Ananindeua e Marituba, com o objetivo de se realizar a extensa programação desse complexo de eventos, principalmente no segundo final de semana de outubro, formando-se o que Souza (2001) caracteriza como territórios móveis. A dimensão espacial das manifestações que ocorrem nesse período pode ser observada nos mapas das Figuras 1 e 2 com os percursos das romarias, de aspectos sagrados, e dos cotejos, considerados profanos.

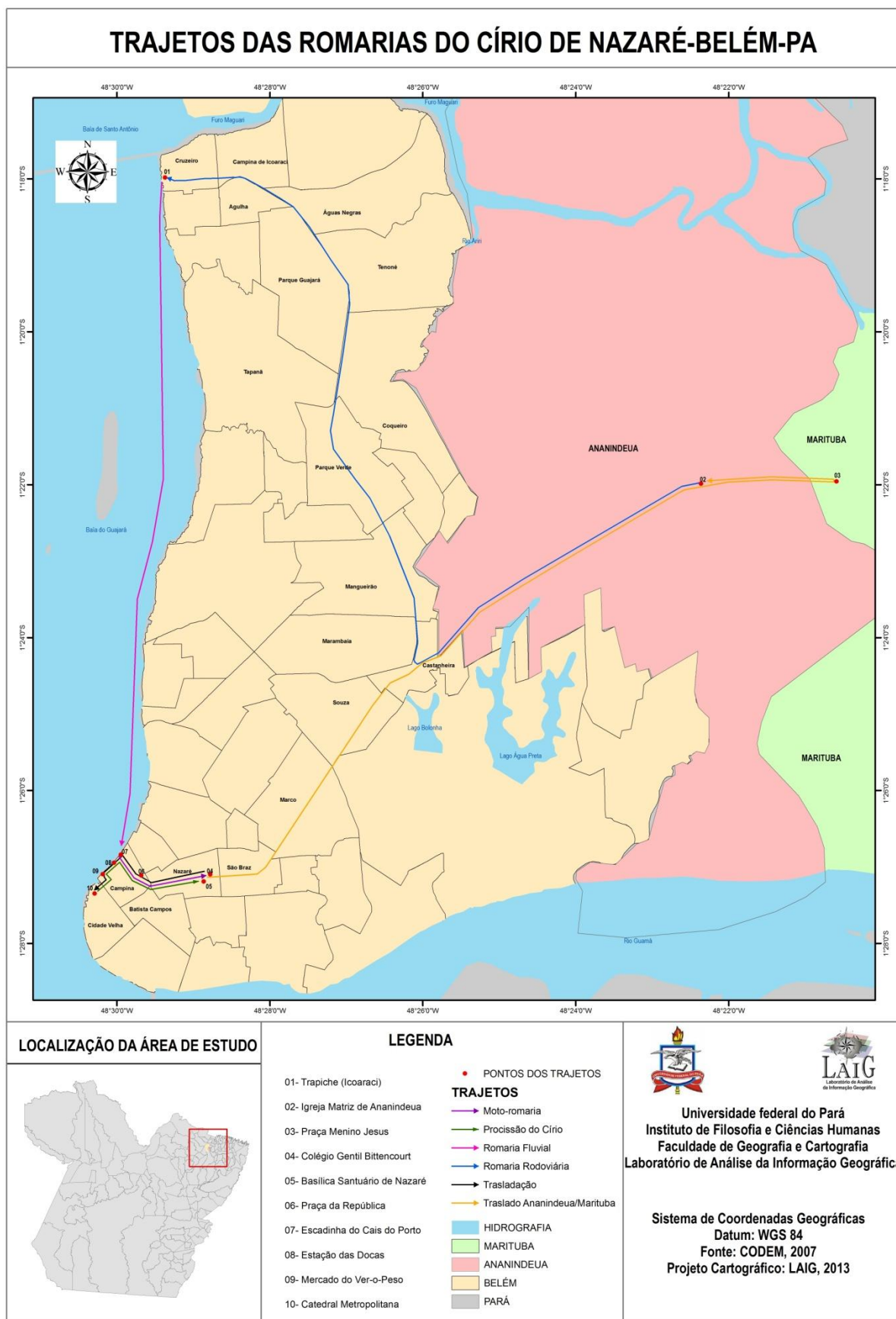


Figura 1. Trajeto das Romarias Do Círio de Nazaré – Belém-PA. Fonte: LAIG/UFPA – Organizado pela autora, 2013.

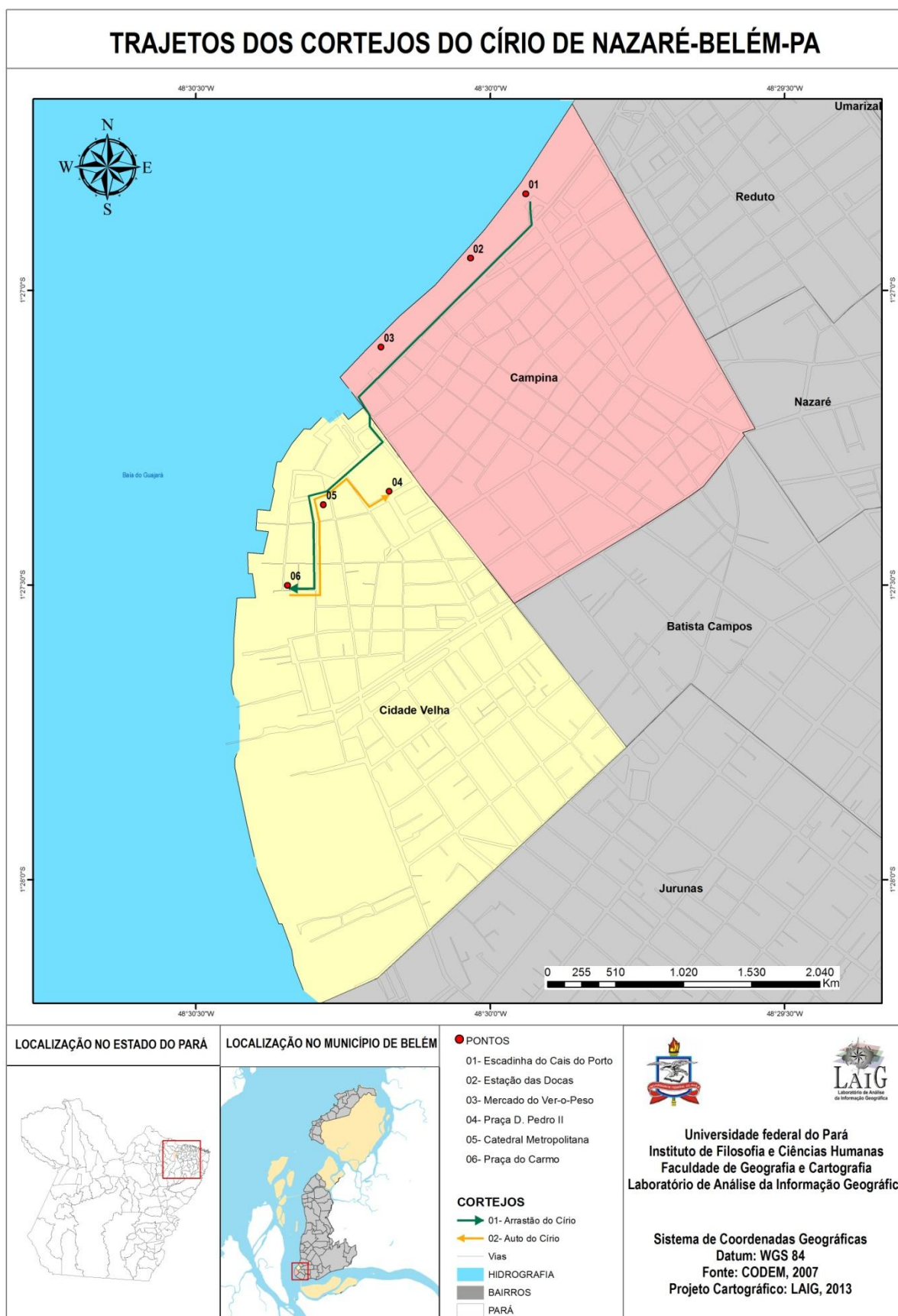


Figura 1. Trajeto dos Cortejos do Círio de Nazaré – Belém-PA. Fonte: LAIG/UFPA – Organizado pela autora, 2013



Quanto à atividade turística, o número de visitantes no período do Círio dinamiza diversos setores da economia, gerando-se emprego e renda. Conforme a tabela abaixo, estudos da PARATUR e do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Sócio-Econômicos – DIEESE indicam o aumento do número de turistas e seus gastos durante o Círio.

Ano	Número de turistas	Gasto presumido
2004	Cerca de 40 mil	U\$ 8,3 milhões
2012	Cerca de 76 mil	U\$ 28 milhões
2013	Cerca de 77,9 mil	U\$ 28,95 milhões

**Tabela 1.** Estimativas da participação e gastos de turistas no Círio de Nazaré em Belém (2004 - 2013). Fonte: PARÁ, 2013. Organizada pela autora.

Observando-se que no período de realização do Círio ocorre um significativo aumento no fluxo de visitantes, que diversas manifestações da cultura paraense se evidenciam e que os agentes do Estado, da Igreja e do mercado turístico alteram e se apropriam de trechos dos espaços com objetivos diversos, dentre eles a satisfação e aumento do tempo de permanência dos turistas, abordam-se a seguir algumas considerações referentes ao espaço e sua relação com a atividade turística, enfocando-se o segmento religioso em santuários e eventos católicos.

### **O espaço e sua turistificação em santuários e eventos católicos: contribuições teórico-empíricas para uma análise sobre o Círio de Nazaré**

As concepções de espaço geográfico são diversas e sua importância como conceito-chave para a geografia se alterou, segundo Corrêa (2008), de acordo com as correntes de pensamento. As correntes da geografia humanística e crítica, que surgiram na década de 1970, se assemelham entre si no rompimento com o positivismo. Entretanto, a primeira faz uso da fenomenologia e do existencialismo, enquanto a segunda baseia-se no materialismo histórico dialético, o que torna bastante evidente as diferenças de concepções de espaço para cada uma delas.

Para Mello (1990), a experiência vivida é a ferramenta de trabalho para os geógrafos humanistas, os quais buscaram definir o significado de espaço, mas também o de lugar. Nessa perspectiva, espaço seria “qualquer porção da superfície terrestre, é amplo, desconhecido, temido ou rejeitado” (p. 102). O autor continua, baseando-se em Yi-fu Tuan, dando ao lugar a característica de ser “recortado afetivamente, emerge da experiência e é um mundo ordenado e com significado” (p. 102). Dessa forma, a definição de uma dada área pode ser de lugar para uns e espaço para outros, segundo as relações estabelecidas por eles com aquele recorte.

Na geografia crítica, pode-se destacar, de acordo com Corrêa (2008), as contribuições de Henri Lefébvre, para quem “o espaço é concebido como *locus* da reprodução das relações sociais de produção” (p. 25), e Milton Santos, que inspirado em Lefébvre, busca a superação da dicotomia entre sociedade e espaço a partir do seu conceito de formação sócioespacial ou apenas espacial.

Para Santos, M. (2006) “o espaço é formado por um conjunto indissociável, solidário e também contraditório, de sistemas de objetos e sistemas de ações, não considerados isoladamente, mas como o quadro único no qual a história se dá” (p. 39). Assim, objetos e ações não podem ser concebidos isoladamente, a não ser para se facilitar uma análise abstrata, mas com a convicção de que um interfere no outro, afinal, os objetos são criados a partir das ações e estas são originadas pelas necessidades humanas e, de forma mais abrangente, pela dinâmica da sociedade.

A mudança na postura epistemológica do pensamento geográfico – principalmente aquela referente à forma pela qual o espaço passou a ser discutido no processo de renovação dessa ciência – se tornou um ponto de partida para estudos mais voltados à criticidade, nos quais a sociedade é protagonista do processo de produção do espaço. E, nesse sentido, encontram-se discussões envolvendo os mais diversos temas, dos quais se destacam nesse trabalho o turismo e a religião.

No que se refere à simbiose turismo-espaço, Ivars (2003) afirma que a atividade turística é um fato social e econômico manifestado claramente no espaço. Seu caráter espacial é determinado pelo

deslocamento de pessoas de seu lugar de origem até o destino e que provocam diversos efeitos sobre os territórios tanto nas áreas de trânsito, quanto nas de destino.

Por sua vez, o território é uma categoria geográfica que está diretamente relacionada aos processos de turistificação do espaço, considerando-se a atuação dos seus agentes e suas estratégias de apropriação de porções espaciais. Visando a compreensão da categoria território, destaca-se a concepção de Haesbaert (2009), para o qual o território contém relações de dominação e/ou de apropriação e “desdobra-se ao longo de um *continuum* que vai da dominação político-econômica mais ‘concreta’ e ‘funcional’ à apropriação mais subjetiva e/ou ‘cultural-simbólica’ ”(p. 95-96). Tal concepção integra as perspectivas materialistas e idealistas dando importância tanto ao poder político-econômico quanto ao simbólico.

Abordando cientificamente a atividade turística, Knafou (1996) tratou das relações entre turismo e território apontando três possibilidades: os territórios sem turismo, comuns até o que o autor coloca como “invenção” do turismo no século XVIII na Europa, mas com as facilidades de acesso pelo desenvolvimento dos transportes, eles seriam cada vez mais raros; o turismo sem território, que se refere àquele que não resulta da iniciativa dos turistas, mas sim de operadores turísticos, onde os turistas não se apropriam do espaço, construídos geralmente em lugares de passagem tal como os “Center Parcs” criados no noroeste da Europa; e os territórios turísticos, que seriam aqueles criados pelos turistas e de certa forma retomados pelos operadores e planejadores da atividade.

Os estudos sobre o turismo enfatizam os chamados territórios turísticos. Porém, Cruz (2007) entende que a expressão “território turístico” não existe teoricamente, mas sim os “usos turísticos do território” uma vez que a apropriação de porções dos espaços ocorre por diversas atividades simultâneas, incluindo-se e destacando-se em alguns casos o turismo.

A abordagem territorial da atividade turística está relacionada com os processos de turistificação do espaço, pois ela é consumidora de porções consideradas privilegiadas e que são apropriados pelos seus agentes políticos, econômicos e sociais. Assim, relacionando-se com a definição de território proposta

por Haesbaert (2009), Fratucci (2008) afirma que o “processo de turistificação dos espaços [...] compreende tanto o processo de apropriação simbólica de trechos do espaço pelo turista (...), como o processo de dominação pelos agentes econômicos e pelos agentes de governo (p.53)”.

Knafou (1996) elenca como fontes de turistificação os turistas, o mercado e os planejadores e promotores “territoriais”, aqui considerados como o Estado. Fratucci (2008) amplia essa concepção incluindo entre os agentes as comunidades das áreas receptoras.

Para ambos os autores o turista é o agente social gerador do fenômeno turístico. Para Fratucci (2008) ele se desterritorializa temporariamente a partir do seu deslocamento para outros pontos do espaço por motivações diversas, produzindo territórios mais fluidos e sazonais e movimentando a cadeia econômica ligada à satisfação de suas necessidades.

Ao tratar dos agentes de mercado, o referido autor afirma que com as necessidades dos turistas e por meio dos empresários o capital mercantilizou o fenômeno turístico transformando-o em mais uma atividade econômica. Tais necessidades permitem a divisão desses agentes entre os que se relacionam diretamente com os turistas (proprietários de meios de hospedagem, restaurantes, etc.) e os indiretamente relacionados (empresários do ramo de comunicação, segurança, etc.).

Ao Estado, em seus diferentes níveis de governo, cabe a normatização e regulação da atividade de modo a atender os interesses da população local atentando ao mesmo tempo para a lógica do capital (FRATUCCI, 2008).

A comunidade das áreas receptoras, geralmente não abordada pelos estudiosos como um agente de turistificação, foi agrupada por Fratucci, com base em Krippendorf (1989), entre os que trabalham diretamente na atividade turística, os trabalhadores indiretos e a população residente não envolvida com o turismo.

Tais agentes atuam em maior ou menor grau nos processos de turistificação, pois conforme Cruz (2007), os agentes hegemônicos seriam o Estado e o mercado, tendo muitas vezes o primeiro uma postura de subserviência em relação ao segundo. Porém, para ela “a hegemonia de um ou de outro não anula as possibilidades de contramovimentos” (p.11), referindo-se às reações da sociedade civil organizada.

Na análise dos processos de turistificação de espaços, a atuação dos agentes elencados para a manutenção e ampliação de seu poder vai além da perspectiva materialista, incluindo-se também a perspectiva simbólica, visto que a cultura e suas manifestações, por meio de símbolos, permeiam as relações.

Tratando-se da análise sobre santuários e eventos religiosos, a abordagem sobre o espaço envolve a diferenciação entre o sagrado e o profano. Para Eliade (1992), por exemplo, o homem religioso compreende o espaço como algo não homogêneo, reconhecendo manifestações do sagrado (hierofanias) em objetos situados em pontos que se tornam centros, representando a “fundação do mundo” (p. 17). A experiência profana, por sua vez, realizada pelo homem que recusa a sacralidade, apresenta um espaço homogêneo e neutro. Nesse sentido, Rosendahl (1999) observa que a transformação do espaço comum ou profano em sagrado ocorre pela hierofania e, também, pela construção ritual em seu entorno.

Santos, M. da G. (2006) afirma que a manifestação do sagrado no espaço se torna um fator de atração e de certo reordenamento espacial, pois ao seu redor se forma o espaço profano, sendo que não é o homem que escolhe o lugar sagrado, ele apenas o descobre.

Rosendahl (1999) define o espaço sagrado como “um campo de forças e de valores que eleva o homem religioso acima de si mesmo, que o transporta para um meio distinto daquele no qual transcorre sua existência”. (p. 233). Ela exemplifica como espaços sagrados não fixos, cuja sacralidade está associada a um tempo, as festas de santos do catolicismo popular, organizadas pelos fiéis, nas quais as

homenagens aos santos vão além das igrejas, incluindo-se as casas dos festeiros. Naquele período, as referidas casas são sacralizadas.

Para Santos, M. da G. (2006), o território é um conceito importante no estudo de espaços sagrados e profanos porque envolve a ação dos grupos sociais no espaço, no sentido de se apropriarem dele e transformá-lo. No território religioso, os símbolos adquirem fundamental importância como elementos interpretativos, pois “as percepções e representações humanas acerca do sagrado dirigem a maior parte das atividades dos indivíduos e dos grupos num determinado espaço” (p. 86). Apropriados por grupos de crentes para as suas práticas religiosas, os lugares considerados sagrados promovem a identificação e a agregação daqueles que partilham da mesma religião. A autora apresenta, ainda, diversas formas de se conceber as territorialidades, uma vez que são variadas as relações que os indivíduos ou grupos têm com o espaço. Tais relações vão desde “a apropriação integral e exclusiva de uma certa porção do espaço até a simples identificação de natureza simbólica com determinado lugar”. (p. 95).

Tratando da relação entre religião, território e territorialidade, Rosendahl (2005) concorda com a abordagem de Souza (2001) sobre territórios móveis, e afirma, em relação ao catolicismo, que “a organização interna dos territórios da Igreja é dinâmica, móvel no espaço. Os territórios religiosos se modificam há vários séculos, quer por criação de novas dioceses, quer por fragmentação das paróquias”. (p. 12934).

A territorialidade religiosa seria para Rosendahl (2005) uma estratégia de controle utilizada por instituições ou grupos em um território, sendo “[...] fortalecida pelas experiências religiosas coletivas ou individuais que o grupo mantém no lugar sagrado e nos itinerários que constituem seu território”. (p. 12934).

Rosendahl (2009) entende as procissões como manifestações simbólico-espaciais, sendo definidas como “deslocamentos por itinerários preestabelecidos, com o objetivo de alcançar lugares sagrados ou

realizar rituais em torno de pontos considerados significativos em termos etnico-religiosos”. (p. 51, traduzido pela autora).

Por sua vez, Pantoja (2006) afirma que as estratégias de controle podem ser reveladas pela configuração espacial das procissões, exemplificando no Círio a Trasladação e a Procissão Principal, nas quais a Diretoria da Festa e o clero se destacam dos demais participantes pela sua localização no trajeto, isolados e protegidos no chamado núcleo da berlinda.

Como abordado anteriormente, a criação da Romaria Fluvial inicia a ampliação das apropriações temporárias de trechos do espaço na Região Metropolitana de Belém com o objetivo de se realizar a extensa programação do Círio, formando-se o que Souza (2001) caracteriza como territórios móveis. Somam-se a esses exemplos de apropriação as arquibancadas instaladas na Praça da República, as quais são acessadas mediante a compra de ingresso, além das ruas, praças e calçadas, onde os fiéis dividem espaço com ambulantes, palcos para as homenagens à santa ou estruturas de apoio para os meios de comunicação.

Observa-se que a dimensão religiosa influencia e é influenciada pelas esferas da política, da economia e da cultura. Em geral, o comportamento dos sujeitos individualmente ou em sociedade é condicionado também por ela, o que se reflete principalmente nos espaços considerados sagrados, e, conseqüentemente em seu entorno, a partir dos fenômenos da peregrinação e, mais recentemente, do turismo religioso.

Santos, M. da G. (2006) observa a aproximação entre tais fenômenos no sentido de que ambos ocorrem por motivações religiosas, dividem espaços tidos como sagrados e utilizam geralmente da mesma infraestrutura e dos serviços nos destinos. A distinção entre eles se daria pela intensidade da motivação religiosa e também nos locais visitados. No caso da peregrinação, o próprio deslocamento já é uma prática religiosa, enquanto para o turista religioso ela seria um meio para se chegar aos lugares marcados pela espiritualidade.

Incluindo as principais características do turismo religioso, Santos, M da G. (2006) o define como: “(...) toda e qualquer deslocação (voluntária, temporária e não remunerada) religiosamente motivada, combinada com motivações de outro tipo, que tem por destino um lugar religioso (...), mas que não é em si uma prática religiosa.” (p. 293). A autora discute profundamente as características que assemelham e diferenciam o turista religioso do peregrino e ressalta a dificuldade em distinguir tais perfis, apontando para a secularização das sociedades ocidentais, a redução de práticas religiosas mais institucionalizadas e a popularização do automóvel como propulsoras do turismo religioso.

Aplica-se ao Círio a observação de Santos, M. da G. (2006), para quem a dificuldade para se distinguir as motivações dos visitantes é maior quando se trata da realização das tradicionais festas religiosas que, em geral, incluem programações profanas. A atratividade de tais festividades geraria o que se pode designar turismo em tempo religioso.

Observa-se ainda que, na relação espaço-tempo, há distinção entre a atratividade exercida pelo Círio de Nazaré em comparação aos santuários permanentemente visitados. Costa et al (s/d) ressaltam a diferença entre o Círio, onde os lugares se tornam sagrados por um tempo determinado, e lugares permanentemente sagrados, a exemplo de Fátima, em Portugal, ou Juazeiro do Norte e Aparecida, no Brasil. Tais exemplos tratam-se das chamadas hierópolis, ou seja, cidades sagradas, que, conforme Rosendahl (2009):

constituem centros, que em razão de uma hierofania ou manifestação do sagrado, atraem milhares de peregrinos que, sobretudo no tempo sagrado – tempo de ruptura com a cotidianidade – se deslocam para esses ‘centros, alterando suas funções, paisagens e significados. (ROSENDAHL, 2009, p. 48, tradução nossa).

Considerando-se a observação de Costa et al (s/d), pode-se afirmar que em Belém não se observa a centralidade do sagrado e sua intensa influência sobre a economia e a política quando comparadas a cidades como Fátima, Juazeiro do Norte ou Aparecida. Apenas durante o Círio de Nazaré, diversos espaços da Região Metropolitana de Belém se sacralizam e atraem milhares de visitantes, diferenciando-se do tempo comum.



Rosendahl (2002) trata das peregrinações católicas e traz exemplos de alguns centros onde o aspecto turístico pode ser associado ao religioso. Para ela, contudo, as peregrinações no Brasil guardam, “na quase unanimidade dos casos, uma característica evidentemente religiosa, assumindo o sentido de sacrifício” (2002, p.04).

Embora necessitando de dados estatísticos oficiais, dados empíricos coletados para esse estudo apontaram a presença de turistas (culturais, de negócios e religiosos, principalmente) e peregrinos no Círio de Nazaré. Os peregrinos são os que vêm a Belém apenas por motivações religiosas, dos quais se destacam os que fazem o deslocamento a pé. Parte deles retorna em seguida, após receberem atendimento na casa de acolhimento chamada Casa de Plácido, nas proximidades da Basílica de Nazaré, não participando, portanto, das demais programações.

Em referência a alterações espaciais observadas em santuários, ocasionadas pela atividade turística, Santos, M. da G. (2006) considera que Fátima, em Portugal, por ser uma cidade-santuário e de peregrinação, é também um centro de acolhimento de turistas, o que a caracteriza como um “espaço turístico” (p. 407). Nessa condição, a atividade turística se destaca das demais no ordenamento territorial. A autora faz um levantamento dos instrumentos de planejamento urbanístico da cidade bem como da evolução do aglomerado urbano da Cova da Iria, em função das necessidades que surgiram com o intensivo aumento do número de visitantes, bem como o crescimento da população residente. Tais alterações objetivaram, entre outros, facilitar o acesso aos lugares sagrados, ordenar os espaços de comercialização de produtos religiosos e *souvenirs*, além de ampliaram a oferta hoteleira.

Quanto aos santuários brasileiros, destaca-se o estudo de Oliveira (2004) sobre a cidade paulista de Aparecida e a sua Basílica Nacional. O autor exemplifica algumas intervenções urbanas na cidade, principalmente na grande oferta hoteleira, e no santuário, que para receber milhões de visitantes anualmente possui museu, mirante, um imenso salão de ex-votos, lojas, livrarias, confessionários, ampla área de passeio e estacionamento, e um shopping com praça de alimentação. Para ele, a falta de participação de profissionais não religiosos no planejamento turístico da cidade a tornou “um atrativo tão caótico quanto qualquer grande cidade brasileira” (p. 47).

Referindo-se ao culto a Nossa Senhora de Nazaré em Belém, Figueiredo (2005), afirma que sua atratividade turística perpassa tanto pela sua importância religiosa, quanto pelo seu caráter profano, dado que esse complexo de eventos é considerado como parte da identidade cultural não apenas dos belenenses, como dos paraenses.

Em relação às alterações espaciais, observa-se que elas atendem a interesses de agentes como a Igreja, o Estado e empresários, visando a uma maior atratividade turística a partir de apropriações com características permanentes ou temporárias.

As alterações permanentes buscam atrair visitantes para além do período da festividade e ocorreram no entorno do santuário, a partir da década de 1980, quando, conforme Matos (2010), cidades como Aparecida em São Paulo, entre outras, também se estruturaram para fortalecer o turismo religioso. Ela informa que em 1982 houve a transferência do arraial, realizado desde o primeiro Círio na área em frente à atual Basílica Santuário, para uma área lateral, pertencente à Igreja. Em seu lugar foi construído o Centro Arquitetônico de Nazaré – CAN com recursos da União. A praça pública, atualmente chamada Praça Santuário, onde ocorria o arraial, tornou-se um prolongamento da basílica e é controlada pela Diretoria da Festa. Nessa intervenção destruíram-se equipamentos urbanísticos que estavam relacionados às práticas profanas, em um processo de “higienização”, ficando aquele espaço destinado a shows musicais (atualmente católicos) e à exposição da imagem peregrina durante a festividade. Ela se refere também à demolição dos bares do arraial em 2010, à inauguração de uma loja de *souvenirs* religiosos em área anexa à Basílica e à transformação dos arcos temporários na Avenida Nazaré em estruturas fixas, demarcando o território do santuário.

Complementando as obras que tornam o referido território atrativo a visitantes para além do período do Círio, construiu-se no entorno da Basílica a Casa de Plácido e o espaço Memória de Nazaré, favorecendo a proximidade de objetos espaciais inter-relacionados.

Inaugurada em 2009, a Casa de Plácido foi construída com doações de fiéis para ser um lugar de primeira acolhida a peregrinos e turistas que buscam o santuário não apenas no Círio. Oferece

banheiros, refeitório, salão de repouso e o necessário para a recuperação dos visitantes, principalmente os que se deslocam de seus municípios em caminhada até Belém<sup>2</sup>.

O espaço Memória de Nazaré foi inaugurado em 2012 e retrata os aspectos sagrados da festividade com a exposição de mantos, cordas, ex-votos, cartazes, etc., diferenciando-se do Museu do Círio, cujo acervo passou a incluir também elementos profanos.

Criado em 1986 pelo Governo do Estado, o Museu do Círio funcionou inicialmente no subsolo da Basílica Santuário. Em 2002, foi transferido para o bairro Cidade Velha, no Complexo Feliz Lusitânia, o qual conforme Castro (2012) se tratou de uma das ações do referido governo que visava, a partir da requalificação de áreas do centro histórico de Belém, a preservação do patrimônio e “a dinamização de novas atividades econômicas e de lazer, que contribuem para o desenvolvimento de atividades turísticas no bairro”. (p. 70).

Dentre as alterações espaciais temporárias observa-se a instalação de arquibancadas para turistas e população local assistirem a passagem da imagem, como um espetáculo (FIGUEIREDO, 2005). Os turistas também podem assistir às procissões em arquibancadas preparadas pelos hotéis localizados no percurso do Círio. A realização de feiras para a venda de brinquedos de miriti durante o Círio também se inclui entre as alterações (e apropriações espaciais) temporárias, as quais têm sido realizadas em algumas praças do centro histórico de Belém.

As apropriações permanentes e temporárias de espaços no Círio variam com a expansão das manifestações e amplia as possibilidades de seu uso como atrativo turístico, conforme as intenções dos agentes ligados a essa atividade, os quais serão abordados a seguir.

### **A turistificação do espaço no Círio de Nazaré: particularidades dos agentes e estratégias para a manutenção de suas territorialidades**

---

<sup>2</sup> Disponível em: <<http://www.ciriodenazare.com.br/casa-de-placido/>>. Acesso em: 04 fev. 2014

Dada a complexidade do Círio de Nazaré, a análise dos seus agentes de turistificação requer a observação das relações existentes entre turistas, Estado, agentes de mercado e população residente, apontados por Fratucci (2008), com a inclusão daqueles que atuam diferentemente dos demais: os agentes culturais e os organizadores dos eventos religiosos.

Em relação aos turistas, observa-se a carência de dados quantitativos, visto que para Costa et al (s/d) as pesquisas não contemplam satisfatoriamente os que chegam pela via fluvial; e qualitativos, relacionados, por exemplo, às suas motivações, aos espaços e eventos frequentados por eles, considerando-se o caráter sagrado e profano da festa.

Os últimos estudos divulgados se referem aos Círios de 2011 e 2012 e foram realizados em parceria entre os órgãos estaduais Paratur, Setur e Dieese. Os resultados demonstram que a maior parte dos turistas que visita Belém no período reside no Brasil, principalmente nos estados de São Paulo, Maranhão e Rio de Janeiro. Dos tipos de hospedagem mais utilizados se destacaram os hotéis, com aproximadamente 30%, e as casas de parentes e amigos, que totalizam mais de 60% (PARÁ, 2012a; PARÁ, 2013). Todavia, tais pesquisas não indicam os perfis dos visitantes, os quais segundo suas motivações, poderiam ser classificados como turistas religiosos, peregrinos, ou simplesmente turistas, cujos interesses não estão vinculados à fé.

Para o presente estudo, realizaram-se pesquisas de campo nos Círios de 2012 e 2013 entrevistando-se visitantes nos principais eventos e em meios de hospedagem (hotéis, casas de parentes e amigos e a Casa de Plácido). Pelo tempo de permanência em Belém, verificou-se a presença de excursionistas e turistas em tais lugares, a maioria combinando interesses religiosos e não religiosos.

Em relação aos agentes de mercado, entre os endógenos, diretamente relacionados ao turismo (o trade turístico), esse estudo se centrou nos hoteleiros e agentes de viagens, os quais, atuando no receptivo, têm os turistas como clientes, diferenciando-se dos demais (restaurantes, transportes, etc.), que atendem turistas e população local.

Em entrevista, César Coimbra<sup>3</sup>, ex-presidente da Associação Brasileira da Indústria de Hotéis e atual Diretor Executivo do Belém Convention & Visitors Bureau, afirma que as reservas nos hotéis de Belém para o Círio chegam ao total de sua capacidade, e se iniciam com antecedência de um ano, o que não significa que todas se efetivem, pois a maioria só é confirmada às vésperas do evento. Por precaução, os hotéis em geral pedem um valor como garantia e estabelecem um mínimo de três dias para as reservas. A maioria dos hóspedes no Círio vem por conta própria, ou seja, sem o intermédio das agências de viagens.

A Romaria Fluvial foi apontada por Francisco Rocha, representante da Associação Brasileira das Agências de Viagens – ABAV, como o evento mais comercializado no Círio pelas agências de viagens, mas observa-se também a atuação de diversos agentes informais que, apesar de não terem empresas constituídas, elaboram, operacionalizam e comercializam passeios, incluindo-se pacotes para o referido evento, divulgando-os em jornais e sites.

Quanto aos agentes do poder público nas esferas municipal, estadual e federal de governo, as principais ações voltadas à atração de turistas no período do Círio são realizadas pelos órgãos relacionados à cultura e ao turismo: Coordenadoria Municipal de Turismo (Belemtur), Fundação Cultural do Município de Belém (Fumbel), Companhia Paraense de Turismo (Paratur), Secretaria de Estado de Turismo (Setur), Secretaria de Estado de Cultura (Secult) e Iphan.

Para Matos (2010), desde a década de 1980, diversas festividades populares têm sido apoiadas por instituições governamentais e por transnacionais, como a Unesco, em razão do aprofundamento da globalização econômica e técnica e da mundialização da cultura. Esse apoio possibilita que tais eventos atraiam novos investimentos e mais expectadores, o que aumenta o retorno financeiro aos investidores, mas também “o prestígio e o reconhecimento tanto para os organizadores, patrocinadores, apoiadores, quanto para os participantes em geral e turistas”. (p. 21). Dessa forma, para o Estado, os interesses que motivam suas ações vão além do retorno em arrecadação. Os agentes públicos buscam o prestígio e

---

<sup>3</sup> Entrevista concedida à autora em 15 abr. 2014

o reconhecimento da Igreja, de empresários e da população em geral, o que os fortalece nas futuras campanhas políticas.

Conforme Fratucci (2008), as comunidades das áreas receptoras também atuam nos processos de turistificação de espaços, destacando-se, para esse estudo, as mais diretamente impactadas pela festividade, principalmente no segundo final de semana de outubro: os moradores ou frequentadores dos bairros Nazaré e Cidade Velha, onde se concentra a maior parte das manifestações sagradas e profanas. Considerando-se a heterogeneidade de expectativas das comunidades, identificaram-se nas entrevistas interesses econômicos, religiosos e até certa indiferença, a qual foi observada na fala de um dos moradores.

Ainda entre as comunidades das áreas receptoras, verificou-se a presença dos agentes culturais, os quais, nesse estudo limitaram-se aos elencados por IPHAN (2006), centrando-se nos representantes do Auto do Círio, Arrastão do Círio e Festa da Chiquita. Os artesãos de brinquedo de miriti foram também abordados devido à sua constante presença na festividade, apesar de serem moradores de outro município.

O Auto do Círio é realizado desde 1993 pela Escola de Teatro e Dança da Universidade Federal do Pará, visando a “(...) revitalizar o Centro Histórico Belém por ocasião do Círio de Nossa Senhora de Nazaré, além de possibilitar o exercício da prática do ensino das artes através do Teatro de Rua (...)”<sup>4</sup>.

O Arrastão do Círio, por sua vez, é realizado desde o ano de 2000 pelo Instituto Arraial do Pavulagem, tratando-se de um cortejo profano que tem como objetivo homenagear Nossa Senhora de Nazaré, mas destacando o caráter profano da festividade, principalmente em relação aos brinquedos de miriti e os demais trabalhos dos artesãos.

---

<sup>4</sup> Disponível em:

<[http://autodocirio.ufpa.br/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2:historia&catid=2:historia&Itemid=13](http://autodocirio.ufpa.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2:historia&catid=2:historia&Itemid=13)>. Acesso em 03 Abr 2014.

Observou-se nas entrevistas com Beto Benoni e Ronaldo Silva, representantes, respectivamente, de tais manifestações, que suas intenções coincidem no sentido de ambas apresentarem uma visão ampliada do Círio com seus aspectos sagrados e profanos.

A Festa da Chiquita foi criada na década de 1970, período da ditadura militar, quando, conforme seu coordenador, Eloy Iglesias, um grupo de intelectuais, poetas, jornalistas, entre outros, alguns deles homossexuais, organizadores do bloco de carnaval chamado Filhas da Chiquita, começou a se reunir no Bar do Parque, na Praça da República, na noite da Trasladação, como forma de protesto e homenagem, de forma crítica, à festividade de Nazaré. O evento tem sua história marcada pela resistência e visa a promover a discussão sobre os direitos humanos não apenas de homossexuais, mas de toda a sociedade.

Presença constante nas procissões do Círio, os brinquedos de miriti são confeccionados no município de Abaetetuba, próximo a Belém. A matéria-prima é o caule da palmeira, com o qual se fazem miniaturas referentes à fauna, flora e ao imaginário amazônicos, além de embarcações, ex-votos, etc. (IPHAN, 2006). Os artesãos são representados pela Associação dos Artesãos de Brinquedos e Artefatos de Miriti de Abaetetuba (ASAMAB) e Associação Arte Miriti de Abaetetuba (MIRITONG).

Quanto ao caráter religioso do Círio, Pantoja (2006) divide os agentes envolvidos na organização/realização dos eventos entre leigos (membros do poder público, empresários patrocinadores oficiais e leigos comuns) e sacerdotes membros da Diretoria da Festa, a qual, segundo IPHAN (2006), foi criada em 1910, sendo formada por representantes de vários segmentos da sociedade belenense. Atualmente, ela é composta por Conselho Consultivo, presidido pelo arcebispo de Belém; Diretoria Colegiada, presidida pelo reitor da Basílica de Nazaré, Diretoria Executiva, formada por leigos, e Diretores Beneméritos.

Sobre a atratividade turística do Círio, Matos (2010) afirma que esse interesse deixou de ser apenas das empresas privadas e do poder público, pois a Igreja tem realizado ações com o objetivo de torná-lo um grande espetáculo turístico. Ela afirma que “além de organizar a festa popular, o objetivo é

organizar ações com vistas a fazê-la reconhecida mundialmente e ter seus símbolos e ícones arquitetônicos como referência para atrair fiéis e turistas” (p. 181).

Nas entrevistas realizadas para essa pesquisa, tanto o ex-diretor, Kleber Vieira, quanto o atual, Jorge Xerfan<sup>5</sup>, afirmaram o interesse da igreja em tornar o Círio mais atrativo não apenas em outubro, mas durante todo o ano, o que ampliaria as possibilidades de evangelização, considerada o principal objetivo das instituições religiosas. Tal intenção impele à inclusão dessa entidade entre os agentes hegemônicos do processo de turistificação do espaço, que conforme Cruz (2007) seriam o Estado e os agentes de mercado.

Quanto aos espaços relacionados à devoção a N. S. de Nazaré em Belém, verifica-se que a atuação de uma diversidade de agentes para tornar a referida devoção mais atrativa aos visitantes se sobressai na festividade do Círio, mas ocorre também, pode-se afirmar, ainda timidamente, em relação aos demais períodos do ano, o que se revela nas alterações e apropriações espaciais permanentes apontadas anteriormente.

Como afirmado anteriormente, em relação ao Estado, Iphan, Paratur, Setur, Secult, Belemtur e Fumbel destacam-se nas ações voltadas para a turistificação do espaço no Círio. Considerados pela Diretoria da Festa como “realizadores” da festividade, a prefeitura e o governo estadual investem na programação religiosa fazendo repasses a partir de convênios por meio da Fumbel e Secult, respectivamente.

A partir das entrevistas realizadas com representantes dos referidos órgãos, bem como de matérias jornalísticas, destacam-se no Quadro 2 algumas ações recentes de agentes públicos que têm contribuído para dar maior visibilidade ao Círio de Nazaré:

---

<sup>5</sup> Entrevistas concedidas à autora em 03/09/2013 e 21/10/2014, respectivamente.



ESFERA	ORGÃO	AÇÕES
Federal	IPHAN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Registro do Círio em nível nacional como Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial (2004);</li> <li>• Inclusão na Lista Representativa do Patrimônio Cultural da Humanidade da UNESCO (2013).</li> </ul>
Estadual	SETUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoio à Remaria e à Feira de Artesanato do Círio (2013);</li> <li>• Organização e disponibilização de embarcação para a Romaria Fluvial a servidores públicos e jornalistas (2013).</li> </ul>
	PARATUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribuição de panfletos com as programações do Círio (2013);</li> <li>• Ampliação do funcionamento dos Postos de Informações Turísticas na semana do Círio (2013);</li> <li>• Receptivo no aeroporto e terminal rodoviário, com apresentações de grupos pára-folclóricos (2013);</li> <li>• Realização do Concurso de Ornamentação de Embarcações na Romaria Fluvial (2013);</li> <li>• Promoção do Círio na Expocatólica (São Paulo), Bolsa de Turismo (Lisboa) e Festival de Turismo (Gramado) com a imagem peregrina e a Diretoria da Festa (entre os anos de 2011, 2012 e 2013).</li> </ul>
	SECULT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoio ao Arrastão do Círio (2013);</li> <li>• Realização do Projeto Nazaré em Todo Canto (shows musicais e espetáculos teatrais de artistas paraenses) (2013);</li> <li>• Exposição Miriti das Águas na Estação das Docas (artesanato de miriti) (2013).</li> </ul>
Municipal	BELEMTUR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realização do Projeto Amigo do Turista (capacitação de estagiários e estudantes para atenderem nos postos de informações turísticas temporários e nas arquibancadas; distribuição guias turísticos, e instalação do camarote para jornalistas e parceiros do projeto) (2013).</li> <li>• Realização de <i>Flash Mob</i> no aeroporto de Belém (2013).</li> </ul>
	FUMBEL	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoio ao Arrastão do Círio (2013)</li> <li>• Coral na Procissão Principal (2013).</li> </ul>

**Quadro 2.** Ações recentes do Estado na turistificação do Círio de Nazaré. Fonte: Entrevistas realizadas pela autora e matérias jornalísticas em sites.

Assim, confirma-se o entendimento de Cruz (2007), para a qual o Estado favorece a atividade turística não apenas com a criação de novos objetos ou adequação dos preexistentes, mas também atuando no sistema de ações.

Em relação aos agentes de mercado, eles atuam direta ou indiretamente na turistificação de espaços no Círio, destacando-se, entre os diretamente atuantes, as agências de viagens, principalmente em relação à venda dos chamados pacotes para a Romaria Fluvial; e os hoteleiros responsáveis pelos estabelecimentos situados no percurso das romarias, os quais oferecem arquibancadas e refeições com elementos da gastronomia paraense.

Contribuindo indiretamente para esse processo, destacam-se as instituições financeiras, hospitais, laboratórios, shoppings, mineradoras, escolas, entre outros, que a partir de seus investimentos como patrocinadores e apoiadores oficiais do Círio, possibilitam que a festividade se estenda em relação à duração e aos espaços apropriados para a sua realização.

Além dos patrocinadores e apoiadores oficiais, contribuem para a espetacularização do evento os empreendimentos situados ao longo dos percursos da procissão principal e da trasladação, os quais realizam queima de fogos e contratam corais, artistas e padres famosos para prestarem homenagens durante as referidas procissões, proporcionando a moradores e turistas a possibilidade de assistirem suas apresentações.

A Igreja, representada pela Diretoria da Festa, tem atuado no processo de turistificação do Círio a partir de ações como a participação em eventos do turismo religioso em São Paulo, Gramado e Lisboa, em parceria com a PARATUR, conforme entrevista realizada com o ex-Diretor Coordenador, Kleber Vieira, que esteve nesse cargo até o final do ano de 2013.

As ações da Igreja voltadas para a atividade turística no complexo formado pela Basílica Santuário e seus arredores são também realizadas pela Pastoral da Acolhida, a qual criou em 2010 o projeto Amigo do Turista, homônimo ao criado pela BELEMTUR, mas realizado apenas no referido complexo,

onde estudantes voluntários monitoram visitas. Ademais, a Diretoria da Festa tem criado novos objetos e refuncionalizado os pré-existentes, como a Casa de Plácido e o espaço Memória de Nazaré.

Entre os agentes não considerados como hegemônicos, têm-se inicialmente os turistas, incluindo-se os que vêm do interior do estado e que não são contabilizados nas estatísticas oficiais. Sua presença em Belém impulsiona profundamente a economia, conforme Costa et al (s/d), justificando-se inclusive os altos investimentos do poder público. Acrescenta-se que, conforme Knafou (1996) e Fratucci (2008), estão na origem da atividade turística, ou seja, a presença deles é fundamental para a que um espaço seja considerado turistificado.

Os resultados das entrevistas realizadas em 2012 e 2013 apontam que todos os eventos realizados no período selecionado para a análise (Auto do Círio, Romaria Fluvial, Arrastão do Círio, Trasladação, Festa da Chiquita e Procissão Principal) foram frequentados por turistas, destacando-se a procissão principal do Círio.

Em relação aos pontos turísticos relacionados ao Círio, fizeram parte dos questionários e entrevistas a Basílica de Nazaré, a Igreja da Sé, o espaço Memória de Nazaré, o Museu do Círio, a Praça Santuário e a Casa de Plácido. A partir das respostas dos inquiridos, observou-se que todos esses pontos tiveram a presença de turistas, além de serem acrescentados o Mercado do Ver-o-Peso e a Estação das Docas.

Os moradores de Belém são também considerados agentes não hegemônicos e sua atuação na turistificação de espaços está em convidar e receber os visitantes, tanto os hospedando, como apresentando os eventos e pontos turísticos da cidade. Reflexo disso é o alto percentual de turistas que se hospeda em casas de parentes e amigos, conforme afirmado anteriormente.

Os agentes culturais apontados nesse estudo atuam nesse processo principalmente gerando maior atratividade a diversos espaços da cidade e, considerando-se os responsáveis pelos eventos Auto e Arrastão do Círio, Festa da Chiquita e artesãos de miriti, as entrevistas realizadas com eles revelam que todos entendem seus eventos ou produtos como atrativos turísticos que tem atraído mais visitantes

a cada ano. Os motivos apontados estão na relação deles com o Círio e na escolha dos lugares para a sua realização, que são pontos turísticos importantes historicamente para a cidade.

Ressalta-se que, não se desprezando a relevância de seu caráter profano, o Círio de Nazaré se trata de uma manifestação notadamente religiosa, e, portanto, as ações dos diversos agentes não se justificam apenas pelos reflexos econômicos gerados, mas também porque possivelmente a maioria deles é devota de N. S. de Nazaré.

Desse modo, a partir do que se observou na atuação dos agentes, pode-se afirmar que são diversos os espaços turistificados no Círio de Nazaré, tanto sagrados fixos, quanto não fixos, além dos espaços profanos. Dentre os sagrados fixos, destacaram-se nessa pesquisa as igrejas que fazem parte das programações religiosas, especialmente a Basílica Santuário de Nazaré e a Igreja da Sé, que pela sua antiguidade e importância para os católicos de Belém, já são apropriadas para o turismo durante todo o ano.

Consideram-se como espaços sagrados móveis no Círio os trajetos percorridos pela imagem e seus elementos relacionados, tais como a corda e os carros dos milagres, durante a realização das procissões. Todavia, retomando-se a definição de espaço sagrado para Rosendahl (1999), o qual está relacionado à manifestação do sagrado, à transcendência e elevação do homem para um meio diferente do habitual, pode-se afirmar que há um subjetivismo na avaliação do que seriam tais espaços, conforme a fé de cada indivíduo.

Um exemplo da subjetividade dessa análise seria a Praça Santuário, particularmente a área central que contorna o altar onde a imagem peregrina permanece durante o Círio, a qual é envolta por um gradil. Para alguns, esse poderia ser um espaço sagrado não fixo, considerando-se que a referida imagem permanece nele por poucos dias. Porém, verifica-se que, durante o ano, os fiéis têm amarrado no referido gradil, fitinhas relacionadas ao Círio, provavelmente como forma de agradecimento por graças alcançadas, o que pode se tornar mais uma tradição popular na devoção à santa.

Os espaços profanos apropriados para o turismo no Círio de Nazaré são diversos, desde praças, museus, áreas da orla de Belém, etc. Ressalta-se que, em geral, tal como nos espaços sagrados, eles sofrem a ação dos agentes de turistificação durante todo o ano, mas durante a festividade podem se modificar funcional e simbolicamente, a exemplo da Praça da República, lugar de lazer e de passagem durante ano, mas palco de procissões, onde se pode assisti-las em arquibancadas, e de eventos não religiosos no período do Círio.

Durante as pesquisas observaram-se algumas convergências e divergências de expectativas, principalmente no que se refere às intenções da Igreja, representada pela Diretoria da Festa, e de parte dos moradores, turistas, agentes de mercado e agentes culturais. Algumas dessas convergências se refletem em parcerias, enquanto as divergências ocasionam conflitos, inclusive de territorialidades, em virtude de se manifestarem, por exemplo, na apropriação de espaços públicos.

Os interesses convergentes têm resultado em parcerias entre a Igreja ou os agentes culturais, que necessitam constantemente de investimentos, e entidades públicas e privadas, que financiam a festividade, havendo ainda as parcerias entre órgãos do setor público com finalidade relacionada ao incremento da atividade turística.

As parcerias que envolvem a maior parte dos recursos financeiros considerando-se por entidade requerente são as que envolvem a Diretoria da Festa e os realizadores, patrocinadores e apoiadores oficiais<sup>6</sup> que, conforme abordado anteriormente pertencem às esferas pública e privada, além das doações de fiéis, as quais incluem elementos representativos da devoção, tais como a corda ou o manto que envolve a imagem.

Dentre as parcerias realizadas na esfera pública, destacaram-se, nessa pesquisa, aquelas que envolvem o órgão municipal e os estaduais de turismo, Belemtur, Setur e Paratur, a exemplo do projeto Amigo

---

<sup>6</sup> Em relação aos projetos de Patrocinador e Apoiador Oficial do Círio, dentre as fontes pesquisadas para esse estudo, indicam-se as aprofundadas análises de Costa et al (s/d), Pantoja (2006) e Matos (2010).

do Turista, que promoveu a capacitação de agentes para atuarem como informantes no período do Círio.

Em relação aos eventos de caráter profano abordados, verificou-se que o apoio dos órgãos estadual e municipal de cultura é mínimo para a maioria deles, com exceção do Arrastão do Círio, o qual a parceria foi observada tanto na entrevista com o seu representante, quanto na do Gerente de Artes Cênicas da Secult, Nando Lima<sup>7</sup>. Para o representante do Auto do Círio, isso indica que tais órgãos não percebem a importância cultural, social e turística desse e de outros eventos para o estado, e afirma, ainda, que tem recebido também pequenos investimentos financeiros de entes privados como a mineradora Vale e o Serviço Social do Comércio - Sesc.

Dentre as parcerias com agentes culturais, ressalta-se a que ocorreu durante aproximadamente dez anos, entre artesãos de miriti e o Sebrae. O apoio dessa entidade contribuiu para a organização da produção das peças e sua comercialização além da criação da Asamab. Porém, a relação entre Sebrae e Asamab apresentava conflitos de interesses relacionados ao local de realização da Feira do Miriti, em geral, na Praça Waldemar Henrique e ao acabamento das peças produzidas.

Durante o Círio, o Sebrae organizava a referida feira, com o apoio do Governo do Estado e das prefeituras municipais de Belém e Abaetetuba. a qual foi exclusivamente para a comercialização de produtos do miriti até 2011, unindo-se, em 2012, a outros tipos de artesanato e, finalmente em 2013, generalizando-se e sendo denominada Feira de Artesanato do Círio, o que resultou na discordância dos associados da Asamab, segundo o seu representante, visto que, para eles, seu artesanato se diferencia por ser símbolo do Círio.

O Sebrae optou, a partir de 2013, por não mais realizar parcerias com associações, apenas com micro empreendedores individuais, os quais comungam do mesmo objetivo: o aperfeiçoamento das peças e a comercialização em lugares mais adequados para atender o público consumidor, em especial os turistas.

---

<sup>7</sup> Entrevista concedida à autora em 28/03/2014.

As entrevistas com o Sebrae, a Asamab e a Miritong revelaram que apesar de não desejado, o fim da parceria possivelmente encerra as dificuldades para se atender os anseios das três entidades, visto que, segundo o Presidente da Asamab, a maioria dos artesãos é idosa e não se adapta às exigências do Sebrae.

Assim, em 2013 a Asamab realizou improvisadamente uma feira exclusivamente de produtos de miriti na Praça D. Pedro II, no bairro Cidade Velha, iniciativa que despertou o interesse do Iphan em apoiá-los a partir de 2014, como uma das ações de salvaguarda necessárias para os bens considerados patrimônios mundiais pela Unesco, conforme entrevista com a superintendente desse órgão, Dorotea de Lima<sup>8</sup>.

Seguindo na identificação de conflitos entre os agentes de turistificação do Círio, observa-se que sobre os agentes de mercado, o representante da Abav mencionou a dificuldade das agências para a venda de pacotes para a Romaria Fluvial, tanto pelos altos custos com aluguel das embarcações (que são inflacionados nesse período), quanto pela concorrência com os agentes informais os quais, não tendo os encargos fiscais e trabalhistas, conseguem baratear os preços para os clientes.

Quanto à territorialidade e seus possíveis conflitos, entende-se que, em relação à igreja enquanto realizadora do Círio, seu poder é, sobretudo, simbólico, mas também se observa um caráter político-disciplinar, no que se refere à busca pelo controle do comportamento dos participantes, além de ser apoiada por diversas ações do poder público, a exemplo da chegada da Romaria Fluvial, na qual a imagem peregrina é recebida com honras de Estado, com base na Lei n° 4.371 de 15 de dezembro de 1971 (PARÁ, 1971), a qual proclama N. S. de Nazaré como Patrona do Estado do Pará.

Retomando a discussão sobre o caráter disciplinar da Igreja nos eventos do Círio, Matos (2010) aponta ações que visaram a ampliar o aspecto mais religioso da festividade, ou seja, reduzindo-se o que se considera como profano. Dentre elas houve, em 1970, o estímulo para que os participantes rezassem e entoassem as músicas católicas durante as procissões, a partir da afixação de faixas e cartazes no

---

<sup>8</sup> Entrevista concedida à autora em 17 mar. 2014.

percurso e, posteriormente, com a utilização de um sistema de sonorização. Os referidos cartazes e faixas não podiam veicular propagandas comerciais, o que se diferencia da atualidade, quando a contrapartida para os investimentos de patrocinadores e apoiadores oficiais é a sua divulgação nos materiais produzidos pela Diretoria da Festa para o Círio.

A territorialidade da Igreja é observada em diversas outras situações, dentre elas as visitas da santa aos fiéis, realizadas após a Missa do Mandato, em setembro, onde o trabalho de evangelização se espalha por milhares de residências; na distribuição de cartazes, os quais os fiéis, em geral, afixam em suas portas demonstrando sua devoção, ou, ainda, na disposição dos participantes da Procissão Principal e da Trasladação, considerando-se a corda e o chamado núcleo da berlinda.

A corda, elemento essencial do Círio, que desperta a curiosidade dos visitantes, teve seu comprimento aumentado, na década de 1980 para os seus atuais 400m, conforme Matos (2010), mas o grande número de promesseiros os obriga a se comprimirem intensamente durante todo o percurso. Uma estratégia utilizada pela Diretoria da Festa foi a de alterar a posição desse elemento, que até 2004 se atrelava à berlinda com o formato da letra U, passando, em seguida a ser linear.

O discurso da Diretoria da Festa para as alterações na posição da corda e para o seu ‘desatrelamento’ antes do final da procissão se resume em questões relativas à segurança e ao tempo do evento. Tais mudanças têm criado conflitos entre a Igreja e os referidos promesseiros, embora, segundo o ex-Diretor Coordenador, se dialogue antecipadamente com representantes da Associação de Promesseiros da Corda.

Apesar de já ter sido bastante discutido por estudiosos do Círio, o conflito de territorialidade entre a Diretoria da Festa e a Festa da Chiquita continua em evidência e ocorre na Praça da República, espaço público estudado por Pantoja (2004), que sofre diversas apropriações além daquelas realizadas pelos participantes das procissões e da referida festa, pois, durante esses eventos, ela é também ocupada por ambulantes, grupos de roqueiros, religiosos ligados aos cultos afro-brasileiros, entre outros.



Em relação aos espaços turistificados no Círio, que potencialmente seriam territórios de conflitos, destacou-se na presente pesquisa a Praça Santuário de Nazaré, em frente à Basílica, a qual anteriormente se chamava Justo Chermont, tendo essa denominação alterada em 2004 (BELÉM, 2004). Essa ação já reafirma a apropriação do espaço pela Igreja, o que se soma às diversas intervenções realizadas, especialmente no início da década de 1980, as quais foram analisadas por Matos (2010). Apesar de continuar sendo oficialmente praça pública, tais intervenções a transformaram em uma extensão do santuário, reforçando-se sua apropriação com a construção de símbolos relacionados à devoção à santa. Ademais, a autorização para a realização de eventos naquele espaço depende da dessa entidade, inclusive no que se refere aos realizados por órgãos do poder público. E dentre os moradores e usuários entrevistados do bairro Nazaré, um pastor evangélico de uma igreja desse bairro entende que a Praça Santuário pertence à igreja católica e quando deseja realizar ações de evangelização ao ar livre, opta por praças de outros bairros.

Assim, verifica-se que o processo de turistificação do espaço no Círio de Nazaré contempla diversos agentes, os quais em dados momentos apresentam-se em conflito devido a divergências de interesses e intenções. Observa-se também a realização de parcerias, principalmente entre o poder público, a Igreja Católica e os agentes culturais e de mercado, que favorecem a promoção da festividade entre pessoas de outros estados e países e despertam seu interesse em conhecê-la.

Em relação à manutenção das territorialidades dos agentes hegemônicos, a parceria entre eles tem sido utilizada historicamente como uma estratégia, embora, em situações de conflitos, tais agentes possam se associar aos não hegemônicos, tais como os agentes culturais, a exemplo do ocorrido com a Festa da Chiquita na Praça da República, a qual sempre se realizou em clima de tensão com representantes da Igreja, sendo inicialmente proibida pelo poder público e, anos mais tarde, autorizada e incentivada pela prefeitura.

Como estratégia, verifica-se também que a patrimonialização dos eventos a partir dos títulos do Iphan, em 2004, e da Unesco, em 2013, tem sido utilizada pelos agentes culturais para justificar a

continuidade de sua realização nos espaços em que tradicionalmente acontecem, e também para se obter o apoio do Estado e de agentes de mercado.

Todavia, no caso dos artesãos de miriti, representados pela Asamab, as entrevistas revelam que sua territorialidade não está relacionada a um espaço específico, mas à identidade dos associados, os quais se recusaram a participar de uma feira não exclusivamente voltada para o artesanato que eles produzem, preferindo-se, assim, realizá-la, mesmo que improvisadamente, em outro espaço.

Portanto, a partir da análise da relação entre os diversos agentes de turistificação do espaço e entendendo-se que o Círio se trata de uma festividade sobretudo religiosa, verifica-se que a maioria dos conflitos identificados envolvem a Igreja e estão ligados principalmente às diferenças entre as suas concepções e as práticas do catolicismo popular. As tensões intrínsecas à relação entre os agentes apontados, dadas as divergências e convergências de interesses, os quais tem se modificado de acordo com o momento político e econômico, por exemplo, têm ocasionado as mudanças e as permanências dos elementos que compõem a festividade.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Ao longo dos seus mais de duzentos anos, a festividade do Círio de Nazaré em Belém tornou-se uma das maiores manifestações católicas do mundo e um complexo de eventos, envolto também em diversas práticas não religiosas, que ampliam o seu caráter cultural e lhe conferem peculiaridades em relação às demais existentes no Brasil.

Observou-se nesse estudo que o aumento do fluxo turístico no Círio, se deve, entre outros, à articulação de agentes religiosos, políticos, econômicos e culturais, que atuam na espetacularização da festividade; mas, também à intensidade e às formas dos fiéis demonstrarem sua devoção. A atuação de tais agentes se reflete tanto no sistema de objetos, com a criação de novos ou a refuncionalização dos pré-existentes, como no sistema de ações, transformando-se espaços relacionados à festividade a partir de apropriações concretas e simbólicas.

A presente pesquisa buscou oferecer elementos que contribuam para a compreensão de como tem se dado a turistificação do espaço no Círio de Nazaré em Belém, partindo-se da identificação dos agentes e de espaços envolvidos nesse processo e, considerando-se a importância da atuação dos referidos agentes, analisou-se suas intenções, os possíveis conflitos entre eles as estratégias para a manutenção de suas territorialidades.

Desse modo, em relação à identificação dos agentes desse processo, pode se afirmar que eles são o Estado, representado por órgãos de cultura e turismo em níveis municipal, estadual e federal; a Igreja Católica, representada pela Diretoria da Festa; os agentes de mercado, principalmente o chamado trade turístico; os agentes culturais, destacando-se os elencados pelo IPHAN no dossiê elaborado para fundamentar a patrimonialização da festividade; os visitantes, os quais podem ser classificados entre turistas e peregrinos, e, finalmente, a população local.

Dentre os agentes apontados, considera-se que os hegemônicos são o Estado, a Igreja Católica e os agentes de mercado, e que suas intenções estão na ampliação do seu poder econômico, político e religioso. Os principais conflitos ou divergências relacionadas a tais intenções envolvem, além dos agentes hegemônicos, os fiéis e os agentes culturais, no que se refere às práticas religiosas populares, manifestações de caráter profano ou à atuação de agentes econômicos na espetacularização da festividade, dado que tais ações, algumas vezes, vão de encontro às orientações da Igreja;

;

Observa-se que os espaços turistificados nessa festividade seriam tanto os utilizados para as romarias e programações religiosas, como aqueles em que se realizam os eventos de caráter profano, e que as estratégias para a manutenção das territorialidades dos agentes estão baseadas principalmente na parceria entre o Estado, a Igreja e os agentes culturais e de mercado.

Ressalta-se que se optou nesse estudo por uma análise abrangente de uma complexidade de agentes responsáveis por eventos que alcançaram grande amplitude. Tal abrangência impossibilitou o aprofundamento das análises, porém aponta caminhos para pesquisas futuras baseadas na atuação de grupos de agentes de modo mais específico.

Faz-se necessário, assim, ampliar os estudos sobre o turismo religioso, entre outros segmentos da atividade turística, na Geografia e demais ciências, considerando-se que ele é responsável por movimentar milhões de turistas, gerando variadas alterações espaciais e consequências positivas e negativas para diversos territórios, inclusive pela dominação material e apropriação cultural-simbólica realizada pelos seus agentes.

Finalmente, ressalta-se a importância de se aprofundar a análise, no planejamento da atividade turística, das características e expectativas dos agentes de turistificação do espaço no Círio de Nazaré, buscando-se, assim, promovê-la de modo mais satisfatório à maior parte dos grupos sociais direta ou indiretamente envolvidos.

## REFERÊNCIAS

- CASTRO, C. A. T. **Processos de patrimonialização e turistificação na produção do espaço do bairro Cidade Velha, Belém-PA**. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Pará. Programa de Pós-Graduação em Geografia. Belém, 2012.
- CASTRO, C. A. T.; SERRA, D. R. O. Gastronomia Amazônica e Turismo na Festa do Círio de Nossa Senhora de Nazaré, em Belém do Pará - Brasil. In: **Livro de Resumos do Congresso Internacional Turismo, Lazer e Cultura**. Coimbra: Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, 2011.
- COSTA, F. de A. *et al.* **O Círio de Nazaré: economia e fé**. Relatório Final. Núcleo de Altos Estudos Amazônicos/UFPA e Instituto de Economia/UFRJ. Belém, s/d. Disponível em: <<http://www.agencia.fapesp.br/arquivos/cirio.pdf>>. Acesso em 09 dez. 2012.
- CRUZ, R. C. **Geografias do Turismo: de lugares a pseudo-lugares**. São Paulo: Roca, 2007.
- ELIADE, M. **O sagrado e o profano**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- FIGUEIREDO, S. L. Círio de Nazaré: festa e paixão. In: FIGUEIREDO, S. L. (ORG.). **Círio de Nazaré: festa e paixão**. Belém: EDUFPA, 2005.
- FRATUCCI, A. C. **A Dimensão Espacial nas Políticas Públicas Brasileiras de Turismo: as possibilidades das redes regionais de turismo**. Tese (Doutorado em Geografia). Niterói: UFF, 2008.
- HAESBAERT, R. O mito da desterritorialização: do “fim dos territórios” à multiterritorialidade. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.
- INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL – IPHAN, Ministério da Cultura. **Círio de Nazaré – Dossiê – Volume I**, Belém, 2006.
- IVARS, J. A. **Planificación turística de los espacios regionales em España**. Madrid: Síntesis, 2003.
- KNAFOU, R. Turismo e Território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, Adyr A.B. **Turismo e geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Ed. HUCITEC, 1996.

MATOS, L. da S. **Belém em festa: a economia lúdica da fé no Círio de Nazaré**. Tese (Doutorado). Pontifícia Universidade Católica. Programa de Pós Graduação em Ciências Sociais. São Paulo, 2010.

OLIVEIRA, C. D. M. de. **Turismo religioso**. São Paulo: Ed. Aleph, 2004.

PANTOJA, V. **Negócios Sagrados: reciprocidade e mercado no Círio de Nazaré**. Dissertação (Mestrado), Universidade Federal do Pará, Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais, Belém, 2006.

\_\_\_\_\_. **A Praça Pública e a Festa Sagrada – Manifestações Culturais e Territorialidades Móveis no Círio de Nazaré em Belém-Pa**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação). Universidade Federal do Pará, Faculdade de Geografia e Cartografia, Belém, 2004.

PARÁ, Assembleia Legislativa. Lei n. 4371 de 15 de dezembro de 1971. **Diário Oficial do Estado do Pará**, Belém, 1971.

\_\_\_\_\_. **Pesquisa sobre Turismo Receptivo: Estudo da Demanda Turística do Círio de Nazaré de 2011**. Belém: Companhia Paraense de Turismo, 2012a.

\_\_\_\_\_. **1ª Coletiva Oficial do Círio 2013**. Belém: Companhia Paraense de Turismo, 2013.

ROSENDAHL, Z. Território e Territorialidade: Uma perspectiva Geográfica para o Estudo da Religião. **Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina**, São Paulo, 2005. Disponível em: <  
<http://www.observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal10/Geografiasocioeconomica/Geografiacultural/38.pdf> >. Acesso em 09 set. 2011.

\_\_\_\_\_. **Geografia da Religião: uma proposição temática**. GEOUSP. São Paulo, 11: 9-19. 2002.

\_\_\_\_\_. Hierópolis y procesiones: lo sagrado y el espacio. In C. CARBALLO C. (Coord.). **Cultura, territorios y prácticas religiosas**. Buenos Aires: Prometeo. 2009.

\_\_\_\_\_. O espaço, o sagrado e o profano. In: ROSENDAHL, Z.; CORRÊA, R. L. **Manifestação da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: Ed. da UERJ, 1999.

SANTOS, M.. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. 4ª ed. São Paulo: EDUSP, 2006.

SANTOS, M. da G. M. P. **Espiritualidade, turismo e território**. São João do Estoril: Principia. 2006.

SOUZA, M. J. L. de. O território: sobre o espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I. E. de; GOMES, P. C. da C.; CORRÊA, R. L. (Orgs.). **Geografia: conceitos e temas**. 3. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.