

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA

Instituto de Geociências e Ciências Exatas

Campus de Rio Claro

O turismo religioso em Aparecida (SP): aspectos históricos, urbanos e o perfil dos romeiros

Andrei Guimarães Pinto

Orientador: Prof. Dr. Helmut Troppmair.

Dissertação de Mestrado elaborada junto ao Programa de Pós-Graduação em Geografia – Área de Concentração em Organização do Espaço para obtenção do título de Mestre em Geografia.

Rio Claro (SP)

2006

Andrei Guimarães Pinto

O turismo religioso em Aparecida (SP): aspectos históricos, urbanos e o perfil dos romeiros.

Dissertação de Mestrado elaborada junto ao Programa de Pós-Graduação em Geografia – Área de Concentração em Organização do Espaço para obtenção do título de Mestre em Geografia.

Rio Claro, 04 de outubro de 2006.

Resultado: Aprovado

Prof. Dr. Helmut Troppmair

Profa. Dra. Odaléia Telles Marcondes Machado Queiroz

Profa. Dra. Sílvia Aparecida Guarnieri Ortigoza

Prof. Dr. Fadel David Antonio Filho (suplente)

Profa. Dra. Maria Thereza Duarte Paes Luchiari (suplente)

## **Agradecimentos**

Em nossa passagem pelo mundo, somos ao mesmo tempo, aprendizes e mestres alternadamente.

Mas a grande riqueza em conhecermos pessoas que passam por nós e deixam um legado de sabedoria e exemplo, que certamente estarão presentes o tempo todo e por todo tempo em nossas vidas.

É difícil lembrar desde o início de minha caminhada, todos aqueles que contribuíram com seus valores, para que hoje pudesse estar incluindo-os, nessa homenagem. No entanto, a esses valorosos, brindo-lhes com um agradecimento especial...

Agradeço aos meus pais Edson e Leda, pela formação e direcionamento moral, aos meus avós Lauro e Maria Izabel, pelo carinho e proteção, meu irmão Daniel grande companheiro e amigo. Juntos, eles formam minha base sólida e saudável, meu núcleo, o lugar para onde, por mais que a vida me leve a lugares distantes, sempre vou voltar.

Obrigado, aos mestres, amigos, colegas, amores e afetos. Acreditem vocês foram fundamentais para minha formação.

Existem variadas formas de aprendizado, mas uma delas em especial, chega ser tão difícil como garimpar diamante de gema pura. É o aprendizado pelo exemplo, aquele valor que não se diz que tem, embora esteja presente a cada ação em todo momento.

Como diz uma canção popular brasileira: “O homem que diz sou, não é, porque quem é mesmo não diz”.

Esse agradecimento sincero e muito especial é ao mesmo tempo, uma homenagem a alguém que lançou mão de seu conforto pessoal, para ensinar-me a maior e mais valorosa de todas as lições que já aprendi, o profissionalismo e sabedoria são inimigos da vaidade.

Ao professor Helmut Troppmair, o sábio que sabe, que ainda há muito que aprender, e que prontamente me acolheu, ensinou-me e recolocou-me no caminho novamente. Obrigado por sua sabedoria!

Com muito carinho, agradeço a cada um dos mestres que tive ao longo de minha vida universitária, todos, sem exceção, foram únicos e fundamentais. E de todos guardarei as melhores lembranças.

Sinto-me feliz por esse momento, ele representa uma síntese de minha vida de fé.

Essa dissertação é um trabalho sobre Aparecida e ao mesmo tempo uma homenagem à Mãe Maior.

Andrei

## Resumo

A cidade de Aparecida, localizada no Vale do Paraíba em São Paulo, possui importante função religiosa, compreendendo o maior culto mariano do mundo, atraindo peregrinos de diferentes perfis sócio-econômicos e culturais do Brasil e do mundo. Estes movimentos de peregrinação em torno do fenômeno do aparecimento da imagem de Nossa Senhora Conceição Aparecida são importantes referências para estudar a função religiosa da cidade de Aparecida, apresentando representatividade singular no espaço geográfico, com grandes distâncias percorridas e fluxo de populares que recebe. O que fortalece o fenômeno do turismo religioso que é tratado com destaque nesta pesquisa.

Palavras-chave: Aparecida, Turismo Religioso, peregrinação.

## **Abstract**

The Aparecida city, localizable in Paraíba Valley at São Paulo State, has important religious function, comprehended the great Marist cult, attracting peregrinators of different social-economics and cultural profiles of Brazil and the world.

These peregrination movements around of phenomenon of appearance of the “Nossa Senhora Conceição Aparecida” image’s are important references to study the religious function of the Aparecida city, presenting singular representation in geographic space, with great distances covered and flow of popular that she receives. What it fortifies the phenomenon of the religious tourism that is dealt with prominence in this research.

Keywords: Aparecida, religious tourism, peregrination.

## Lista de Figuras

	Página
Figura 1 – Localização de Aparecida no Estado de São Paulo.....	47
Figura 2 – Localização do Município de Aparecida (SP).....	48
Figura 3 – Mapa das estradas de ferro do Estado de São Paulo.....	49
Figura 4 – Diagrama concêntrico da cidade de Aparecida.....	50
Figura 5 – Distribuição por sexo.....	63
Figura 6 – Distribuição por idade.....	64
Figura 7 – Estado civil.....	65
Figura 8 – Escolaridade.....	66
Figura 9 – Religião.....	67
Figura 10 – Procedência (Estados).....	68
Figura 11 – Viagem em grupo.....	69
Figura 12 – Motivações de viagem.....	70
Figura 13 – Atividades realizadas.....	71
Figura 14 – Conforto.....	72
Figura 15 – Preço.....	73
Figura 16 – Serviços.....	74
Figura 17 – Nível de satisfação.....	75
Figura 18 – Os comerciantes recebem os romeiros.....	76
Figura 19 – Produtos oferecidos.....	77
Figura 20 – Proximidade de Deus.....	78
Figura 21 – Sentimentos.....	79
Figura 22 – Reflexões sobre a vida.....	80
Figura 23 – Tipos de reflexões.....	81
Figura 24 – A mídia e a viagem para Aparecida.....	82

## Lista de Fotos

	Página
Foto 1 – Centro de Atendimento ao Romeiro .....	33
Foto 2 – Basílica nova em construção .....	43
Foto 3 – Basílica nova já construída .....	44
Foto 4 – Área comercial da Rua Monte Carmelo .....	45
Foto 5 - Área de futura expansão urbana de Aparecida.....	53
Foto 6 - Passarela da Fé .....	54
Foto 7 - Basílica Nova e a passarela da fé.....	54
Foto 8 - Basílica Nova e o pátio .....	60
Foto 9 - Pátio da Basílica .....	60
Foto 10 - Basílica Velha e os ciclistas .....	61

## Lista de Quadros

Página

Quadro 1 – Comparação entre cidades tradicionais e religiosas .....	52
---	----

## Sumário

	Página
1. Introdução .....	11
2. Centros e características do turismo religioso.....	22
2.1 O caminho de Santiago de Compostela.....	27
2.2 O turismo religioso em Aparecida .....	28
3. Objetivos .....	30
3.1 Objetivo geral.....	30
3.2 Objetivos específicos .....	30
3.2.1 Perfil do romeiro .....	30
3.2.2 Tipos de viagens e suas motivações .....	30
3.2.3 Nível de satisfação .....	31
3.2.4 Estudo da missão religiosa.....	31
4. Considerações sobre a literatura do turismo religioso.....	32
5. Procedimentos metodológicos .....	41
6. Caracterização da área de estudo .....	43
7. Os romeiros.....	63
7.1 Perfil dos romeiros .....	63
7.2 Tipos de viagens e suas motivações .....	68
7.3 Nível de satisfação.....	72
7.4 Estudo da missão religiosa .....	78
8. Considerações finais .....	83
9. Referências .....	89
Anexos .....	91

# **O Turismo Religioso em Aparecida (SP): aspectos históricos, urbanos e o perfil dos romeiros.**

## **1. Introdução**

Viajar é uma necessidade do ser humano desde os tempos mais remotos, na Antigüidade o Homem procurou romper a barreira do mundo conhecido, aumentando seus domínios e ampliando suas fronteiras. Conquistadores como Alexandre o Grande fizeram de sua vida um legado de conhecimento. Impulsionado pelas narrativas de Homero como a *Ilíada* e a *Odisséia*, Alexandre desbravou as terras longínquas do Oriente ampliando o horizonte do mundo conhecido até então, chegando à Índia por volta de 320 a.C.<sup>1</sup>

Marco Pólo em sua fantástica viagem à China traz novidades para o Ocidente como a pólvora e o macarrão.<sup>2</sup> Em 1492, Cristóvão Colombo ao procurar uma rota marítima para as Índias, descobre algo muito maior: o Novo Mundo, o continente Americano.<sup>3</sup>

Nos séculos XVIII e XIX, o ato de viajar era praticado apenas por nobres abastados, sendo essa prática denominada como “Grand Tour”. O Grand Tour era uma espécie de viagem caracterizada por motivações essencialmente culturais, sendo priorizado o desenvolvimento intelectual proporcionado pelo conhecimento de novas culturas.

Estas viagens ao exterior visavam principalmente à formação do elemento humano, pois, até o início do século XIX, no caso brasileiro havia uma total escassez de centros formadores em nível superior no Brasil, o que forçava os filhos da aristocracia a saírem do país para se titularem em Direito ou Medicina nas tradicionais universidades européias como, a Universidade de Coimbra em Portugal, La Sorbonne na França ou em Cambridge na Inglaterra.

---

<sup>1</sup> MOSSE, C. – *Alexandre o Grande*. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

<sup>2</sup> CONY, C. H. – *As viagens de Marco Pólo*. São Paulo: Ediouro, 2001.

<sup>3</sup> PEREIRA, A. – *Diário de Bordo de Cristóvão Colombo*. São Paulo: Editora Moderna, 2004.

Algumas novelas brasileiras de época como “Sinhá Moça”, “Cabocla” e “Renascer” de Benedito Rui Barbosa, ilustram com propriedade a ida destes jovens aristocratas para instituições de Ensino Superior na Europa, impulsionados pelos pais que visavam à continuidade da família na política local e regional.

No início esses jovens se dirigiam para Europa e, na medida que iam surgindo no Brasil Faculdades como a renomada de Direito do Largo São Francisco em São Paulo, muitos optaram por permanecer no próprio país, ocupando os grandes centros urbanos nacionais.

O ato de viajar foi se modernizando conforme a evolução da humanidade, chegando a época do turismo que deixa de ser uma iniciativa pessoal para ser desenvolvida por empresas especializadas, onde o ato de circular se popularizou e tornando-se acessível para um número maior de pessoas. Entre as principais mudanças podemos destacar a descoberta de novas áreas turísticas e a popularização de outros como, por exemplo, as cidades litorâneas, constituindo-se no roteiro de Sol e Mar.

O roteiro de Sol e Mar teve sua procura intensificada, pois, estudos científicos realizados ainda no século XIX comprovaram os benefícios que o litoral traz para a cura de enfermidades, devido ao clima e a água do mar principalmente. Outro fator determinante foi a exaltação da beleza corporal, pois os corpos bronzeados pelo Sol afluam ainda mais sensualidade e a sedução do indivíduo.

Nesta fase do turismo empresarial surgiram as primeiras agências de viagem e, com elas a criação de pacotes turísticos a preços módicos e parcelados. Essa massificação do produto turístico se deu principalmente em virtude da evolução dos meios de transportes que encurtaram as distâncias, devemos ressaltar a utilização do ônibus e do avião que contribuíram sobremaneira para baratear o acesso às classes de média e baixa renda aos pacotes turísticos, respectivamente. Hoje se discute a classificação do turismo que ainda não são bem definidas.

Molina (2003) classifica o turismo empresarial em categorias: *o pré-turismo ou Grand Tour* já mencionado acima; *o turismo industrial* dividido em duas fases: *turismo industrial primitivo e o turismo industrial maduro*. Ele também classifica o turismo industrial em outras duas categorias: *turismo pós-industrial e o pós-turismo*.

O turismo industrial primitivo ocorre no século XIX e se estende até a 2ª Guerra Mundial, quando surgem os primeiros hotéis urbanos, o grande desenvolvimento de balneários costeiros no Mar Mediterrâneo e o surgimento dos primeiros centros turísticos na América Latina, a expansão do transporte de superfície, a criação dos escritórios governamentais de turismo, entre outras manifestações. Nesse momento as empresas já contavam com uma estrutura organizacional elementar e pouco diversificada quanto aos serviços que ofereciam. Entretanto nesta época começaram a ser incorporadas determinadas práticas científicas à gestão administrativa (MOLINA, 2003, p.23).

O turismo industrial maduro foi uma fase marcada pela popularização dos pacotes turísticos e destinos de viagens que acusou impressionante crescimento ininterrupto a partir da década de 1950, passando de 25 milhões de turistas internacionais até mais de 600 milhões na década de 1990. O turismo de *sol e mar* foi um dos mais dinâmicos, transformando-se na locomotiva da expansão de atividade, até que no turismo pós-industrial outros produtos começassem a observar taxas de crescimento comparativamente maiores. A organização do setor nas empresas e nas instituições públicas e sociais caracteriza-se por seu caráter piramidal, monolítico e burocrático. Os canais de distribuição também se regem por estes conceitos fundamentais. Nessa fase o turismo se converte em um fenômeno de deslocamento massivos, gerando importantes conseqüências sociais, políticas culturais de meio ambiente e financeiras, parte delas benéficas e outras contribuindo para relações conflitantes, nesse contexto geram-se discussões sobre a perda de identidade induzida pelo turismo nos destinos e na cultura local (MOLINA, 2003, p.24).

No modelo pós-industrial constituiu-se um paradigma que despreza valores, as metodologias e as técnicas chamadas *tradicionais*, que foram os suportes de expansão do modelo industrial maduro. No pós-industrialismo apresentam-se novos requisitos para ser competitivo em mercados intensamente disputados: a diferenciação dos produtos/serviços e também a desmassificação dos mercados ou alta segmentação; o começo da personalização dos serviços; a descentralização de decisões nas empresas e no setor; e o ecologismo, que se desdobra na estratégia de desenvolvimento

sustentável. Todos eles aparecem como referências cruciais do novo modelo (MOLINA, 2003, p.26).

No quadro do pós-turismo geram-se produtos competitivos com capacidade crescente de inserção no mercado. A base tecnológica disponível pode ser considerada como um elemento fundamental em seu desenvolvimento, formando parte de um sistema mais amplo, o sócio-técnico, que compreende também a força de trabalho, a organização para o trabalho e a gestão. Os produtos típicos do pós-turismo, como os parques temáticos de alta tecnologia, começam a registrar uma procura maior em relação aos tradicionais pacotes de turismo de sol e praia, este último considerado o produto *standart* dos turismos industriais (MOLINA, 2003, p.28).

Como vimos o ato de viajar sempre esteve associado à inquietude e aos impulsos do ser humano em querer ampliar seus horizontes em conhecer novas paragens. Na atualidade, além de ser a oportunidade de abrir novos horizontes, o ser humano enxerga no ato de viajar uma alternativa de quebrar a rotina e a monotonia e conseqüentemente o estresse, além de se obter status junto ao seu grupo. Viajar em férias traz a conotação de estar “bem de vida”, podendo desfrutar de seus prazeres e o luxo.

O estresse não é doença exclusiva de cidades de grande categoria dimensional, estando presente também em pequenos núcleos urbanos, onde a falta de novidades em circulação geram a monotonia.

Segundo os psicólogos o estresse é uma doença que não está relacionada diretamente ao meio em que a pessoa vive, ou seja, nem todas pessoas que vivem nos grandes centros urbanos como São Paulo, Rio de Janeiro, Tóquio, Nova Iorque, Cidade do México são necessariamente estressadas. O que realmente ocorre é a pré-disposição do indivíduo em ficar ou não estressado.

Especialistas afirmam que existem dois tipos de estresse: o estresse benigno e o maligno. O estresse benigno também conhecido como “diestresse” é um tipo que está no limite do suportável. Este tipo de estresse nos impulsiona a procurar atividades físicas e recreativas, ou seja, a procura de locais para descanso e recuperação física, mental ou psicológica incluem-se nesta categoria o turismo religioso.

A vida conturbada dos grandes centros urbanos leva a população ao esgotamento ou estresse.

O estresse maligno é um tipo de estresse que está acima do limite do suportável, no qual o indivíduo reflete o desgaste mental no organismo, onde começam a surgir doenças somáticas como a psoríase, a gastrite entre outras que obrigavam o uso de medicamentos, necessitando de uma parada nas atividades.

A vida é movimento, sem o movimento o indivíduo perde o estímulo para viver. O que nos faz concluir que a monotonia também pode levar o indivíduo ao estresse.

Os habitantes de pequenos núcleos urbanos necessitam sobremaneira da circulação de idéias, pois, tais localidades são carentes de necessidades básicas como energia elétrica e, em muitos casos a televisão se quer faz parte da rotina de tais moradores. O que evidencia a necessidade constante de se quebrar a rotina monótona para ir a busca do novo, mesmo que seja uma saída curta, como por exemplo, uma ida até a localidade mais próxima, uma pescaria, um banho de cachoeira, etc.

A geografia como ciência que estuda o espaço procura relacionar os aspectos físicos e humanos das áreas estudadas pelo turismo. Hoje mais do que nunca o turismo e a geografia caminham lado a lado, procurando fortalecer e estreitar os dois ramos científicos.

O ato de viajar se constitui numa porta aberta para o mundo, onde os atores (turistas) podem interagir com o local vivenciando novos costumes de diferentes povos, trocam experiências de vida, adquirem novos hábitos, aprendem um novo idioma, conhecem novas pessoas e lugares, sem mencionar a variedade gastronômica a disposição.

A viagem é uma prática constante subordinada por motivações variadas. Em muitos casos as motivações de viagens são postas como definições fechadas e cristalizadas como, por exemplo, **Turismo de Negócios**, **Turismo Religioso**, **Turismo de Cura**, entre outras categorias. Nosso foco é mostrar que tais motivações não podem ser tratadas como definições herméticas, dissociadas do todo como se estivessem em pequenas gavetas, mas sim, trazer à luz que tais motivações estão entrelaçadas as necessidades psíquicas do ser humano.

Não é nosso propósito reinventar conceitos e definições, mas sim, elucidar o que se encontra oculto em cada categoria.

Segundo Pimentel (2006) o turismo visto como uma atividade econômica sofre também inovações constantes, em face da competitividade dos mercados e das exigências de demanda. Em vista disso, as empresas de turismo estão a caminho da especialização, deixando de ser generalistas, e passam a oferecer produtos segmentados, destinados a uma clientela específica. Nessa segmentação, são colocadas à disposição opções, dentre as quais se pode citar: *Turismo cultural, Turismo esotérico, Turismo de maior idade, Turismo esportivo, Turismo náutico, Turismo religioso, Turismo de negócios, Turismo de eventos e Ecoturismo.*

Nossos objetivos são estudar o arranjo espacial na cidade de Aparecida de função religiosa e o perfil de seus peregrinos. Conhecer seu perfil sócio-cultural através do nível de instrução e relacionar também características como religião, gênero, idade, estado civil para melhor conhecer os visitantes.

Eis, alguns Tipos de Turismo:

Podemos elencar alguns tipos de viagens e suas respectivas motivações.

→ **Viagens por motivações medicinais**

Geralmente praticado em locais dotados de qualidades terapêuticas e destinado a repor forças físicas e psíquicas (termalismo, climatismo, tratamento geriátricos). Algumas localidades de clima ameno se favoreceram tornando-se centros termalistas como, Águas de Lindóia, Poços de Caldas, Serra Negra, Campos do Jordão, Caldas Novas, Caxambu, Araxá, São Lourenço, Lambari entre outras localidades, pois, além do clima favorável com temperaturas amenas, possuíam fontes de águas medicinais que propiciavam a cura de enfermidades diversas e oferecem também uma gama variada de entretenimentos, além dos arranjos espaciais diferente, novos.

Estes famosos balneários nos primórdios eram freqüentados somente por famílias de alta renda, pois tais tratamentos medicinais demandavam muito dinheiro, havendo um caráter extremamente elitista. No decorrer dos anos tais localidades ganharam infra-estruturas como os Grandes Hotéis com seus cassinos elegantes, tornando-se espaços *glamourosos* freqüentados pela elite brasileira. Tais instalações

eram dotadas de conforto palaciano, havendo amplos salões e auditórios que recebiam artistas de renome nacional e internacional.

Com a proibição dos jogos de azar no Brasil pelo governo Dutra na década de 50, os cassinos foram obrigados a fecharem suas portas, fazendo com que tais localidades caíssem num rápido declínio econômico, perdendo o brilho conquistado.

Estas cidades tornaram-se aparentemente monótonas e limitadas pela exclusiva função termalista, que ainda hoje atraem milhares de pessoas que buscam nas águas medicinais um tratamento alternativo para suas enfermidades. A aparente tranqüilidade é outro fator que atrai as pessoas, pois, condicionam melhores resultados no tratamento de enfermidades, principalmente as somáticas. Tais águas medicinais são dotadas de propriedades físico-químicas como, por exemplo, as águas sulfurosas que apresentam enxofre em sua composição, sendo recomendadas para o tratamento de doenças gástricas.

A tranqüilidade destes lugares como as Termas de Ibirá, distrito do município de Ibirá no Estado de São Paulo, em alguns casos é necessária para o tipo de tratamento de enfermidades específicas. Algumas doenças somáticas como psoríase necessitam de ambientes tranqüilos para o tratamento, pois, são doenças originadas do estresse. Muitos médicos recomendam leituras para os pacientes que se submetem a esse tipo de tratamento, pois, tal localidade na atualidade, não dispõe de alternativas de recreação.

A tranqüilidade proporcionada pela monotonia e simplicidade do lugar é o principal agente no tratamento de doenças. Tão logo o indivíduo volta a suas atividades rotineiras os sintomas retornam, se não houver mudanças de atitude e hábitos.

Tanto que em alguns casos o paciente ao se expor às tensões do dia-a-dia volta a contrair tal enfermidade.

Devemos destacar também o poder da mídia televisiva no imaginário coletivo brasileiro, sendo as novelas as principais vitrines de determinadas localidades, tornando-as atrações turísticas. Podemos destacar a novela “Dona Beja” exibida pela extinta TV Manchete que enalteceu a cidade mineira de Araxá, tornando-a conhecida do grande público e também se constituindo como um novo fluxo de turistas. Este fenômeno está relacionado com a Imagem Atual, termo utilizado por Vieira em sua tese

de doutoramento, também denominada de imagem nova, corresponde ao espaço criado pela moda, pela mídia, pelos padrões de beleza da sociedade contemporânea (VIEIRA, 1997, p.30).

→ **Viagens por motivações desportivas**

Busca a prática e não a contemplação de espetáculos, na maioria das vezes envolvem modalidades esportivas como o futebol, pesca submarina, esqui, a regata entre outros esportes.

Com o passar dos anos as práticas desportivas evoluíram e se adequaram ao perfil do homem moderno, surgindo então a vertente dos esportes radicais que exigem de seu praticante vigor físico e mental. São esportes de auto-afirmação que buscam, sobretudo a superação dos limites corporais e psíquicos, que exigem a produção excessiva de adrenalina pelo organismo.

Podemos destacar alguns esportes radicais como o rafting, o rapel, a tirolesa, o bungee jumping, o arvorismo entre outros esportes praticados na maioria das vezes por jovens. Outro ponto fundamental a ser destacado é que a grande maioria destes esportes são praticados em áreas de contato com a natureza, ou às vezes chamado “turismo ecológico”.

A cidade de Brotas (SP) que antes passava despercebida pelos roteiros turísticos, passou por um processo de valorização devido a beleza cênica proporcionada pelo relevo movimentado de cuesta e também as corredeiras do rio Jacaré Pepira, atraindo hoje sobremaneira os jovens praticantes de esportes radicais.

Com a descentralização da administração turística nos Estados, o turismo ficou a cargo das secretarias de turismo do Estado que define as políticas enquanto as secretarias municipais por sua vez procuram pô-las em prática. Tal medida se evidenciou parcialmente ineficaz em algumas cidades turísticas, pois, a maioria destes guias turísticos tem treinamento inadequado, resultando assim, em uma série de graves acidentes com vítimas fatais nos últimos anos, causados pelo despreparo destes profissionais, sendo amplamente divulgado pela mídia, o que nos confirma que o turismo é altamente exigente, necessitando de preparos e o que temos visto é puramente amadorista.

### → **Viagens por motivações culturais**

Praticado por quem se interessa pelo desenvolvimento intelectual e orientado, portanto, para cidades históricas, museus, pinacotecas, monumentos, espetáculos musicais e teatrais.

Podemos destacar alguns centros receptores mundiais de turistas o Museu do Louvre em Paris, onde o visitante precisa agendar no mínimo três dias para conhecer todas as alas do museu, devido à magnitude de seu acervo.

Entre as cidades históricas mundiais devemos destacar: Roma “*A cidade eterna*” e Paris “*A cidade luz*”, que ainda são as preferidas do grande público, pois, tais cidades estão no imaginário popular como palco de grandes romances da literatura mundial, despertando nas pessoas, sobretudo o romantismo, além da parte historicamente rica e variada em atrações.

No caso brasileiro podemos exemplificar as cidades históricas de Minas Gerais, como Mariana, Congonhas do Campo, Sabará e São João Del Rey com suas belas construções do século XVIII.

Tais preferências estão diretamente relacionadas à Imagem tradicional das cidades, ou seja, a imagem moldada pelos tempos, transmitidas pelos costumes, variada de forma escalar, dentro e fora do país (VIEIRA, 1997, p.30).

### → **Viagens por motivações lúdicas sem pretensões evidentes**

Aquela que se realiza na época de descanso das ocupações profissionais habituais, buscando essencialmente a recreação em praias, montanhas, campos entre outros.

Devemos destacar o conceito de áreas de atração permanente de Tuan (1980), que são lugares que transmitem a sensação de conforto ao ser humano, funcionando como refúgio ou proteção no imaginário coletivo, tendo como exemplo de áreas de atração permanente a praia, o vale e a ilha.

A praia é uma área que pela biodiversidade que o mar oferece como alimento ou pelas reentrâncias da praia que sugerem um mosaico paisagístico é considerada como área de atração permanente.

Além do mais a areia fofa, o brilho do sol, a água do mar e a brisa que sopra, proporcionam uma sensação de conforto as pessoas.

O vale de uma bacia hidrográfica, sempre foi considerado como área de atração permanente, pois, está situada entre extremidades elevadas (montanhas), sugerindo segurança, conforto e lazer. Desde tempos mais remotos e, quando se iniciava a agricultura o vale sempre foi procurado para ser habitado, devido à água e a abundância de biodiversidade de espécies animais e vegetais.

A ilha é outro exemplo de área de atração permanente que sempre proporcionou ao imaginário humano a idéia de aventura e sedução motivado por histórias mitológicas e romances que permearam várias civilizações, seja no oriente ou no ocidente, a ilha sempre esteve associada ao mito.

O cinema e a televisão sempre exploraram a ilha como campo de encontros amorosos, sendo um pano de fundo ideal para romances como *“A Lagoa Azul”*, *“A Ilha da Fantasia”*, *“As Aventuras de Robson Crusóé”* entre outras estórias. Hoje, a ilha se constitui num refúgio de tranqüilidade das atribulações do continente e, sobretudo de glamour, freqüentado pela elite e por celebridades. Como é o caso das ilhas de Angra dos Reis.

#### → **Viagens por motivações profissionais**

Esse tipo de turismo é praticado geralmente por executivos de grandes empresas multinacionais, cientistas, professores, estudantes e pesquisadores em geral que se deslocam para participar de feiras de negócios, convenções e eventos científicos de natureza diversa. Muitas cidades mundiais como Nova Iorque, Tóquio, Londres e São Paulo estão preparadas para receber grandes eventos, pois, possuem grandes redes hoteleiras e centros de convenções para abrigar eventos de grande porte. No caso brasileiro o Centro de Convenções do Anhembi em São Paulo, é um exemplo do gênero, que recebe inúmeros eventos desde o Salão do Automóvel ao evento de moda São Paulo Fashion Week.

Geralmente, tais viagens por motivações de negócios estão associadas a uma atividade prazerosa no tempo livre, ocupada no tempo livre diário já citado por Vieira (1997), e corroborando com Cândido Neto (2003). Estas pessoas procuram se divertir indo a restaurantes finos, bares e locais que permitem descontração. Ou mesmo freqüentando casas de espetáculos como no caso nova-iorquino a Broadway, principal rua que concentra as maiores casas de espetáculos de Nova Iorque, onde assistem a

musicais consagrados pela crítica especializada como “Cats” ou “Phanton of the Opera”.

→ **Viagens por motivações gastronômicas**

Hoje estão em voga visando atender uma população que aprecia produtos alimentícios especiais e com preparação dos grandes chefes de cozinha.

Não só a cozinha internacional, mas também a regional, onde se destacam os diferentes temperos e peculiaridades. Existem no Brasil verdadeiros roteiros gastronômicos regionais, destacando-se pela variedade de pratos, as cozinhas: mineira (o tutu de feijão), baiana (o vatapá), paraense (o pato no tucupi), catarinense (as comidas típicas alemãs), gaúcha (o churrasco), paulista (as pizzas) entre outras de qualidade ímpar.

Dentro dos vários tipos de turismo vamos analisar no próximo capítulo o Turismo Religioso.

## 2. Centros e características do turismo religioso

O turismo religioso vem atraindo uma nova categoria de turistas que procuram, sobretudo a busca espiritual.

A busca espiritual do individuo é tão antiga que nos remete aos primórdios da humanidade, quando o Homem reconheceu em si a *hierofania*. Sendo que esta prática independe da orientação religiosa.

No cristianismo, a busca espiritual foi reconhecida oficialmente na Idade Média. A busca espiritual, denominada como peregrinação, era prática de nobres medievais que se organizavam em caravanas e seguiam viagem em busca do lugar sagrado. Estes lugares sagrados na maioria das vezes eram constituídos por túmulos de santos, catedrais, mosteiros e até mesmo o Santo Sepulcro.

Na Idade Média a peregrinação era revestida de um caráter penitencial, pois, era considerado pela Igreja como um sacrifício, ou seja, o sagrado ofício da fé.

No período das Cruzadas este caráter penitencial da peregrinação foi acentuado ainda mais, devido à tentativa de reconquistar a Terra Santa (Jerusalém) por parte da Igreja, pois, acreditava-se que quem fosse a Jerusalém participar da campanha conseguiria a remissão de todos os pecados. E, tal promessa tinha o respaldo de Roma.

A Cruzada não foi um movimento essencialmente religioso, pois, havia um viés profundamente político que envolvia a retomada de um território e a expansão da Igreja no Oriente.

O turismo de motivações religiosas ou turismo religioso é praticado por pessoas que procuram na fé as respostas para seus problemas e indagações, também por aquelas que se interessam pelas manifestações religiosas como festas, procissões e reuniões sagradas.

Geralmente estas cidades santuários estão situadas em lugares de relevo acidentado como, o alto das colinas escarpadas e maciços cristalinos. Segundo Tuan (1980, p.20) esta escolha recaí sobre estes lugares, pois, acredita-se que tais elevações estão mais próximas de Deus.

Do Brasil colônia ao fim do império, o desenho urbanístico e a arquitetura das cidades eram determinadas sobremaneira pela Igreja Católica através de determinações como as ***Contituições primeyras do arcebispado da Bahia***. (MARX, 1989).

Dentre as normas existentes neste documento estão as referentes à construção das Igrejas, que necessitavam de um terreno elevado, como o alto dos morros e terrenos ao redor do templo, chamados de adros, de maneira que a Igreja ficasse isolada do conjunto arquitetônico restante.

A cidade-santuário de Lourdes situada nos Altos Pirineus, na França, é um exemplo de um pequeno povoado tipicamente rural que se desenvolveu em virtude da afluência de peregrinos, hoje se constituindo num dos principais centros do culto mariano mais visitados no mundo.

Outra cidade-santuário é Fátima que era uma pacata paróquia da diocese de Leiria localizada a 100 Km ao norte de Lisboa, com feições tipicamente rurais e atividades agropastoris, que devido às aparições da Virgem Maria tornou-se um centro de atração de peregrinos vindos inicialmente de todos os cantos de Portugal.

Com a peregrinação da imagem de Nossa Senhora de Fátima ao redor do mundo, o culto mariano foi se intensificando cada vez mais, fazendo com que muitos fiéis tivessem a curiosidade de conhecer a localidade onde a Virgem havia aparecido. Fátima tornou-se então, principal roteiro de peregrinação mundial, atraindo milhões de visitantes do mundo todo.

Observando a tendência de proliferação de núcleos urbanos com função religiosa no Brasil, nota-se um crescimento acentuado do culto a “Mãe Admirável Três Vezes” na cidade de Atibaia no interior paulista. Esse culto em especial surge no Rio Grande do Sul com a imagem peregrina da Virgem Maria.

No início o culto era restrito as cidades gaúchas, onde a imagem peregrinava de uma residência a outra. Com o passar dos anos o culto foi se difundido, ganhando novos adeptos pelo Brasil.

A cidade de Atibaia recebe a imagem peregrina de Mãe Admirável Três Vezes no início do novo século e erige um Santuário às margens da Rodovia D. Pedro I.

Tal Santuário recebe um número expressivo de visitantes advindos de localidades dos Estado de São Paulo e de Minas Gerais, estas pessoas chegam ao Santuário geralmente com ônibus fretados pelas paróquias de bairro ou mesmo por grupos idosos que comumente viajam em grupos.

Nos finais de semana o movimento no Santuário é intenso, formando congestionamentos nos acostamentos da Rodovia D. Pedro I e aglomerações nos autopostos que oferecem serviços como alimentação e sanitários. O que evidencia a carência de melhorias na infra-estrutura do Santuário, no que se refere ao atendimento aos romeiros. Além disso, o que temos observado é que em locais onde o relevo é acidentado, como o alto das colinas, estão sendo construídos santuários para essa aparição da Virgem Maria.

Existem, porém no Brasil cidades-santuário com função cristalizada, como Pirapora do Bom Jesus e Aparecida.

França (1972) foi a pioneira no estudo dos pequenos centros urbanos com função religiosa, destacando na oportunidade a cidade de Pirapora do Bom Jesus no Estado de São Paulo, cidade que teve início como paragem de tropeiros que iam as buscas do ouro no sertão de Goiás, sendo que o principal corredor para o interior, passa por esta cidade.

Aproveitando desta condição de corredor de circulação para o interior, é construída uma ponte sob o rio Parnaíba, interligando a Capital a região de Jundiaí. A cidade de Pirapora do Bom Jesus se beneficia com a breve função de cidade-ponte e se desenvolve.

Com a abertura da Via Anhangüera, Pirapora do Bom Jesus perde sua função urbana inicial de cidade-ponte ficando num estado de letargia.

No final do século XIX, alguns padres missionários austríacos se instalam em Pirapora do Bom Jesus criando o seminário da cidade. Estes padres missionários observando o culto a São Bom Jesus, procuram divulgar o culto e seus milagres em outras dioceses paulistas. Atraídos pela divulgação dos milagres, vários peregrinos do interior paulista oriundos de cidades como Piracicaba, Jundiaí, Mogi-Mirim, Santana do Parnaíba e até mesmo da Capital começam a afluir à Pirapora, além de outras localidades, não necessariamente de seu entorno.

Com estes acontecimentos, Pirapora do Bom Jesus tornou-se uma cidade de função religiosa, sendo destacada pelas festas do Padroeiro São Bom Jesus, atraindo um grande fluxo de populares que afluem ao santuário de diversas maneiras: a pé, a cavalo e principalmente de automóvel.

França (1972) em seu estudo pioneiro sobre a função religiosa de Pirapora do Bom Jesus, mostra a importância da festa religiosa para cidades com tal função, fazendo parte do novo arranjo espacial.

Segundo França (1972), o fluxo de automóveis é tão intenso chegando a formar congestionamentos quilométricos nos arredores da cidade. Muitos acabam desistindo e retornam às suas cidades de origem.

Pirapora do Bom Jesus apesar de ter destacada função religiosa no Estado de São Paulo, mantém características de cidade pequena, algo que pode ser demonstrado pela pouca quantidade de leitos ofertados aos visitantes. Muitos visitantes não necessitam de acomodações como leito de hotéis, pois muitas vezes estes fazem breves visitas, ou seja, “viagem de ida e volta”, como excursões e caravanas.

No período de festas religiosas a população com a flutuante, triplica, criando transtornos para a população fixa. Muitos visitantes dormem ao relento nas praças, em redes ou mesmo nos automóveis.

A peregrinação foi se adequando a evolução da sociedade, mas, a principal motivação que é a busca espiritual se mantém inalterada ao longo dos séculos.

A peregrinação se adequou à evolução dos meios de transportes que abreviaram o tempo e as distâncias. Atualmente há uma profusão de roteiros sagrados que se constituíram como produtos turísticos, em todos lugares do mundo.

A sociedade moderna está relacionada a um sistema produtivo capitalista em que o trabalho condiciona o lazer, ou seja, o tempo livre, assim podemos dizer quem não produz não tem direito a ele.

Os avanços tecnológicos permitiram ao sistema produtivo maior produtividade. E, contrariando as expectativas anteriores, a tecnologia aumentou o tempo produtivo do indivíduo em detrimento ao seu tempo livre, devido à lógica capitalista do lucro.

No seu tempo livre, atualmente, o atual peregrino procura cumprir suas obrigações religiosas adequando-as a uma atividade prazerosa. Isto porquê não gasta

o seu tempo livre na localidade religiosa somente com atividades espirituais. No caso de pagamento de promessas sua visita, comumente, resume-se a assistir um culto e a oferenda em agradecimento à graça recebida, o que leva em média 3 horas. O tempo restante disponível será empregado em atividades lúdicas como, visitas ao comércio, a parques temáticos e festas religiosas. Dessa forma diversificam as suas motivações, aumentando a sua permanência na localidade que, promove um arranjo espacial para atender as expectativas desse novo perfil de turista.

As festas religiosas tornaram-se alternativas de arrebanhar esse peregrino da atualidade, pois, é uma oportunidade de aliar o compromisso religioso à uma atividade lúdica, desvinculado de sua atividade produtiva.

A Igreja procurou divulgar estas festas de caráter local nos meios eclesiais e na imprensa, tornando-as conhecidas do grande público, fazendo com que estas festas ganhassem status de grande evento nacional.

Podemos analisar o caso das Festas Juninas, que anteriormente possuíam uma forte conotação religiosa e um caráter local e, que hoje, possuem uma conotação secular com características fortemente profanas. Entre estas características profanas podemos citar os bailes de forró, shows e o consumo de bebidas alcoólicas.

O que nos faz concluir que a Igreja precisou se adequar à nova condição do peregrino ou correria sério risco de perder ainda mais adeptos.

As Festas Juninas principalmente no Nordeste do país, não apenas em cidades com função religiosa, possuem status de grande espetáculo, atraindo pessoas de várias localidades do Brasil que vão em busca de diversão. A cada ano a rivalidade de duas cidades nordestinas se acirra ainda mais, Caruaru (PE) e Campina Grande (PB) lutam anualmente para ganhar o título de melhor festa de São João do Brasil, que por um certo lapso de tempo transformam sua função econômica predominante para função religiosa.

Em suas pesquisas, França mostra três períodos distintos para estas cidades: *as festas em períodos pré-determinados como a festa do Padroeiro, os finais de semana e a semana*. As festas movimentam a economia e a vida social da cidade, havendo grande fluxo de populares oriundos de cidades vizinhas e de localidades mais distantes, sendo este um período de maior fluxo financeiro.

Os finais de semana normais, sem a mesma expressão da festa, atraem um pequeno contingente de famílias que vão a cidade cumprir suas obrigações religiosas, geralmente oriundos da zona rural.

Os dias da semana, quando a cidade experimenta a sensação do marasmo, devido ao esvaziamento de peregrinos, os comerciantes mudem a sua rotina e seus hábitos, fechando seus estabelecimentos para reabrir somente aos fins de semana.

## 2.1 O Caminho de Santiago de Compostela

O processo de peregrinação possui três etapas distintas que devemos levar em consideração: *a partida, o caminho, e a chegada*. A partida é uma das principais etapas do processo de peregrinação, pois, nela estão embutidas as motivações que levaram o novo peregrino a deixar o conforto do seu lar para empreender sua caminhada ao lugar sagrado.

As motivações podem ser variadas como, problemas de saúde, problemas financeiros, conflitos familiares, pagamento de promessas entre outras, mas, a principal motivação do novo peregrino, ainda é, a busca religiosa.

O caminho é uma etapa que apresenta um significado especial para o desenvolvimento espiritual do indivíduo, pois, este adentra em uma atmosfera de reflexão sobre a sua existência terrena. Questões de foro íntimo como, ***quem sou?*** ou ***o que estou fazendo de minha vida?***, surgem a todo instante.

Na atualidade realizar o Caminho de Santiago de Compostela, na Espanha, além de ser significado de status social, é também uma oportunidade de nos autoconhecer em uma sociedade globalizada, onde não temos tempo para nos conhecer, devido ao fluxo de informações que nos bombardeia.

As motivações que levam o novo peregrino a realizar o Caminho de Santiago são tão variadas quanto seu perfil. Nem sempre o novo peregrino não possui formação católica, são indivíduos oriundos de sendas místicas (seitas ocultas e filosofias herméticas), ou leitores do *best seller* de Paulo Coelho, *Diário de um Mago*, cuja literatura atraiu sobremaneira os jovens, na década de 90.

Em alguns casos o novo peregrino, além de professar sua religião católica, ou não, busca também responder suas indagações espirituais em outras religiões não necessariamente cristãs, pois, este está mais suscetível a mudanças de filosofia de vida.

O caminho é um processo árduo, pois, o organismo passa por processo de fadiga tanto mental como física. E, chegar ao lugar sagrado, nem sempre é possível, muitos desistem pelo caminho. Quem fica pelo caminho leva na bagagem o reconhecimento de seus limites como, também o autoconhecimento.

No caminho surgem infra-estruturas como restaurantes e lanchonetes, hospedagens e pequenos comércios que auxiliam o peregrino pela jornada. Essas infra-estruturas possibilitam na maioria das vezes um novo rearranjo espacial, dando origem a novos povoados e vilarejos.

Entre essas infra-estruturas podemos notar a melhoria nas estradas e trilhas que dão acesso a Santiago de Compostela. Lembrando que o peregrino tem acesso ao santuário de três maneiras: a pé, a cavalo ou de bicicleta, sendo que tais melhorias permitem maior segurança e tranquilidade para realizar a viagem. Neste caminho é proibido o deslocamento por carro.

A chegada é um momento sublime para o indivíduo, pois, o sentimento de bem-aventurança e de júbilo invade a alma do peregrino. É como se as portas do céu se abrissem e delas jorrassem bênçãos.

## **2.2 O turismo religioso em Aparecida**

A cidade de Aparecida situada no Vale do Paraíba tem como sua característica principal sua função religiosa, sendo um pólo de atração de romeiros que procuram o contato com o espaço divino, ou seja, a busca do conforto espiritual e o momento de pagar suas promessas.

Aparecida compreende o maior culto mariano do mundo (culto a Virgem Maria), sendo destacados pelos movimentos de peregrinação que envolve grandes distância e fluxo de populares. Este movimento de peregrinação tem como característica o rápido

tempo de permanência do romeiro (um dia), onde além das missas o romeiro aproveita o tempo para fazer compras e dar um breve passeio para conhecer a cidade.

A cidade-santuário de Aparecida sofreu um rearranjo espacial em seu sítio urbano promovido pela grande afluência de romeiros e peregrinos. Com a necessidade de redimensionar suas estruturas em virtude do aumento ao culto de Nossa Senhora Conceição Aparecida, inicia-se a construção da Basílica Nova no ano de 1955, no antigo Morro dos Pitás que fora aterrado para assentar o grandioso templo.

Para melhorar o acesso dos fiéis às duas igrejas a DERSA constrói a passarela da fé na década de 70, com 500 metros de comprimento unindo os dois templos. Tal passarela é palco de pagamento de promessas, aonde muitos fiéis vão de uma ponta a outra ajoelhados com muito sacrifício para cumprir a promessa. A passarela está dividida por um corrimão que determina a ida e vinda dos transeuntes, o que facilita o fluxo, sem criar tumultos.

No ano de 1997, é inaugurado o CAR (Centro de Atendimento ao Romeiro) que possibilitou aos fiéis a melhoria de serviços como praças de alimentação, bancos, fraudários, imensos sanitários e boxes com comércio de artigos religiosos e importados.

Destaca-se a presença da franquia norte-americana de lanchonetes McDonald's que normalmente instala-se em cidades com número igual ou superior a 150 mil habitantes, sendo que Aparecida conta com um contingente de 35.142 habitantes, mas recebe um fluxo anual de 8,5 milhões de visitantes, porém o fluxo anual de visitantes justifica a instalação desta empresa.

### **3. Objetivos**

#### **3.1 Objetivo geral**

O objetivo principal deste trabalho é estudar o arranjo espacial na cidade de Aparecida de função religiosa bem como definir o perfil e a satisfação dos peregrinos em relação à infra-estrutura e de sua parte religiosa. Estudar a correlação sagrado-profano e a atitude do romeiro ou peregrino frente a esse antagonismo. A escolha recaiu sobre Aparecida devido ao Santuário Nacional e por receber fluxos de pessoas em larga escala, durante o ano todo.

#### **3.2 Objetivos Específicos**

##### **3.2.1 Perfil do romeiro**

Busca-se com este estudo conhecer o perfil do romeiro que se desloca para a cidade de Aparecida, conhecer seu perfil religioso, sócio-cultural através do nível de instrução e relacionar também características como religião, gênero, idade e estado civil para melhor conhecer os visitantes e outros aspectos.

##### **3.2.2 Tipos de viagens e suas motivações**

É de grande importância conhecer o porquê e os meios de transportes destes romeiros que se deslocam em nome da fé, vencendo enormes distâncias para buscar, sobretudo conforto espiritual no maior centro de peregrinação do país, o Santuário Nacional de Aparecida.

### **3.2.3 Nível de satisfação**

Outro objetivo específico é analisar a opinião dos romeiros a respeito da infraestrutura como CAR (Centro de Atendimento ao Romeiro), também conhecido popularmente como o “Shopping do Romeiro”. Procura-se compreender entre outras coisas o nível de satisfação dos romeiros em relação aos serviços oferecidos pelo CAR e o acesso aos produtos e serviços.

### **3.2.4 – Estudo da missão religiosa**

Procura-se compreender os sentimentos despertados nos romeiros nestas viagens de cunho religioso e ritualístico, ou seja, o encontro com o sobrenatural e o divino que faz aflorar em cada ser humano a fé.

#### 4. Considerações sobre a literatura do Turismo Religioso

O turismo religioso tem sua origem contemporânea da peregrinação. O turista religioso, nesses termos, não deixa de ser um peregrino. Apenas atualiza essa prática adaptando sua viagem – ora parcial, ora plenamente – às características do processo turístico, conforme o contexto socioeconômico do fenômeno religioso em questão (OLIVEIRA, 2004, p. 13-14).

Tanto a peregrinação como o turismo religioso são viagens ou deslocamentos por motivos religiosos. Num primeiro lance de vista podem parecer semelhantes ou até a mesma coisa, mas, existem fatores que diferenciam estas duas categorias. As diferenças residem na qualidade do novo peregrino (turista religioso), como também na qualidade da nova peregrinação (turismo religioso).

A diferenciação entre o turista religioso e o peregrino está basicamente na utilização do tempo livre, pois, o peregrino exerce seu compromisso religioso e retorna ao seu lugar de origem. Já o turista procura utilizar seu tempo livre conciliando seu compromisso religioso a uma atividade lúdica.

A peregrinação é uma atividade individual em que o peregrino cumpre seu rito religioso sem pretensões turísticas. Já o turismo religioso é uma atividade caracterizada pela externalidade do olhar e, pela massificação da demanda, pois é considerado como um produto turístico popular.

Diferente do peregrino medieval o atual peregrino está inserido numa sociedade mais complexa baseada num sistema capitalista, onde o trabalho lhe condiciona o lazer, ou seja, o tempo livre. Neste o atual peregrino encontra um breve período para cumprir suas obrigações religiosas, sem períodos convencionais como férias, feriados prolongados ou finais de semana.

As obrigações religiosas tais como assistir missa, rezar o terço e fazer orações, constituem-se como um lazer sério, pois, o indivíduo utiliza seu tempo livre para realizar uma atividade regrada revestida de seriedade. O lazer sério é um processo para toda a vida o qual envolve variedades de atividades com pessoas que sabem ou buscam entender a função do lazer em suas vidas e aumentar a qualidade de vida.

A atual peregrinação não tem mais o mesmo sentido penitencial das antigas peregrinações medievais feitas em condições adversas sem o mínimo conforto. Hoje,

as distâncias foram abreviadas e aceleradas devido à evolução dos meios de transportes e o conforto das hospedagens, agora representadas pelos locais de apoio, centros de atendimento aos romeiros, hotéis e até mesmo áreas reservadas para serem utilizadas por um pequeno lapso de tempo, como os banheiros, refeitórios, permitindo ao novo peregrino um bem estar na sua busca espiritual. Como ilustra a Foto 1.



Foto 1 – Centro de Atendimento ao Romeiro: shopping do Romeiro. Está área envolve tanto a praça de alimentação quanto corredores de boxes com comércio de produtos religiosos. (foto: Pinto, Andrei Guimarães, 2003).

Peregrinar é voltar ao campo, ao espaço aberto, ao lugar de origem, à terra dos antepassados; ao centro ou umbigo do mundo, segundo Mircea Eliade, que reconheceria a força mística desses espaços tão especiais. Por essa razão é que se pode vincular diretamente a peregrinação ao sacrifício (ofício sagrado) e a fé. (OLIVEIRA, 2004, p.15).

O ato de peregrinar nos remete a busca pelo lugar sagrado, ou seja, o contato com Deus. Esta busca pelo sagrado envolve o retorno à força criadora que revigora a alma do indivíduo. É o ato de sacrifício que dá prazer a quem se sacrifica.

O cumprimento da promessa é o momento místico, onde o indivíduo presta contas à entidade promotora da possível graça. É um momento de seriedade, no qual o indivíduo utiliza o seu tempo livre para cumprir suas obrigações religiosas, constituindo assim, o lazer sério.

Souza e Corrêa (apud OLIVEIRA, 2004, p.16-17) definem o turismo religioso da seguinte maneira:

O turismo religioso é como um tipo de turismo motivado pela cultura religiosa, cuja característica principal é a ida a locais sagrados que possuam conotação fortemente religiosa ou ainda conjunto de atividades que expressam sentimentos místicos ou suscitam a fé.

O turismo religioso encontra suas bases fundamentadas na celebração dos lugares sagrados, os quais possuem um forte apelo místico que remetem a busca do divino. Também fazem parte do turismo religioso manifestações como festas e encenações bíblicas que resgatam os preceitos da fé cristã.

A festa religiosa é um exercício místico de volta a projeção do mundo ideal, e a matriz para a compreensão das motivações culturais e espirituais que alimenta o turismo religioso nos mais diferentes sistemas de crença (OLIVEIRA, 2004, p.17).

As festas religiosas são eventos que projetam o mundo não como ele é, mas como ele deveria ser, ou seja, um mundo ideal, pois, nestas ocasiões a comunidade local se envolve numa atmosfera de cooperação em prol do santo ou entidade homenageada. Nas festas religiosas as diferenças pessoais são postas em segundo plano para que a localidade possa acolher o turista da melhor maneira possível.

“Aperfeiçoamos assim a definição de turismo religioso, como uma peregrinação contemporânea motivada por celebrações relacionadas direta ou indiretamente com a cultura cristã” (OLIVEIRA, 2004, p.18).

O turismo religioso é a peregrinação que se adequou à evolução da sociedade, pois, o novo peregrino procura adequar sua busca religiosa ao divertimento que a festa religiosa proporciona, sendo esta o ponto alto do seu lazer.

Não se trata de descartar a prática do turismo religioso em outras religiões e culturas. Trata-se apenas de reconhecer os limites cristãos e ocidentais que vêm transformando a peregrinação em turismo para atender à modernização de suas sociedades, tão marcada pela noção de secularização. Ou seja, a separação radical entre poder político e poder espiritual (OLIVEIRA, 2004, p.18).

Por motivos dogmáticos o turismo religioso não é uma prática reconhecida em muitas religiões, sendo uma prática mais adequada às características católicas. Pois, a noção de secularização de algumas religiões impede tal prática.

A diferenciação entre peregrinação e turismo é hoje mais didática do que estratégica. Ao contrário, os dois processos têm exercido forte parceria técnica, daí o reconhecimento prioritário de suas interações missionárias. O turismo religioso, no sentido de missão, afasta-se do puro lazer e aproxima-se de uma viagem de negócios: o negócio da fé (OLIVEIRA, 2004, p.26).

Oliveira faz uma colocação afirmando que no presente momento a diferenciação entre as duas categorias peregrinação e turismo religioso são meramente didáticas, devido à parceria técnica entre ambas. Sendo que os santuários através do emprego de técnicas puderam potencializar suas estruturas para receber não somente o peregrino que se desloca para cumprir uma missão religiosa como o pagamento de promessas, mas, também o turista que quer desfrutar do seu tempo livre em um lugar sagrado sem qualquer pretensão religiosa evidente.

O turismo religioso também reafirma que a fé, como principal motivação desse tipo de viagem, é capaz de construir e dinamizar a estética dos espaços, tornando-o materialmente religioso. O que permitiria uma multiplicação de acessos aos espaços religiosos – como roteiros da fé – talvez seja a maior prova contemporânea dessa dinâmica (OLIVEIRA, 2004, p.28).

Essa afirmação de Oliveira nos permite pensar que qualquer lugar pode tornar-se religioso através do rearranjo de suas estruturas. Sendo que um lugar comum sem uma vocação religiosa prévia ao adequar suas estruturas pode receber essa qualidade de turistas. Um exemplo desta adequação de estrutura é o Solo Sagrado de Guarapiranga da Igreja Messiânica que previamente era um haras sem a mínima pretensão de ser um espaço sagrado e, por determinação de seus líderes tornou-se um templo para a fé messiânica através da dinamização de suas estruturas, e seus freqüentadores.

Nota-se nos últimos anos um crescimento ao culto de “Mãe Admirável Três Vezes” na cidade de Atibaia (SP), como também as dificuldades de adequar as estruturas da cidade. O fluxo de peregrinos é grande durante os finais de semana quando as estruturas não comportam tamanho movimento, dada a rapidez desse processo de crescimento. O Santuário que se localiza junto à rodovia Dom Pedro I fica repleta de ônibus de excursão. Os autopostos que recebem os peregrinos carentes de serviços como alimentação e higiene pessoal, também são insuficientes e inadequados.

Andrade (apud OLIVEIRA, 2004, p.41-42), define assim o turismo religioso: “O turismo religioso é o conjunto de atividades com utilização parcial ou total de

equipamentos e a realização de visitas a receptivos que expressam sentimentos místicos ou suscitam a fé, a esperança e a caridade aos crentes ou pessoas vinculadas a religiões”.

Através dessa definição de Andrade podemos admitir que o turismo religioso é a imersão no ambiente sagrado que nos remete a experiências místicas de contato com as forças criadoras. São lugares que nos sensibilizam, fazendo aflorar sentimentos de compaixão, de esperança e fé.

Oliveira (2004, p. 42) define assim as principais categorias de viagem por motivos religiosos: “Romaria: visitas sem pretensões evidentes; Peregrinação: visitas para o cumprimento de promessas e Penitência: visita com propósitos de expiação dos pecados cometidos”.

Para Oliveira (2004, p. 79), a viagem religiosa pode apresentar-se como: *turismo de missionário (que busca identidades espirituais interiores); turismo de saúde ou de cura (que busca soluções funcionais para os males da vida) e o turismo de contemplação (que busca o convívio com a alteridade do feminino, no passado ainda presente da natureza ou no presente já futuro da tecnologia).*

As viagens aos lugares sagrados possuem motivações complexas, mas, umas das principais causas que levam a esses lugares é a busca pela cura. Pois, é sempre a última tentativa do enfermo desenganado de encontrar uma solução para seus males de saúde. A fé leva o enfermo a se apegar a essa derradeira esperança.

“Muitos outros lugares são núcleos receptores importantes em termos de fé e, conseqüentemente, em termos de turismo, cujas dimensões – pela propaganda e pelo marketing – superam as manifestações da fé e as próprias motivações religiosas”. (OLIVEIRA, 2004, p. 30).

A obra de Paulo Coelho, *Diário de um Mago*, vem sendo uma das principais motivações que levam o novo peregrino a percorrer o Caminho de Santiago de Compostela. O caminho pelo Norte da Espanha, permite ao peregrino o autoconhecimento, pois, o silêncio e a beleza cênica do lugar proporcionam ao peregrino uma atmosfera de reflexão sobre questões de foro íntimo.

Essa afirmação de Oliveira traz à luz a importância da mídia para a promoção de um lugar sagrado, pois através do marketing turístico tal lugar ganha uma projeção

maior que outros. Como citado o Caminho de Santiago de Compostela, explorado há anos pela mídia. Destacamos que a “peregrinação” neste caminho hoje possui conotação de status social.

“O turismo religioso se fundamenta na construção de santuários e na projeção de simbolismos”. (OLIVEIRA, 2004, p. 33).

Sem dúvida o turismo religioso se baseia na imagem mística que o lugar sagrado projeta e, os santuários, são por natureza, pólos receptores de fiéis e turistas.

“O turismo religioso é uma visita de retribuição com algum significado espiritual”. (OLIVEIRA, 2004, p. 40).

Quem ingressa num santuário tem como finalidade a busca espiritual seja para o cumprimento de promessas ou mesmo para a contemplação do reconfortante espaço sagrado.

O termo turismo religioso possui uma conotação secularizada e nos remete a uma estrutura de significados que se afirma de fora para dentro do campo religioso. Ou seja, peregrinação e romaria são categorias êmicas, usadas por peregrinos, romeiros e mediadores religiosos que se posicionam no campo religioso, ao passo que o turismo religioso é externo a essas categorias, sendo usado preferencialmente em contexto políticos-administrativos. (STEIL, 2003, p.35).

Mas o que diferencia basicamente o turismo da peregrinação ou da romaria? Acreditamos que o ponto fulcral reside no grau de imersão e de externalidade que cada uma dessas experiências pode proporcionar. Enquanto a peregrinação e romarias tendem a ser vivenciada como um ato religioso de imersão no sagrado, o turismo, mesmo quando adjetivado como religioso, caracteriza-se por uma externalidade do olhar, fundamental para que um evento possa ser considerado como turístico (Amirou, 1995). Ou seja, se a experiência da peregrinação e romaria está centrada na participação, o turismo está mais associado ao espetáculo. (STEIL, 2003, p.35).

O turismo religioso é caracterizado por sua externalidade, pois, no meio religioso esta terminologia possui uma conotação secularizada, sendo mais adequado em uma contextualização político-administrativa. Ou seja, não é algo plenamente aceito no meio eclesiástico.

A resistência dos agentes religiosos ao uso do termo turismo religioso para designar peregrinação e romarias se situa por sua vez dentro de uma arena de disputas lingüísticas, e também políticas e econômicas, que diz respeito ao controle sobre a produção e manipulação dos bens culturais e ideológicos. De algum modo, esses agentes turísticos tem a percepção de que, ao qualificar uma peregrinação ou romaria com

adjetivo turístico, esta tende a sair do seu domínio institucional e passar para o controle do Estado e do mercado. (STEIL, 2003, p.36).

Podemos dizer que a romaria e a peregrinação são atividades revestidas de compromisso religioso, ao passo que o turismo se caracteriza pela contemplação do ambiente religioso, ou seja, pela externalidade do olhar. Sendo a festa religiosa (ou espetáculo), o ponto alto desta atividade.

O turismo religioso, como discurso tende a desconsiderar as motivações religiosas para a viagem e se concentra no fenômeno do deslocamento traz em termos de estrutura de transporte, hospedagem e alimentação. A isso se acresce o fato de que as peregrinações modernas têm de ser entendidas em quadro de referências onde o tempo do trabalho e sua contraface, o tempo do lazer, emolduram o ato da fé. (ABUMANSSUR, 2003, p. 54-55).

É fato que os agentes gestores que promovem o turismo religioso não se preocupam com a conotação religiosa da viagem, mas sim, com a adequação das estruturas para o recebimento de um número cada vez maior de turistas. Há que se levar em consideração que o perfil do novo peregrino mudou, sendo que o conforto é exigido por este em seu momento de lazer.

Embora o peregrino moderno transcenda as fronteiras dos estudos sobre turismo, é preciso reconhecer que tratar as peregrinações como turismo religioso só se torna possível após o surgimento das massas de trabalhadores que desde a revolução industrial vêm conquistando aos poucos, o direito ao lazer. Essa conquista veio crescendo desde a segunda metade do século XIX, até que no final do século XX, acreditava-se que estávamos assistindo ao surgimento de uma sociedade de lazer, com menos trabalho e mais tempo ócio. Tais crenças provaram ser apenas isso: crenças sem fundamentos na realidade". (ABUMANSSUR, 2003, p. 54-55).

É preciso reconhecer que o capitalismo trouxe à classe trabalhadora o direito ao lazer, pois só desfruta do lazer quem desempenha uma função na cadeia produtiva. Contrariando as estimativas, o avanço das técnicas aumentou o tempo produtivo e, conseqüentemente diminuiu o tempo ocioso do indivíduo.

O lazer ou tempo livre é o momento em que a classe trabalhadora utiliza para adequar suas obrigações religiosas à diversão.

Embora tais excessos otimistas tenham laborado no vazio, a manifestação do turismo é fator determinante para os estudos do turismo moderno. Até meados do século XIX, as viagens eram privilégio de uma elite e viajar era indicativo de status social. (ABUMANSSUR, 2003, p. 56).

Hoje em dia o ato de viajar não é privilégio ou condição da população de alta renda, mas algo que se popularizou através do turismo de massa.

O turismo de massa, como fenômeno social, é coisa típica do século XX. A democratização das viagens implicou a oferta de produtos turísticos administráveis para grandes contingentes populacionais. Os pacotes turísticos baratearam os custos de uma viagem e a tornaram acessível a uma boa parcela da população. Mas o turismo de massa não significa apenas a quantidade de gente envolvida em viagens. O volume de pessoas em trânsito impõe aos agentes turísticos a necessidade de que seja dado a esse contingente, um tratamento padrão, nivelado, homogeneizado e indiferenciado. (ABUMANSUR, 2003, p. 56).

Através desta afirmação de Abramanssur podemos concluir que o ato de turistar tornou-se uma necessidade para qualquer indivíduo, independente de sua condição social e, que a crescente oferta de produtos turísticos permitiu uma padronização para o turista de massa, sem a mesma qualidade oferecida ao turista de alta renda.

É nesse contexto que pudemos afirmar que o turismo religioso e o turismo de massa são crias siamesas de um mesmo processo histórico. O produto turístico religioso sofre a padronização de oferta. Desse modo, ele pode ser vendido a diferentes localidades. Se a peregrinação religiosa acompanha o homem desde o dia em que ele reconheceu diante de si uma hierofania, o turismo religioso, por sua vez, é fenômeno moderno. Ele é fruto da mesma racionalidade administrativa com a qual as agências de viagens operam qualquer demanda de lazer. As viagens com motivação ou determinação religiosa só vieram se tornar turismo religioso quando o volume de pessoas envolvidas alcançou uma escala que tornasse economicamente viável o planejamento e os investimentos na área. Nesse sentido, embora qualquer peregrinação possa ser encarada pelos agentes do turismo como turismo religioso, não é toda peregrinação que se torna um trade. (ABUMANSUR, 2003, p. 54-55).

O turismo religioso é uma prática moderna que se tornou economicamente viável e o produto turístico religioso foi se adequando a demanda turística, permitindo a criação de pacotes adequados as diferentes classes sociais. Quanto à racionalidade dos agentes turísticos estes procuram eleger os roteiros que possam lhe render lucro.

No Brasil, o turismo religioso que se destina aos santuários nacionais é considerado turismo de pobre. Como regra, as romarias são organizadas de forma espontânea pelas pessoas interessadas. Dada a facilidade de transporte e os compromissos com o mundo do trabalho, a visitação aos lugares sagrados não pode tornar mais que um dia na vida do romeiro, em geral um feriado. Apesar da indigência, da espontaneidade na organização, da rápida passagem pelos locais sagrados, as romarias são percebidas como turismo religioso e tratadas como tal pelas pessoas responsáveis pela administração do santuário

de destino. Mas, como já dissemos, a abordagem exclusivamente turística desse fenômeno. (ABUMANSSUR, 2003, p. 58-59).

É sabido que no Brasil as romarias são organizadas de forma espontânea pelas pessoas interessadas através do fretamento de ônibus sem a intermediação de agências de viagens por pessoas das camadas mais populares da sociedade. Mas, não podemos generalizar que esse tipo de romaria é algo realizado somente por “pobres”, pois a religiosidade está acima de qualquer valor terreno.

Mas a peregrinação não se torna turismo religioso apenas pela ação ou tratamento dado a ela pelos agentes gestores do turismo ou da administração pública. O próprio peregrino moderno comporta-se como um turista à medida que a religião mesma se torna objeto de consumo. Desde a Idade Média, as peregrinações eram, a um só tempo, atos penitenciais e, também, a oportunidade de viagem e diversão para aqueles que possuíam o dinheiro necessário para a jornada, quase sempre realizada em companhia de amigos. Mas, ainda assim, o aspecto penitencial era o motivador da viagem. Mesmo porque a noção de lazer como algo que se opõe ao tempo do trabalho é próprio de uma sociedade organizada em torno das atividades consideradas produtivas. Na modernidade, a peregrinação aos lugares santos da Europa, da Ásia e do Oriente Médio são integradas a um pacote turístico que inclui vários outros passeios. A religião torna-se, dessa maneira, mais um elemento que compõe o pacote de férias. (ABUMANSSUR, 2003, p. 59).

Nestes tempos modernos a religião tornou-se produto que se vende por si só. E o turismo religioso é um produto turístico vendável como qualquer. Interessa-nos descobrir os motivos que levam a esse tipo de viagem e o arranjo espacial da área para acolher e atender essa população flutuante.

É importante ressaltar a escassez de pesquisas e obras deste segmento, o *turismo religioso*. Há dificuldade de encontrar autores e obras publicadas que trabalham com essa temática, sendo por isso um enorme desafio à realização desta pesquisa, que pretende ser uma contribuição no Turismo Religioso.

## **5. Procedimentos metodológicos**

Para a realização deste trabalho, além da busca contínua na literatura especializada em turismo religioso, foram efetuados levantamentos de informações nas obras de Geografia que trataram de maneira geral do Vale do Paraíba, além das obras gerais de Geografia Urbana, aplicação de questionários e mapeamentos.

### **Trabalho de Campo**

Face às rápidas transformações que ocorreram nesta área de função religiosa que diferem das antigas peregrinações, atualmente denominado pelos estudiosos, Turismo Religioso, foi realizado um trabalho de campo pela observação e aplicação de questionários com as seguintes etapas:

1. Mapeamento da área efetivamente religiosa;
2. Reconhecimento da organização espacial passada e presente para atendimento do fluxo de pessoas;
3. Instrumentos de medida.
4. Levantamento da rede hoteleira;

### **Mapeamento da área efetivamente religiosa**

Nem todo município apresenta funcionalidade religiosa, assim sendo, serão delimitados os pontos de divergência e convergência do turismo religioso.

### **Mapeamento da evolução do espaço religioso**

Objetivando analisar a estrutura urbana, com relação ao crescimento e a ocupação do espaço religioso.

### **Instrumentos de medida**

Para atingir nosso objetivo foi elaborado um instrumento de medida sob a forma de questionário. O questionário foi dividido em duas partes. A primeira objetivou a caracterização dos sujeitos que estiverem nos locais: Morro dos Coqueiros, Basílica

Nova, Avenida Monumental e Porto Itaguaçu, com relação a sexo, idade, escolaridade, profissão, local de procedência, meio de transporte, tempo de permanência e horas despendidas ao deslocamento. Serão questionados homens e mulheres com idade adulta.

A segunda parte versou sobre a percepção do “sujeito” através de perguntas abertas e fechadas com relação aos elos afetivos com uma área religiosa. A princípio serão aplicados uns totais de 40 questionários em pontos pré-determinados, ou seja, os de afluência dos romeiros.

Os questionários foram testados quanto a tempo de duração da aplicação e também quanto à linguagem. Os questionários foram aplicados junto a romeiros, em dias da semana produtivos e nos finais de semana não produtivos, dada a característica singular deste tipo de turismo.

### **Tratamento de dados**

Os dados coletados são resumidos em formas de tabelas, gráficos, mapas, quadros, para uma melhor compreensão de fenômeno estudado.

Esses dados são discutidos numa abordagem perceptiva na tentativa de analisar e compreender as relações afetivas, ou não, com o espaço místico. Ou seja, analisar a cidade com função religiosa através da correlação sagrado-profano com as atitudes dos romeiros frente a esse antagonismo.

### **Levantamento da rede hoteleira**

Esse levantamento terá como objetivos:

- caracterizar aspectos da rede hoteleira;
- classificar de acordo com a Embratur a categoria hoteleira que atualmente sofre uma revisão.

## 6. Caracterização da área de estudo

A cidade de Aparecida (SP) principal cidade de função religiosa do Brasil, também conhece períodos de sazonalidade, mesmo recebendo grande fluxo de peregrinos durante todo o ano. Intensifica-se especialmente ainda no Dia da Padroeira do Brasil (12/10), quando recebe milhares de peregrinos vindos de todas as partes do país e mesmo de países vizinhos. Como ilustram as Foto 2 e 3.



Foto 2 – Observa-se, a Basílica Nova, ainda em processo de construção. A passarela que liga os dois núcleos religiosos é palco de procissões, pagamento de promessas. Em função do fluxo nota-se a separação na passarela por corrimão que separam os que vão e os que voltam, demonstrando uma preocupação com uma organização do fluxo de pessoas que por ali transitam. (foto: Pinto, Edson, 1979).



Foto 3 – Acima avistamos a Basílica, parte do pátio, local reservado exclusivamente para ônibus de romeiros. Ainda observamos ao fundo a pequena mancha urbana de implantação recente. (foto: Pinto, Andrei Guimarães, 2003).

A cidade localizada no Vale do Paraíba em São Paulo possui função religiosa especial, pois compreende ao maior culto mariano do mundo, atraindo romeiros de todos os lugares do Brasil e mesmo do mundo.

O ramo de comércio como bares, restaurantes, lojas de artigos religiosos e até de importados, vai aumentando, porém sem uma diversificação planejada da economia, como revela a Foto 4.



Foto 4 — Vista da porção da área comercial cristalizada. Essa se inicia na Basílica Velha e vai a direção à planície. Nessas lojas são comercializados produtos religiosos para turistas. Hotéis simples e pensões também são encontrados. (foto: Pinto, Andrei Guimarães, 2004).

O espaço percorrido pelo romeiro é todo contíguo quando, se não por estabelecimentos comerciais já consolidados, é por barracas cobertas por lonas, onde ambulantes, comercializam produtos de igual natureza.

O fluxo comercial é intenso e o Centro de Atendimento ao Romeiro congrega não apenas uma área significativa para alimentações com pratos rápidos e até franquias, como McDonald's, mas também, corredores com boxes que comercializam artigos de cunho religioso e profano. Nota-se que com o decorrer do tempo, novas adaptações serão necessárias para atender o fluxo que se intensifica.

Os movimentos peregrinatórios que levam à Aparecida envolvem pessoas de diversos perfis sócio-econômicos e culturais, sendo importante manifestação popular e religiosa, evidentemente compras que são atividades inerentes as motivações da viagem. Todo turista leva uma “lembrança” simbólica do lugar visitado.

As pessoas que saem em romaria vão a busca do mito religioso, na crença de um lugar no qual sentem-se mais perto do divino.

Os movimentos de peregrinação apresentam também, como característica manifestações de cunho social, sendo o grito dos excluídos um exemplo de manifestação social no qual os populares reúnem-se em torno do Santuário de Aparecida para protestarem contra a opressão da desigualdade, causada pelas políticas governamentais.

Estes movimentos peregrinatórios em torno do fenômeno do aparecimento da imagem de Nossa Senhora Conceição Aparecida são importantes referências para se estudar a função religiosa do município de Aparecida, pois, tais movimentos revelam representatividade singular no espaço geográfico devido ao grande fluxo de populares e distâncias percorridas.

Os dois documentos históricos do Santuário – de 1750 e de 1757 – falam das peregrinações dos romeiros que *“acorrem a sua santa Casa de partes muito distantes para agradecer os benefícios recebidos de Nossa Senhora”*. Documentos posteriores, como as Atas da Mesa Administrativa, fazem contínuas referências ao concurso de povo no Santuário. Como indicador indireto do maior ou menor fluxo de peregrinos a ata da abertura do cofre, nas quais se anotavam as quantias quinzenais depositadas. O aumento do fluxo de peregrinos indica ainda o desenvolvimento maior acontecido no Vale do Paraíba com a implantação da cultura do café, a partir de 1840, e com a inauguração da Estrada de Ferro Central do Brasil, em 1877.

Os cientistas austríacos Spix e Martius (2000, p. 40) também apresentam uma rica descrição das romarias:

A milagrosa imagem de Nossa Senhora atrai muitos peregrinos de toda a Província de São Paulo e de Minas Gerais, dessas romarias encontramos diversas, quando na véspera do Natal (1817) seguimos viagem. Aqui o modo de viajar, tanto para as mulheres como para homens é sempre montados a cavalo, ou em mula; freqüentemente também o homem leva a mulher atrás, montada na garupa do animal. O traje desses roceiros é inteiramente adequado as condições do local: chapéu de feltro, cor cinza, com abas muito largas, que serve igualmente para proteger contra o sol e contra a chuva; um poncho azul comprido, muito largo, tendo no meio uma abertura por onde passa a cabeça, calça e paletó de tecido escuro de algodão, botas altas, facão comprido com cabo prateado que, como arma ofensiva e defensiva, mete no cinturão ou no cano da bota. Tais são as características dos paulistas em viagens. Todos os que passavam por nós, montando em bestas, se mostravam excelentes cavaleiros, sobretudo pela pressa com que procuravam fugir da trovoada, que ameaçava de todos os lados.

Um dos objetivos deste trabalho é estudar o arranjo espacial nestas cidades com funções religiosas. Estudar a correlação sagrado-profano e a atitude do romeiro ou peregrino frente a esse antagonismo. A escolha recaiu sobre Aparecida devido ao Santuário Nacional e por receber fluxos de pessoas em larga escala, durante o ano todo.

A cidade de Aparecida está localizada no Vale do Paraíba, região situada no maior eixo de urbanização brasileira entre duas metrópoles Rio de Janeiro e São Paulo. Apesar de alguns estudiosos afirmarem que o Vale do Paraíba está entrelaçado entre duas metrópoles formando uma megalópole, isso não ocorre, mas se trata de uma tendência futura da urbanização brasileira que demandará muitas discussões no meio acadêmico e na esfera governamental.

Os mapas a seguir mostram a localização do município de Aparecida:

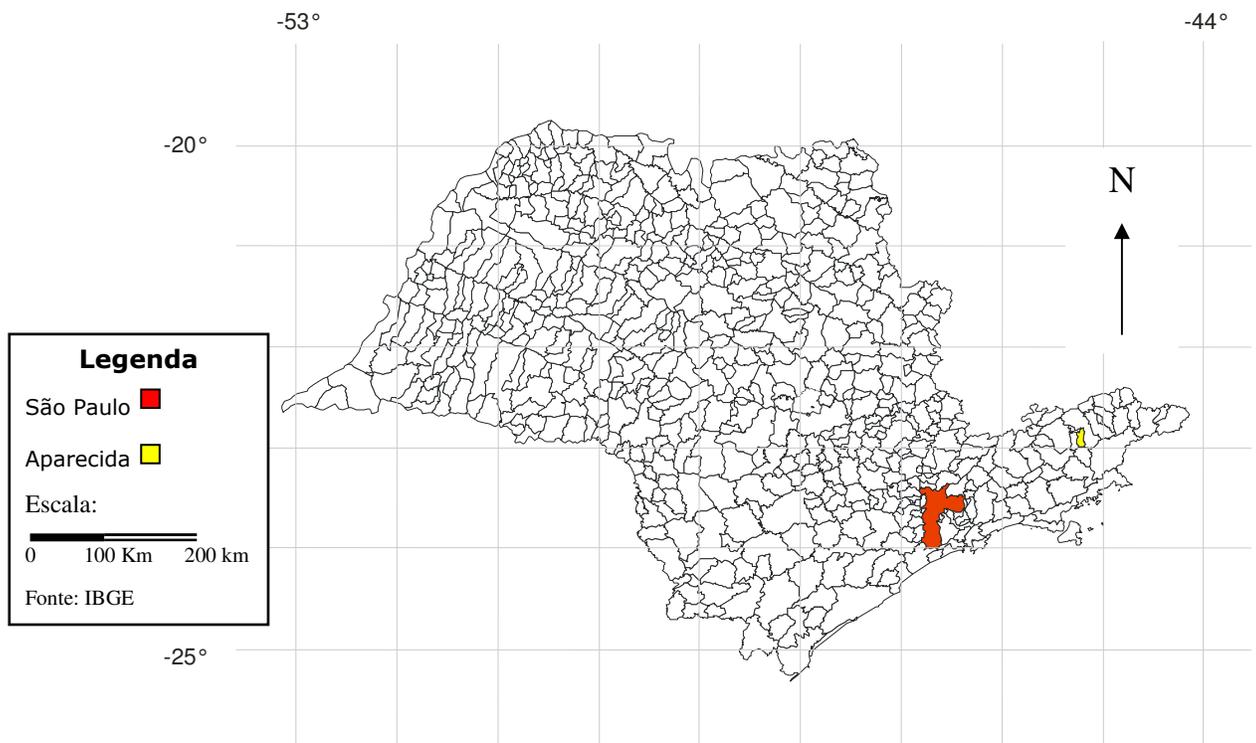
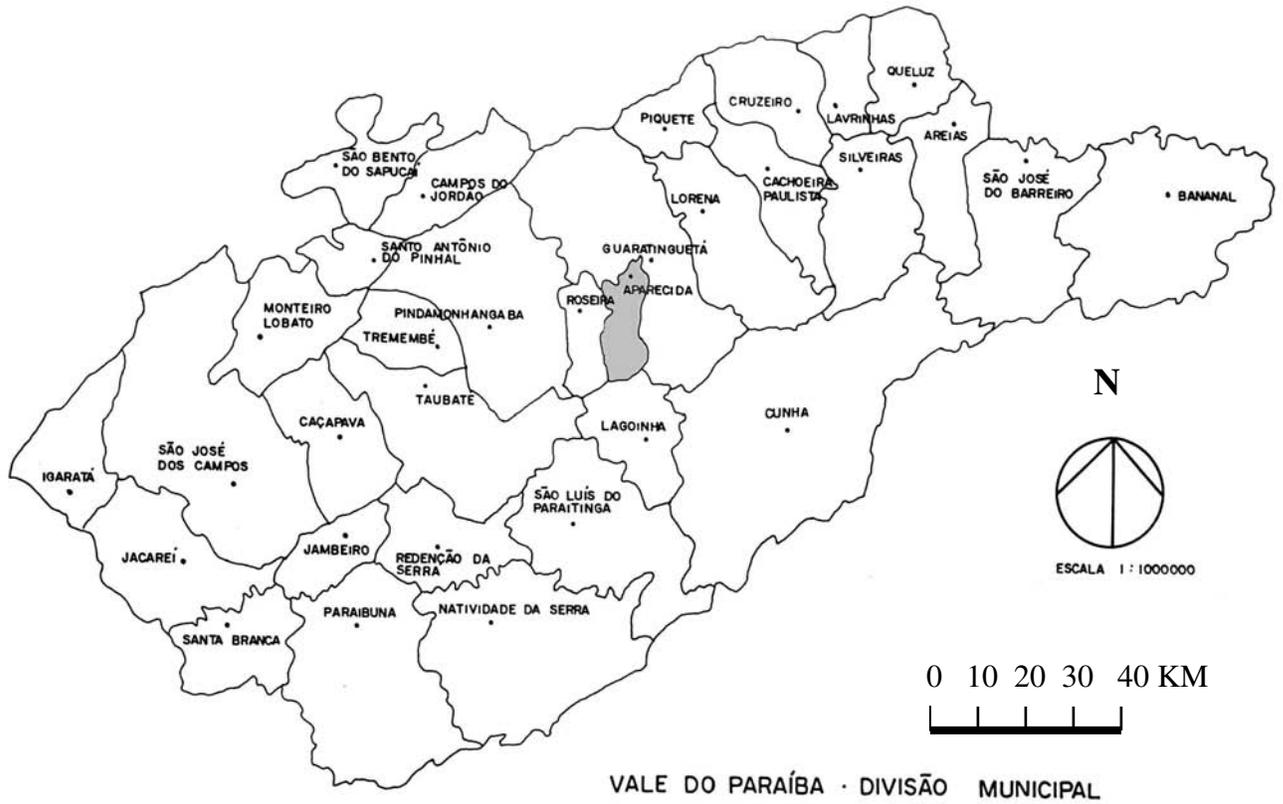


Figura 1- Localização de Aparecida no Estado de São Paulo



**Legenda:**

Aparecida 

Figura 2 - Localização do Município de Aparecida (SP).

Fonte: IBGE. Latitude - 22º 50' S. Longitude - 45º 13' W.



Figura 3 – Mapa das estradas de ferro do Estado de São Paulo, onde se destaca em vermelho o ramal ferroviário do Vale do Paraíba, importante via de acesso ao Santuário Nacional de Aparecida, por onde afluíam os romeiros de antigamente. A cidade de Aparecida fica conhecida como do “NORTE”, devido a esse ramal.

Aparecida além de sofrer influências diretas das duas metrópoles citadas acima, também sofre influência de duas grandes cidades como São José dos Campos e Taubaté, a primeira é considerada a “Capital do Vale”, pois possui um Parque Ciências e Tecnologia de excelência nacional como, também um centro de serviços e áreas institucionais como o ITA (Instituto de Tecnologia Aeronáutica) e o CTA (Centro Tecnológico Aeronáutico), podendo esse espaço intermetropolitano organizar-se com um turismo de diversos motivos, como visitas técnicas científicas, tornando-se um corredor turístico.

Taubaté teve seu primeiro apogeu no ciclo minerador no século XVIII e, posteriormente com o ciclo cafeeiro no século XIX.<sup>4</sup> Com o declínio da economia cafeeira no Vale, Taubaté entra em uma crise sem precedentes, levando a cidade a um rápido declínio econômico. Fazendo com que a cidade perdesse a sua primazia na região para São José dos Campos, que outrora era uma cidade com função de cura.<sup>5</sup>

A cidade de Aparecida tem seu início com a construção da igreja matriz de Nossa Senhora Conceição Aparecida no alto do Morro dos Coqueiros no século XVIII, onde se originou um pequeno núcleo urbano que ao longo dos anos foi se estendendo da colina para a planície aluvial do rio Paraíba do Sul.<sup>6</sup>

A forma da cidade é rádio-concêntrica no sítio original, pois, sua urbanização se deu através da igreja da matriz, portanto o centro do aglomerado urbano e, ao chegar na planície aluvial o sítio urbano anexado toma um outro tipo traçado, o tabuleiro de xadrez. O diagrama a seguir exemplifica a estrutura da cidade:

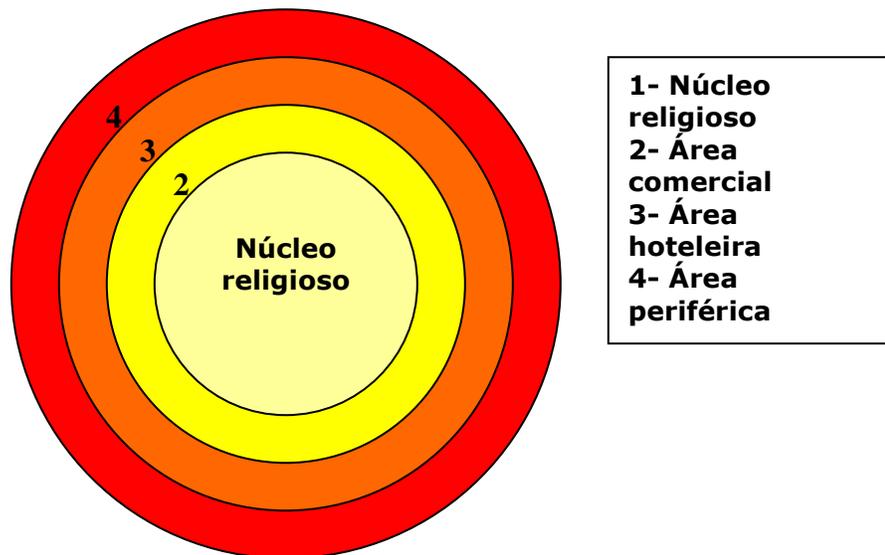


Figura 4 - Diagrama concêntrico da cidade de Aparecida (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

<sup>4</sup> BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Enciclopédia dos Municípios Brasileiros**. Rio de Janeiro, RJ, 1958. v. 30, p. 351-354.

<sup>5</sup> BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Enciclopédia dos Municípios Brasileiros**. Rio de Janeiro, RJ, 1958. v. 30, p. 192-196.

<sup>6</sup> BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Enciclopédia dos Municípios Brasileiros**. Rio de Janeiro, RJ, 1957. v. 28, p. 60-63.

Ao realizarmos o estudo da **função religiosa** de Aparecida, observamos que a cidade se desenvolveu a partir do núcleo religioso cristalizado, ou seja, as Basílicas (Velha e Nova) e a Passarela da fé que une os dois templos (1). Foi, a partir deste núcleo religioso que a cidade se expandiu em camadas funcionais que atendem a demanda turístico-religiosa.

A área comercial (2) formada por lojas de artigos religiosos vem logo em seguida, circundando a área efetivamente religiosa (1). Nesta área destacamos as ruas comerciais como Monte Carmelo e Avenida Monumental, como também o Shopping dos Romeiros localizado frente à Basílica Nova.

A área hoteleira (3) é formada por hotéis populares de uma e duas estrelas que hospedam romeiros, cobrando diárias a preços módicos. Ressaltamos que a classificação do número de estrelas está sendo revista, pois o destaque hoje se dirige além do conforto, também a outros aspectos funcionais.

A freqüência de procura de hotéis e pensões apresenta variações durante a semana (mais acentuada nos fins de semana, Páscoa, Dia da Padroeira do Brasil, Natal entre outros), quando o número de romeiros aumenta até dez vezes. A população flutuante cria sérios problemas para a administração no que se refere à alimentação, estacionamento, pernoite, o acúmulo de restos de comida e lixo deixados na cidade que eutrofizam os biótopos favorecendo o aparecimento de moscas, baratas, ratos, o empobrecimento do sistema urbano, desequilibrando a cadeia alimentar e produzindo, muitas vezes, o crescimento descontrolado de algumas espécies dominantes (CORIOLANO, 2006, p. 36).

E por fim, temos a área periférica (4) formada pelas residências dos moradores e pela futura zona de expansão urbana de Aparecida.

No quadro abaixo podemos observar a comparação entre as áreas das cidades tradicionais e religiosas:

<b>Áreas</b>	<b>Cidades Tradicionais</b>	<b>Cidades Religiosas</b>
Área Central	Funções Terciárias, Bancos e Repartições Públicas.	Funções Religiosas, Basílicas, Igrejas e Estacionamentos.
Área Pericentral	Funções residenciais, subcentros terciários e secundários, Comércio variado, Bares e poucas residências.	Funções residenciais, subcentros terciários e secundários, Comércio especializado em artigos religiosos, Lanchonete e Bares (em Aparecida – Shopping dos Romeiros) e algumas residências.
Zona Periférica Contínua	Funções Residenciais e presença de subcentros terciários e secundários, Comércio, Supermercados, Bares e Residências.	Funções Residenciais e presença de subcentros com forte concentração de hotéis e pensões.
Zona Periférica Descontínua	Residências, Loteamentos, Pequenos Comércios ao longo das vias importantes (saídas e entradas de cidades).	Residências, Loteamentos, Pequenos Comércios ao longo das vias importantes (saídas e entradas de cidades).

Quadro 1 – Baseado em Amorim Filho e Oswaldo Bueno, Nelson de Sena Filho. A morfologia das cidades médias. Ed. Vieira, 2005, Goiânia, 2005. (organizado por Helmut Troppmair).

Como podemos observar acima, tanto as cidades tradicionais como as cidades religiosas se dividem em camadas funcionais, cada uma com suas especificidades. A cidade de Aparecida possui funções concêntricas como vemos a seguir:

1. Centro: com as Basílicas e a Passarela da fé.
2. Pericentro: Comércio religioso e lanchonetes.
3. Periferia Contínua: Hotéis e Pensões, além de moradias.
4. Periferia Descontínua: Espaço ocupado pelas moradias, loteamentos e área de expansão urbana.

A formação do aglomerado urbano de Aparecida se dá em virtude do aparecimento da imagem milagrosa de Nossa Senhora Aparecida, sendo que desde seu encontro nas águas do Porto Itaguaçu a imagem peregrinou por vários destinos

dentro da mesma porção espacial a qual permitiu a configuração em acrópole da cidade que hoje conhecemos.

O sítio urbano original foi se alargando e, não tendo mais por onde crescer o arruamento se deu em direção à colina indo de encontro com a planície aluvial. Hoje, a tendência da expansão urbana se dá através da forma de promontórios, ou seja, o aglomerado urbano assume as formas das colinas que se avizinham. Como está ilustrado na Foto 5.



Foto 5 – Área de expansão do Sítio Urbano. Nota-se trabalhos de terraplanagem nas colinas, para posterior ocupação habitacional. (foto: Pinto, Andrei Guimarães, 2004).

Aparecida é uma cidade a-central e possui função religiosa que está especializada na recepção dosromeiros que afluem ao Santuário para pagar suas promessas ou até mesmo fazer turismo.

Uma característica do povo cristão é a romagem ou romaria, realizada em grupo ou em individualmente aos Santuários de sua devoção. Guardando semelhanças com o povo bíblico de Israel, que anualmente se deslocava ao Templo de Jerusalém para adorar a Deus, prestando-lhe culto e cumprimento dos votos. Na cidade de Aparecida, por mais de duzentos anos a vertente do Morro dos Coqueiros foi utilizada com muita

esperança como caminho íngreme e penoso pelos romeiros. Hoje a passarela de concreto construída pelo DNER (Departamento Nacional de Estradas de Rodagem), faz a ligação da Basílica Velha no Morro dos Coqueiros com a Basílica Nova no antigo Morro dos Pitás, ficando repleta de romeiros a semana toda. (BRUSTOLONI, 1998a, p. 35). Como ilustram as fotos 6 e 7.

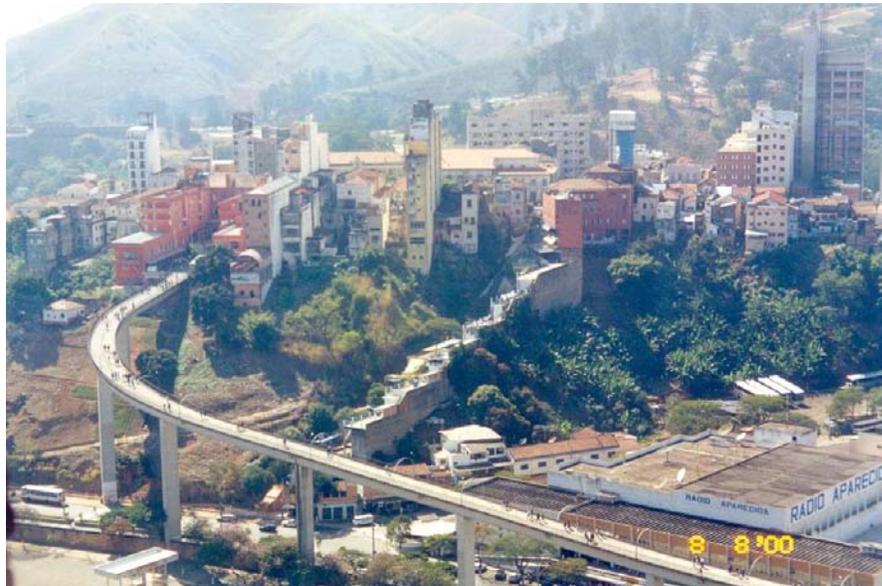


Foto 6– A passarela que liga os dois núcleos religiosos é palco de procissões de pagamento de promessas. (foto: Pinto, Andrei Guimarães, 2004).

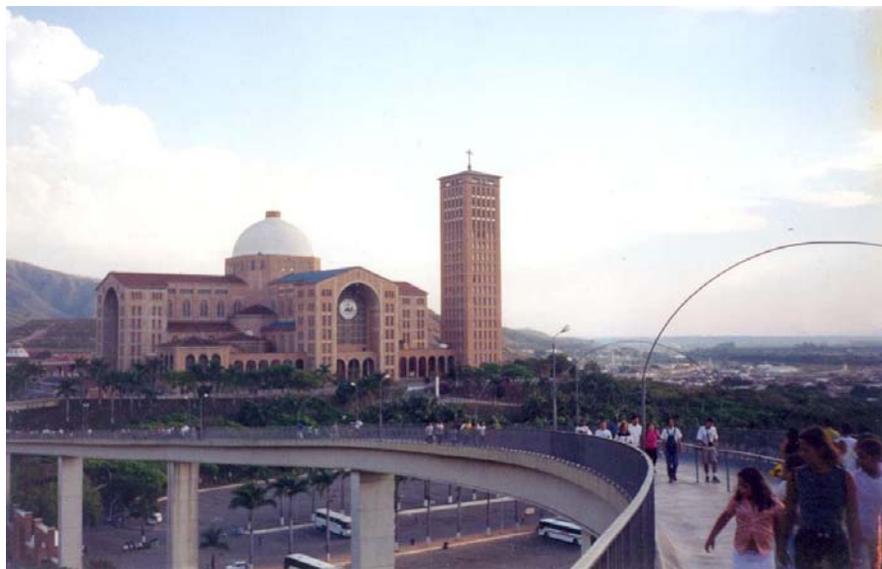


Foto 7 – Nos dias de semana Aparecida recebe pequeno público demonstrando períodos de sazonalidade. O corrimão da Passarela de Fé separa o fluxo de romeiros que se intensifica em datas importantes como o Dia da Padroeira do Brasil. (foto: Pinto, Andrei Guimarães, 2004).

A história do povoado se funde a história da imagem, pois, somente através do culto e a necessidade de erigir uma igreja em homenagem a Nossa Senhora Aparecida é que se inicia o povoado, algo já cristalizado pela colonização portuguesa no Brasil, onde o espaço urbano se dá a partir do núcleo religioso e da praça central. A formação do núcleo religioso talvez seja o elo mais forte que a colônia tem com a metrópole, pois, nele estão embutidos valores morais e éticos, os quais se perpetuam por gerações seguidas.

Devemos sempre recordar que o fenômeno da aparição em 1717 se deu nas cercanias da Vila de Santo Antônio de Guaratinguetá e que por motivo do forte crescimento do culto, a Matriz de Aparecida é construída em terra cedida no Morro dos Coqueiros na qual inicia o povoado.

A primeira peregrinação da imagem se dá do ribeirão Sá à Basílica Velha, sendo que desde que foi encontrada pelos pescadores Domingos Garcia, João Alves e Filipe Pedroso nas águas do Rio Paraíba, em meados de outubro de 1717, a Imagem de Nossa Senhora da Conceição Aparecida peregrinou pelas casas de diversas famílias, até ser colocada no altar da igreja construída no alto do Morro dos Coqueiros, em 1745, pelo Padre José Alves Villela. Na capelinha do ribeirão Sá a imagem permaneceu de 1717 a 1723, segundo a narrativa do encontro diz que Filipe Pedroso conservou a imagem em sua casa. Primeiramente ele residia junto do grande proprietário de terras Lourenço de Sá. Estas terras estavam situadas perto de um ribeirão do Sá. Foi em sua casa, junto do ribeirão do Sá, que Felipe Pedroso armou o primeiro oratório para a Senhora de Aparecida.

Na capelinha da Ponte Alta a imagem permaneceu de 1723 a 1732, lugar esse onde Filipe Pedroso mudou-se com a família levando a imagem consigo, construindo um novo altar e nele colocou a imagem da Virgem Maria. Foi a partir daí que os devotos começaram a chamá-la de “Nossa Senhora Aparecida”.

No oratório do Porto Itaguaçu a imagem permaneceu de 1732 a 1745, quando Felipe Pedroso retorna com a família para o Porto Itaguaçu e entrega a imagem a seu filho Atanásio Pedroso, sendo que este constrói um oratório para a imagem e convidava a vizinhança para a reza do terço aos sábados. Começando assim a expansão da devoção a Nossa Senhora Aparecida e os primeiros edifícios no entorno.

Na igreja do Morro dos Coqueiros a imagem permaneceu de 1745 a 1982, sendo que no dia 25 de julho de 1745, a convite do Padre José Alves Villela vigário da Paróquia de Santo Antônio de Guaratinguetá, os fiéis do Itaguaçu realizaram uma grande procissão para levar a imagem de Nossa Senhora de Aparecida para sua primeira igreja, construída no alto do Morro dos Coqueiros.

No dia seguinte, 26 de julho, festa de Sant'Ana e São Joaquim, pais de Nossa Senhora, o Padre Villela inaugurava a primeira igreja dedicada a Nossa Senhora Conceição Aparecida.

Segundo Brustoloni (1998b) o pintor francês Jean B. Debret de passagem por Aparecida fixou numa tela em 1827, a cena de uma rica senhora, de vela acesa nas mãos, subindo a ladeira à frente de seus escravos que conduziam sua filha doente numa rede. Outros homens ilustres nos deixaram notícias sobre as romarias de Aparecida, como Benício Dutra e Augusto Zaluar.

No dia 31 de agosto de 1873, o jornal 'O Parayba' noticiava pela primeira vez uma peregrinação organizada por uma paróquia. A notícia foi publicada sob a manchete: "*Romaria à Capela de Nossa Senhora Aparecida*", onde o Pároco de Guaratinguetá, Pe. Benedito Teixeira da Silva Pinto convidava os fiéis para uma romaria a Aparecida. (BRUSTOLONI, 1998b, p.85).

Neste convite o pároco dava grande ênfase à romaria indicando a conversão pessoal como principal causa. Esta notícia foi o primeiro registro histórico que Aparecida possui sobre o interesse das paróquias pelas romarias.

Devido ao período de forte estiagem que assolava o Vale do Paraíba, os fiéis de Guaratinguetá imploravam ao pároco que buscasse a milagrosa Imagem de Nossa Senhora Aparecida, como era de costume nestas ocasiões, com a finalidade de realizarem preces e orações. Pe. Benedito preferiu, porém, realizar o tríduo de orações em Guaratinguetá e após o ritual, levar os fiéis em procissão de penitência à Capela de Aparecida. O tríduo foi realizado nos dias 6, 7, 8 de setembro de 1873 e a romaria no dia 9 de setembro do mesmo ano.

Segundo o site Ferrovias do Estado de São Paulo, em 1869, foi construída por fazendeiros do Vale do Paraíba a E. F. do Norte (ou E. F. São Paulo-Rio), que abriu o primeiro trecho, saindo da linha da S.P.R. no Brás, em São Paulo, e chegando até a

Penha. Em 12/05/1877, chegou a Cachoeira (Paulista), onde, com bitola métrica, encontrou-se com a E.F. Dom Pedro II, que vinha do Rio de Janeiro e pertencia ao Governo Imperial, constituída em 1855 e com o ramal, que saía do tronco em Barra do Piraí, Província do Rio, atingindo Cachoeira no terminal navegável dois anos antes e com bitola larga (1,60m). A inauguração oficial do encontro entre as duas ferrovias se deu em 8/7/1877, com festas. As cidades da linha se desenvolveram, e as que eram prósperas e ficaram fora dela viraram as "Cidades Mortas".

Em julho de 1877, foi inaugurada a Estação de 'Aparecida do Norte' pela E. F. do Norte (Estradas de Ferro do Norte). É também chamada popularmente de Aparecida do Norte, nome que vem do tempo em que a ferrovia que a ela levava era a "**do Norte**".

No dia 04 de janeiro de 1884, foi publicado no jornal 'Correio Paulistano' um artigo sobre as romarias. O jornalista indicava o grande número de peregrinos que encontrou no Santuário, descrevendo em seu estilo leve e fluente como eram realizadas as peregrinações.

O repórter lembra com saudades de seu tempo de criança, quando, junto com a família, participava das romarias. Com viva e poética descrição ele acompanha o trajeto das caravanas que buscavam o Santuário, nestes termos:

Antigamente, as romarias à Capela de Aparecida tinham muito de pitoresco; eram famílias que se moviam lentamente com os filhos pequenos, os pajens, os camaradas, as mucamas e o armazém ambulante às costas dos cargueiros. Havia os atoleiros que transpor, as pontes esburacadas, os ribeirões transbordantes com sem número de precipícios por toda a fita sinuosa das estradas reais. (BRUSTOLONI, 1998b, p. 86).

E, depois de descrever as peripécias da viagem e dos pousos, encantado pelas reminiscências do passado, exclama:

Felizes tempos! Ou quem sabe não eram os meus doze anos, o meu desprendido coração de criança que superabundava de contentamento e derramava alegria por todas essas cenas de então, cuja lembrança me aviva saudades da família ausente, já por longas terras, já por esse mundo donde não se volta mais. (BRUSTOLONI, 1998b, p. 86).

Finalizando, anota a transformação dos costumes trazidos pela Estrada de Ferro que "*plantou suas estações onde eram antigamente pousos dos viajantes trazendo mais comodidade e acabando com o encanto daquelas pias viagens*".

Na última década do século XIX, Pe. Lourenço Gahr fez também interessante descrição das romarias. Eis o que ele escrevia em carta de 10 de junho de 1895, a seu amigo Monsenhor Franz Brachar, de Bremen na Alemanha:

Os romeiros, conforme um jornal do lugar, chegam a 150.000 por ano. – A maior parte dos romeiros vêm de trem, mas no tempo seco, de abril a novembro, vêm muitas caravanas com 15 até 30 cavalos, burros e cargueiros. As mulheres com crianças ao colo cavalgam à frente, seguem-nas os cargueiros sem tropeiro, carregando alimentos e apetrechos domésticos, e de cozinha, coberto de couro de boi, e tudo em jacás nas costas do animal; enfim, vêm os homens montados e tendo, muitas vezes, na frente e atrás da sela, um filho. (BRUSTOLONI, 1998b, p. 87).

Entre 1887 a 1920, a estrada de ferro conservou o monopólio dos romeiros, enfrentando depois a concorrência dos veículos movidos à gasolina e óleo diesel. Com o início das grandes romarias em 1900, a Central do Brasil começou a fornecer para as mesmas centenas de trens especiais por ano. (BRUSTOLONI, 1998a, p.38)

Na década de 20, chegavam os primeiros automóveis. A primeira romaria com 15 autos e 70 pessoas veio de Jundiaí, SP, no dia 20 de novembro de 1923. Diz a crônica: *“Por causa do mau tempo, gastaram dois dias de viagem. Eles pernoitaram aqui: muitos se confessaram e todos participaram da missa”*. Começava então a competição do petróleo contra o carvão: os veículos movidos à gasolina e à óleo diesel teriam a melhor parte. (BRUSTOLONI, 1998a, p.38)

Após a inauguração, em 1927, da estrada de rodagem Washington Luís no Vale do Paraíba que deu lugar a Rodovia Presidente Dutra em 1950, ligando São Paulo a Rio de Janeiro, as cidades do Vale entre si. É daquele ano, a formação da primeira companhia de auto-ônibus com linha regular entre Taubaté e Aparecida, chamada Empresa de Auto-ônibus de Nossa Senhora de Aparecida. (BRUSTOLONI, 1998a, p.38).

A Central do Brasil cedeu vagões especiais não só para os peregrinos, mas também para conduzir a Imagem Milagrosa para a cidade do Rio de Janeiro, a 31 de maio de 1931, quando a Nossa Senhora Conceição Aparecida foi proclamada Mãe e Padroeira do Brasil. (BRUSTOLONI, 1998a, p.38)

Em 1934, nasceram outras empresas de ônibus, todas oferecendo transporte de romeiros. Concorriam três empresas que disputavam passageiros entre São Paulo e

Aparecida, a saber: Pássaro Azul, criada em 1933; Empresa de ônibus São Paulo a Lorena e Rápido Rodoviário São Paulo a Lorena. Outra empresa com nome de Santa Luzia é mencionada, cujos carros subiam até a praça do Santuário. Um ano depois, em novembro de 1935, nascia à empresa de ônibus Pássaro Marrom, que ainda hoje é a líder no transporte de peregrinos para Aparecida. Predominam, entretanto, os caminhões, os tais 'Paus de Arara' até fins da década de 60. Outro transporte típico e folclórico era a 'jardineira', misto de ônibus e caminhão, a metamorfose entre os caminhões e os confortáveis e modernos ônibus de hoje. (BRUSTOLONI, 1998a, p.38)

A partir de 1940, as estradas asfaltadas tornaram as viagens mais fáceis, encurtando as distâncias e o tempo percorrido. As auto-estradas aproximaram distantes regiões brasileiras e seus estados como Mato grosso, Goiás, Minas Gerais, Paraná, Santa Catarina, Espírito Santo e Bahia do Santuário Nacional de Aparecida, no quesito tempo e conforto, proporcionando a vinda de grupos maiores destes estados. (BRUSTOLONI, 1998a, p.38).

A Imagem foi conduzida por vagões especiais da Central do Brasil ao Congresso Mariano da Capital Paulista nos dias 5, 6 e 7 de setembro de 1954. O ultimo comboio especial que chegou até o Santuário foi para a cidade de Barra Mansa, RJ, que chegou no dia 25 de abril de 1954, com 18 vagões e cerca de 1.300 romeiros. Mas como os vagões não eram suficientes, foi necessário fretar mais três ônibus.

E o último especial aconteceu no ano de 1955, quando a Imagem foi levada para o Congresso Eucarístico Internacional do Rio de Janeiro. À volta da Imagem, depois do Congresso, foi realizada por avião da Força Aérea Brasileira (FAB).

Com o passar dos anos os meios de transporte utilizados nas romarias foram evoluindo. No início eram tropa de muares e eqüinos, que deram espaço aos trens de passageiro. Depois surgiram as antigas jardineiras que foram substituídas pelos automóveis e ônibus. Os meios de transporte utilizados pelos romeiros se diversificaram devido à variedade de veículos ofertados pelo mercado.

Qualquer pessoa que conferir nas placas dos carros os nomes das cidades e as siglas dos Estados entre os aproximadamente 5.000 carros e 3.500 ônibus, que estacionam em dias de grande movimento nos pátios do novo Santuário, ficaria

simplesmente atordoada e abismada com tantos nomes das cidades brasileiras que fogem do âmbito de seus conhecimentos geográficos. Ilustra as fotos 8 e 9.



Foto 8 – Vista panorâmica do estacionamento da Basílica Nova onde podemos observar carros de passeio e ônibus de excursão. (foto: Pinto, Andrei Guimarães, 2004).



Foto 9 – Pátio do estacionamento da Basílica com ônibus e carros das diversas cidades brasileiras. (foto: Pinto, Andrei Guimarães, 2004).

Admirável é que, em determinados domingos do ano se concentram 3.000 motos e seus motociclistas. Tal volume faz com que Rodovia Presidente Dutra, principal ligação entre as duas maiores metrópoles do país São Paulo e Rio de Janeiro, seja interditada por determinado tempo para segurança e conforto dos motociclistas que são acompanhados por policiais rodoviários. Cabe salientar que esse tipo de romaria tem dias agendados pelos motoclubes. Também ciclista mantém a mesma prática. Na foto 10 a romaria de ciclistas.



Foto 10 – Ciclistas prestam a sua homenagem à Santa, percorrendo com suas bicicletas as estradas que dão acesso ao Santuário. (foto: Pinto, Andrei Guimarães, 2004).

Em 4 de julho de 1980 o templo foi solenemente consagrado pelo Papa João Paulo II, e foi denominado oficialmente de “Catedral-Basílica de Aparecida”, mas conhecido pelos romeiros como “Basílica Nova”.

Em outras ocasiões o panorama do pátio da Basílica Nova torna-se bucólico e anacrônico para a era dos transportes rápidos, quando centenas e centenas de cavalos e seus cavaleiros, garbosos ginetes e suas belas amazonas chegam para sua romaria. Não é necessário mencionar que ainda hoje continua o primeiro e o mais cheio de significado modo de visitar um santuário: a caminhada a pé, percorrendo longas

distâncias como penitências em busca do sobrenatural. É interessante constatar que esses grupos nunca cessaram na história deste Santuário, e ultimamente aumentaram em número e distâncias percorridas. (BRUSTOLONI, 1998a, p. 38).

No dia 3 de outubro de 1982, em meio a uma série de solenidades, a pequena Imagem foi trasladada da Igreja Velha para seu novo templo erguido no até então Morro dos Pitãs que foi aterrado em virtude da construção da atual Basílica.

Altemeyer (1998), faz colocações a respeito do Santuário Nacional de Nossa Senhora da Conceição Aparecida é o maior centro mariano do mundo. A basílica recebe durante o ano grande número de visitantes, especialmente no segundo semestre, quando aumentam concentração de romarias. Em outubro, mês de comemoração de Nossa Senhora de Aparecida, chegam 700 mil peregrinos a visitar o Santuário. No dia 12, data oficial da festa, o número ultrapassa os 150 mil romeiros. Anualmente, seis milhões de pessoas visitam o Santuário de Aparecida, segundo estatísticas elaboradas pelos padres redentoristas.

Os romeiros chegam em grupos organizados pelas paróquias ou individualmente, transportes coletivos ou em seus próprios meios de transportes. O movimento costuma ser maior aos sábados e domingos. Os visitantes vêm principalmente dos Estados de São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Paraná e Espírito Santo. Nos outros dias da semana, o Santuário recebe fiéis de todas as partes do Brasil e turistas do estrangeiro, em busca de benção de Nossa Senhora de Aparecida.

Além dos grupos das paróquias, estão cadastrados mais de vinte romarias especiais pastoral e movimentos religiosos ou populares, organizadas pelas Arquidioceses de São Paulo e do Rio de Janeiro, que se fazem representar nas celebrações especiais marcadas no Santuário.

## 7. Os Romeiros

Os resultados obtidos foram coletados através da aplicação de 40 questionários junto aos romeiros em duas datas pré-determinadas 09/12/2005 e 09/04/2006, ou seja, a amostragem refere-se a esse período. Outros pesquisadores podem obter dados diferentes aos apresentados, pois o Santuário Nacional recebe nas mais diversas datas inúmeros romeiros de todo o Brasil, assim os resultados podem variar parcialmente. Temos certeza, porém que a pesquisa feita por amostragem dá as características de tipologia dos romeiros.

Estamos cientes que um número maior de questionários dariam a nossa dissertação um fundamento mais sólido, porém a limitação de tempo nos obrigou a reduzir as entrevistas. Queremos deixar claro que o maior destaque é dado à metodologia.

### 7.1 Perfil dos romeiros

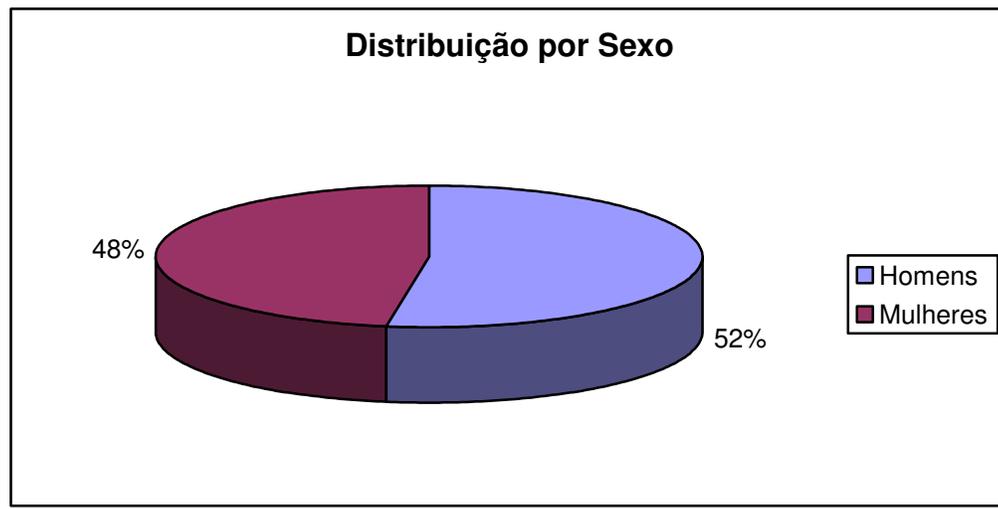


Figura 5 – Distribuição dos romeiros por sexo (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

A análise dos romeiros por sexo revela que homens e mulheres estão praticamente em condições de igualdade neste levantamento, havendo um equilíbrio entre os dois sexos. Isto evidencia que a fé independe do gênero do indivíduo. Num

grupo de quarenta romeiros entrevistados, os homens perfazem uma pequena maioria, sendo 21 homens e 19 mulheres.

Como muitos casos trata-se de casais que se dirigem ao Santuário Nacional de Aparecida o que ajuda a explicar o equilíbrio entre homens e mulheres.

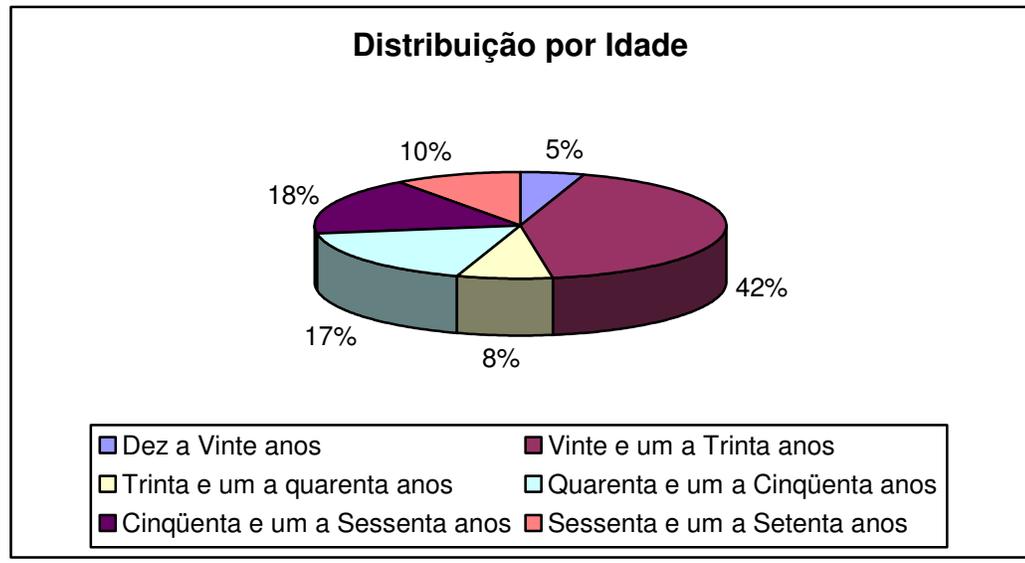


Figura 6 – Distribuição por idade (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

Nota-se neste levantamento sobre idade uma grande quantidade de jovens (42%) na faixa etária entre 21 a 30 anos, evidenciando uma procura maior pela religiosidade por parte deste grupo. Com tanta violência e preocupação numa sociedade que beira o caos, os jovens estão procurando estabelecer maior contato com o divino, através da religião e da freqüência das igrejas, em busca de mais esperança em tempos tão difíceis. Dos quarenta romeiros entrevistados, os jovens desta faixa etária perfazem 17 pessoas.

O 2º grupo que se destaca como numeroso é o dos maiores de 51 anos a 70 anos, que somada as categorias chegam a 45% dos entrevistados (11 pessoas). Formado na maioria por aposentados com a vida financeira estabilizada, essas pessoas organizam-se em grupos de “Melhor Idade” que elaboram viagens para diferentes roteiros turísticos. Muitos participam de excursões organizadas pelas paróquias de bairro, tendo como principal destino o Santuário Nacional de Aparecida.

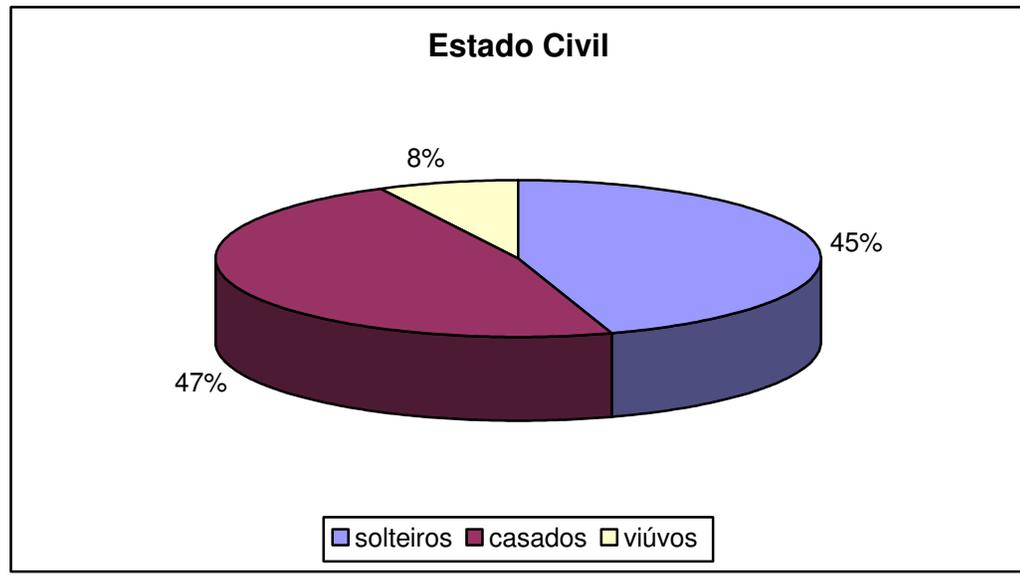


Figura 7 – Estado Civil (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

O levantamento quanto ao estado civil, mostra um total equilíbrio entre romeiros solteiros e casados. A maior concentração de romeiros solteiros está na faixa etária de 21 a 30 anos, considerando que na faixa etária anterior de 10 a 20 anos, há apenas dois indivíduos de 18 anos de idade, que legalmente, não podem contrair matrimônio segundo as leis do nosso país. Os romeiros solteiros perfazem um total de 18 pessoas (45% dos entrevistados).

Os romeiros casados procuram viajar com a família completa, ou seja, na companhia de seus filhos para cumprir seus anseios e suas obrigações religiosas. Esse grupo é a pequena maioria perfazendo um total de 19 pessoas (47% dos entrevistados).

Os romeiros viúvos são a minoria (3%), destacando-se uma senhora de 60 anos de idade vinda de Cruz Alta (RS), que cumpre a romaria em homenagem ao marido falecido, que sempre a acompanhava ao Santuário Nacional de Aparecida em vida. Em nosso levantamento não foram constatadas pessoas divorciadas ou separadas.

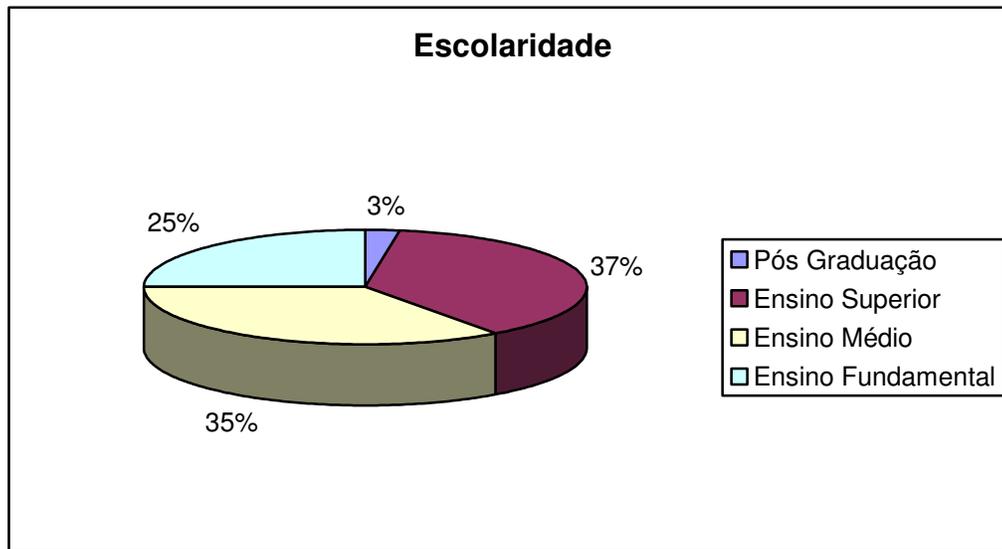


Figura 8 – Escolaridade (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

Em relação à escolaridade há um equilíbrio entre os romeiros que possuem o Ensino Médio e aqueles que possuem o Ensino Superior. Isso reflete em partes a realidade da sociedade brasileira, pois as pressões e exigências do mercado de trabalho são fatores determinantes pela busca de melhoria no nível de instrução. O Ensino Superior que antigamente possuía status elitista vem passando por um processo de ampliação, tornando-se hoje quase um pré-requisito para funções básicas do dia-a-dia.

Os romeiros possuidores do Ensino Fundamental representam 25% dos entrevistados, esse grupo é formado geralmente pelos romeiros mais velhos, pois antigamente, não havia tantas exigências em relação ao nível de instrução do trabalhador como nos dias atuais.

Neste levantamento foi registrado apenas um romeiro possuidor de Pós Graduação Completa, refletindo a carência de profissionais altamente especializados e capacitados na sociedade brasileira. Não foram constatadas pessoas analfabetas em nosso levantamento, mas estamos cientes da realidade de nosso país, onde o número de analfabetos ainda é muito significativo.

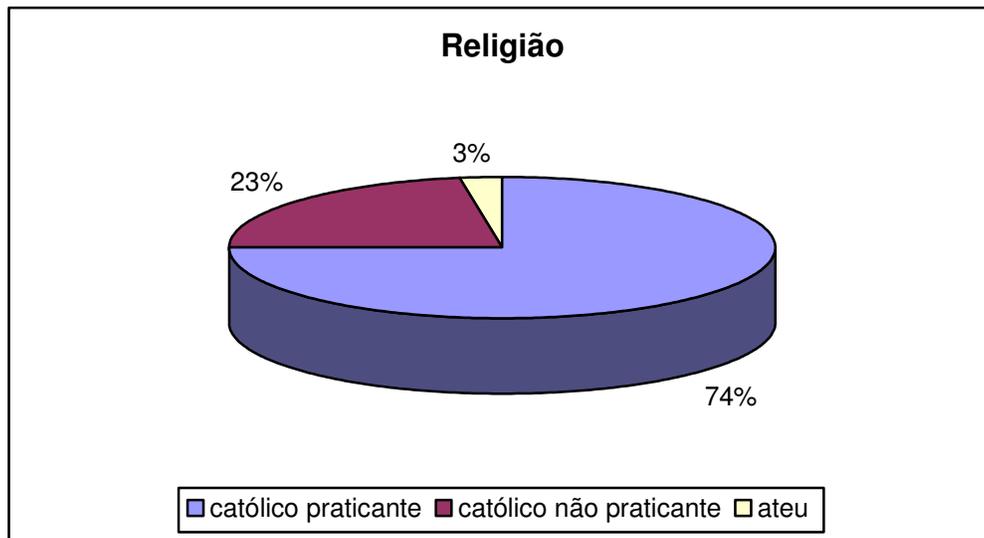


Figura 9 – Religião (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

No fator religião a maioria de romeiros se declara católico praticante (74% dos entrevistados). Podemos caracterizar o católico praticante como aquele que frequenta semanalmente a Igreja católica participando de missas ou participando de grupo de orações, rezando terço e as novenas. Os católicos praticantes possuem uma formação religiosa fortemente ligada à família, sendo influenciados desde cedo pelos pais.

Os católicos não praticantes perfazem 23% dos romeiros entrevistados. São caracterizados por sua ausência costumeira nas missas, geralmente freqüentam quando há extrema urgência, como casos de doença ou apuros financeiros.

Fato curioso é a presença de um ateu no Santuário Nacional de Aparecida. Trata-se de um rapaz de 22 anos de idade oriundo da capital paulista, que veio ao Santuário simplesmente a passeio sem qualquer vínculo religioso.

Fica claro que o Santuário Nacional de Aparecida recebe pessoas de toda sorte, crentes ou não, mas, a grande maioria é formada por católicos praticantes.

## 7.2 Tipos de viagens e suas motivações

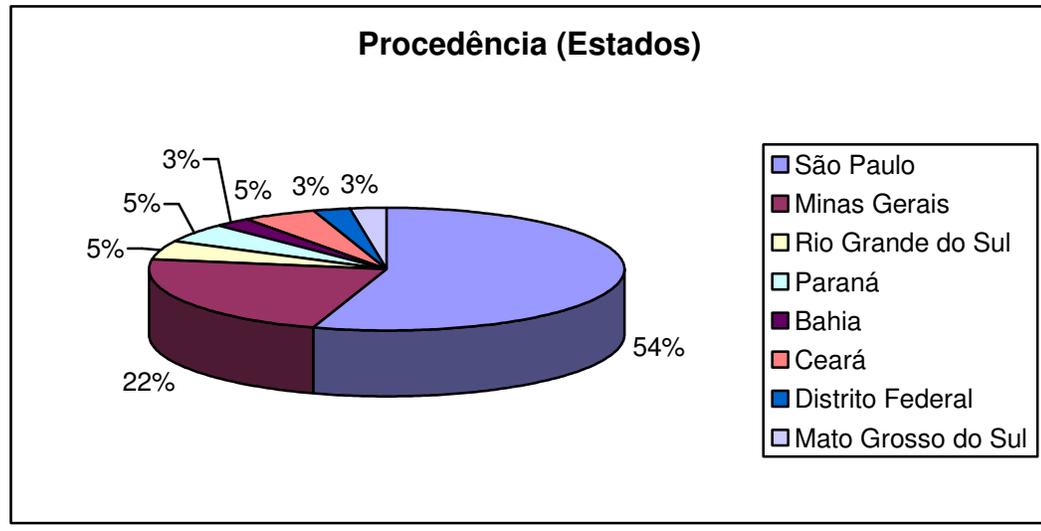


Figura 10 – Procedência (Estados) (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

O levantamento revelou que a maioria dos romeiros é oriunda da Região Sudeste do Brasil, sendo que 54% dos romeiros entrevistados são do Estado de São Paulo, do interior paulista, de cidades como Registro, Rio Claro, Presidente Prudente, Bauru, Socorro de cidades vizinhas ao Santuário localizadas no Vale do Paraíba, como Lorena, Guaratinguetá e Pindamonhangaba.

Minas Gerais está bem representada com 22% dos romeiros entrevistados, oriundos de cidades como Madre de Deus, Brasópolis, Governador Valadares, Campestre e Paraisópolis.

Em menor número, temos romeiros oriundos das regiões Nordeste, Sul e Centro-Oeste. Não houve no período de aplicação dos questionários registro de romeiros oriundos da Região Norte, fato que se explica pela enorme distância.

A grande concentração de romeiros vindos da Região Sudeste se explica pela acessibilidade promovida pela ótima malha viária da região, aliás, a melhor do país, tornando a viagem rápida e tranqüila para o grande número de carros e ônibus.

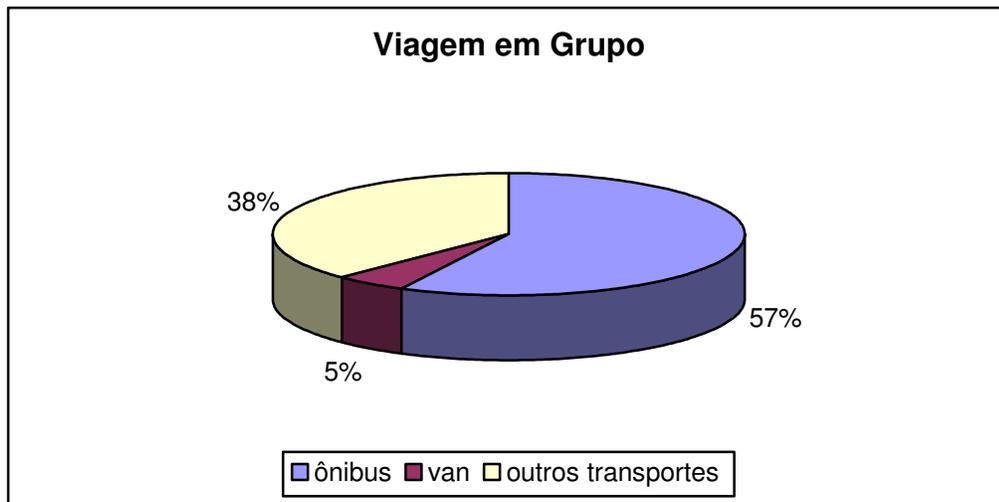


Figura 11 – Viagem em grupo (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

A maioria dos romeiros entrevistados que viajam em grupo vão ao Santuário Nacional de ônibus (57%), pois muitos participam de excursões organizadas pelas paróquias de bairro. As paróquias fretam os ônibus a preços módicos e há divisão do valor do fretamento entre os passageiros que assim não onera ninguém, em média cada romeiro vindo do interior de São Paulo paga cinquenta reais (dependendo naturalmente da distância), entre a cidade de origem e o Santuário Nacional de Aparecida.

Os romeiros que viajam ao Santuário Nacional de “Van” são a minoria, apenas 5% dos entrevistados. Fato explicado pela falta de conforto deste utilitário e pelo alto custo de fretamento, pois a “Van” comporta no máximo quinze pessoas. A divisão do valor dos custos da viagem onera todos passageiros de forma mais pesada.

Os demais romeiros (38%) viajam em variados meios de transportes como carros particulares, a cavalo, motocicletas e avião; caso registrado do senhor de 42 anos de idade vindo de Jacutinga (MG) que veio em comitiva de cavaleiros para prestar uma homenagem a Padroeira do Brasil.

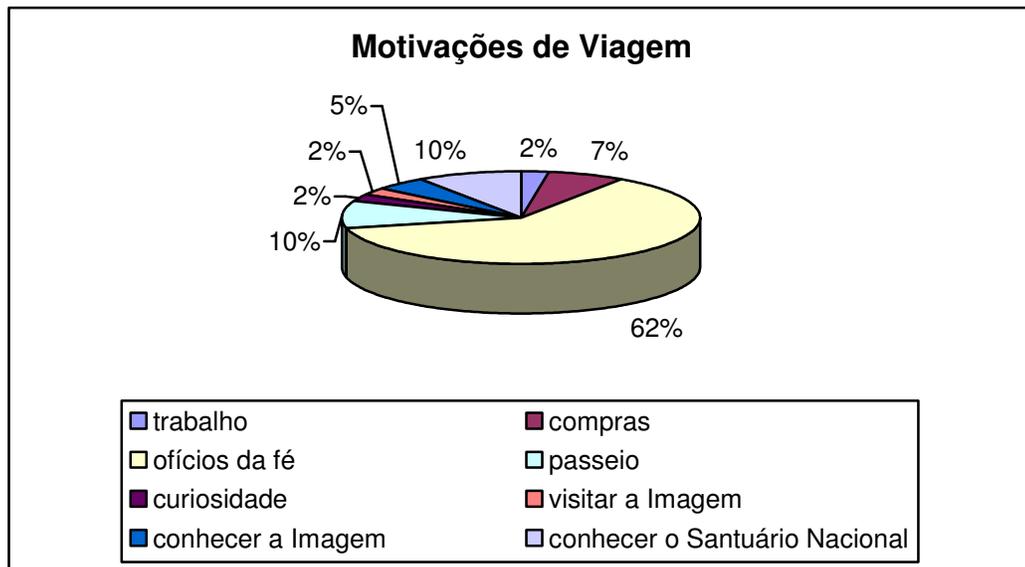


Figura 12 – Motivações de viagem (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

62% dos romeiros que vão a Aparecida possuem fortes motivações religiosas de ordem ritualística que chamo de **“ofícios da fé”**.

Entre esses ofícios da fé está o pagamento de promessas, agradecimento às graças alcançadas, a suplica por graças, a romaria, a devoção, as orações e, sobretudo a fé em Deus e em Nossa Senhora Aparecida.

Em oposição há uma parcela dos romeiros (10%) que vão a Aparecida simplesmente a passeio, sem uma motivação religiosa mais forte. Outros simplesmente usufruem as lojas do “Shopping dos Romeiros”, comprando artigos importados como aparelhos eletroeletrônicos e artigos religiosos como a réplica da Imagem de Nossa Senhora Aparecida para dar de lembrança aos amigos e familiares. Este grupo perfaz 7% dos romeiros entrevistados.

Também há casos de pessoas que vão ao Santuário Nacional com a finalidade de visitar e conhecer a Imagem (4%). Somente 2% se desloca até Aparecida em nome da curiosidade, motivada pelas histórias milagrosas sobre curas e graças alcançadas, registrada e testemunhadas na câmara dos milagres.

E nosso levantamento houve o registro de um romeiro que estava a trabalho, um senhor de 64 anos de idade vindo de Socorro (SP) motorista de van que trouxe os romeiros em excursão para o Santuário Nacional e Canção Nova em Cachoeira Paulista (SP).

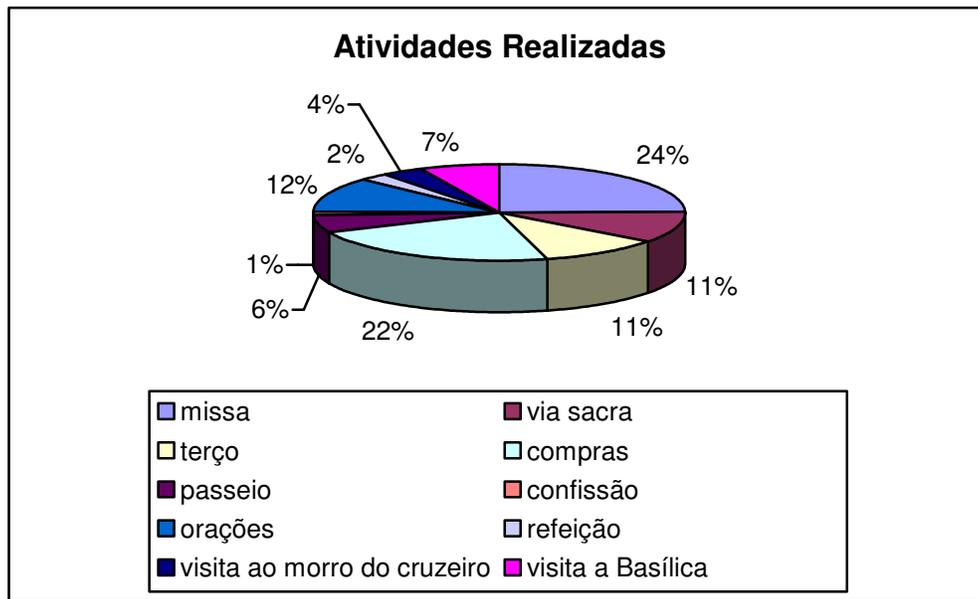


Figura 13 – Atividades realizadas (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

A grande maioria dos romeiros pratica no Santuário Nacional atividades puramente ritualísticas como: assistir à missa (24%), rezar o terço (11%), fazer orações (12%), praticar confissão (1%), participar da via-sacra (11%) e visita a Basílica (7%) que consomem apenas parte de sua permanência em Aparecida.

No tempo restante, os romeiros fazem suas compras no comércio da cidade, como também, suas refeições na praça de alimentação do CAR que oferece uma grande variedade de lanchonetes e restaurantes.

Muitos passeiam pelos pontos turísticos da cidade como o “Porto Itaguaçu” onde encontraram Imagem da Santa, a feira permanente de artigos religiosos e importados na Avenida Monumental, o Magic Park nos arredores do Santuário, o Morro do Cruzeiro de onde se tem uma vista privilegiada sobre cidade especialmente as duas Basílicas.

### 7.3 Nível de Satisfação

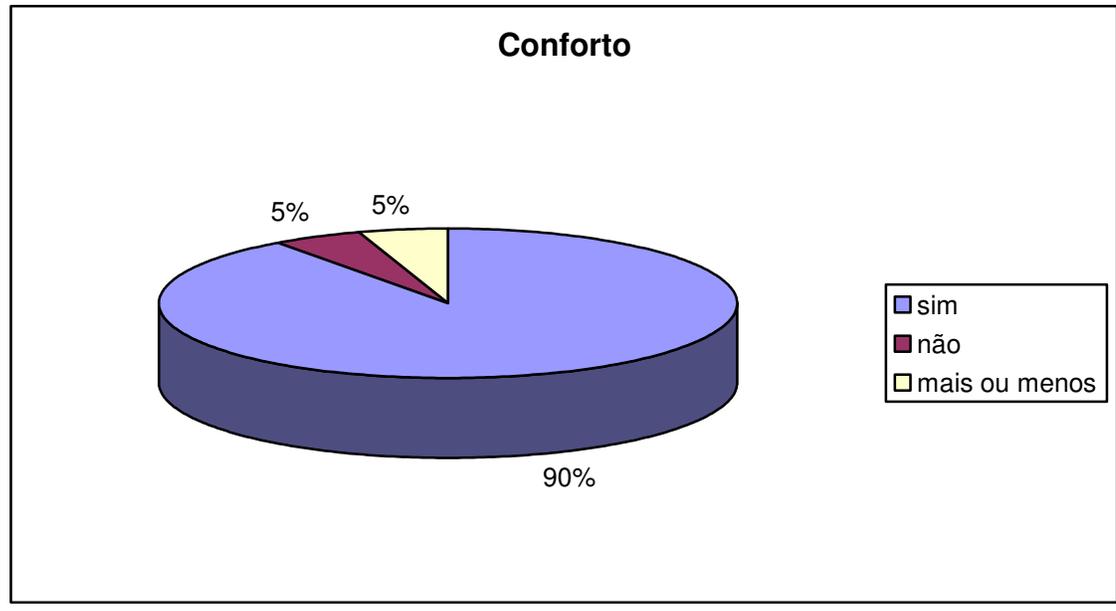


Figura 14- Conforto (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

Neste quesito “conforto” há quase unanimidade, pois, 90% dos romeiros nas respostas dos questionários afirmam que o Centro de Atendimento ao Romeiro oferece sim um maior conforto aos visitantes de Aparecida. O CAR oferece em suas dependências sanitários, fraudários, serviço de informação, posto médico, inúmeras lojas de artigos religiosos e importados, uma praça de alimentação com várias opções entre elas a lanchonete da rede McDonald’s.

Há uma pequena parcela de romeiros descontentes com as acomodações do “Shopping dos Romeiros” (10%), talvez pela espera de acomodações semelhantes à de um grande Shopping Center, mais suntuoso.

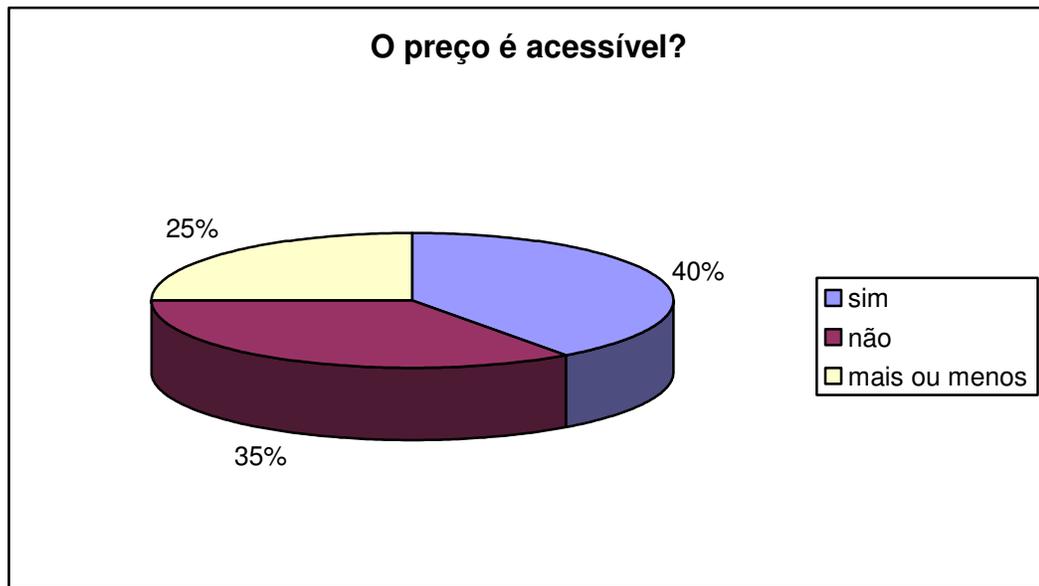


Figura 15 – Preço (organizado por Andrei Guimarães Pinto)

Neste quesito “o preço é acessível” há divergências quanto à acessibilidade dos preços dos produtos e serviços. 40% dos romeiros entrevistados declaram que o preço é acessível e 35% acham que não.

Como o Santuário Nacional recebe pessoas de diferentes níveis sócio-econômicos, ou seja, pessoas de alta, média e baixa renda todos convivem no mesmo espaço e no mesmo período. É natural que ocorrem divergências de opiniões sobre o preço dos produtos e serviços ofertados.

Os romeiros de alta e média renda naturalmente ficam insensíveis aos preços cobrados, já as parcelas menos favorecidas que fazem grandes esforços para realizar esta visita, fazendo às vezes um ano de economia para fazer a romaria, acham os preços cobrados altos.

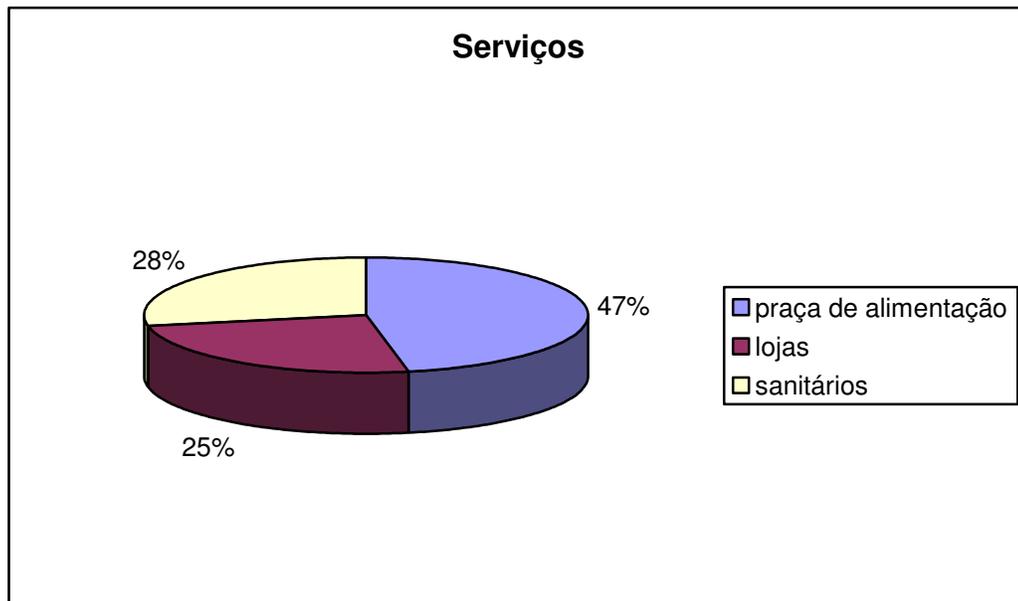


Figura 16 – Serviços (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

Após concluírem suas obrigações religiosas os romeiros procuram fazer outras atividades como compras e suas refeições no Shopping dos Romeiros.

As respostas sobre os serviços oferecidos pelo CAR o mais utilizado é a praça de alimentação, pois, 47% dos romeiros entrevistados procuram se alimentar nos restaurantes e lanchonetes. Muitos utilizam seu tempo livre conciliando refeições e compras, 25% utilizam as lojas para comprar "**lembrancinhas**" como artigos religiosos e importados.

Naturalmente, muitos romeiros se servem dos sanitários nas dependências do Shopping, fato explicado pelo longo tempo de permanência (aproximadamente 12 horas) no Santuário Nacional de Aparecida.

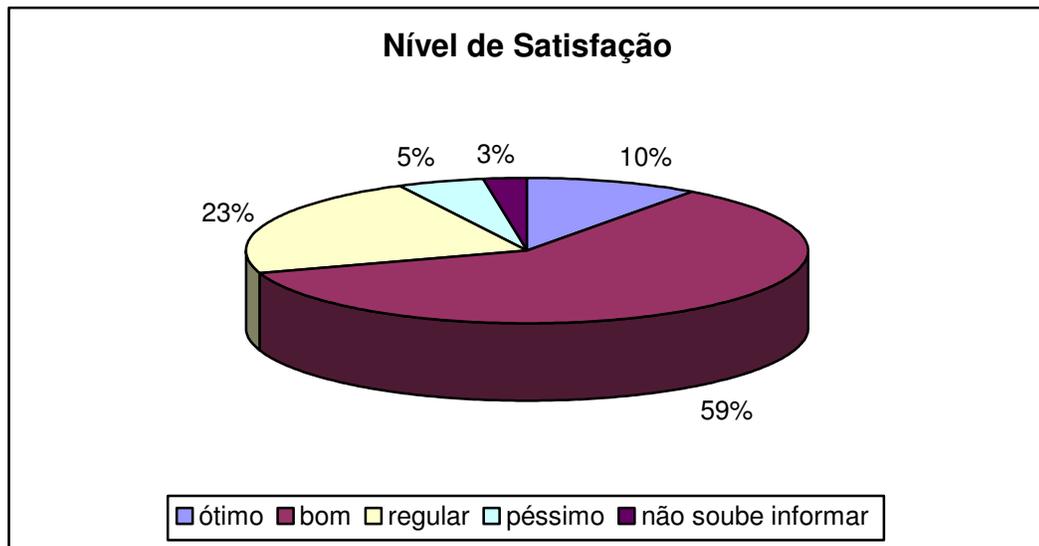


Figura 17 – Nível de satisfação (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

Através de um quesito procurou-se aferir o nível de satisfação dos romeiros com relação aos serviços oferecidos na cidade de Aparecida como um todo, incluindo o “Shopping dos Romeiros”. 59% acha que os serviços oferecidos são bons. Nota-se um certo contentamento principalmente com o comércio que oferece uma infinidade de produtos a preços módicos, o que vem ao encontro da classe menos favorecida.

Os que acham os serviços oferecidos ótimos são 10% dos entrevistados, para estes nada precisa ser melhorado, pois, todos se sentem plenamente satisfeitos.

Os romeiros que acham os serviços regular ou razoável são 23% dos entrevistados, para estes algumas coisas precisam ser melhoradas como, por exemplo, o atendimento ao público por parte dos comerciantes.

Os que classificam os serviços oferecidos como péssimos são minoria 5%, a estes nada agrada e os que não souberam informar são 3% restantes dos entrevistados.

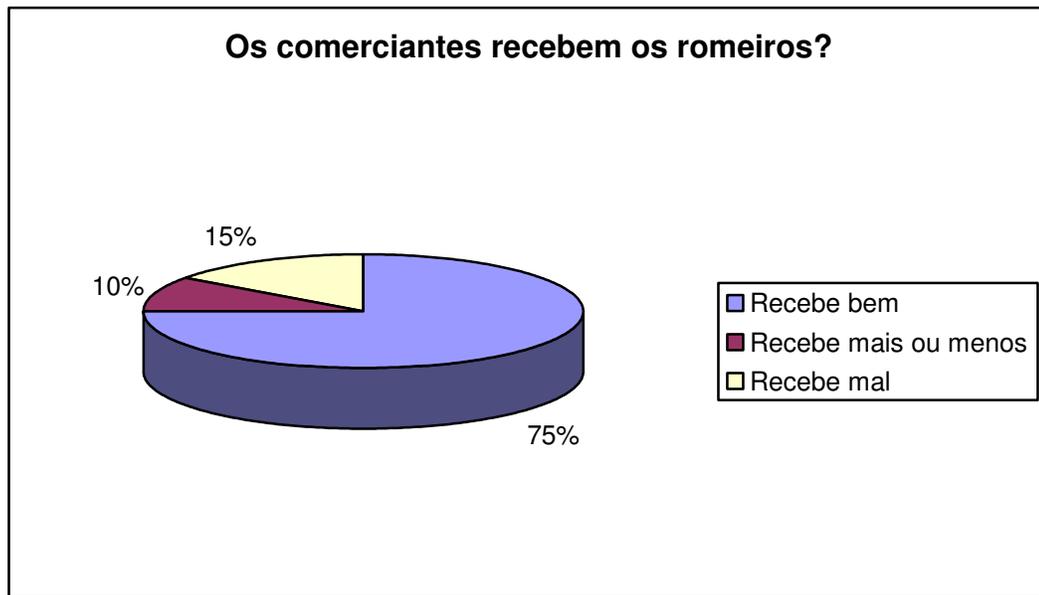


Figura 18 – Os comerciantes recebem os romeiros (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

Através do levantamento sobre como os comerciantes recebem os romeiros buscou-se avaliar o preparo da população aparecidense, representada na figura do comércio e dos comerciantes que recebem aproximadamente oito milhões de romeiros por ano.

É muito comum o comerciante “**pecar**” por excesso de zelo aos clientes e não por omissão. Muitos comerciantes são mal interpretados pelos compradores, pois estes acham que o comerciante está **empurrando** determinada mercadoria, quando em verdade na maioria das vezes ele só quer ser gentil.

A maioria dos romeiros entrevistados declara que os comerciantes recebem os romeiros bem (75%). Para estes os comerciantes são atenciosos até de mais.

Os que declaram que os comerciantes recebem mais ou menos (15%), não apresentam críticas duras. Um romeiro de 38 anos de idade vindo de Bauru (SP) disse: *“Recebe mais ou menos, alguns lojistas exploram o cliente com altos preços”*.

Já os que acham que os comerciantes recebem mal são a minoria (10% dos entrevistados), uma pessoa afirmou: *“Acho que se trata de uma indústria da fé, portanto acredito que não recebem bem. Eles (os comerciantes), recebem bem os excursionistas, mas não os romeiros que chegam aqui em missão de fé”*.



Figura 19 – Produtos oferecidos (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

Quando o romeiro vai ao santuário ou uma cidade com fortes ligações religiosas é muito comum encontrar lojas de souvenirs com a imagem do santo ou da santa e estampada com dizeres do tipo: **“Fui a Aparecida e lembrei de você!”**, este fato não surpreende, pois, são produtos mais esperados num Santuário Nacional como o de Aparecida, para levar como lembrança. Ao mesmo tempo esta peça religiosa afixada ou colocada em destaque na casa do romeiro é uma recordação da viagem à Aparecida e muitas vezes é invocada em momentos de angustias.

Dos romeiros entrevistados 75% afirmaram encontrar o que esperava, ou seja, réplicas da imagem de Nossa Senhora Aparecida, terços, velas de diversos tamanhos, objetos de cera (chamado de ex-votos) entre outros tipos de artigos religiosos. Na verdade, o comércio de Aparecida apresenta uma repetição de produtos em todas lojas, e mesmo em toda cidade religiosa.

Os demais romeiros (25%) afirmaram não encontrar o que esperavam, fato extremamente curioso, pois, fica difícil imaginar o que gostariam encontrar.

## 7.4 Estudo da missão religiosa

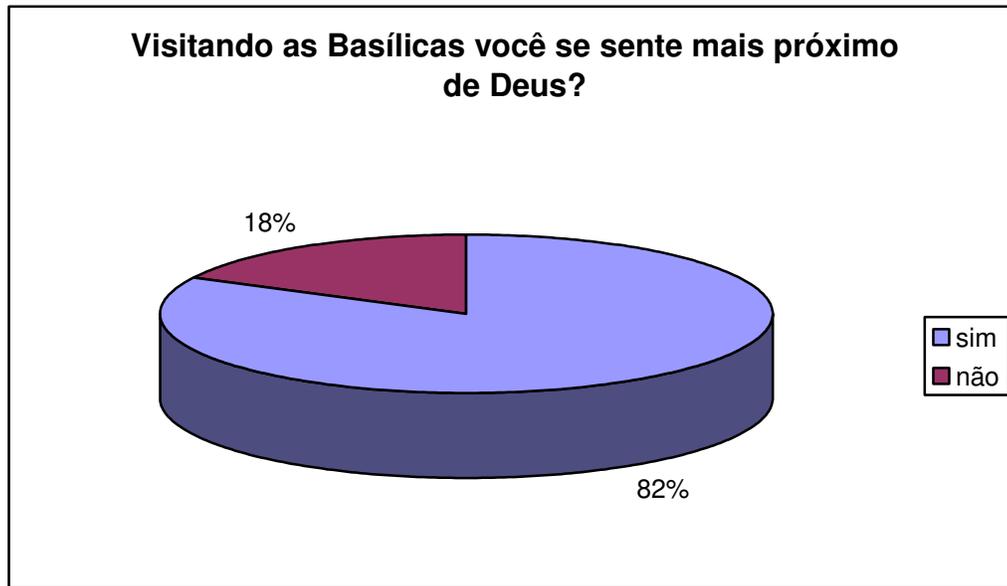


Figura 20 – Proximidade de Deus (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

Uma questão abordou a proximidade de Deus e no levantamento há quase uma unanimidade, 82% dos romeiros entrevistados sentem-se mais próximos de Deus. O templo é a morada do Divino, onde milagres e revelações acontecem, estar num lugar santificado como as Basílicas é participar por um instante da eternidade de um Ser Supremo, que chamamos de Deus.

Os demais romeiros entrevistados (18%), acham que Deus está em todos os lugares: na natureza, nas casas, nos campos e na cidade, ou seja, Deus é onipresente e onisciente.

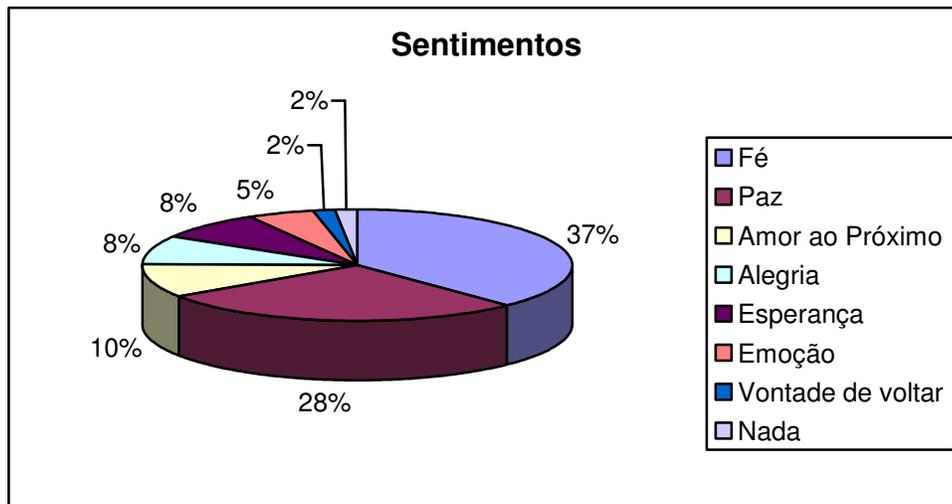


Figura 21 - Sentimentos (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

Mais do que natural é um romeiro se sensibilizar num lugar sagrado como as Basílicas. A missa e a consagração da Imagem são os pontos altos da romaria quando afloram os mais variados sentimentos como: Fé (37%), Paz (28%), Amor ao Próximo (10%), Alegria (8%), Esperança (8%), Emoção (5%) e Vontade de voltar (2%).

Fato curioso foi encontrar um ateu num Santuário Nacional que declarou não sentir nada ao visitar as Basílicas, pois, as visitou apenas como curioso.

Nota-se nesta manifestação o real motivo que leva o romeiro ao Santuário Nacional de Aparecida, pois, fé, paz, amor ao próximo, alegria, esperança e emoção sempre caminham juntos, perfazendo 96% das respostas do questionário.



Figura 22 – Reflexões sobre a vida (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

Sobre as reflexões feitas em viagem verifica-se quase uma unanimidade, pois, 80% dos romeiros entrevistados afirmaram que fazem reflexões sobre suas vidas em algum momento da viagem e especialmente nas Basílicas durante as missas e ofícios.

A romaria é um momento de preparação espiritual, onde se procura lapidar o espírito através da supressão dos maus sentimentos e das amarguras que se tornam um fardo pesado na vida de todo ser humano. São nestes momentos que os romeiros prometem a si mesmos, modificar sua vida, procurando praticar mais amor e solidariedade, ou seja, viver mais os ensinamentos cristãos.

Algo semelhante acontece no célebre Caminho de Santiago de Compostela que nos remete ao exercício do autoconhecimento.

Os demais romeiros entrevistados (20%) negam que façam algum tipo de reflexão na viagem a Aparecida.



Figura 23 – Tipos de reflexões (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

Como em tempos antigos, quando cavaleiros das cruzadas rumavam a Jerusalém em busca da remissão dos pecados, os romeiros de hoje se deslocam à Aparecida em busca da lapidação do espírito através das romarias e práticas religiosas.

Cada pessoa conhece suas próprias máculas e nada melhor que uma viagem para refletir sobre as mesmas. Dos romeiros entrevistados 16% disseram que refletem onde devem melhorar como seres humanos, outros 16% disseram que refletem sobre os erros do passado, 19% pensam na remissão dos pecados através do perdão de Deus, 23% refletem sobre a fé católica e 26% sobre as ações do dia-a-dia.

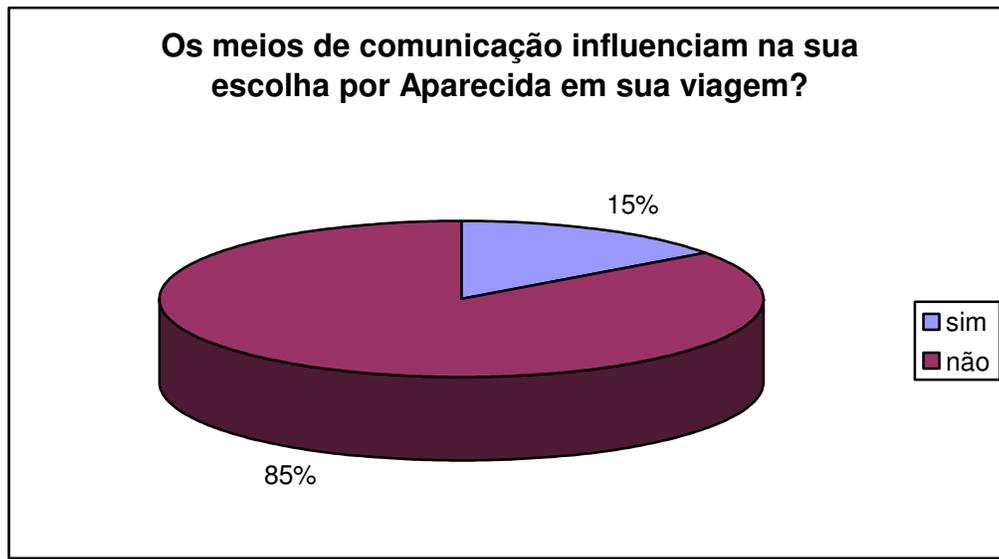


Figura 24 – A mídia e a viagem para Aparecida (organizado por Andrei Guimarães Pinto).

A maioria dos romeiros entrevistados (85%) declarou que os meios de comunicação como jornais, rádio, Internet e televisão não influenciam de forma alguma a escolha de sua viagem para Aparecida. Muitos romeiros não dizem a maioria possuem formação religiosa de casa e participam das romarias desde criança independentemente do apelo da mídia escrita, falada ou televisiva.

Os demais entrevistados (15%) declararam que são influenciados pela mídia, principalmente a mídia televisiva a qual citam a “TV Aparecida” como principal veículo de divulgação do Santuário Nacional de Aparecida.

## 8. Considerações finais

Neste trabalho estudamos o fenômeno do turismo religioso no Santuário Nacional de Aparecida (SP), através de uma visão abrangente, buscando destacar a essência nestas viagens de motivação religiosa. O Turismo Religioso recentemente assim chamado, em verdade existe há séculos, várias são as cidades com esta função: Roma, Lourdes, Compostela e outras.

No Brasil citamos mais especificamente Aparecida do Norte. Desde 1717 quando foi encontrada pescada a Santa no Rio Paraíba do Sul, a cidade recebe romeiros. Devido ao afluxo cada vez maior, a Basílica Velha foi complementada pela Basílica Nova ligada em 1971 pela passarela da fé.

Para brasileiro de formação católica, ir ao Santuário Nacional de Aparecida não é somente fazer uma simples viagem, há um sentido mais profundo, ou seja, retornar às origens, pois os laços que unem o povo brasileiro a Nossa Senhora Aparecida são muito estreitos, quase como uma relação de mãe e filho. Portanto, ir a Aparecida é ir a **“casa da Mãe”**, uma expressão muito utilizada pelos párocos do Santuário Nacional: **“Seja bem vindo à casa da Mãe Aparecida!”**. Desde tempos remotos se cristalizou no imaginário coletivo brasileiro este sentimento de amor filial a Nossa Senhora Aparecida.

Em 31 de maio de 1931, Nossa Senhora Aparecida foi proclamada a “Padroeira do Brasil” pelo então presidente Getúlio Vargas, muitos políticos o criticaram, pois, se o Brasil era uma república laica, tal proclamação não fazia sentido. O gesto, porém salientou o que já estava enraizado havia muito tempo, Nossa Senhora Aparecida para o povo é mais do que um Símbolo é a Mãe dos brasileiros.

Num país com a maioria de católicos de aproximadamente 90% da população, sendo assim a maior nação católica do planeta, o culto a Nossa Senhora Aparecida e a cidade de Aparecida se cristalizam como **“A Capital da Fé”**.

Desde tempos remotos o Santuário Nacional de Aparecida é um pólo receptor de fiéis por excelência que nos remete ao encontro da sagrada Imagem. Romeiros do Brasil e do mundo se dirigem a Aparecida anualmente para prestarem sua homenagem a Mãe dos Homens.

Neste aspecto se observou a abrangência nacional do culto a Nossa Senhora Aparecida, pois os romeiros entrevistados vieram principalmente de São Paulo, com 54% dos romeiros entrevistados além de estados como Minas Gerais, Bahia, Ceará, Paraná, Rio Grande do Sul, Mato Grosso do Sul e Distrito Federal.

A maior concentração de romeiros paulistas se explica pela acessibilidade e facilidade proporcionada pela excelente malha rodoviária do Estado que permite uma viagem rápida e sem transtornos. Os romeiros são na maioria do interior do Estado de São Paulo, vindos de cidades como Bauru, Registro, Rio Claro, Presidente Prudente, Socorro e naturalmente de cidades vizinhas ao Santuário localizadas no Vale do Paraíba, como Lorena, Guaratinguetá e Pindamonhangaba.

Chegando à Aparecida do Norte, numa visão global verifica-se que o sítio urbano se estende de forma espremida entre a Via Dutra e o Rio Paraíba do Sul no corredor do vale formado entre a Serra da Bocaina e a Serra do Mar. Nota-se perfeitamente que a estrutura da cidade apresenta funções concêntricas:

- Centro: com as Basílicas e a Passarela da fé.
- Pericentro: Comércio religioso e lanchonetes.
- Periferia Contínua: Hotéis e Pensões, além de moradias.
- Periferia Descontínua: Espaço ocupado pelas moradias, loteamentos e área de expansão urbana.

Entretanto o afluxo dos romeiros vindos principalmente do Estado de São Paulo e de estados vizinhos, também recebe visitantes de áreas distantes do nosso país e mesmo de países vizinhos.

Sobre a forma de viagem se verificou que o romeiro prefere viajar de ônibus, pois, o fretamento feito, geralmente pelas paróquias de bairro, é menos oneroso do que uma viagem particular num carro de passeio. Os custos com pedágio e combustível são divididos entre todos os passageiros. Em média uma viagem à Aparecida custa ao romeiro paulista cinquenta reais com variações dependendo da distância percorrida.

Cada romeiro vai a Aparecida com uma finalidade pré-estabelecida: a maioria se dirige ao Santuário Nacional para cumprir com obrigações religiosas que chamamos de Ofícios da Fé, além de compras e passeios.

Podemos considerar como ofício da fé o pagamento de promessas, o agradecimento às graças alcançadas, a suplica por graças, a romaria, a devoção, as orações e, sobretudo a fé em Nossa Senhora Aparecida e em Deus.

Neste levantamento procuramos traçar um perfil do romeiro que afluí ao Santuário Nacional de Aparecida.

A maioria dos romeiros que se dirigem a Aparecida são jovens na faixa etária de 21 a 30 anos de idade, que buscam o crescimento espiritual e a esperança através da fé.

Outro grupo representativo é o dos maiores de 51 anos que afluem ao Santuário por meio de grupos organizados de melhor idade.

Em relação à escolaridade há um certo equilíbrio entre os romeiros que possuem o Ensino Médio e aqueles que possuem o Ensino Superior. Isso reflete em parte a realidade da sociedade brasileira, pois as pressões e exigências do mercado de trabalho são fatores determinantes pela busca de melhoria no nível de instrução. O Ensino Superior que há pouco possuía status elitista vem passando por um processo de proletarianização, tornando-se hoje pré-requisito para funções básicas do dia-a-dia.

No aspecto religião a maioria de romeiros se declaram católicos praticantes (74% dos entrevistados). Podemos caracterizar o católico praticante como aquele indivíduo que freqüenta semanalmente a Igreja católica participando de missas ou participando de grupo de orações, fazendo terço e novenas. Os católicos praticantes possuem uma formação religiosa fortemente ligada à família, sendo influenciados desde cedo pelos pais.

A respeito das motivações de viagem a grande maioria dos romeiros (62%) que vão a Aparecida possuem fortes motivações religiosas de ordem ritualística.

A grande maioria das atividades realizadas no Santuário Nacional pelos romeiros é de ordem puramente ritualística como, por exemplo, assistir a missa (24%), rezar o terço (11%), orações (12%), confissão (1%), participar da via-sacra (11%) e a visita a Basílica (7%).

A análise da infra-estrutura deste centro religioso revelou em relação ao conforto oferecido pelo Centro de Atendimento ao Romeiro há quase unanimidade, (90%) entre os romeiros, pois afirmam que o Centro de Atendimento ao Romeiro oferece sim um

maior conforto aos visitantes de Aparecida. O CAR oferece em suas dependências sanitários, fraudários, serviço de informação, posto médico, inúmeras lojas de artigos religiosos e importados, uma praça de alimentação com várias opções entre elas a lanchonete da rede norte-americana McDonald's.

Dos serviços oferecidos pelo CAR o mais utilizado é a praça de alimentação, 47% dos romeiros entrevistados procuram se alimentar nos restaurantes e lanchonetes.

Muitos utilizam seu tempo livre conciliando refeições e compras, (25%) nas lojas para comprar "**lembrancinhas**" como artigos religiosos e importados, que passam a acompanhar a fé dos romeiros em suas casas.

No tocante a qualidade dos serviços oferecidos em Aparecida procurou-se aferir o nível de satisfação, incluindo o Shopping dos Romeiros. A maioria (59%) afirma que os serviços oferecidos são bons, nota-se um certo contentamento com o comércio que oferece uma infinidade de produtos a preços módicos. Os romeiros entrevistados também afirmam que os comerciantes recebem bem os romeiros (75%), pois são atenciosos, às vezes até de mais.

Dos romeiros entrevistados 75% afirmaram que encontraram o que esperavam, ou seja, réplicas da imagem de Nossa Senhora Aparecida, terços, velas de diversos tamanhos, objetos de cera (chamado de ex-votos) entre outros tipos de artigos religiosos. O comércio de Aparecida nas diferentes lojas apresenta uma repetição de produtos.

Chama a atenção que 82% dos romeiros entrevistados sentem-se mais próximos de Deus. Para eles o templo é a morada do Divino, onde milagres e revelações acontecem, estar num lugar santificado como as Basílicas é participar por um instante da eternidade de um Ser Supremo, Deus.

É mais do que natural é o romeiro se sensibiliza num lugar sagrado como nas Basílicas. Sempre a missa e a consagração da Imagem são os pontos altos da romaria que afloram os mais variados sentimentos como: Fé (37%), Paz (28%), Amor ao Próximo (10%), Alegria (8%), Esperança (8%), Emoção (5%) e Vontade de voltar (2%).

O trabalho revelou praticamente uma unanimidade, 80% dos romeiros entrevistados afirmaram que fazem reflexões sobre suas vidas em algum momento da viagem.

Dos romeiros entrevistados, 16% disseram que refletem onde devem melhorar como seres humanos, outros 16% disseram que refletem sobre os erros do passado, 19% pensam na remissão dos pecados através do perdão de Deus, 23% refletem sobre a fé católica e 26% refletem sobre as ações do dia-a-dia.

A maioria dos romeiros entrevistados (85%) declarou que os meios de comunicação como jornais, rádio, Internet e televisão não influenciam de forma alguma em sua escolha por Aparecida em sua viagem, pois, muitos romeiros possuem formação religiosa e afluem em romaria desde tenra idade independentemente do apelo da mídia escrita, falada ou televisiva. Fato que causa certa surpresa, pois, os meios de comunicação norteiam a vida do brasileiro e o que prevaleceu no levantamento foi à formação religiosa do romeiro acima de tudo.

Este trabalho teve como principal motivação refletir sobre questões como a infraestrutura do Santuário Nacional que no momento está responde plenamente as necessidades dos romeiros. Anualmente, oito milhões de romeiros vão a Aparecida, sendo que o dia de maior afluência é dia 12 de outubro (Dia da Padroeira do Brasil) quando é esperado um público de 200 mil pessoas.

Em 2007, haverá o Congresso Episcopal Sul-americano que contará com a participação do Papa Bento XVI que certamente atrairá um grandioso público, semelhante à primeira visita ao Brasil de João Paulo II.

Nesta visita alguns incidentes aconteceram devido à aglomeração de populares: pisoteamentos, desmaios, desaparecimento de crianças, roubos entre outras coisas. Para evitar que acontecimentos desta natureza voltem a acontecer é necessário que o poder público local dinamize ainda mais a infra-estrutura, investindo na segurança pública e na ampliação do serviço médico, principalmente aumentando o número de leitos hospitalares como também o número de médicos de plantão.

Mesmo estando a contento dos romeiros entrevistados, a infra-estrutura criada no Santuário Nacional deve ser dinamizada para receber cada vez mais e melhor os romeiros brasileiros e estrangeiros. Quando há segurança e conforto, o visitante sempre retorna.

Nossa pesquisa procurou salientar os sentimentos despertados nos romeiros que participam destas viagens de cunho religioso e ritualístico, algo inédito em pesquisas do

gênero. Viagens como essa apresentam significados especiais como preparação, reflexão e busca espiritual, atraindo anualmente vários praticantes desta modalidade turística.

Destacamos a importância da ciência geográfica que permitiu estabelecer relações entre a função religiosa/turística e o desenvolvimento urbano da cidade de Aparecida, constituindo-se numa importante e necessária “ferramenta” para qualquer estudo sobre Turismo.

## 9. Referências

ABUMANSUR, E. S. (Org.). *Turismo religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo*. Campinas, SP: Papyrus, 2003.

ALTEMEYER JR., F. – *Aparecida: caminhos da fé*. São Paulo: Edições Loyola, 1998.

AMORIM FILHO, O. B.; SENA FILHO, N. *A morfologia das cidades médias*. Goiânia: Editora Vieira, 2005.

BRASIL. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. *Enciclopédia dos Municípios Brasileiros*. Rio de Janeiro, RJ, 1957. v. 27 ou 28?.

\_\_\_\_\_. *Enciclopédia dos Municípios Brasileiros*. Rio de Janeiro, RJ, 1958. v. 30.

BRUSTOLONI, J. J. *História de Nossa Senhora de Conceição Aparecida: a imagem, o santuário e as romarias*. 10. ed. rev. e amp. Aparecida, SP: Editora Santuário, 1998a.

\_\_\_\_\_. *Nossa Senhora Aparecida: sua imagem e seu santuário*. Aparecida, SP: Editora Santuário, 1998b.

CÂNDIDO NETO, D. *São Paulo, da Paulista à Berrini: percepção de rotas alternativas*. 2003. Monografia (Especialização) – Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 2003.

CONY, C. H. *As viagens de Marco Pólo*. São Paulo: Ediouro, 2001.

CORIOLANO, L. N. M. Bases conceituais do desenvolvimento e do ecoturismo. In: QUEIROZ, O. T. M. *Turismo e ambiente – temas emergentes*. Campinas, SP: Editora Alínea, 2006. p. 11-48.

FRANÇA, M. C. *Pequenos centros paulistas de função religiosa*. 1972. Tese (Doutorado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 1972.

MARX, M. *Nosso Chão: do sagrado ao profano*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1989.

MOLINA, S. *O pós-turismo*. São Paulo: Aleph, 2003.

MOSSE, C. *Alexandre o Grande*. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

OLIVEIRA, C. D. M. *Turismo religioso*. São Paulo: Aleph, 2004. (Coleção ABC do Turismo)

PEREIRA, A. *Diário de bordo de Cristóvão Colombo*. São Paulo: Moderna, 2004.

PIMENTEL, C. E. Gestão ambiental para o turismo. In: QUEIROZ, O. T. M. *Turismo e ambiente – temas emergentes*. Campinas, SP: Editora Alínea, 2006. p. 49-74.

SPIX, J. B. V.; MARTIUS, K. F. P. *Viagem pelo Brasil (1817 – 1820)*. Belo Horizonte: Itatiaia, 2000.

STEIL, C. A. Peregrinação, romaria e turismo religioso: raízes etmológicas e interpretações antropológicas. In: ABUMANSSUR, E. S. (Org.). *Turismo religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo*. Campinas, SP: Papyrus, 2003. p. 29-51.

TUAN, Y. F. *Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente*. São Paulo: Difel, 1980.

VIEIRA, M. L. *Imagem turística de Itanhaém*. 1997. Tese (Doutorado) – Instituto de Geociências e Ciências Exatas, Universidade Estadual Paulista, Rio Claro, 1997.

# Anexos

## Questionário

### Caracterização do Sujeito

1. Sexo: ( ) Masculino ( ) Feminino      Idade: \_\_\_\_\_
2. Estado Civil: ( ) solteiro ( ) casado ( ) viúvo ( ) outros
3. Escolaridade: ( ) Ensino Fundamental Completo ( ) Ensino Fundamental Incompleto  
( ) Ensino Médio Completo ( ) Ensino Médio Incompleto ( ) Ensino Superior  
Completo ( ) Ensino Superior Incompleto ( ) Pós-Graduação Completa ( ) Pós-  
Graduação Incompleta
4. Religião: ( ) católico praticante ( ) católico não praticante Outro: \_\_\_\_\_
5. Cidade de Origem: \_\_\_\_\_ Estado UF: \_\_\_\_\_
- País: \_\_\_\_\_
6. Viagem em grupo: ( ) ônibus ( ) van ( ) outros

### As viagens e seus motivos

1. Que motivações o (a) levam à Aparecida?
2. Em sua estadia em Aparecida quais atividades você realiza?
3. A criação de infra-estrutura para o recebimento dos romeiros como o CAR (Centro de Atendimento ao Romeiro), possibilitou um maior conforto ao romeiro?  
Sim ( ) Não ( ) Mais ou Menos ( )

4. O preço é acessível?  
Sim ( ) Não ( ) Mais ou Menos ( )
5. Dos serviços oferecidos pelo CAR, qual você utiliza mais?
6. Qual é o seu nível de satisfação com relação aos serviços oferecidos em Aparecida?
7. Na sua opinião a população de Aparecida representada na figura do comércio, recebe bem os romeiros? Oferece os produtos que você espera?
8. Ao visitar as Basílicas você se sente mais próximo de DEUS?
9. E, quais sentimentos são despertados em você?
10. Em sua viagem a Aparecida você procura fazer reflexões sobre sua vida? No que?
11. Os meios de comunicação como jornais, rádio e TV, influenciam na sua escolha por Aparecida em sua viagem?

## **Resumo dos Dados**

### 1. Sexo:

21 homens – 52%

19 mulheres – 48%

### 2. Idade:

10 – 20 anos: 2 pessoas (5%)

21 – 30 anos: 17 pessoas (42%)

31 – 40 anos: 3 pessoas (8%)

41 – 50 anos: 7 pessoas (17%)

51 – 60 anos: 7 pessoas (18%)

61 – 70 anos: 4 pessoas (10%)

### 3. Estado Civil:

Casados: 19 pessoas (47%)

Solteiros: 18 pessoas (45%)

Viúvos: 3 pessoas (8%)

### 4. Escolaridade:

Ensino Superior: 15 pessoas (37%)

Ensino Médio: 14 pessoas (35%)

Ensino Fundamental: 10 pessoas (25%)

Pós-graduação: 1 pessoa (3%)

### 5. Religião:

Católico praticante: 30 pessoas (74%)

Católico não praticante: 9 pessoas (23%)

Ateu: 1 pessoa (3%)

### 6. Procedência (Estados):

São Paulo: 22 pessoas (54%)

Minas Gerais: 9 pessoas (22%)

Rio Grande do Sul: 2 pessoas (5%)

Paraná: 2 pessoas (5%)

Ceará: 2 pessoas (5%)

Bahia: 1 pessoa (3%)

Distrito Federal: 1 pessoa (3%)

Mato Grosso do Sul: 1 pessoa (3%)

### 7. Viagens em grupo:

Ônibus: 23 pessoas (57%)

Outros: 15 pessoas (38%)

Van: 2 pessoas (5%)

8. Motivações de viagem:

Ofícios da fé: 26 pessoas (62%)

Passeio: 4 pessoas (10%)

Conhecer o Santuário Nacional: 4 pessoas (10%)

Compras: 3 pessoas (7%)

Conhecer a Imagem: 2 pessoas (5%)

Curiosidade: 1 pessoa (2%)

Visitar a Imagem: 1 pessoa (2%)

Trabalho: 1 pessoa (2%)

9. Atividades Realizadas:

Missa: 21 pessoas (24%)

Compras: 19 pessoas (22%)

Orações: 10 pessoas (12%)

Via-sacra: 9 pessoas (11%)

Terço: 9 pessoas (11%)

Visita a Basílica: 6 pessoas (7%)

Passeio pela cidade: 5 pessoas (6%)

Visita ao Morro do Cruzeiro: 3 pessoas (4%)

Refeição: 2 pessoas (2%)

Confissão: 1 pessoa (1%)

10. A criação de infra-estrutura para o recebimento dos romeiros como o CAR  
(Centro de Atendimento ao Romeiro), possibilitou um maior conforto ao romeiro?

Sim: 36 pessoas (90%)

Não: 2 pessoas (5%)

Mais ou menos: 2 pessoas (5%)

11. O preço é acessível?

Sim: 16 pessoas (40%)

Não: 14 pessoas (35%)

Mais ou menos: 10 pessoas (25%)

12. Dos serviços oferecidos pelo CAR, qual você utiliza mais?

Praça de Alimentação: 32 pessoas (47%)

Sanitários: 19 pessoas (28%)

Lojas: 17 pessoas (25%)

13. Qual é o seu nível de satisfação com relação aos serviços oferecidos em Aparecida?

Bom: 24 pessoas (59%)

Regular: 9 pessoas (23%)

Ótimo: 4 pessoas (10%)

Péssimo: 2 pessoas (5%)

Não souberam informar: 1 pessoa (3%)

14. Na sua opinião a população de Aparecida representada na figura do comércio, recebe bem os romeiros?

Recebe Bem: 30 pessoas (75%)

Recebe Mal: 6 pessoas (15%)

Recebe Mais ou Menos: 4 pessoas (10%)

15. Oferece os produtos que você espera?

Sim: 30 pessoas (75%)

Não: 10 pessoas (25%)

16. Ao visitar as Basílicas você se sente mais próximo de DEUS?

Sim: 33 pessoas (82%)

Não: 7 pessoas (18%)

17. E, quais sentimentos são despertados em você?

Fé: 23 pessoas (37%)

Paz: 17 pessoas (28%)

Amor ao próximo: 6 pessoas (10%)

Alegria: 5 pessoas (8%)

Esperança: 5 pessoas (8%)

Emoção: 3 pessoas (5%)

Vontade de voltar: 1 (2%)

Nada: 1 (2%)

18. Em sua viagem a Aparecida você procura fazer reflexões sobre sua vida?

Sim: 32 pessoas (80%)

Não: 8 pessoas (20%)

19. No que você faz reflexões?

Sobre as ações: 8 pessoas (26%)

Sobre a fé católica: 7 pessoas (23%)

Na remissão dos pecados: 6 pessoas (19%)

Nos erros do passado: 5 pessoas (16%)

Onde devo melhorar: 5 pessoas (16%)

20. Os meios de comunicação como jornais, rádio e TV, influenciam na sua escolha por Aparecida em sua viagem?

Não: 34 pessoas (85%)

Sim: 6 pessoas (15%)