

O Lazer no Turismo Religioso: uma análise dos discursos no Turismo

Angelo Ricardo Christoffoli ⁱ
Raquel Fontes do Amaral Pereira ⁱⁱ
Yolanda Flores e Silva ⁱⁱⁱ
Universidade do Vale do Itajaí (Brasil)

Resumo: O artigo apresenta os resultados de pesquisa da percepção de diferentes autores brasileiros sobre turismo religioso associado ao lazer, mostrando as transformações nos eventos religiosos, que demonstram uma integração do sagrado com o profano. O profano é entendido por eles como, a venda de produtos e serviços religiosos associados a festas, feiras e visitas sem conotação religiosa. O percurso metodológico adotado compreendeu: mapeamento e identificação de referenciais clássicos em português sobre o tema, leitura e classificação das abordagens adotadas pelos autores, análise dos discursos dos autores através do modelo de análise de Discurso do Sujeito Coletivo, associado a uma discussão crítica - reflexiva dos discursos que mais se destacam nos textos. Ao final é possível perceber duas perspectivas de análise e reflexão desses autores: a primeira concentra sua análise na movimentação física dos devotos e na associação das atividades realizadas nos santuários com atividades de lazer e socialização. A segunda perspectiva de análise apresenta argumentos sobre o turismo religioso com enfoque na devoção e na fé. Os resultados permitem discutir se a associação do lazer diminui o sentimento de fé e devoção intrínseco às peregrinações e romarias e se o modelo de turismo religioso associado ao lazer torna os eventos com este tipo de planejamento menos religioso e mais profano.

Palavras-chave: Turismo religioso; Religiosidade; Lazer; Análise de discurso.

Title: The Leisure in Religious Tourism: an analysis of discourses on tourism

Abstract: The article presents the results of research of the perception of different Brazilian authors on religious tourism associated with leisure, showing the changes in religious events, which demonstrate an integration of the sacred with the profane. The profane is understood by them as the sale of products and services associated with religious festivities, fairs and visits without religious connotation. The course methodology adopted included: mapping and identification of classical references in Portuguese on the subject, reading and grading of the approaches adopted by the authors, discourse analysis author through the model of analysis of the Collective Subject Discourse, associated with a critical discussion - reflective discourses that stand out in the texts. At the end you can see two perspectives of analysis and reflection of these authors: the first focuses its analysis on the physical movement of devotees and the association of the activities performed in the shrines with leisure activities and socializing. The second perspective of the analysis presents arguments on the religious tourism with a focus on devotion and faith. The results allow to discuss whether the association of leisure decreases the feeling of faith and devotion intrinsic to pilgrims and pilgrimages and religious tourism of the model associated with leisure events makes this kind of planning less religious and more secular

Keywords: Religious tourism; Leisure; Discourse analysis..

i Doutorando do Programa de Pós - Graduação Stricto sensu em Administração - Doutorado em Administração e Turismo na Universidade do Vale do Itajaí / UNIVALI, Brasil. E-mail: a.christoffoli@univali.br.

ii Orientadora. Docente / Pesquisadora do Programa de Pós - Graduação Stricto sensu em Administração - Doutorado em Administração e Turismo na Universidade do Vale do Itajaí / UNIVALI, Brasil. E-mail:raquel@univali.br

iii Docente / Pesquisadora do Programa de Pós - Graduação Stricto sensu em Administração - Doutorado em Administração e Turismo na Universidade do Vale do Itajaí / UNIVALI, Brasil. E-mail: yolanda@univali.br

Introdução

Nas Ciências Sociais Aplicadas e mais especificamente na área de Turismo vem sendo produzidos alguns estudos sobre as motivações das pessoas para a realização de deslocamentos que os levem a cidades, templos e / ou eventos e espaços sagrado reconhecidos como partes das atividades do segmento turismo religioso. A discussão também se volta para a associação destes deslocamentos à compra de serviços e produtos que associam o lazer a eventos ditos profanos que não tem qualquer relação com os rituais religiosos de devoção e respeito, reconhecidos como sagrados.

Entre esses estudos característicos do lazer em eventos ditos profanos podem-se citar os de Swarbrooke e Horner (2002) que ao discutirem a natureza da demanda dos diferentes segmentos do turismo identificam o turismo religioso, como um segmento que já existia [sem a denominação turismo religioso], num formato devocional associado a duas premissas contraditórias [do ponto de vista religioso]: ‘um sentimento de dívida e obrigação’ e, ‘uma busca de prazer e lazer’. Ou seja, segundo estes autores, sempre existiu o lazer e a socialização associada as caminhadas dos devotos, ainda que sofrendo julgamentos sobre quem considerava correto ou errado associar a alegria às obrigações e pagamento de dívidas com o ‘divino’.

Dentre as premissas presentes nas argumentações de outros autores que serão apresentados neste texto estão as de que a urbanização, a vida agitada e as transformações decorrentes da modernidade e da pós-modernidade justificam a transformação da peregrinação ou romaria religiosa em turismo associado ao lazer ou momentos ‘profanos’ (festas, arraiais, danças, bailes) em detrimento, ou até mesmo a total desconsideração dos cultos e rituais sagrados.

Diante dessa constatação, o presente artigo discute as obras de autores brasileiros como: Abumanssur (2003), Dias (2003), Gazoni (2003), Germiniani (2003), Oliveira (1999, 2004) e Silveira (2003), bem como de Andrade (1999), Aoun (2001) e Ribeiro (2002), entre outros, buscando analisar suas idéias acerca das atividades desenvolvidas em cidades, templos ou eventos e espaços sagrados de peregrinação e romaria católica como um momento ou um novo modelo de religiosidade, em que o lazer e o turismo são apontados também como elementos importantes e motivadores da visita aos santuários católicos brasileiros.

O formato metodológico adotado para o estudo compreendeu o mapeamento e a identificação de referenciais clássicos em português sobre o tema, leitura e classificação das abordagens adotadas pelos autores, análise dos discursos dos autores através do modelo de análise de Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) (Lefevre e Lefevre, 2005), associados a uma discussão crítica - reflexiva dos discursos que mais se destacam nos textos.

Para Barbier (2002), a análise permite que os dados repassados pelos informantes ao pesquisador possam servir para detectar problemas a fim de redefini-los e encontrar as soluções. A interpretação e análise são o

produto de discussões entre o pesquisador e os discursos e / ou conteúdos dos dados coletados, com uma linguagem apropriada resultando em uma realimentação de idéias entre o pesquisador e seus informantes [sejam eles pessoas que o pesquisador interage ‘*in loco*’ ou informantes que produzem e publicam discursos sobre o tema sem uma interação imediata e pessoal com o pesquisador]. De uma forma interativa e pessoal ou através de textos, a análise dos dados tem como objetivo organizar e sumariar as informações de forma tal que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para a investigação.

Os resultados, para que tenham valor científico, devem reunir as condições de coerência, consistência, originalidade e objetividade. Um dos modelos de análise capaz de produzir resultados desta natureza é o da construção dos Discursos do Sujeito Coletivo (DSC), conforme Lefèvre e Lefèvre (2005). Segundo estes autores, esta é uma forma de reconstruir o universo das representações sociais obtidas no campo de pesquisa, após os dados terem sido coletados e transcritos. Para tanto se faz necessário: ler na íntegra os textos que compõem o discurso objeto da pesquisa, identificar expressões chaves e idéias centrais que tenham uma relação direta com o objetivo geral do estudo, identificar e agrupar as idéias de mesmo sentido; categorizar/ classificar em grupos discursivos que expressem o mesmo sentido e, finalmente, construir um ou mais discursos que expressem os resultados mais representativos dos discursos analisados.

O universo de documentos bibliográficos analisados compreendeu textos no formato livros e artigos científicos de periódicos voltados para o turismo, sociologia, antropologia, história e lazer, totalizando 14 obras de autores brasileiros em língua portuguesa com temática relacionada a deslocamentos religiosos, turismo religioso e temas afins.

O Lazer nas visitas aos santuários

As atividades realizadas em ambientes religiosos podem ocorrer em função de múltiplas causas: motivação publicitária (marketing, por exemplo), elementos culturais do grupo social, ou como dívida e obrigação (Swarbrooke; Horner, 2002). O turismo realizado em alguns momentos e por pessoas que não se afastam muito das localidades de origem (local de residência) pode ser considerado, sem sombra de dúvida como uma nova forma de lazer. O lazer, assim como a recreação podem ser realizados em segmentos turísticos distintos, dentre os quais o religioso. Nesse sentido, vale recordar a argumentação de MacCannel sobre o que considera lazer:

[...] lazer é construído a partir de experiências culturais. Lazer e cultura continuam a existir indiferente ao mundo do trabalho e na vida diária. Estão concentrados nas férias, no entretenimento, nos jogos, brincadeiras e cerimônias religiosas. Esses rituais levam ao afastamento da cultura das atividades rotineiras e tem produzido o centro da crise da sociedade industrial (Maccannel, 1999: 34).

Ambrosio e Pereira (2007), entendem que o turismo religioso pode ocorrer nas festas religiosas da Europa que não se localizam em santuários de peregrinação e não são consideradas como peregrinações, isso porque, muitos desses festivais, estão integrados na vida social considerado mais como um valor cultural, e, Vukonić (2002) descreve os componentes espirituais relacionando-os aos aspectos socioeconômicos, porque entende que a compreensão do desenvolvimento do turismo depende do estudo das práticas religiosas de peregrinação do passado, sendo o estudo da relação entre religião, peregrinação e turismo separados das questões de religião ou de turismo. Isso porque, o autor entende que atualmente, a peregrinação deixou de compor apenas o universo pessoal, assumindo uma maior complexidade, motivando os diversos tipos de visitantes a participar de atividades organizadas em bases turísticas (Vukonić, 1996). Ao autor o turismo religioso é um conceito de interpretação secular, uma vez que há religiões que negam totalmente essa mescla do religioso e do profano. Para ele, o fato de que os crentes às vezes deixam seus lugares de residência permanente e decidem viajar sem intenção de gerar rendimentos, “é motivo suficiente para que os teóricos do turismo o classifiquem como uma forma de movimento e de migração secularizada, como é o turismo” (1996: 73).

Portanto, para o autor, para se entender o turismo religioso e seu sujeito, o turista religioso, e, especialmente, de aproximar os negócios com este segmento de usuários do turismo, é importante diferenciar entre a religiosidade e o religioso, pois eles afetam substancialmente a decisão individual bem como a que tipo de viagem turística religiosa eles se juntarão, ou, o conteúdo religioso que esperam no destino turístico (1996:70)

Nolan y Nolan (1992) desenvolveram suas análises a partir da divisão dos Santuários em turísticos e os não turísticos, sendo que nos primeiros, é difícil perceber as motivações dos visitantes, bem como se estão interessados noutras atividades além daquelas religiosas. Para os autores os Santuários turísticos são lugares onde proporcionalmente peregrinos e turistas estão representados em números iguais, bem como são aqueles que possuem poucas atrações convencionais para o turismo profano, nem mesmo tem significação histórica o artística. No mesmo sentido de análise feito por Nolan e Nolan, Arceo (2009) estudando as peregrinações que ocorrem em Yucatan (México) estabelece, a partir das perspectivas antropológicas, o conceito de “turismo devocional” (2009: 52), ao destacar que as práticas religiosas e de lazer têm importância para aquelas pessoas, indicando também, que a peregrinação, como uma prática de consumo cultural, é uma arena contestada por diferentes discursos.

Ostrowski (2002) parte das motivações do visitante para considerar o turismo religioso como sendo um novo termo que reflete uma nova forma de turismo, colocado entre o sagrado e o profano. Para o autor, se deve considerar que, na viagem turístico-religiosa o elemento religioso

constitui um dos objetivos principais, juntando-o às motivações tradicionais. Segundo a opinião de Santos, “uma das especificidades deste tipo de turismo reside no fato de ser tributário de opções e de critérios espirituais e éticos e objeto, muitas vezes, de um enquadramento institucional de natureza religiosa” (2006: 241). Isso porque, para a autora, o Turismo Religioso é uma realidade recente, com poucas décadas de existência, onde não são consideradas as modalidades históricas de peregrinação, quando, as práticas religiosas mais institucionalizadas entram em decadência pela secularização, e, as viagens de automóvel se desenvolvem ocorrendo uma diminuição da peregrinação tradicional.

Para a autora o Turismo Religioso começa então a ser explorado pelas agências de viagem através de visitas a lugares religiosos, nascendo “das mesmas circunstâncias sociais e econômicas que conduziram, em geral, ao turismo de massas” (Santos, 2006: 240) e torna-se, sem dúvida, em uma nova forma de prática turística.

Para Andrade a essência da argumentação de construção do conceito de turismo religioso está relacionada ao mundo do trabalho e sua existência envolve deslocamentos para fora do ambiente cotidiano, como ocorre no turismo em geral. Para o autor, percebe-se, no turismo, a preocupação em elaborar conceitos relacionados às atividades praticadas fora da residência [e, também fora da cidade, em que o turista mora] em períodos durante os quais a rotina é abandonada, sendo esta justamente uma das motivações que levam as pessoas a tornarem-se turistas (Andrade, 1999: 11).

Ainda conforme Andrade, três são os elementos que compõem o princípio elementar de análise do turismo: o homem, o espaço e o tempo. Para ele, os ‘tipos’ de turismo ou as motivações mais comuns na atualidade são: férias / descanso, visitas de caráter cultural, negócios, evento desportivo, cuidados a saúde e visitas a santuários / cidades com turismo relacionado a religião. As motivações que levam as pessoas a escolher um ou outro tipo de turismo, segundo esse mesmo autor (1999: 87 - 97) podem estar relacionadas ao desejo e à necessidade de evasão, ao espírito de aventura, à aquisição de status, à necessidade de tranquilidade, ao desejo ou necessidade cultural, ao desejo ou necessidade de compra, entre muitas outras possibilidades.

Corroborando essa linha de interpretação Fagundes (2004: 14) entende que se pode avaliar a presença do lazer como uma motivação possível para o turismo, inclusive nas movimentações religiosas, pois,

[...] cada vez mais pessoas residindo em cidades, as crises financeiras, políticas, desemprego, redução de renda, acabam por comprovar a necessidade de renovar mitos e ritos religiosos. Para este momento de religiosidade e lazer, as pessoas acabam buscando um espaço alternativo, longe de seu cotidiano, quebrando as barreiras de sua consciência limitada aos hábitos cíclicos do dia a dia, constituindo-se assim como um momento de fuga e re-ligação.

Nessa busca de motivações para a evasão do cotidiano, Dias (2003) identifica e descreve seis tipos de locais religiosos que incorporam o conjunto de atrativos do turismo cultural, no qual está incluído o religioso, pois, considera o destino, o objetivo final da viagem, que, junto com a motivação, um dos principais pontos a serem considerados:” 1. Santuários de Peregrinação; 2. Espaços religiosos de grande significado de caráter religioso; 3. Encontro e celebrações de caráter religioso. 4. Festas e comemorações em dias específicos; 5. Espetáculos artísticos de cunho religioso e 6. Roteiros de fé” (2003, p. 29).

Entende-se que a estratégia da transformação dos ambientes religiosos em atrativos turísticos com diferentes atrações populares acaba desembocando na associação de motivação religiosa com outras motivações, e até mesmo na busca de novos significados e valores, como destaca Aoun (2001), quando argumenta sobre os aspectos inter-relacionados nas motivações humanas para as viagens:

[...] a complexidade da vida urbana moderna e a resignificação de valores e ícones tradicionais da sociedade instituem como sinônimo da libertação desse cotidiano impassível o ‘culto das férias’, traduzido num tempo, embora específico e programado, como ‘sagrado’ e revestido de valor especial (Aoun, 2001: 16).

A movimentação das pessoas está relacionada a uma libertação do cotidiano, principalmente do trabalho, um escape “do cenário urbano e industrial [...], bem como de neuroses e inquietações” [...] (Aoun, 2001: 16). Ao se deslocar e chegar ao local escolhido de suas férias, a pessoa se sente revitalizada porque estabelece uma relação diferente daquela do seu cotidiano, buscando desfrutar o novo espaço, as pessoas e as diferentes experiências. Ainda com relação às atividades realizadas, Aoun separa o lazer (profano) do que considera como viagem da fé e da devoção (o sagrado). Levando-se em conta a forma como ocorre o turismo no século XXI, poderia se afirmar ser possível esta separação? O que é na verdade o turismo religioso?

Para Abumanssur, o turismo religioso:

Como discurso, tende a desconsiderar as motivações religiosas para a viagem e se concentra no fenômeno do deslocamento, e, mais especificamente, na necessidade que esse deslocamento traz em termos de estrutura de transporte, hospedagem e alimentação. [...] 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 (2003: 54 e 56).

Oliveira ao analisar a instalação do Centro de Apoio ao Romeiro (CAR) do Santuário de Aparecida – São Paulo entende que o turismo religioso no Brasil prepara espaços para o visitante que vem para cumprir obrigações religiosas (pagar promessa), embora também crie espaços que servem para atender outras necessidades, tais como “lazer, alimentação, higiene e consumo” (1999: 100). Nos espaços considerados ‘religiosos’ ou ‘sagrados’, as “obrigações sagradas corresponderiam mais a um plano con-

templativo, relativizando ou restringindo muito sua identificação como romeiro”. Os espaços não ‘sagrados’ foram sendo ocupados por “[...] áreas de lazer e de alimentação e amplos estacionamentos, com 720 lojas” (1999: 100), que oferecem artigos religiosos e, ambiente para que o romeiro use seu tempo livre de forma alegre e descontraída.

O autor denuncia e critica a comercialização existente no CAR, já que para ele, o Santuário de Aparecida oferece “uma estrutura comercial imensa, com muitas lojas e venda de artigos religiosos, o que pode parecer que os administradores estão muito mais preocupados em comercializar mercadorias do que preservar e disseminar a fé” (Oliveira, 1999: 96). E em outro texto, esse mesmo autor, diferencia peregrinos de turistas e afirma que o turismo religioso é hoje “uma peregrinação contemporânea motivada por celebrações relacionadas direta ou indiretamente com a cultura cristã” (Oliveira, 2004:18), podendo inclusive se afastar do sagrado e mesmo do lazer e aproximar-se cada vez mais da idéia de um turismo de negócios: ‘o negócio da fé’ (idem, 2004: 26).

Sobre a diferença entre peregrinos e turistas, Beni (2000) tem a seguinte percepção: o turista é aquele que se desloca para outros lugares a partir de escolhas e motivações variadas, o peregrino se concentra na motivação religiosa, contudo é um turista potencial. Isto porque existe consumo na viagem com fins religiosos: acomodação, alimentação, compra de lembranças e outros itens comuns a todo e qualquer turista “[...] em nosso entendimento, conforme já referido, esses peregrinos assumem um comportamento de consumo turístico, pois utilizam equipamentos e serviços com uma estrutura de gastos semelhantes à dos turistas reais” (Beni, 2000: 422).

Apesar de considerar os peregrinos também como turistas, pelo fato de utilizarem as estruturas disponíveis ao turismo, Beni não aprofunda os aspectos desse comportamento turístico, o que Oliveira (1999) faz na descrição do CAR. Nessa mesma linha Ribeiro (2002) observa que nas movimentações religiosas no século XIX, já estavam incluídos o lazer (em oposição ao trabalho) e o desfrute, como elementos importantes de convivência e sociabilidade entre os romeiros:

compartilhar não apenas a fé como também a intenção de desfrutar momentos de lazer em conjunto, onde era rompido o cotidiano de trabalho. A romaria passava a ser uma festa em si, para a qual o grupo preparava-se não apenas espiritualmente como também para desfrutar de um acontecimento social. Planejavam-se as datas ociosas, o transporte em conjunto, as acomodações, a alimentação e as atividades paralelas ao ato religioso (Ribeiro, 2002: 2).

Reforçando essa afirmação, acrescenta que as viagens em busca de espaços para as manifestações da fé envolviam muitas pessoas de vários lugares do mundo, havendo ‘grupos’ [muito antes do turismo como produto econômico] que programavam a implantação de estruturas especiais para a recepção dos fiéis. O mesmo autor identifica na organização destas viagens do século XIX, alguns aspectos

do planejamento do turismo nos ambientes religiosos da atualidade, e mostra como o turismo

intensificou o investimento nos centros de peregrinação através de ações diretas sobre a realidade local com uso da mídia e do marketing para incentivar o fluxo de visitantes. A partir daí, algumas regiões começaram a investir em planejamento e obras para ampliar sua capacidade de recepção e proporcionar alternativas de lazer aos turistas (Ribeiro, 2002: 4).

Ribeiro (idem) afirma que antes de existir o turismo como se conhece atualmente já existia um planejamento ainda inicial e pouco profissional voltado para os deslocamentos religiosos. Este tipo de planejamento, apesar de pouco profissional e sem uma elaboração de pessoas da área do turismo pode ser constatado em muitas viagens para santuários nos dias atuais, como confirma Oliveira (2004: 68) ao mostrar uma ausência de interesse ou um planejamento não muito eficiente para o turismo religioso pelas operadoras, pois, “enquanto as operadoras não conseguem promover pacotes de visitas aos santuários brasileiros para o turismo religioso, caravanas de batismo, missas campais ou em estádios e manifestações nacionais apelam para as medições de força e de fé” (Oliveira, 2004: 68).

O fato dos pacotes serem elaborados / constituídos por grupos não profissionais e, as vezes, visto ainda como um turismo de pobres, não elimina a possibilidade de atrair pessoas com poder aquisitivo. Para Germiniani (2003) estes eventos longe de representarem um turismo para pobres, refletem na verdade um tipo de experiência religiosa com eventos que atraem pessoas com condições financeiras para viagem e consumo. O autor inclusive afirma que, de certo modo, a existência deste tipo de turista é que faz com que “o mercado selecione aqueles que poderão ter acesso à espiritualidade do evento religioso, operando uma seleção de bens simbólicos e reinventando tradições que estejam em acordo com o padrão de vida da clientela” (Germiniani, 2003: 132).

Seja com este público com poder aquisitivo ou com peregrinos formados por pessoas mais pobres, não há como oferecer uma proposta de turismo religioso, segundo Gazoni (2003: 96) sem um “conjunto de serviços indispensáveis que permitam ao cliente o acesso e a permanência em um lugar sagrado, seja um templo, uma via ou outro lugar”. Sobressai o uso do termo ‘cliente’ aliado ao fato de que este prescinde de ‘serviços’ para manter-se em determinados locais religiosos. O autor admite que essa afirmação é consenso na área do turismo, mas que, ainda, não corresponde as preocupações do mercado, devido ao fato de que a apropriação de elementos da religião, principalmente os santuários, como recursos para o desenvolvimento da atividade turística é passível de reflexão, apesar da complexidade e de envolver componentes aparentemente antagônicos como religiosidade e lazer (Gazoni, 2003: 2).

Ao afirmar que o turista difere do peregrino principalmente na motivação da viagem, Gazoni diferencia lazer e religiosidade. Para ele “o peregrino é movido pela busca

da satisfação e conforto espiritual, com a esperança de aumentar sua santidade pessoal, obtenção bênçãos e curas especiais, enquanto o turista busca o bem estar, muitas vezes a preguiça, a satisfação através do lazer, esta motivação recai no desejo de escapar das pressões da sociedade, mesmo que, temporariamente” (2003: 6).

Para Durkheim (1996: 327), nas sociedades ocorre uma mistura dos cultos ligados ao sagrado, existindo em algumas delas a necessidade de tornar natural e / ou transformar todos os acontecimentos tidos como importantes em coisas sagradas. Em função desse contexto, é possível banalizar o que pode ser importante para determinado grupo ou sacralizar objetos, situações ou ritos não importantes do ponto de vista religioso. Transpondo essa visão de Durkheim para a percepção dos autores apresentados, é possível constatar que, nesse sentido, a religiosidade termina sendo banalizada quando é associada às atividades do lazer, visto que algumas crenças e ritos da religiosidade católica popular passam a ser considerados como parte de um produto (o turismo religioso) a ser consumido como outro qualquer.

Através dos argumentos aqui apresentados percebe-se que as idéias centrais dos autores citados levam a um Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) com motivações conectadas ao lazer e turismo (a viagem, a evasão, a aventura) associadas aos valores religiosos (fé, introspecção, crescimento espiritual, etc.). Contudo, é possível chegar a um segundo Discurso do Sujeito Coletivo através do qual se percebe que alguns autores admitem uma diminuição da motivação religiosa e um aumento das motivações relacionadas ao lazer e a sociabilidade, na formação de grupos que compram ‘pacotes’ para eventos religiosos.

Turismo Religioso e Lazer x Religiosidade

Na discussão até aqui apresentada percebe-se que os autores fazem a conexão entre lazer e turismo nos eventos e destinos em que ocorre o turismo religioso, mostrando que ambos estão presentes entre as motivações para a realização deste formato de turismo. Não se consegue, porém, detectar com clareza se as práticas religiosas, para os autores citados transformaram-se em atividades de lazer e de turismo e se essas novas funções da religião compõem os objetivos dos visitantes.

Cabe ressaltar que, do ponto de vista tradicional, o papel da religião, também é o de aproximar pessoas, mas não pelo lazer, embora utilize muitas vezes dos serviços turísticos, tais como estrutura hoteleira, de alimentação e de transportes quando incentiva o deslocamento a cidades e / ou santuários e / ou eventos religiosos. Os discursos dos autores referem-se ao fato de que o turismo com enfoque religioso baseia-se nas manifestações de fé e devoção que levam as pessoas a abandonar seus papéis cotidianos e, conforme a devoção ou motivação para o deslocamento realizado, as diferenças sociais entre as pessoas diminuem nos locais que consideram sagrados.

Turner e Turner (1978: 6) mantêm-se na perspectiva de perceber os locais religiosos como momento de aproxi-

mação, pois, entendem que os locais de peregrinação são aqueles onde os milagres aconteceram, e, poderão acontecer novamente. Esses locais religiosos podem ser classificados em termos de significância religiosa aos objetos de devoção (milagres, relíquias, imagens), bem como, da localização e motivação e das atividades dos visitantes lá (religiosa ou turísticas). Os autores classificam a estruturação dos Santuários marianos portugueses (dedicados à Maria), como parte das estratégias pós-industriais, onde a lógica das aparições, das mensagens e, dos milagres, resurgiram no século XIX.

Burns (2002: 118-122) discute e identifica temas importantes nos estudos de turismo, e, entre estes está que o turismo é visto como uma religião contendo vários rituais. Sobre ele pergunta: é o turismo uma forma moderna de religião ou peregrinação? Salienta da importância de se levar em consideração quatro elementos da Antropologia na compreensão da relação entre turismo e religiosidade. Um dos quatro é se o turismo pode ser considerado como uma forma de peregrinação por: 1) apresentar estágios ou características similares; 2) oferecer liberação da vida corriqueira e rotineira e às vezes (mas não sempre) das normas sociais, e 3) oferecer oportunidade para a auto-reflexão e a transformação pessoal.

Noutro momento, Burns (2002: 54) afirma que a dominação capitalista da cultura e, por conseguinte do turismo pela mercantilização, perverte suas consequências sociais quando busca incessantemente inserir os cidadãos no universo das regras do consumo que, a princípio, são negativas em função da necessária relação do turista com as estruturas turísticas ou por causa do controle exercido por guias e agências. Já Montejano (2001: 60) descreve os fundamentos do turismo em geral, sem utilizar o termo turismo religioso ou tratar o deslocamento religioso enquanto um segmento turístico. Quando apresenta o turista que realiza deslocamentos para cidades ou eventos religiosos, “liga-o ao crente e praticante, o que pode ser interpretado como alguém em movimento, ligado a valores sagrados”.

Silveira (2003) justifica a inclusão do lazer no turismo religioso ao afirmar que o termo é uma categoria surgida no mundo do mercado/marketing, que foi encampada nos discursos teóricos, inclusive da academia. Admite, porém, que existe uma diversidade de tipos de deslocamentos religiosos, salientando que a diferenciação entre o deslocamento-viagem em relação ao deslocamento-turismo e o deslocamento-peregrinação/romaria em relação ao deslocamento-excursão, está nas pessoas e nos destinos escolhidos por elas. Todavia, “o critério deslocamento ainda é insuficiente para construir tipologias turísticas”. Então, para Silveira (2003: 47), “é necessário ter em mente que o turismólogo deve ser o profissional que deve refletir em termos globais teórico/prático o fenômeno ao qual é instado a planejar”, bem como deve ficar atento à simbologia, códigos e representações culturais / sociais que envolvem a religiosidade, muito embora persistam ainda segundo o mesmo autor, ambigüidades e imprecisões epistemológicas quanto ao uso de categorias temáticas como ‘turismo religioso’.

Steil (1998) reconhece a ocorrência de uma inter-relação desses universos, ou seja, uma articulação do envolvimento religioso com o turismo / lazer. Ao descrever e analisar as concepções sobre turismo e peregrinação, afirma existir em comum nas duas atividades para seus participantes, a saída do cotidiano, a mudança de atividades e até convivências. Isso significa que, ainda que se admita a existência de atividades separadas, há que se admitir o momento de aproximação do lazer e da fé na pessoa que visita um lugar sagrado. O peregrino pode ir a um determinado evento ou lugar em função da devoção, o turista pelo lazer ou simplesmente para conhecê-lo. Ou estes dois comportamentos podem ocorrer em uma pessoa que queira fazer as duas coisas: celebrar / pagar promessa, por exemplo, e depois conhecer o lugar, comprar lembranças, etc. Complementando sua argumentação, Steil demonstra que tanto entre os turistas, como entre os peregrinos:

[...] observa-se a busca de uma sociabilidade ideal. Mas enquanto a peregrinação busca uma dissolução simbólica do indivíduo num todo holístico, o turismo opera a partir de um corte social eletivo que procura estabelecer ilhas de sociabilidade através da demarcação de fronteiras entre um “eles” e um “nós”. De modo que, se a peregrinação visa integrar numa sociedade global, o turismo, num sentido ideal típico, visa integrar numa sociedade particular, onde se torna possível experimentar o “outro” (a alteridade), para melhor apreender a si mesmo (Steil, 1998: 56).

Steil (2002) também se refere ao papel da Sociologia e da Antropologia na compreensão do turismo enquanto fato social, onde o turista aparece com suas singularidades, em oposição às formas tradicionais de interpretação dos significados do turismo. Já Banducci (2001) enfoca elementos relacionados principalmente à Antropologia, fugindo às formas convencionais observadas em autores da área do turismo, isto porque, a interação entre diferentes universos é repleta de significações construídas por grupos sociais, sendo necessário, pois, compreender o processo sociológico determinante, bem como as representações simbólicas e as práticas religiosas dos fiéis e dos turistas. Ainda argumenta que:

os teóricos do turismo, principalmente aqueles das ciências sociais, concordam com um aspecto: o turismo é um fenômeno extremamente complexo, mutável, que opera de múltiplas formas e nas mais diversas circunstâncias sendo difícil apreendê-lo, em sua totalidade, por meio de uma única perspectiva teórica ou mesmo de uma única ciência (Banducci, 2001: 23).

Para o autor os estudos sobre o ‘turismo no turismo’ têm como preocupação “apontar os efeitos da implantação do turismo em diferentes comunidades, mas têm deixado de abordar o fenômeno em toda a sua complexidade”, deixando de verificar “como a população envolvida tem sido influenciada por outras instâncias do mundo globalizado e mesmo como têm pensado esse processo e elaborado as respostas às suas investidas” (2001: 38).

Por outro lado Giovannini Junior (2000: 02) ao analisar a celebração religiosa que se realiza em Tiradentes – Minas Gerais, há mais de 200 anos questiona sobre “a possibilidade de colocar em um mesmo plano de sacralização experiências de ordem religiosa, mística e experiências secularizadas”. Para o autor parece “incompatível comparar a experiência que um torcedor de futebol vivencia com a experiência de um fiel carismático, assim como afirmar que um ateu tem uma vivência do sagrado só porque visita uma igreja histórica”. O Autor descreve que a celebração vem sofrendo continuamente influência negativa por parte dos visitantes e turistas que a vivem. Chama a atenção:

para a necessidade de se interpretar melhor os ambientes em que os ‘homens de fora’ circulam. No que se refere ao patrimônio cultural e ao turismo, é necessário uma interpretação e uma educação adequada para que o comportamento das pessoas não destoe de maneira agressiva do ambiente cultural e físico para onde se dirigem [...] a infra-estrutura ou os equipamentos, para usar um chavão da área turística, que envolvem, certamente guardam também um caráter alternativo: transporte individual, vans, kombis e ônibus fretados exclusivamente para este fim: dormitórios, às vezes organizados pela instituição ou por pessoas do entorno assim como a alimentação e barracas de souvenir, ervas, livros montados só para atender a ocasião. Enfim, toda uma rede variável de sociabilidade, comércio e estrutura incomum, alternativa e subterrânea que envolve uma gama enorme de pessoas, muitas delas vivendo à margem da sociedade, da indústria do turismo, das grandes instituições e bem longe, certamente dos olhares de economistas e pesquisadores pouco habituados a circularem no meio do povo como pessoas presentes na sociedade onde vivem (Giovannini Junior, 2000: 04).

O mesmo autor considera que, turismo e peregrinação se aproximam pelo rito liminar da viagem, mas, possuem diferenças nas estruturas de significados presentes nas experiências das pessoas que são peregrinas e aquelas que são turistas.

O Discurso do Sujeito Coletivo (DSC) que aparece como predominante nas leituras realizadas demonstra que não há um consenso entre quem atua no Turismo ou em outras áreas, como a Sociologia e a Antropologia. Nos dois casos existe uma ancoragem ambígua e preconceituosa, ou seja, o suporte e a base de discussão, com enfoque nas redes de significados e subjetividades pessoais baseiam-se em suas áreas de conhecimento e também em seus valores e crenças. Aqueles que defendem a idéia de deslocamentos religiosos eminentemente ‘sagrados’, preconizam que estes deslocamentos não sejam realizados de forma profissional e que as pessoas se amparem e se ajudem movidos pela devoção e fé. Autores como Giovannini Junior (2000) chegam a comparar aqueles que se deslocam com suporte turístico com pessoas que se deslocam para um jogo de futebol, como se nada de religioso os motivasse. Também afirmam que aqueles que montam estruturas de recepção

não profissional são movidos unicamente pela fé. Nada mais falso, visto que muitas das pessoas que organizam estas viagens vivem deste tipo de serviço e, embora não estejam ligadas as várias empresas, são micro empreendedores.

Os autores que defendem os deslocamentos religiosos enquanto um segmento do turismo, adotando, portanto, o termo ‘turismo religioso’, apresentam argumentos que também possuem uma ancoragem que tem por base suas áreas de atuação, crenças e valores pessoais. O Discurso do Sujeito Coletivo que prevalece nesses grupos de pesquisadores é a defesa da necessidade da criação de infraestruturas que atendam às necessidades básicas das pessoas, associadas a questões práticas cotidianas, tais como dormir e se alimentar bem, descansar, passear, aproveitar o momento para também buscar (e achar) o que considera importante. Enfim, escolher se quer inclusive transformar o deslocamento por motivos religiosos em um momento unicamente espiritual ou não.

Conclusão

O deslocamento religioso e o nome a ser adotado para explicá-lo, considerando as leituras realizadas, não é hoje consenso entre pesquisadores do Turismo ou de áreas tais como a Sociologia e a Antropologia. Os discursos dos autores brasileiros analisados, ainda são iniciais, visto que o que hoje designado de ‘turismo religioso’ somente nas últimas três décadas vem sendo estudado numa perspectiva que não seja unicamente religiosa.

Qualquer visita realizada a um santuário, seja no Brasil ou no exterior, seja ligada ao catolicismo ou outra cosmologia religiosa, se apresenta aos olhos de um observador, como uma demonstração de deslocamento com diversas possibilidades de análise. O mundo que se apresenta aos olhos desse observador é que irá determinar a possibilidade de confirmação dos discursos analisados neste artigo. Isso porque, as pessoas que fazem seus deslocamentos são acima de tudo ‘pessoas’ e como tais, com suas subjetividades acopladas às suas crenças e necessidades. Um indivíduo não deve ser julgado porque faz o ‘Caminho de Santiago de Compostela’ de forma mais confortável ou com o auxílio de um guia turístico. Suas motivações podem estar tão voltadas ao sagrado e à fé quanto as de uma pessoa que se isola na sua caminhada, faz leituras religiosas, se hospeda nos ambientes mais simples e não aceita auxílios que retirem da sua caminhada a idéia de ‘pagar’ uma promessa e cumprir desta forma com algum tipo de obrigação religiosa.

O importante é verificar, nos estudos acerca dos deslocamentos religiosos, se os autores, ao considerarem como importante participar desse processo, observam que estes deslocamentos, assim como as pessoas, não podem ser banalizados e colocados em um pacote único de produtos e serviços. Antes de tudo, faz-se necessário também conhecer os discursos dos que se deslocam, os nomes que estas pessoas dão as suas experiências e o que elas consideram como fundamental para a experiência que irão vivenciar.

Qualquer que seja o papel do turismo, das igrejas e das pessoas que planejam estas experiências (profissionais ou não), ainda assim, sempre existirão pessoas que defenderão mais de uma forma de organizar os deslocamentos religiosos, considerando inclusive que o turismo ao trazer produtos que podem ser consumidos e o prazer na forma de lazer associado ao sagrado, não apenas banaliza a experiência como a torna profana.

Referências Bibliográficas

- Abumanssur, E. S.
2003. "Religião e turismo: notas sobre as deambulações religiosas". In Abumanssur, E. S. (org), *Turismo religioso: ensaios Antropológicos sobre religião e turismo*. Campinas, SP: Papirus, p. 53-68.
- Ambrosio, V., Pereira M.
2007. "Case Study: Christian/Catholic Pilgrimage-Studies and Analyses", in R. Raj and N. D. Morpeth (eds.) *Religious Tourism and Pilgrimage Management, an International Perspective*, Reading: Cabi. p.140-152.
- Andrade, J. V.
1999. *Turismo: fundamentos e dimensões*. 5.ed. São Paulo: Ática.
- Aoun, S.
2001. *A procura do paraíso no universo do turismo*. Campinas, SP: Papirus. (Coleção turismo).
- Banducci JR. A; Barretto M.
2001. *Turismo e Identidade local: uma visão antropológica*. Campinas, SP: Papirus.
- Barbier, R.
2002. *A pesquisa ação na instituição educativa*. Rio de Janeiro: ZAHAR.
- Beni, M. C.
2000. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Senac.
- Burns, P.
2002. *Turismo e Antropologia: uma introdução*. São Paulo: Chronos. (Coleção Tours).
- Dias, R.
2003. "O turismo religioso como segmento do mercado turístico". In: Dias, R. e Silveira E. J. S. da (Orgs.). *Turismo religioso: ensaios e reflexões*. Campinas, SP: Alínea, pág. 7-37.
- Durkheim, E.
1996. *As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. São Paulo: Martins Fontes. (Coleção Tópicos).
- Fagundes, J. E.
2004. Turismo religioso no santuário de Santa Paulina, Nova Trento – SC: Desafios para a prática de um turismo sustentável. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria). Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú – SC.
- Gazoni, J. L.
2003. "Aproveitamento turístico de recursos mítico-religiosos: Os passos de Anchieta". In: Dias R., Silveira E. J. S. da (Orgs), *Turismo religioso: ensaios e reflexões*. Campinas, SP: Alínea, pág. 95-117.
- Germiniani, H.
2003. "Turismo religioso: a relação entre religião e consumo na sociedade contemporânea". In: DIAS, R. e SILVEIRA E. J. S. da (Orgs.). *Turismo religioso: ensaios e reflexões*. Campinas, SP: Alínea, pág. 7-37.
- Giovannini Junior, O.
2000. "Cidade presépio em tempo de paixão: patrimônio cultural, turismo e religiosidade em Tiradentes". Disponível em: <http://www.naya.org.ar/congreso2000/ponencias/Oswaldo_Giovannini.htm>. Acesso em 20. jan. 2002.
- Lefèvre, F.; Lefèvre, A. M.
2005. *Depoimentos e discursos: uma proposta de análise em pesquisa social*. São Paulo: LIBER-LIVRO.
- Maccannel, D.
1999. *The tourist: a new theory of the leisure class*. Berkeley: California Press.
- Montejano, J. M.
2001. *Estrutura do mercado turístico*. 2.ed. São Paulo: Roca.
- Moraes, C. C. A.
2000. "Algumas reflexões sobre o turismo religioso em Aparecida, SP". In: *Anais I Congresso Brasileiro de Turismo*, V. 1, 2000, Natal, RN.
- Nolan, M. L.; Nolan, S.
1992. "Religious sites as tourism attractions in Europe"; *Annals of Tourism Research*, 19: 68-79.
- Oliveira, C. D. M.
1999. "Centro de apoio ao romeiro de Aparecida: um complexo religioso ou turístico?" In: Rodrigues A. B. *Turismo, modernidade, globalização*. 2. ed. São Paulo: Hucitec, pág. 91-101. (Coleção Teoria e Realidade).
- Oliveira, C. D. M.
2004. *Turismo Religioso*. São Paulo: Aleph. (Coleção ABC do turismo).
- Ostrowski, M.
2002. "Peregrinación o turismo religioso". III Congreso Europeo de Santuarios y Peregrinajes. Catalunya (España). Disponível em: http://www.mercaba.org/Fichas/Evangelizacion/peregrinacion_o_turismo_religios.htm. Acesso em: 12.jan.2012.
- Ribeiro, H.
2002. "Andar com fé e o sentido do chegar". Instituto Virtual do Turismo. Disponível em: <<http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/viewArticle/23>>. Acesso em: 03 jun. 2011.
- Santos, M. G. M. P.
2006. *Espiritualidade, Turismo e Território, Estudo Geográfico de Fátima*. Lisboa: Principia.
- Silveira E. J. S.
2003. "Turismo religioso, mercado e pós-modernidade". In: Dias R. e Silveira E. J. S. da (Orgs.). *Turismo religioso: ensaios e reflexões*. Campinas, SP: Alínea, pág. 39-90.
- Steil, C. A.
1998. "Peregrinação e turismo: o natal em gramado e canela". Anais XXII Reunião Anual da ANPOCS. Caxambú, MG. Disponível em: <<http://www.clasco.edu.ar/~libros/anpocs/steil.rtf>>. Acesso em: 27 set. 2003.

Steil, C. A.

“O turismo como objeto de estudos no campo das ciências sociais”. In: Riedl, M; Almeida J. A.; Viana A. L. B. *Turismo rural: tendências e sustentabilidade*. Santa Cruz do Sul, RS: EDUNISC, 2002, p. 51-80.

Swarbrooke J.; Horner, S.

2002. *O Comportamento do consumidor no turismo*. São Paulo: Aleph, (Série Turismo).

Turner, V. E Turner E.

1978. *Image and Pilgrimage in Christian Culture*, New York: Columbia University Press.

Vukonić, B.

1996. *Tourism and Religion*. New York: Pergamon.

Vukonić, B.

2002. “Religion, tourism and economics, a convenient symbiosis”. *Tourism Recreation Research*, 27(2): 59–64.

Recibido: 06/10/2011
Reenviado: 03/03/2012
Aceptado: 10/05/2012
Sometido a evaluación por pares anónimos