

Negócios da fé: intersecções turísticas e midiáticas no santuário nacional de Aparecida-SP¹

Pedro MORENO²

A cidade de Aparecida-SP representa atualmente um dos maiores potenciais católicos de turismo e comunicação. Muitos fatores interagem nessa composição: a devoção do catolicismo popular, enraizado na prática religiosa do povo brasileiro; a consolidação de uma estrutura turística receptiva cada vez mais profissionalizada desempenhada pelo santuário nacional; a intersecção de ações midiáticas através dos meios administrados pelos Redentoristas, como a TV Aparecida, a tradicional Rádio Aparecida e o portal a12.com. Aparecida-SP recebeu em 2014 doze milhões de fiéis, vindos de todas as regiões brasileiras e do exterior. Desde 1917, quando teria se dado o encontro da imagem de Nossa Senhora Aparecida, das águas do rio Paraíba do Sul, o número de peregrinos e turistas vem aumentando consideravelmente, em especial desde 2007, ano da primeira visita do papa Bento XVI à cidade e a realização da assembleia do CELAM (Comissão Episcopal Latino-americana e Caribenha). Situação esta que obrigou a formação de uma rede de acolhimento capaz de receber em dias de grande movimento uma quantidade cinco vezes maior que a população da cidade, em grande medida incentivada pelas ações midiáticas promovidas pelos meios de comunicação à serviço do santuário. O setor do turismo religioso no Brasil experimenta nos últimos anos um significativo processo de profissionalização de suas atividades, seja na oferta de pacotes e roteiros, bem como no acolhimento e aparelhos receptivos de peregrinos e turistas. A mídia exerce importante papel na divulgação e incentivo aos peregrinos e turistas. Essa pesquisa qualitativa utiliza entrevistas e investigação exploratória e documental como métodos. A expectativa se volta agora para 2017, com o possível retorno do papa Francisco à cidade, para celebrar o jubileu de trezentos anos do início da devoção, com ações de mídia e adequação ao espaço turístico.

Palavras-chave: turismo religioso; mídia; Aparecida; Rede Aparecida de Comunicação

Introdução

A história da formação da cidade de Aparecida-SP e seu povo está estritamente ligada ao desenvolvimento do turismo religioso na região, motivado, pelo que os fiéis acreditam que tenha sido o encontro de uma estátua no leito do rio Paraíba do Sul, que serpenteia o vale.

Eram meados de 1717, a área onde hoje se localiza a cidade de Aparecida-SP pertencia a vila de Guaratinguetá-SP, e segundo conta a tradição, era época de pouca pesca e para servir um banquete ao governador de Minas Gerais e São Paulo, Dom

¹ Trabalho apresentado na X Conferência Brasileira de Comunicação Eclesial (Eclesiocom), realizada em São Paulo, SP, 27/8/2015.

² Mestrado em sociologia pelo Programa de Pós-graduação em Sociologia da Universidade Federal de São Carlos – UFSCar, email: pedroacmoreno@gmail.com

Pedro Miguel de Almeida, que passava pela região, três pescadores lançaram suas redes ao rio. Primeiro, segundo a crença do povo da região, pescaram um corpo de imagem, sem a cabeça, depois, ao jogarem novamente a rede, tiraram do rio a cabeça da imagem, que se encaixava perfeitamente ao corpo.

A tradição popular coloca esse acontecimento no centro da formação de um dos maiores complexos religiosos do mundo. Segundo me declarou o então reitor do santuário nacional, padre Domingos Sávio, em entrevista de pesquisa, Aparecida-SP deve ao fato de ter se tornado um município internacionalmente reconhecido, bem como seu desenvolvimento econômico e urbano, ao encontro da pequena imagem.

Aparecida-SP: a cidade que nasceu pelo turismo religioso

Para entendermos o fenômeno religioso que aconteceu no vale do Paraíba há trezentos anos, temos que recorrer a formação do catolicismo brasileiro, com a chegada da empresa portuguesa de comércio e também de fé. Vinda de importação portuguesa, a crença católica assumiu feições populares, que abarcavam em si características próprias da devoção aos santos. De maneira única, o catolicismo popular valorizava as procissões, as orações de invocações e perdão, e os milagres. Esse milagres e curas, na maioria das vezes, eram atribuídos à personagens locais, dotados de um carisma próprio, capaz de realizar mobilizações em torno de si, e que mesmo fora da rígida estrutura eclesial, foram colocados no rol de santidade. Ou então, como foi o caso de Aparecida-SP, eram atribuídos à manifestações divinas, os quais se acreditava ter acontecido uma intervenção direta da divindade. De maneira geral, o catolicismo popular se define na predominância de aspectos devocionais e protetores, quase sempre ligado à realidades rurais.

Nesse momento do desenvolvimento da devoção católica brasileira, há uma clara confluência entre os aspectos particulares e religiosos. Mais do que isso, o componente religioso foi se transformando no contato com as manifestações culturais, com os símbolos e significações. As diversas práticas culturais populares estão em constante movimento, assim, também a devoção é capaz de dinamizar a vida do fiel.

O principal feito que pode ilustrar essa realidade é justamente a capacidade de mobilizações que o fenômeno religioso exerce e realiza. A primeira vertente diz respeito

a mobilização de influências, que convergem para a formação de uma realidade específica, como é o caso brasileiro, há de se considerar o catolicismo ibérico rural que veio para o Brasil, as tradições religiosas indígenas que existiam em todo território e as religiões africanas que aqui criaram suas raízes, como ressalta Passos (2001). A segunda, por sua vez, mostra-nos, exatamente, o cerne da motivação dessa pesquisa: a inquietação que aguça a presença física nos espaços religiosos, bem com o compartilhamento da presença de elementos significativos para consolidação da fé.

A imagem que teria sido tirada das águas traduz bem esses elementos. A cor escura logo foi associada a diversidade étnica, o modo da manifestação representou, para a devoção da época, uma escolha preferencial pelo público ignorado pela política do período. Todos esses elementos foram construindo laços fortes de pertencimento, gerando identificação e filiação religiosa, capazes de colocar o fiel em um caminho que geraria maior intimidade entre a fé vivenciada e seus elementos geradores.

No decorrer dos anos Aparecida-SP passou a significar esse esforço de “colocar-se a caminho”, ou seja, a disposição de sacrifícios e penitências em prol de uma religiosidade vivificada pelas experiências de peregrinos, que ao final de uma empreitada receberia o pagamento da presença do elemento divino, no caso o grande número de fieis que recorriam a imagem de nossa senhora da Conceição, que após o fato de seu encontro passou a ser conhecida na região como a “aparecida” das águas.

Durante quinze anos, a imagem foi protegida por Filipe Pedroso e sua família, em sua casa, onde se reuniam vizinhos e parentes para rezar e venerar a santa, que se tornava conhecida pelos milagres que lhe eram atribuídos, na esteira da lógica de proximidade do catolicismo popular. Atanásio Pedroso, filho de Filipe, construiu um oratório para a imagem, que logo se tornou pequeno, devido ao grande número de devotos que por ali passavam. Por volta de 1734, o vigário de Guaratinguetá, com autorização do bispo do Rio de Janeiro, construiu a capela do Morro dos Coqueiros, aberta à visitação pública, inaugurada em 26 de junho de 1745. Porém, o número de devotos aumentava, e exigia uma igreja maior, cuja construção iniciou-se em 1834 e foi concluída em 1888, sendo elevada a Basílica Menor, em 29 de abril de 1908.

O Distrito de Aparecida foi criado pela Lei Provincial nº 19, em março de 1842, recebendo foros de vila. Vinte anos depois, em 17 de dezembro de 1928, a vila que se

formou ao redor da capela do Morro dos Coqueiros tornou-se município, emancipando-se de Guaratinguetá, pela Lei nº 2.312, elevando sua sede a categoria de cidade.

A popularização da devoção à santa deve-se, entre outros fatores, a localização da vila de Guaratinguetá, região pela qual passavam importantes rotas comerciais da época, que escoavam café e demais produções agrícolas para São Paulo e também o Rio de Janeiro, essas importantes rotas deram origem a atual rodovia presidente Dutra, que passa pela cidade e também por Aparecida atualmente. A construção do oratório e depois as igrejas que abrigaram a imagem recebiam esses tropeiros e caminhantes que por lá passavam, e posteriormente seguiam sua viagem levando adiante a fama dos milagres que eram atribuídos à santa aparecida.

Devido a prosperidade atingida durante o áureo ciclo do café na região do vale do Paraíba, o fluxo de escravos vindos para trabalhar na lavoura também é um elemento considerável na popularização e divulgação da devoção. Como já foi dito, a cor da imagem, escurecida pela lama do fundo do rio, segundo concluíram estudiosos, foi relacionada a proximidade com o povo, sejam escravos vindos da África ou o brasileiro, em um época em que essa noção de nacionalidade ainda não existia.

Esse também é um fator de destaque. Durante esse primeiro período de devoção, no qual estava se estruturando uma composição que favorecesse os cultos e celebrações, a imagem se constituiu como um símbolo capaz de congregar, através da religiosidade popular, aspectos que uniam pessoas em prol de uma identidade nacional, que estava se consolidando, mesmo antes da instituição de ícones importantes como a bandeira e o hino nacional. Ou seja, anteriormente a mecanismos institucionalizados de representação nacional, a unidade devocional a Nossa Senhora Aparecida, se propagou como a forma de definir o povo e seus anseios. Em 1930 o papa Pio XI decretou que Nossa Senhora fosse a padroeira do Brasil.

Esse movimento de reconhecimento de uma santa essencialmente brasileira, uma vez que, apesar da representação contida na imagem ser de Nossa Senhora da Conceição, símbolo da religiosidade lusitana, trazida ao Brasil durante o empenho da construção no catolicismo no país, a nomeação deixava clara que aquela era uma nova manifestação. O fato de a imagem ter se escurecido no leito do rio, ter sido encontrada por brasileiros no exercício de sua profissão, símbolo de uma populações fora do eixo

de poder e de decisões relevantes, marca um rompimento e conseqüentemente a construção de uma nova lógica religiosa.

Para o objetivo dessa pesquisa, a lógica concorrencial estabelecida em torno de práticas de turismo religioso, através da atuação da Pastoral do Turismo, irei destacar na cidade de Aparecida-SP, em especial por ação do santuário nacional, motivações e perspectivas que propiciaram a consolidação do mais expressivo destino religioso no país.

A realização de peregrinações e romarias sempre foi uma prática comum arraigada no catolicismo tradicional. O surgimento de santos populares que despertavam a devoção dos fiéis criou rotas de deslocamentos até pontos considerados sagrados, para os quais rumavam aqueles que firmavam promessas ou recorriam na necessidade de um pedido. Assim como foi abordado anteriormente, a necessidade da presença física, do toque e do despertar dos sentidos na relação com o sagrado, faz com que fieis e peregrinos saíssem de seus espaços habituais de fé e se dirigissem até onde a manifestação tivesse acontecido. Pressupõe ainda a parte que cabe ao crente na relação de trocas de graças, como o sacrifício dispensado para aquela movimentação e a fidelidade de ir ao encontro. No santuário de Aparecida-SP muito se explora essa dimensão, pois em vários cartazes e placas de boas vindas é possível ler: “Bem vindo à casa da mãe Aparecida”, explorando uma relação de proximidade com a santa.

Desde 1894 o santuário de Aparecida-SP é administrado pelos missionários redentoristas, pertencentes a Congregação do Santíssimo Redentor. Dentre as mais de cinquenta Províncias Redentoristas espalhadas pelo mundo, encontra-se a Província de São Paulo. Ela foi fundada com o objetivo de seguir fielmente o sonho de seu fundador, Santo Afonso de Ligório: evangelizar os marginalizados, segundo definem seu trabalho. Em 1894, alguns missionários da Baviera, na região sul da Alemanha, vieram ao Brasil, atendendo ao pedido dos bispos de São Paulo (Dom Joaquim Arcoverde de Albuquerque Cavalcanti) e de Goiás (Dom Eduardo Duarte Silva), em um período de escassez de padres e religiosos.

A província de São Paulo também é pioneira no ramo das comunicações e na consolidação de negócios próprios relacionados à devoção à Nossa Senhora Aparecida. Quando aprenderam os benefícios da comunicação de massa, os redentoristas dessa

investiram confiantemente numa editora, para que mais pessoas fossem atingidas pela pregação. Em 1900, nasce a Editora Santuário, em Aparecida-SP, que há mais de cem anos dá suporte editorial às ações no santuário e negócios gráficos, tornando-a uma empresa de renome, referência no campo religioso, cujo catálogo de produtos envolvem publicações semanais de variados temas, contando com livrarias físicas em todo país.

Em 1951, nasce uma emissora de rádio, à serviço da divulgação do santuário, a Rádio Aparecida³, criada para ser um veículo de comunicação que possibilitasse a divulgação das ações dos redentoristas para além da região do vale do Paraíba. É mantida por, além das ações de publicidade, o Clube dos Sócios, uma ação pioneira nos meios de comunicação católicos, que visava a contribuição dos fiéis para a manutenção das atividades radiofônicas. Tem como grande comunicador expoente o religioso padre Vítor Coelho de Almeida, que incentivou a fundação da Rádio Aparecida, e desde sua fundação, foi sua voz referência durante trinta e seis anos. Atualmente a congregação redentorista, através da arquidiocese de Aparecida, leva adiante o seu processo de beatificação, passo primordial para a canonização. Segundo o portal Donos da Mídia, a Rádio Aparecida conta com 140 retransmissores em todo o território nacional.

Em 2005, nasce a TV Aparecida, consequência direta da inserção católica nas atividades midiáticas televisivas, incentivadas por outros exemplos como a Rede Vida de Televisão, a TV Canção Nova e a TV Séculos XXI. Seu sinal está disponível para todas as antenas parabólicas digitais e analógicas do país. Em canal aberto, opera em 21 estados, no Distrito Federal, sendo 19 capitais e 274 municípios, cobrindo uma população de 70 milhões de pessoas. Atualmente, 50% de sua programação é produzida em alta definição e seu sinal digital está disponível nas principais capitais do país. Com seu foco na programação religiosa e divulgação das ações e eventos do santuário, a TV Aparecida também é destaque na produção e veiculação de programações de caráter não religioso, como é o fato da parceria com estúdios como a FOX, a Universal e a Sony para exibição de filmes e séries. Apesar de estarem a serviço do santuário de Aparecida,

³ Atualmente a Rádio Aparecida conta com três emissoras: Rádio Aparecida Ondas Curtas e tropicais – que transmite celebrações do santuário nacional e programação religiosa; a Rádio Aparecida AM – conta com entretenimento e programação religiosa para a comunidade de Aparecida e demais cidades do vale do Paraíba; E a 90,9 FM – uma rádio com temática jovem, veiculando todos os estilos musicais. Compõe ainda a Rede Católica de Rádios.

tanto a rádio como a emissora de TV são administradas através de estatutos próprios, pela Associação Nossa Senhora Aparecida.

Em 2010, a província de São Paulo dos redentoristas percebeu os rumos que a comunicação vem tomando e investiu no mundo da Web, adquirindo um portal de internet, o Portal A12.com, um domínio digital que se tornou um dos maiores veículos digitais de propagação de notícias sobre a igreja do Brasil e do mundo atualmente.

Todas essas informações nos dão a clara certeza que a congregação redentorista tem um forte apelo empresarial e midiático. E é essa tônica que vem sendo usada na administração do segundo maior santuário católico do mundo. Não apenas nesse espaço religioso, mas são localizadas práticas semelhantes de valorização midiática e turística em outros pontos de atração da devoção católica no Brasil. Como é o caso de Trindade-GO, onde está o santuário do Divino Pai Eterno, que em 2014 durante os festejos principais recebeu 2,8 milhões. No total do ano, o número de visitantes ficou em 4 milhões. Trindade é uma cidade localizada na região metropolitana de Goiânia-GO, e também nasceu do turismo religioso, a partir da devoção no Divino Pai Eterno, que existe há 175 anos.

Tudo começou por volta de 1840, quando o medalhão de barro, com a imagem da Santíssima Trindade coroando Maria, foi encontrado na região de Barro Preto, que só depois passou a se chamar Trindade. Daí em diante, o número deromeiros tem aumentado com o passar dos anos. Em 29 de Maio de 1895, aconteceu a entrada oficial dos Missionários Redentoristas em Barro Preto, mas só em 1924 os religiosos passaram a ter residência fixa na cidade, que nessa época já era conhecida como Trindade. A presença dos Missionários Redentoristas, padres e religiosos, iniciou um processo de educação na fé dos fiéis, criando novas comunidades, auxiliando na organização eclesial da diocese, instituindo novas paróquias e atendendo os fiéis.

A principal figura desse santuário é o reitor, padre Robson de Oliveira Pereira, membro da Congregação do Santíssimo Redentor, administra esse espaço religioso desde dezembro de 2003. Prioriza, assim como a o trabalho realizado em Aparecida-SP, a inserção na mídia para divulgação das atividades em Trindade, a fim de despertar nos fiéis a vontade em visitar aquele ponto de peregrinação. Padre Robson, possui horários comprados em redes de TV, a mais relevante delas, em nível nacional, é a Rede Vida de

Televisão, veiculando as novenas “Filhos do Pai Eterno” e “Nossa Senhora do Perpétuo Socorro”, e o “Santo Terço dos Filhos do Pai Eterno”, bem como as transmissões do Santuário. Também existem parcerias com outras redes como a PUC TV, TV Anhanguera e a TBC. Além da atividade televisiva, destaca-se a inserção no rádio, com a formação da Rede Pai Eterno de Comunicação, com sede em Goiânia-GO, a rede foi lançada oficialmente em 2013. Gerada pela Rádio Vox Patris, está presente em mais de 500 cidades do Brasil. São emissoras locais parceiras da Afipe (Associação Filhos do Pai Eterno) – que administra as atividades de comunicação, obras sociais e construções do santuário, que retransmitem o sinal em parceria com as dioceses e arquidioceses locais⁴.

Há de se ponderar que recorrentemente os destinos religiosos utilizam da estratégia de veiculação em canais de TV católicos para atrair a atenção de peregrinos em potencial, chamando-os a visitar suas instalações. É o que acontece diariamente na TV Aparecida com relação ao santuário nacional e também com o santuário do Divino Pai Eterno de Trindade-GO, que aluga horários na TV Rede Vida para veiculação da novena e divulgação das atividades lá realizadas.

Em Aparecida, desde a inauguração do chamado santuário novo, que substituiu a antiga matriz basílica que abrigava a imagem, atividades de construção de estrutura de receptividade e entretenimento estão sendo realizadas no complexo turístico religioso, além de ser um dos maiores empregadores da cidade de Aparecida-SP⁵.

As atividades religiosas no santuário, em definitivo, passaram a ser realizadas a partir do dia 03 de outubro de 1982, quando aconteceu a transladação da imagem da antiga basílica para a basílica nova. Em 1980, a basílica nova, maior santuário mariano do mundo, foi consagrada pelo Papa João Paulo II, que lhe outorgou o título de Basílica Menor. Em 1983, a CNBB (Conferência Nacional dos Bispos do Brasil) declarou, oficialmente, a basílica de Aparecida como santuário nacional⁶.

⁴ As rádios Voz da Vida, em Criciúma-SC, e Vale, em Rubiataba (GO), além das rádios Pai Eterno Brasília, Piracanjuba, Nova América, Firminópolis, Jaboticabal, Ribeirão Preto e Presidente Prudente.

⁵ Trabalham no Santuário 33 missionários redentoristas, várias congregações religiosas femininas, mais de 800 voluntários e mais de 1.500 funcionários.

⁶ O santuário nacional oferece aos devotos uma área superior a 1,3 milhão de metros quadrados, com quase 143 mil m² de área construída. A área específica da basílica compreende quase 72 mil m², e incluem os pavimentos inferior e térreo, arcada e Tribuna sul, a Cúpula Central e as Capelas da Ressurreição e do Batismo, além da Torre Brasília. São

Segundo o então reitor do Santuário Nacional de Aparecida, padre Domingos Sávio, foi percebido esse movimento de incremento significativo de público e conseqüentemente necessidade de investimentos na estrutura do complexo, a partir de 2007 com a vinda do então papa Bento XVI, para a abertura da reunião do CELAM (Conferência Episcopal Latino-americana e Caribenha).

Se analisada a tabela de peregrinos em Aparecida verifica-se um aumento médio anual de peregrinos na faixa de 5%, em 2014 o dia da padroeira, 12 de outubro, foi o mais movimentado dos últimos dez anos, quando o complexo do santuário nacional recebeu 195 mil pessoas em um só dia.

Segundo o então reitor do santuário nacional de Aparecida, padre Domingos Sávio, o principal limitador da ampliação do acolhimento de turistas e peregrinos atualmente é a capacidade dos estacionamentos do complexo. Apesar das mais de seis mil vagas, em dias de grande movimento é preciso fechar os portões do complexo, limitando a entradas de veículos. Essa situação causa transtornos nas dependências do santuário, dadas as limitações urbanísticas da cidade.

Os negócios movimentados pelo santuário vão além das investidas midiáticas, a partir da TV, rádio ou internet, Existe o projeto de tornar o espaço um grande polo de eventos nacionais e internacionais. Ampliando sua estrutura de acolhimento, o santuário nacional inaugurou o Centro de Eventos Pe. Vitor Coelho de Almeida, um espaço multiuso, preparado para a realização de congressos, encontros, shows, eventos esportivos, teatros, apresentações musicais e, para o encontro e atividade das romarias. Com capacidade para 8.000 pessoas, o centro de eventos oferece a possibilidade de realização de eventos simultâneos, no ginásio e no subsolo. Sua infraestrutura dispõe de camarotes para autoridades, rampas de acesso para portadoras de necessidades especiais e elevadores, bem como um moderno sistema de sonorização e multimídia.

O centro de eventos faz parte do complexo onde está a basílica, lá são realizadas anualmente as Assembleias Gerais da CNBB, entre outras programações relevantes de cunho religioso. Esse espaço possibilitou a consolidação de um calendário que traz para

realizadas as celebrações que chegam a reunir 30 mil devotos em torno do altar central; nas celebrações externas, a capacidade é para 300 mil.

Aparecida os congressos de irmandades religiosas do país, pastorais e movimentos da igreja, além de reuniões corporativas. Tudo isso, fortalece a presença de peregrinos durante todo o ano, o que é um desafio para a administração, uma vez que, em determinados períodos há superlotação de visitantes em detrimento de outros, favorecendo a rede hoteleira e demais prestadores de serviços.

Dentro dos muros desse complexo turístico-religioso que é o santuário nacional de Aparecida, existe ainda o CAR (Centro de Apoio ao Romeiro), inaugurado em 1998 há alguns metros do altar central a fim de garantir alimentação, entretenimento e compras em lojas variadas que oferecem desde artigos religiosos até equipamentos eletrônicos e importados. O complexo cultural ainda conta com parques temáticos e visitas dirigidas, além da cobrança dos estacionamentos no pátio do santuário para veículos de passeio e ônibus que trazem os peregrinos. Segundo Oliveira (1999) o CAR é um local para grandes romarias, com 720 lojas onde se pretende estruturar o tempo e o consumo do romeiro de forma alegre e descontraída.

Desde o início de sua consolidação esse processo de inserção de estruturas de acolhimento profissionalizadas e também de formas de consumo, inclusive com franquias de redes de alimentação e lojas, recebe críticas por colocar no interior do espaço considerado sagrados lógicas concorrenciais, questão que está no cerne da atividade turística religiosa. As contestações vieram inclusive do arcebispo de Aparecida à época (de 1995 a 2004), cardeal dom Aloísio Lorscheider, ligado à teologia da libertação, que questionou a cobrança de estacionamentos para adentrar a basílica.

Outro empreendimento que faz parte dos negócios do santuário é o hotel Rainha do Brasil, localizado em um espaço chamado de “Cidade do Romeiro”. A necessidade da construção do hotel nasceu com a vinda das assembleias da CNBB em Aparecida-SP. O santuário então se encarregou de construir e administrar esse empreendimento hoteleiro que conta com 330 apartamentos, distribuídos em 15 pavimentos. O hotel oferece ainda espaços especiais para atividades religiosas, congressos, convenções, reuniões de negócios e lazer, é colocado ainda como diferencial da hospedagem nesse hotel a possibilidade de visitas monitoradas para o complexo do santuário nacional.

O investimento total para a construção do hotel e o complexo “Cidade do Romeiro” demandou um investimento de R\$ 60 milhões – o projeto completo teria sido

custeado em 40% do valor pelo santuário nacional, tendo como principal fonte arrecadadora de fundos a “Campanha dos Devotos”, e 60% financiado pelo BNDES (Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social). A construção do hotel gerou críticas à administração do santuário por parte dos representantes dos meios de hospedagem da cidade, uma vez que, poderia gozar de privilégios diante dos eventos e também de acesso à basílica⁷.

O complexo “Cidade do Romeiro”, espaço onde está localizado o hotel, é fruto da aquisição de um antigo terreno de um parque temático que foi desativado pela administração do santuário. O espaço fica a 700m da basílica e possui em suas dependências centros de compras, restaurantes e estruturas de lazer. Existe a perspectiva da construção de um projeto interativo audiovisual que abrigue as memórias do santuário nacional. Houve a possibilidade de a “Cidade do Romeiro” ser integrada à estação do TAV (Trem de Alta Velocidade) que passaria por Aparecida-SP, porém, o processo licitatório de construção dessa obra, que ligaria Campinas-SP ao Rio de Janeiro-RJ, está parado por falta de concorrência.

Para financiar todos esses feitos e projetos a administração do santuário conta com as doações de dinheiro feitas à “Campanha dos devotos”. Uma campanha permanente de arrecadação de fundos para gerir as obras e a manutenção da basílica e todo o complexo turístico religioso, as chamadas de incentivo a participação dos fiéis é insistentemente veiculada pelas redes de comunicação vinculadas ao santuário, a TV, a rádio e publicações. Ao visitar Aparecida é possível ainda contribuir para essa campanha em pontos físicos, espalhados pela igreja e adjacências. A campanha foi criada em 1999, e permite aos fiéis fazerem doações a partir de suas cidades, por meio de boletos enviados mensalmente às suas casas. Esses boletos não estipulam valores ou datas, segundo o então reitor do santuário, as doações são espontâneas e em contrapartida o santuário envia aos contribuintes o exemplar mensal da “Revista de Aparecida”⁸.

⁷ O conflito gerou disputas e trocas de acusações, inclusive com a veiculação de notícias referentes ao não pagamento das parcelas do financiamento junto ao BNDES por parte do santuário e sonegação de impostos. O então reitor, padre Domingos Sávio, declarou em entrevista de pesquisa que o pagamento é feito corretamente.

⁸ O santuário nacional não divulga balanços referente a “Campanha dos Devotos”.

As ações desenvolvidas no santuário com o subsídio da “Campanha dos Devotos” estão divididas em três frentes: obras sociais, obras de evangelização e obras de construção. As atividades de cunho social são administradas pelo Núcleo de Serviço Social onde são desenvolvidos projetos e atividades junto à comunidade..

Além desses recursos, conseguidos junto aos devotos que acompanham as atividades do santuário pelos meios de comunicação e visitando a basílica, outra fonte de renda são parcerias firmadas com empresas privadas. O principal exemplo é com o banco Bradesco, que mantém exposta nos acessos ao santuário sua logomarca. Segundo o então reitor, padre Domingos Sávio, é indispensável atualmente esse tipo de parceria, pois o somatório de recursos garante a sustentação das atividades e abre as perspectivas. No campo turístico o santuário escolheu uma agência de turismo exclusiva, a Catedral Viagens, para ser a organizadora da peregrinação que foi realizada à Fátima, em Portugal, por ocasião das comemorações dos centenários. Nos catálogos de produtos dessa agência estão as imagens tanto do santuário nacional quando da arquidiocese de Aparecida, representando a parceria estabelecida.

Na extensão do Vale do Paraíba não é apenas Aparecida que se destaca, a região pode ser considerada expoente no desenvolvimento do turismo religioso no país, conhecida como “Vale da fé”, abriga um dos maiores aglomerados de pontos e atrações de interesse religioso no Brasil: o mais significativo é o santuário nacional de Aparecida, que recebeu em 2014 em torno de doze milhões de peregrinos e turistas; Guaratinguetá-SP também compõe o roteiro por ser a cidade natal do primeiro santo brasileiro, Santo Antônio de Santana Galvão (o são Frei Galvão); Cachoeira Paulista-SP também é um destaque, sede da Comunidade Canção Nova, onde são realizados missas especiais, retiros e acampamentos, no final de 2014 foi inaugurado Santuário do Pai das Divinas Misericórdias com capacidade para dez mil pessoas; outra cidade é Canas-SP, onde está sendo construída a sede nacional da RCC, nas margens da rodovia Presidente Dutra, contando com complexo de eventos, capelas, hospedagem, anfiteatro e estacionamentos.

Muitos são os desafios desse setor no país, esse tardio processo de profissionalização sentido apenas nos últimos dez anos, reflete em deficiências urbanísticas e logísticas que comprometem um pleno desenvolvimento do setor.

Segundo o prefeito da estância turística religiosa de Aparecida-SP, Antônio Márcio da Siqueira, faltam investimentos que possibilitem obras e adequações, além daquelas consideradas prioritárias, para atender a demanda de público que recorre à cidade. Como visto, em dias de festas ou feriados o município chega a receber um número de peregrinos cinco vezes maior que a sua população, que é de trinta e seis mil habitantes, segundo o Censo 2010 do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatísticas). Recentemente o governo de São Paulo assinou um projeto de lei que busca favorecer essas cidades atrativas turisticamente, para que realizem obras e estimulem as potencialidades.

Como dito anteriormente, Aparecida-SP está vivendo um período preparatório que antecede o jubileu de 300 anos do episódio que teria sido o encontro da imagem de Nossa Senhora Aparecida. Outra expectativa é quanto a próxima vinda ao Brasil do papa Francisco, prometida por ele em 2013, para 2017. Essa visita marcará dez anos desse movimento de profissionalização do turismo religioso no país, incentivada em grande medida por essas três visitas papais à São Paulo, Rio de Janeiro e à Aparecida. Muitos investimentos estão sendo programados até as celebrações, como por exemplo, a principal obra que é o revestimento da cúpula central da basílica, porém outras compõem o cronograma: como a construção de um campanário projetado por Oscar Niemayer, além da ampliação do hotel Rainha do Brasil, todos esses realizados com recursos do santuário.

A prefeitura de Aparecida-SP também investirá na construção de uma avenida, que será chamada de “Via do Rosário”, ligando o complexo turístico religioso da basílica ao porto de Itaguaçu. Recentemente a inauguração do “bondinho da padroeira” marcou o início desse triênio, a obra é uma parceria do santuário nacional e a empresa Bontur S/A – Bondinhos aéreos. Essa empresa já administra outros empreendimentos como esse nas cidades de Nova Trento-SC, onde está o santuário de madre Paulina, também na cidade de Canela-SC e Balneário Camburiú-SC. Em Aparecida-SP a instalação dessa atração turística causou polêmica por atravessar a rodovia presidente

Dutra, ligando o santuário a outros pontos turísticos que são o “Morro do Cruzeiro” e a “Torre do Mirante”⁹.

O maior símbolo do turismo religioso católico nacional, Aparecida, busca, agora, projetar-se internacionalmente, em especial com o objetivo de atrair peregrinos da América Latina, motivados, essencialmente, por esse possível retorno do papa Francisco. Nesse esforço de internacionalização, foi realizada entre o santuário nacional de Aparecida e o santuário de Fátima, em Portugal, uma interação de eventos que contou com a entronização de imagem de suas padroeiras no outro país. Também os sindicatos e associações representativas do turismo religioso daquela região estão se preocupando com a expansão de peregrinos internacionais.

O Sinhores (Sindicato dos Hotéis e Restaurantes de Aparecida e Vale Histórico), está realizando congressos e formações periódicas na preocupação de um treinamento especializado para atender essa demanda estrangeira, além de discussões de adequação da estrutura urbana e turística, como por exemplo, placas de sinalização bilíngue ou material de divulgação adaptados a possíveis barreiras linguísticas e culturais.

Conclusão

Diante de todos esses dados levantados no decorrer dos esforços de pesquisa, podemos destacar as práticas turísticas católicas da cidade de Aparecida-SP como sendo as mais relevantes para o setor no país. Uma vez que a capacidade de mobilização de público e investimentos cria uma atmosfera favorável ao desenvolvimento do turismo religioso na região. Mesmo frente aos argumentos já apresentados e que ilustram essa afirmação, há de se ponderar uma vez mais a confluência de interesses que se formou no vale do Paraíba, não apenas religiosamente, mas favorecendo o turismo de uma maneira geral.

Isso se comprova com a intersecção de roteiros religiosos, culturais e de lazer. O turista planeja uma viagem e espera abarcar inúmeras necessidades, tendo em vista o pouco tem que nos resta para atividades dessa natureza. Sendo assim, são valorizados itinerários que tragam a possibilidade de exercitar os deveres da fé, mas também obter

⁹ Os passeios são pagos, variando o preço entre adultos e crianças, os primeiros pagam R\$ 20,00 e os segundos R\$ 10,00.

entretenimentos e descanso, como é o caso de roteiros vendidos pelas agências que realizam visitas à Aparecida-SP seguida de noites em Campos do Jordão-SP, cidade da Serra da Mantiqueira conhecida por seu clima ameno e seus festivais de inverno. O mesmo acontece com Trindade-GO que possibilita a conjunção de pacotes com Caldas Novas-GO, cidade de águas termais e parques aquáticos.

Quando olhamos para o santuário nacional estamos diante de uma relevante estrutura econômica para a pequena cidade que o acolhe, não apenas com relação aos empregos diretos e indiretos gerados, sejam por seus funcionários ou pelos comerciantes beneficiados pelo movimento na basílica, mas por ele mesmo gerar mercado de concorrência turística. Os veículos de imprensa, o hotel Rainha do Brasil, as diversas marcas administradas pelos missionários redentoristas na condução do santuário nacional representam a ambiguidade estrutural proposta por essa pesquisa acadêmica.

Muitos dos serviços, além dos ritos sacramentais, no complexo turístico religioso de Aparecida são cobrados, fugindo a lógica da gratuidade que está no cerne da composição das pastorais e movimentos da igreja. Mais que isso, difere-se do comportamento tradicional de não exposição comercial e lucrativa assumido pela igreja Católica.

Referências

- ABUMANSUR, Edin Sued. **Ciência da Religião aplicada ao Turismo**. In: PASSOS, João Décio, USARSKI, Frank (Org.). **Compêndio de Ciência da Religião**. São Paulo: Paulinas: Paulus, 2013.
- BOURDIEU, Pierre. **Economia das trocas simbólicas**. Editora Perspectiva, São Paulo. 1974.
- MARIANO, Ricardo. **Usos do marketing por neopentecostais e católicos**. Síntese Nova Fase, Brasília, nº 3/4, pp. 61-72.1998.
- MINISTÉRIO DO TURISMO. **Boletim de desempenho econômico do Turismo**. MTur, Brasília, Ano XII, Número 46, Abril. 2015.
- _____. **Pesquisa de Sondagem do Consumidor – intenção de viagem**. MTur, Brasília, Ano VIII, Número 52, Abril. 2015.
- _____. **Pesquisa Anual de Conjuntura Econômica do Turismo**. MTur, Brasília, Ano X, Nº 10, Maio. 2014.
- SOUZA, André Ricardo de. **As investidas católicas na mídia**. REVER (PUC-SP), São Paulo, v. 9, p. 27-45, 2008.
- _____. **Igreja Católica e mercados: a ambivalência entre a solidariedade e a competição**. Religião e Sociedade, Rio de Janeiro, v. 27, n. 1, Julho 2007, p.
- SWEDBERG, Richard. **Max Weber e a ideia de sociologia econômica**. Rio Janeiro. Editora UFRJ, 2005.
- WEBER, Max. **Sociologia da Religião**. In: **Economia e sociedade: fundamentos da sociologia compreensiva**. V. 1. Editora da UnB, Brasília. 1991.