

TURISMO RELIGIOSO EM CACHOEIRA PAULISTA (SP) — INFLUÊNCIAS EM EVENTOS DA COMUNIDADE CANÇÃO NOVA

Autores

Henrique Martins Galvão

Doutorado em Administração pela Universidade de São Paulo – FEA-USP e docente no Programa de Mestrado em Design, Tecnologia e Inovação – PPG-DTI Unifatea e na Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo – FATEC – Prof. Waldomiro May. E-mail: galvaohm@gmail.com

Isabela Rubia de Souza

Graduação no Curso Superior de Tecnologia em Eventos pela Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo – FATEC – Prof. Waldomiro May. E-mail: isabela.souza.crz@gmail.com

José Augusto Paes Deccache

Mestrado em Administração pela Universidade Metodista de São Paulo e docente na Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo – Fatec Prof. Waldomiro May. Email: jose.deccache@fatec.sp.gov.br

Karen de Moraes e Souza

Graduação no Curso Superior de Tecnologia em Eventos pela Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo – FATEC – Prof. Waldomiro May. E-mail: karensousamoraes2893@gmail.com

Lídia de Macedo Silva

Graduação no Curso Superior de Tecnologia em Eventos pela Faculdade de Tecnologia do Estado de São Paulo – FATEC – Prof. Waldomiro May. E-mail: lidia_macedo98@outlook.com

Resumo

Esse artigo aborda os tipos de eventos, discorre sobre a importância do turismo e discute o turismo religioso e seu potencial para gerar crescimento econômico. Verifica-se, atualmente, a importância de empreender eventos associados com a religiosidade e na promoção do turismo local. No Brasil, existem várias localidades reconhecidas pelo movimento direcionado pela religião e fé. Nesse sentido, este estudo analisa o turismo religioso na cidade de Cachoeira Paulista, no estado de São Paulo. A cidade traz em sua história recente a religiosidade influenciada pela Comunidade Canção Nova, tornando-se uma cidade turística religiosa pelo fato de receber anualmente grande quantidade de visitantes. A Comunidade Canção Nova realiza eventos de grande porte contendo várias atrações religiosas. O objetivo foi de investigar a percepção dos empreendedores locais sobre influência e os efeitos dos eventos promovidos pela Comunidade Canção Nova sobre os negócios e para a cidade de Cachoeira Paulista. A pesquisa caracteriza-se pela sua natureza qualitativa, do tipo exploratória e, para atender aos objetivos, utiliza-se um estudo de caso e pesquisa de campo. Os resultados apontaram forte influência dos eventos religiosos patrocinados pela Comunidade Canção Nova, com efeitos no desenvolvimento econômico e geração de empregos. Todavia, em face da projeção do turismo religioso crescente, ainda existem lacunas quanto ao nível de conhecimento e experiência dos empreendedores no planejamento, organização e consecução de eventos para explorar as oportunidades de negócio, os quais necessitam de preparação ou assessoria. Os dados coletados permitiram aferir a necessidade de melhoria da infraestrutura na cidade para atender propósitos de hospitalidade visando o fortalecimento do turismo religioso e atração de investimentos.

Palavras-chave: Turismo. Turismo religioso. Eventos. Comércio. Economia.

RELIGIOUS TOURISM IN CACHOEIRA PAULISTA (SP) – INFLUENCES IN CANÇÃO NOVA COMMUNITY EVENTS

Abstract

This article addresses the types of events, discusses the importance of tourism and discusses religious tourism and its potential to generate economic growth. There is currently the importance of undertaking events associated with religiosity and the promotion of local tourism. In Brazil, there are several locations recognized by the movement directed by religion and faith. In this sense, this study analyzes religious tourism in the city of Cachoeira Paulista, in the state of São Paulo. The city brings in its recent history the religiosity influenced by the Canção Nova Community, becoming a religious tourist city due to the fact that it annually receives a large number of visitors. The Canção Nova Community holds large-scale events containing various religious attractions. The objective was to investigate the perception of local entrepreneurs about the influence and

effects of events promoted by Comunidade Canção Nova on business and for the city of Cachoeira Paulista. The research is characterized by its qualitative, exploratory nature and, to meet the objectives, a case study and field research are used. The results showed a strong influence of religious events sponsored by the Canção Nova Community, with effects on economic development and job creation. However, in view of the projection of growing religious tourism, there are still gaps regarding the level of knowledge and experience of entrepreneurs in planning, organizing and carrying out events to explore business opportunities, which require preparation or advice. The data collected allowed assessing the need to improve the infrastructure in the city to meet hospitality purposes aimed at strengthening religious tourism and attracting investments.

Keywords: Tourism. Religious tourism. Events. Business. Economy.

I. INTRODUÇÃO

No Brasil, o turismo religioso se caracteriza, predominantemente, pela forte cultura da fé, enraizada em nossa sociedade, com diversas opções, atraindo milhares de pessoas para inúmeros municípios. O fluxo de pessoas com destino turístico para os pontos religiosos fortalece e promove o desenvolvimento econômico e cultural dessas localidades. Dentre os mais de 300 municípios brasileiros do circuito turístico religioso, destaca-se a cidade de Aparecida, localizada no estado de São Paulo, propriamente no Vale do Paraíba (ABEOC, 2016), pois abriga o Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida, e recebe mais de 10 milhões de peregrinos anualmente.

Dentre outras cidades que promovem o turismo religioso estão as cidades de Santa Cruz, no Rio Grande do Norte, que atrai cerca de 1,5 milhão de pessoas por ano, Juazeiro do Norte, no Ceará, recebe cerca de 2 milhões de devotos “além das tradicionais visitas às cidades barrocas mineiras e baianas, como Ouro Preto e Salvador” (ABEOC, 2016).

Importante destacar que o turismo interno, no período pré-pandêmico, teve o seu produto interno bruto representado por mais de R\$ 270 bilhões em 2019, e respondendo por 3,71% do PIB do país, e sua dinâmica é composta por diferentes atividades, envolvendo: hotéis e pousadas; bares e restaurantes; transporte rodoviário; transporte aéreo; outros transportes e serviços auxiliares dos transportes; atividades de agências e organizadores de viagens; aluguel de bens móveis; e atividades recreativas, culturais e desportivas (AGENCIA BRASIL 2020).

Em especial ao turismo religioso, no Brasil, existem mais de 100 destinos religiosos, movimentando mais de 10 milhões de viagens por ano e gerando mais de R\$ 15 bilhões (AGÊNCIA SENADO, 2021). De modo geral, o turismo traz consigo algumas questões que dependendo de suas respostas, gera um acréscimo no número de visitantes interessados na cultura que está sendo proporcionada, bem como as formas de hospitalidade que são oferecidas. É por este fato que o setor econômico é completamente atingido, afinal, quanto mais os turistas gostam da forma receptiva, mais pessoas se interessarão nos eventos e consequentemente, as formas de hospitalidade deverão se diversificar, podendo gerar lucros ou até mesmo prejuízos. Esse estudo tem como objetivo analisar os efeitos gerados pelos eventos religiosos promovidos pela Comunidade Canção Nova, na cidade Cachoeira Paulista, nos setores comerciais e de serviços. Por meio da pesquisa de campo foi possível ter um entendimento mais amplo da percepção de empreendedores locais sobre os impactos nos negócios na perspectiva dos eventos religiosos. A pesquisa de campo também visou identificar as possíveis contribuições dos eventos religiosos para o estímulo do turismo religioso e o desenvolvimento econômico e da cultura religiosa da cidade.

E, para atender aos objetivos, a metodologia da pesquisa é do tipo exploratória, de natureza qualitativa, e quanto aos meios utiliza-se a pesquisa bibliográfica, estudo caso e pesquisa de campo.

Como justificativa, diante dessa constatação, esse estudo se fundamenta pela relevância do setor de eventos, caracterizado pelas suas diversas formas de realização, e de acordo com as suas finalidades, para trazer à tona o turismo religioso na cidade de Cachoeira Paulista (SP), localizada no Vale do Paraíba, promovido pela Comunidade Canção Nova, idealizada pelo Monsenhor Jonas Abib, em 1978. A comunidade realiza eventos de grande porte e atrai cerca de 1 milhão de peregrinos todo ano. A infraestrutura hoteleira e outros espaços, da cidade de Cachoeira Paulista, incluindo a própria Canção Nova, comporta cerca de 100 mil pessoas. Em análise, os Eventos criados pela produção da Canção Nova torna-se relevante em vários quesitos, não só para a cidade de Cachoeira Paulista, mas para todo o Vale do Paraíba, com repercussão em atividades dos vários setores da economia.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 Significados e Tipos de Eventos

As tipologias para Eventos variam de acordo com objetivos e formas, e vistas como instrumentos destinados, por exemplo, para o fortalecimento da imagem de uma organização perante seu público. De modo geral, os eventos constituem-se de acontecimentos que normalmente fogem ao cotidiano e com a intenção de reunir um grupo de pessoas ou profissionais, ressaltando-se a intenção de atingir o público-alvo e os resultados almejados (FELISBERTO et al., 2018). A forma profissional do enquadramento de eventos implica em ações prévias, tais como: levantamento e pesquisa; planejamento, mediante definição de objetivos, metas e propostas de valor; organização, com infraestrutura e serviços de apoio; coordenação; controle e implantação de um projeto. (FELISBERTO et al., 2018). Logo, um evento deve despertar a atenção e, de acordo com Gimenes (2008), um evento utiliza-se da notícia para divulgar o organizador para dar publicidade, bem como envolve as relações públicas. Gimenes (2008) observa que um evento é “a execução do projeto devidamente planejado, com o objetivo de manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização em seu público de interesse”. Porém, as formas de planejamento, organização e execução de eventos variam de país para país, bem como aos objetivos e propósitos.

No Brasil, os eventos, especificamente aqueles de estrutura cultural, esportiva e técnico-científicas são suscetíveis da captação de recursos de diversos programas de apoio e fomento público. Também se observa que diversas empresas, especialmente as de grande porte, frequentemente apoiam ou até mesmo patrocinam a realização de eventos, juntamente com os governos municipais, estaduais, federais e do Distrito Federal, que apoiam institucionalmente ou financeiramente

te eventos produzidos por associações ou outras instituições (BRASIL, 2022). Os eventos se repetem de formatos variados e em muitas funções com características próprias, desde uma festa de debutante até um “Desfile das Escolas de Samba” ou a “Copa do Mundo de Futebol”. Conforme Freiburger (2010), os eventos são classificados de acordo com o público que alcançam e com os objetivos que atribuem. O Quadro 01 traz a classificação genérica dos eventos usualmente adotada por diversos autores, tais como, Freiburger (2010) e Bettega (2001).

Quadro 1 – Classificação dos eventos

Eventos	Descrição
Fechados	Aqueles que oferecem convites e o público já está definido, sem abertura para novos participantes.
Abertos	São oferecidos para um público geral através de inscrições ou ingressos.
Artísticos	Eventos relacionados a arte, como música, pintura, poesia, literatura, entre outros.
Científicos	Eventos envolvendo temas referentes às ciências naturais e biológicas.
Cívicos	Eventos relacionados a comemorações que respeitam à história de um povo. Exemplo a “Parada de 07 de setembro”.
Comerciais	Eventos organizados por empresas que tem o objetivo de promover o lançamento de um produto, aumentar vendas, inaugurações, entre outros.
Culturais	Releva os aspectos de determinada cultura, para conhecimento geral ou promocional.
Desportivos	Eventos de ordem local, municipal, regional ou internacional. Exemplos como: Olimpíadas e Copa do Mundo.
Folclóricos	Todos os eventos ligados a acontecimentos que dizem respeito a traços da cultura de um povo específico.
Lazer	Eventos que oferecem entretenimento aos participantes, como parque de diversões.
Promocionais	Eventos que promovem qualquer promoção de imagem ou apoio ao marketing. Seja produto, pessoa, entidade ou governo.
Religiosos	Eventos com o objetivo de promover valores morais e religiosos, integrando pessoas adeptas a essas religiões.
Sociais	Eventos sociais geralmente são dedicados a comemorações de marcos na vida pessoal dos anfitriões, com aspectos legais. Como casamentos, por exemplo.
Turísticos	Eventos que exploram os recursos turísticos de um país ou região, através de viagens de conhecimento, podendo ser profissional ou não.

Fonte: FREIBERGER (2010)

Os Eventos são considerados como uma importante atividade econômica que contribuem para a criação de negócios e geração de empregos em diversas localidades. No Brasil, de acordo com a ABEOC – Associação Brasileira de Empresas de Eventos, o mercado de eventos cresceu de forma expressiva nos últimos 12 anos, aumentando a sua relevância econômica no que se refere à geração de negócios, emprego, renda e impostos. E, apesar deste crescimento, o último estudo sobre o dimensionamento econômico da indústria de eventos no Brasil foi realizado em 2013 pela ABEOC, SEBRAE e Universidade Federal Fluminense, confirma que o setor cresceu de 2000 a 2012, aproximadamente 14% ao ano. (ABEOC BRASIL, 2019). Conforme observado no Quadro 03, os estados brasileiros organizam grande quantidade de eventos, representando diferentes participações por região.

Quadro 03 – Eventos Realizados no Brasil

Tipos de eventos	Brasil	Região				
		Centro-Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul
Eventos socioculturais	78,7%	77,8%	76,3%	87,3%	79,2%	78,2%
Reuniões	72,2%	70,4%	74,1%	70,9%	74,8%	64,0%
Convenções	48,8%	54,1%	52,4%	44,3%	47,9%	46,2%
Congressos	38,9%	44,4%	50,1%	46,8%	31,9%	41,7%
Eventos mistos*	33,0%	43,7%	37,6%	30,4%	29,7%	33,2%
Feiras	18,8%	25,2%	19,5%	19,0%	17,1%	20,2%
Eventos esportivos	18,8%	17,8%	20,1%	17,7%	17,4%	22,1%
Exposições rurais / Leilões	8,3%	7,4%	8,1%	7,6%	8,4%	8,8%
Outros tipos	22,0%	23,0%	24,5%	25,3%	20,1%	23,0%

Fonte: ABEOC (2014).

Os dados acima apontam que estados investem rigidamente para atender cada tipologia de evento que surgem com o intuito de movimentar a economia. Logo, os eventos estimulam diversos tipos de espaços destinados à sua promoção, bem como na geração de negócios e empregos diretos e indiretos (ABEOC, 2014), tais como: (1) hotel (incluindo flats, apart-hotéis, pousadas e hotéis fazenda); (2) pavilhões e centros de convenções e exposições; (3) parques de exposição; (4) teatros e auditórios; (5) sítios e chácaras; (6) bares e restaurantes; (7) parques e jardins; (8) instituições de ensino; (9) museus e centros culturais; (10) casas e salões de festas; (11) casas noturnas; e, (12) clubes, ginásios e arenas.

Os diversos tipos de espaços são utilizados para promover diferentes tipos de eventos e estão presentes nas cidades brasileiras, cujas ocupações variam por dias da semana e meses do ano, de acordo com período de férias, estações do ano e programação de eventos setoriais, assim como estimulam o turismo (ABEOC, 2014). E, em diversas ocasiões, as pessoas presenciam inaugurações, feiras, aniversários, congressos, formaturas, casamentos, eventos corporativos, científicos e culturais, posses de cargos públicos, feiras de negócio, entre muitos outros, geralmente, tornando preciso a necessidade de se fazer viagens para diferentes localidades. Com isso, é essencial que as comunidades receptoras busquem atender as necessidades básicas dos visitantes, prestando serviços de qualidade para todos.

2.2 Turismo

De acordo com Guitarrara (2021), historicamente, o turismo surge a partir do século XX, sendo ainda no Antigo Egito, com atividades que tinham como propósitos a participação em eventos, em questões religiosas, o divertimento e relaxamento junto com a ampliação do conhecimento. Essas mesmas motivações de atividades causaram grandes deslocamentos de pessoas na Grécia Antiga, como legado dessa civilização, temos a realização dos primeiros Jogos Olímpicos, que proporcionaram um intenso fluxo de turistas.

Em várias outras civilizações, contemporâneas ou não, constam registros de viagens turísticas com objetivos diversificados, sejam para a saúde, bem-estar ou religião. É destacado também, a importância das trocas comerciais nos grandes deslocamentos em vários períodos históricos.

O turismo como atividade expandiu por toda parte e se tornou essencial nas sociedades pós-industriais, sendo visto como um fenômeno econômico, social, político e cultural.

Conforme Tulik (1994) a partir da globalização econômica, por exemplo, a constituição dos blocos econômicos, como o Mercosul e a União Europeia ou Bloco Europeu, associada com os avanços das tecnologias de informação e comunicação, o turismo transformou o viajante, cada vez mais, num cidadão mundo. Os avanços tecnológicos dos meios de transportes, o deslocamento se tornou mais ágil e uma conexão mais rápida para diversos locais. Assim, com o efeito “do global para o local” os destinos turísticos e empresas tiveram que se adaptar (GUITARRARA, 2021; SILVA, 2004).

Nos últimos tempos, as atividades turísticas adquiriram maior importância relacionada às atividades econômicas desenvolvidas no mundo todo. O turismo congrega amplo sistema de serviços, reunindo empresas públicas e privadas, dos diversos setores da economia, sendo apontado como um dos maiores geradores de riquezas e ofertante de empregos (NODARI, 2007 p. 13), principalmente em países que estão no processo de desenvolvimento, que enxergam o turismo como principal fonte de crescimento econômico. Mas sua visibilidade e importância segue sendo reconhecida por todos os países, tanto desenvolvidos quanto em desenvolvimento (SILVA, 2004 p. 9).

O turismo gera inúmeras oportunidades diretas e indiretas, sendo estímulo de empregos, modificando a estrutura econômica das cidades, países e do mundo, de modo geral, contribuindo de forma positiva com a balança de pagamento dos países. Em relação a atividade econômica, o turismo pertence ao setor terciário e apresentou um crescimento expressivo em todo o mundo até o ano de 2019 (GUITARRARA, 2021).

Como o turismo faz parte do setor terciário da economia, a parcela correspondente às atividades turísticas no PIB (Produto Interno Bruto) global é de atualmente cerca de 3,3%. Considerando todas as atividades do setor e os impactos que eles têm nos demais, essa porcentagem sobe para 10,4% (GUITARRARA, 2021). Trata-se de um número expressivo, a OMT contabilizou cerca de 1,5 bilhão de chegadas em todo o mundo no ano de 2019.

A Europa e a Ásia são os continentes que mais recebem turistas, entre os principais destinos estão países como a Espanha, França e China. No topo da

lista das cidades mais visitadas, tais como: Bangkok (Tailândia); Paris (França) e Londres (Inglaterra).

O movimento do turismo internacional teve uma queda rigorosa no ano de 2020, abaixo de 2019, quando se registrou 72% menos chegadas de visitantes. Entre os meses de janeiro e agosto de 2020 houveram 700 milhões a menos de visitantes (ONU, 2020). Isso aconteceu devido à pandemia da covid-19, que foi causada por uma nova variante do Corona vírus. A doença se espalhou com mais velocidade no início de 2020 e várias medidas protetivas foram impostas, inclusive a restrição da movimentação de pessoas e o fechamento de fronteiras internacionais também foi necessário. A região da Ásia e do Pacífico teve seu número de turistas, atingindo 79%, sendo uma das regiões mais afetadas (ONU, 2020).

O turismo possui diversos conceitos que surgiram ao longo do tempo, a Organização Mundial do Turismo (PAKMAN, 2014), define o turismo como um acontecimento de aspecto social, cultural e econômico especificamente relativo ao deslocamento de pessoas para lugares fora do seu ambiente pessoal, sendo um ambiente próximo ou distante, cidade ou país. Essas pessoas recebem o nome de visitantes, palavra que inclui turistas e excursionistas, habitantes ou não habitantes, as atividades desses indivíduos assim como suas despesas com os serviços, transportes, hospedagem e comércio, conceituam o que de fato é chamado de turismo (PAKMAN, 2014).

Existem vários tipos de turismo, os variam de acordo com a atividade turística. O turismo é dividido em algumas classes diferentes umas das outras e pode ser feita por meio da intenção do deslocamento, que é o mesmo que tomar como base o motivo que levou a pessoa a sair de sua casa em direção a outro país, cidade ou estado (SILVA, 2004).

De modo geral, o turismo pode se caracterizar pelas denominações conforme o Quadro 04, a seguir:

Quadro 04 – Denominações de Turismo

Tipos de Turismo	Características
Turismo da melhor idade (terceira idade)	O turismo designado para pessoas da 3ª Idade passou a ser um ótimo investimento. Com mais tempo de vida e mais recursos procedentes de suas aposentadorias, eles podem viajar e conhecer novos lugares com mais frequência.
Turismo ecológico	Turismo destinado a pessoas que almejam ver e viver mais próximos da natureza, fazer trilhas, conhecer cachoeiras e qualquer lugar onde a ecologia está em seu estado natural.
Turismo religioso	Indicado para pessoas que tem tendência a espiritualidade. Fazem parte deste tipo de turismo religiosos de todas as crenças.
Turismo cultural	Designado para pessoas que se encantam por manifestações e obras de arte, seja pelo fator estético ou histórico.
Turismo de negócios	Viagens com objetivos profissionais, podendo ser empresários ou executivos. Este tipo de turista viaja destinos para fechar negócios, participarem de negociações, compras e qualquer atividade ligada ao seu trabalho.
Turismo de eventos	São pessoas que viajam com o intuito de participarem de congressos, convenções e feiras, lugares onde vão buscar novas tecnologias para suas empresas, vivências pessoais ou novos processos.

Fonte: SILVA (2004).

O turista de negócios, assim como o de eventos, são os que mais têm poder aquisitivo, pois geralmente, quem gerencia suas viagens são as empresas na qual eles estão representando, chegando a gastar três vezes mais que um turista comum. Esses tipos de turistas também acabam fazendo crescer o número de hotéis e flats que são destinados a essa clientela, criando um conforto que cativa os clientes, os fazendo prolongar mais a sua permanência ou proporcionando oportunidades para voltar brevemente nestas localidades (BRASIL, 2010; ABE-OC, 2014).

Em relação ao Brasil, o turismo movimenta a economia interna, pois se destaca cada vez mais com os surgimentos de espaço destinados à eventos, principalmente nos anos mais recentes. O Brasil detém elevada potencialidade turística que se deve ao fato de apresentar inúmeras paisagens naturais (com o ecoturismo em expansão), de ter cidades históricas com incríveis patrimônios culturais. Apesar disso, o Brasil atualmente, ainda é um destino pouco acessado, tendo apenas 0,6% de todos os turistas que existem no mundo, chegando a 6,5 milhões de visitantes por ano. (WELLE, 2019)

O turismo doméstico prepondera no país, sendo caracterizado pelos deslocamentos realizados somente dentro dos limites de territórios nacionais. O motivo principal para as pessoas irem para os lugares se deve a visitas a parentes e amigos, procurando lazer, conforme mostram os dados do IBGE no ano de 2019 (GUITARRARA, 2021). O Sudeste é a região que mais se destaca por ser a principal receptora e emissora de turistas, a segunda região é o Nordeste. As principais cidades de estados mais visitados inclui: São Paulo, Minas Gerais e Bahia.

Os brasileiros que vão para o exterior, seguem geralmente os destinos como Reino Unido, Estados Unidos, Portugal e Espanha. Os visitantes internacionais no Brasil chegaram a somar 6,35 milhões de pessoas em 2019, os turistas vêm em sua maioria, destes países: Argentina, Estados Unidos, Chile, Paraguai e Uruguai. As cidades mais visitadas por eles são: Rio de Janeiro (RJ), Florianópolis (SC), Foz do Iguaçu (PR), São Paulo (SP) e Búzios (RJ) (GUITARRARA, 2021). A área do turismo foi fortemente impactada pela pandemia que começou no final do ano de 2019, mas veio a afetar o Brasil no começo de 2020. Com uma pesquisa feita do IBGE, a queda foi de 36,7% incluindo todas as atividades turísticas, como os transportes, hospedagens e alimentação. (GRIMM, 2022)

Em análise, o turismo trata do deslocamento de pessoas com um propósito específico, não sendo possível definir uma origem certa para esta atividade. É uma atividade econômica significativa e a sua importância consiste na receita gerada por esse setor para as economias nacionais e locais. A indústria do turismo, como é nomeada, abrange diversas formas de serviços, como transportes, hotelarias e alimentação, sendo responsáveis por um grande contingente de mão de obra. O setor também movimentava indiretamente várias outras áreas, como o comércio formal e informal, e diversas atividades relacionadas aos circuitos locais da economia, gerando emprego e renda (ABEOC, 2014).

No entanto, atividade turística em determinada região exige serviços e infraestrutura de apoio e meio de transportes (SANTOS; SILVA; COSTA, 2018, p.77). Especificamente, a recepção para os visitantes exige uma infraestrutura adequada e com sua manutenção periódica em dia, podendo gerar benefícios em médio e longo prazo para toda a estrutura do local particularmente dita bem como o aperfeiçoamento da rede de transportes, de energia elétrica, de comunicação, e além disso, da conservação de sítios históricos, monumentos, praças e locais de alto nível de circulação de pessoas. As melhorias podem ser observadas também pelas pessoas que vivem em áreas turísticas e automaticamente fazem o uso destes serviços diariamente (GUITARRARA, 2021; ABEOC, 2014).

2.3 Eventos Religiosos e sua relação com o turismo

Eventos religiosos são produções voltadas para fiéis de determinadas religiões, podendo reunir pessoas de diferentes crenças ou não. Esses eventos tratam de uma das áreas mais sensíveis da vida, que é a espiritualidade. Por esse fato, é essencial que o evento seja receptivo e acolhedor para que as pessoas se sintam confortáveis para viver tal experiência e compartilhá-las com mais pessoas (MIRANDA, 2022).

O evento religioso é bem diversificado e por conta do aumento da sua procura devido a busca espiritual, hoje em dia, o turismo religioso é um dos maiores nichos do turismo cultural no Brasil, podendo conter diversas atrações, tais

como apresentações musicais, palestras, cursos, encontros, acampamentos, orações, cultos, missas, celebrações e várias outras possibilidades. Com o tempo, foi perceptível o quanto o evento religioso impactava positivamente na área econômica das cidades, se tornando um segmento de mercado fundamental para o Brasil (MIRANDA, 2022; GUITARRARA, 2021).

O Brasil é um país com uma grande extensão territorial, contendo uma grande diversidade cultural. Mas, tão amplo quanto o seu território e a sua cultura, é também a polarização religiosa que o país possui, contendo uma sociedade com crenças diversificadas, misturando afro-brasileiros, orientais, protestantes, cristãos, evangélicos e pentecostais que habitam, juntos, por meio de todos os espaços da sociedade (COSTA, 2017). Contudo, por conta do calendário anual de celebrações religiosas (COSTA, 2017), milhares de pessoas se deslocam por diversas cidades em busca de acolhimento espiritual, visitando templos, santuários, entre outras atividades relacionadas a fé.

No Brasil existem três santuários católicos reconhecidos pela sua evolução histórica, desde o período colonial, principalmente por influências católicas de portugueses, destacando-se as localidades de Salvador (BA), festa no Santuário da Beata Irmã Dulce dos Pobres, a cidade de Juazeiro do Norte (CE), em razão da influência de Padre Cícero, a cidade Trindade (GO), pelas comemorações do Santuário Basílica do Divino Pai Eterno, a cidade de Nova Trento (SC), em razão das comemorações no Santuário de Santa Paulina e a cidade de Aparecida (SP), pelas comemorações no Santuário de Nossa Senhora Aparecida (ALMEIDA; ENOQUE; OLIVEIRA JUNIOR, 2019). Esta última, localizada no Vale do Paraíba (SP), atrai romeiros desde o início do Século XX e apresentou um crescimento de visitantes que vem aumentando até os dias atuais, atingindo a marca de mais de 10 milhões de visitantes no ano de 2010 (PEREIRA; CHRISTOFFOLI; 2013).

O potencial do turismo religioso vai além da relação das pessoas com as experiências relacionadas a sua fé, pois ao visitarem essas localidades, os visitantes acabam consumindo diversos produtos e serviços, tendo também acessos a outros tipos de serviços e visitas, envolvendo roteiros gastronômicos, histórico-culturais e diversos outros passeios. Por conta deste fato, o turismo religioso pode ser considerado como uma maneira eficaz de melhorar a infraestrutura e qualidade de vida dos moradores das localidades visitadas (ALMEIDA; ENOQUE; OLIVEIRA JUNIOR, 2019; MAIO, 2003). Sobretudo, o turismo religioso é responsável por gerar R\$ 15 bilhões de reais anualmente (O ECONOMISTA, 2015).

Dentro da lista de mais de 300 municípios que possuem atrativos diversos do segmento, o Ministério do Turismo (2022) identificou 96 destinos que possuem calendário de eventos exclusivos de turismo religioso no país. Em uma pesquisa

publicada pela Folha de São Paulo (GI, 2020) revela que 50% dos brasileiros são católicos, 31% são evangélicos e 10% revelam não ter religião. A fé do povo brasileiro se reflete nas centenas de templos e santuários espalhados pelo país, revelando todo o potencial gigantesco que o turismo religioso possui. No Quadro 05 a seguir, algumas tipologias de eventos religiosos e suas especificações:

Quadro 05 – Tipificação de Eventos

Tipos de Eventos	Características
Conclave	Reunião na qual os cardeais elegem um novo Papa em um encontro que acontece em segredo e os cardeais não podem se comunicar até que um novo Papa seja eleito.
Concílio	Reunião feita por autoridades eclesiais da Igreja Católica, cujo objetivo é solucionar questões pastorais, da doutrina, fé e dos costumes ligados a moral, podendo ser ecumênicos, plenários, nacionais, provinciais ou diocesanos.
Evento de música gospel	Ambiente específico para reflexões, bem agitado parecido com shows musicais, onde a atração principal é referente à música mas também podem haver outras atrações.
Caminhadas e trilhas	Individual ou em grupos permitem uma integração envolvendo o contato com a natureza, promovendo a prática de exercícios físicos, estimulando a saúde da alma, espírito e corpo. Feita em ambientes livres, com vistas incríveis para que possa ver o pôr do sol.
Retiro	Termo utilizado para indicar uma atividade da igreja em que ocorrem, geralmente, ao ar livre, em locais afastados para obter silêncio e distanciamento do mundo externo, onde podem experimentar um encontro íntimo com Deus através de orações, meditação, reflexão e dinâmicas.
Almoços beneficentes	Almoço beneficente tem a finalidade de arrecadar fundos para ajudar a instituição, além de fortalecer os laços de amor e empatia com o próximo.
Debates	São essenciais para que os participantes tenham a liberdade de expor os seus medos, receios, angústias, inspirações e sonhos, geralmente, reunindo a turma em círculos, de uma forma que todos possam ter um contato direto um com o outro.
Competições Religiosas	Importante para promover a socialização e integração das pessoas envolvidas, produzidas em ambientes espaçosos como campos ou fazendas, com o objetivo de melhorar o aprendizado religioso de uma forma mais divertida.
Acampamentos	Tipo de evento que proporciona intimidade com as pessoas e com a natureza, aprendizagem, lazer e uma comunhão profunda com Deus. Feito em ambientes livres, sem qualquer tipo de tecnologia, focando no contato com árvores, animais e rios.

Fonte: E-inscrição (2018)

De acordo com o Ministério do Turismo (OMT), as viagens motivadas pela fé mobilizaram mais de 17,7 milhões de pessoas só no ano de 2014. A religião se revela sendo o motivo de 3,6% de todas as viagens feitas no Brasil, de acordo com o Ministério, que identificou mais de 340 cidades que se tornaram destino obrigatório no calendário anual dos eventos que relacionados a fé e espiritualidade (O ECONOMISTA, 2015).

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

A metodologia desse estudo constitui-se por sua natureza qualitativa, sendo que para atingir o objetivo proposto, utiliza-se a (GIL, 1999) pesquisa do tipo exploratória e quanto aos meios, o estudo tem como estratégia a pesquisa bibliográfica, de estudo de caso e pesquisa de campo. A pesquisa qualitativa adota

métodos da compreensão, se é necessário entender de fato, como o consumidor se comporta ao invés de medir esse comportamento, aprofundando mais nas questões propostas resultando em um número maior de dados para que possamos entender as atitudes do consumidor, seja com impressões, pontos de vista e opiniões deles (GIL, 1999).

A pesquisa bibliográfica tem como objetivo adquirir conhecimentos através do estudo de referências publicadas e reconhecidas, como os livros, artigos científicos que já foram publicados, dissertações e websites. Ela está relacionada ao fato de adquirir conhecimentos novos a partir de um conhecimento já existente, impulsionando o aprendizado de forma mais ampla, proporcionando conhecimentos incríveis.

A pesquisa exploratória, em geral, utiliza as formas de pesquisas bibliográficas e de estudo de caso, é como se fosse um processo investigativo, onde o pesquisador seleciona as técnicas mais apropriadas para o seu trabalho, a fim de se tornar mais próximo do seu objeto ou tema de pesquisa científica, podendo fornecer informações, além de orientar sobre a elaboração de hipóteses do estudo em questão. Esse tipo de pesquisa contribui para a descoberta de fenômenos novos que nenhuma outra pesquisa foi capaz de fazer, conseguindo formular novas ideias e novas hipóteses do assunto abordado (GIL, 1999).

Estudo de caso é uma pesquisa mais ampla, que permite aprofundar mais um assunto com poucos objetos de investigação, através de coletas e análise de dados, com o objetivo de se tornar a base para novos estudos, isso pelo fato de fornecer subsídios para novas investigações sobre o mesmo tema (GIL, 1999).

A pesquisa de campo foi realizada no período de 03 de novembro a 08 de novembro de 2022, por meio de formulário eletrônico pelo Google Forms. O processo da amostragem foi não probabilística por conveniência dos pesquisadores, tendo como principais públicos-alvo, hotéis, pousadas, restaurantes e comércio em geral da cidade de Cachoeira Paulista (SP). Os dados de análise da pesquisa de campo juntamente com os levantamentos dos eventos realizados pela Comunidade Canção Nova, contribuíram para compreensão dos fatos e realidades e que permitiram responder à pergunta da pesquisa “Quais os impactos positivos ou negativos causados pelo turismo religioso realizados pela Comunidade Canção Nova?”.

A pesquisa realiza um levantamento do quais são os eventos realizados pela Comunidade Canção Nova e o que geram na cidade de Cachoeira Paulista, quais os seus impactos, se são positivos ou negativos e quais as formas de incentivo ao crescimento do turismo na localidade em questão.

Os dados são obtidos na página da Internet da Canção Nova, visando levan-

tar os tipos de eventos religiosos, durante o ano de 2022, por meio da pesquisa de campo junto às empresas comerciais e de serviços. A pesquisa buscou identificar e aprofundar o conhecimento do nível de impacto do movimento do turismo religioso proporcionado pela Canção Nova, na cidade de Cachoeira Paulista. O questionário foi estruturado com 17 (dezesete) perguntas objetivas e reflexivas. Para cada pergunta foi atribuída alternativas de respostas, podendo ser abertas ou fechadas, dependendo da questão.

3.1 Estudo de Caso: Turismo Religioso da Canção Nova

A cidade de Cachoeira Paulista, município incluído na Região Metropolitana do Vale do Paraíba, no interior do estado de São Paulo, possui população média de 30.091 habitantes, numa área territorial de 287,990 km². Tem como cidade limítrofes Cruzeiro (a Norte), Silveiras (a Leste), Lorena (a Sul e Oeste) e Canas (a Sudoeste).

O nome da cidade está relacionado ao fato do Rio Paraíba ter corredeiras ao longo do seu trecho entre os estados de São Paulo e Rio de Janeiro. Porém, antes de se chamar Cachoeira Paulista, a cidade teve diversos nomes ao longo de sua história, como: Porto da Caxoeira, Arraial do Porto da Cachoeira, Porto da Cachoeira, Arraial porto da Cachoeira de santo Antônio, Freguesia de Santo Antonio da Cachoeira, Vila de Santo Antonio da Bocaina, Vila de Santo Antônio da Cachoeira, Vila da Bocaina, Bocaina, Cachoeira, Valparaíba (PREFEITURA MUNICIPAL DE CACHOEIRA PAULISTA, 2022).

No ano de 1730, documentos citaram um povoamento referente à Vila de Lorena, intitulada como Arraial do Porto da Caxoeira, na qual o marco inicial do núcleo original foi uma pequena ermida erigida por devotos em homenagem ao Senhor Bom Jesus da Cana Verde, no ano de 1780. No ano de 1784, no dia 18 de outubro, Manoel da Silva Caldas e sua esposa, Ângela Maria de Jesus doaram “duzentas braças de testada e meia légua em direção aos sertões situados na margem esquerda do Rio Paraíba do Sul, até as divisas com o Embaú”, para o patrimônio da nova Capela do Bom Jesus da Cana Verde que estava sendo instituída, erigida em suas terras por Sebastiana de Tal, fundando o Arraial e liberando a expansão do vilarejo que ali pertencia.

As primeiras construções a serem instaladas abarcavam em choupanas de sertanejos, que em sua maioria eram pescadores obtendo seu sustento através do Rio Paraíba. A primeira rua da cidade de Cachoeira Paulista, foi nomeada como Rua “Bom Jesus”, que na época se iniciava da capela e avançava até a rota por onde passavam os tropeiros que iam em direção a cidade de Minas Gerais. Alguns dias antes da Proclamação da Independência, no ano de 1822, o Príncipe Regente, Dom Pedro I, se deslocou pela Freguesia de Santo Antônio da Cachoeira, fazendo uma parada no dia 18 de agosto daquele ano (PREFEITURA MUNICIPAL DE CACHOEIRA PAULISTA, 2022). Em 1932, aconteceu um dos

principais momentos históricos da cidade, por conta da Revolução Constitucionalista, tornando-se uma praça de guerra e o Quartel General do Movimento Constitucionalista, sendo um dos momentos mais significantes para a cidade.

A cidade de Cachoeira Paulista abriga a Estação Ferroviária, classificada como uma das mais magníficas construções ferroviárias da história deste país. Foi inaugurada no ano de 1875, e marcava o ponto de partida entre dois importantes ramais ferroviários do Brasil, sendo a Estrada de Ferro do Norte (mais conhecida como Estrada de Ferro São Paulo - Rio) e a Estrada de Ferro Dom Pedro II, que vinha desde a cidade do Rio de Janeiro.

Nessa cidade, está localizada a instituição católica denominada “Comunidade Canção Nova”. Essa Instituição foi iniciada pelo Monsenhor Jonas Abib, em 02 de fevereiro de 1978, juntamente com um grupo de jovens na cidade de Queluz, SP (próxima a cidade de Cachoeira Paulista). Liderados pelo Padre Jonas Abib, de 42 anos na época, decidiram, no ano seguinte, começar a construção de mais 4 casas na cidade de Cachoeira Paulista.

Um dos principais campos de atuação da Comunidade Canção Nova era a comunicação social, por isso, em 1980 foi fundada a Rádio Canção Nova, que desde 1995 conta com uma rede de apoio de 28 emissoras. E, em 1989 foi fundada a TV canção Nova, a qual tem hoje 5 geradoras e quase 500 mil retransmissoras. A Comunidade conta também com websites, aplicativos móveis, lojas físicas e virtuais, cursos superiores e uma editora própria (CANÇÃO NOVA, 2022). Além disso, promove e organiza diversos eventos religiosos abertos para o público de todo o Brasil, com direito a palestras, músicas, bate papos, orações e muito mais entretenimento chegando a reunir mais de 100 mil fiéis em um só evento, sem contar com os peregrinos que visitam anualmente a Comunidade fazendo com que o número de fiéis gire em torno de 1 milhão de pessoas. A Canção Nova possui um estádio coberto em sua sede, o Centro de Evangelização Dom João Hipólito de Moraes, com capacidade para receber cerca de 80 mil pessoas. É um dos maiores espaços cobertos para a realização de eventos católicos da América Latina, a média de acampamentos é 18 por ano (CANÇÃO NOVA, 2022). Para o ano de 2022, o Calendário de Eventos Religiosos podem ser observados no Quadro 06, a seguir:

Quadro 06 – Calendário de eventos da Canção Nova 2022

Calendário Mensal	Evento Religioso
JANEIRO Retiro de ano novo – 31/12 a 02/01 Férias na Canção Nova – 01/01 à 31/01 Quinta feira de Adoração – toda quinta feira Acampamento para famílias – 07/01 à 09/01 Acampamento Revolução Jesus – 13/01 à 16/01 Encontro Maria, Passa na frente – 22/01 à 23/01 ENF (Encontro Nacional de Formação) – 26/01 à 30/01	JULHO Acampamento para casais – 01/07 à 03/07 Aprofundamento sentinelas kids – 01/07 à 03/07 Semana Jovens Canção Nova – 08/07 à 12/07 PHN – 13/07 à 17/07 Acampamento livrai-nos do mal – 22/07 à 24/07 Aprofundamento sentinelas para adolescentes – 22/07 a 24/07 Conferência Cherris Brasil – 29/07 à 31/07
FEVEREIRO Quinta feira de Adoração – Toda quinta feira Acampamento para músicos – 04/02 à 06/02 A profecia do avivamento – 11/02 à 13/02 Acampamento para sarados – 18/02 à 20/02 Retiro de oração vem louvor – 25/02 a 02/03	AGOSTO Acampamento pró-vocação – 06/08 à 07/08 Kairós salvista – 13/08 à 13/08 Kairós sertaneja – 13/08 à 13/05 Acampamento no combate da oração – 19/08 à 21/08 Escola de intercessão – 22/08 à 28/08 Encontro AVIV – 26/08 à 28/08
MARÇO Quinta feira da oração – Toda quinta feira Aprofundamento Famílias Novas – 04/03 à 06/03 Kairós cura da depressão – 06/03 à 06/03 Acampamento de cura e libertação – 11/03 à 13/03 Aprofundamento de cura e libertação da ansiedade e do medo – 14/03 à 18/03 Kairós Jesus menino – 20/03 à 20/03 Acampamento Santos Anjos – 25/03 à 27/03	SETEMBRO Acampamento grupo e amigos – 02/09 à 04/09 Aprofundamento experiência da oração - 02/09 à 04/09 II Congresso Angélico-Comunidade Ruah – 06/09 à 11/09 Acampamento terço dos homens – 09/09 à 11/09 Acampamento Quem como Deus? – 16/09 à 18/09 Aprofundamento Jovens sarados – 23/09 à 25/09
ABRIL Encontro festas das tendas – 01/04 À 03/04 Quinta feira da adoração – Toda quinta feira Kairós domingo de Ramos – 10/04 à 10/04 Acampamento semana santa – 13/04 à 17/04 Festa da misericórdia – 21/04 à 24/04 Encontro mães que oram pelos filhos – 29/04 à 01/05 Maranatha – 29/04 à 01/05	OUTUBRO Kairós kids – 09/10 à 09/10 Unit Conference – 12/10 à 16/10 Acampamento de Cura e Libertação – 20/10 à 23/10
MAIO Quinta feira de adoração – toda quinta feira Acampamento fé e milagres – 13/05 à 15/05 Aprofundamento divina misericórdia – 16/05 à 20/05 Acampamento obra de Maria – 20/05 à 22/05 Acampamento Mariano – 27/05 à 29/05	NOVEMBRO Acampamento Novas Comunidades – 04/11 à 06/11 Acampamento a cura dos traumas da morte – 11/11 à 13/11 Canção Nova sertaneja – 18/11 à 20/11 Secreto-Conferência de adoração e cura - 25/11 à 27/11 Kairós famílias em pé – 27/11 à 27/11 Secreto – Conferência de adoração e cura – 25/11 à 27/11
JUNHO Acampamento de Pentecostes – 03/06 à 05/06 Festa do Pai das misericórdias – 10/06 à 12/06 Corpus Christi – 16/06 à 16/06 Acampamento de cura interior – 17/06 à 19/06 Aprofundamento dons carismáticos – 20/06 à 30/06 Trilha da cura com a comunidade Bethânia – 24/06 à 26/06 Aprofundamentos noivos e namorados – 24/06 à 26/06	DEZEMBRO Hosana brasil – 07/12 à 11/12 Cantata de Natal – 17/12 à 12/12 Kairós pastoral da sobriedade – 18/12 à 18/12 Acampamento de Ano novo – 30/12 à 01/01/23 Kairós Maranathá – 04/12 à 04/12

Fonte: Canção Nova (2022).

Os eventos religiosos que a Comunidade Canção Nova produz, proporcionam um grande fluxo de pessoas de diversas localidades brasileiras marcando

seu espaço na cidade de Cachoeira Paulista. Trata-se de eventos atrativos para o comércio local, incluindo hotéis, pousadas, restaurantes, lanchonetes, e vários outros comércios e empresas que a cidade possui. Desse modo, esse estudo busca identificar quais os impactos gerados na economia da cidade de Cachoeira Paulista e proporcionar para os comércios e empresas de serviços, ideias para movimentar mais os negócios e tornando possível atrair mais turistas.

4. RESULTADOS OBTIDOS

A pesquisa de campo consistiu de 19 respondentes, cujo perfil encontra-se no Quadro 01, os quais são proprietários de negócio na cidade de Cachoeira Paulista, representados por 57,9% do sexo masculino e 42,1% como proprietários do sexo feminino. A maioria dos empreendedores se encontram nas faixas etárias entre 18 e 35 anos, com seis respondentes, e dos 56 aos 65 anos, também com seis respondentes, e representando 31,6% em cada grupo. Nas faixas entre 46 e 55 anos, representaram 21,1% da amostra com 4 (quatro respondentes), e na faixa etária 36 e 45 anos, totalizaram 15,8%, com 3 (três) respondentes.

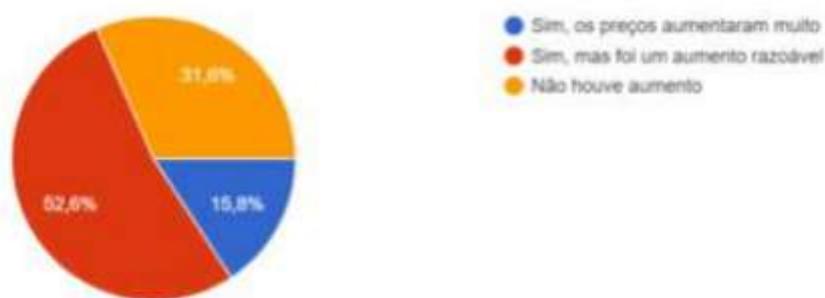
Quadro 07 – Perfil da amostra

Tipo de Negócio	QTD (%)
Restaurante	2 (10,5%)
Lanchonete	1 (5,3%)
Hotel ou pousadas	11 (57,9%)
Imobiliária	2 (10,6%)
Loja pet	1 (5,3%)
Casa de ração	1 (5,3%)
Eventos e Sonorização	1 (5,3%)

Fonte: Dados da pesquisa

A primeira questão consistiu em conhecer a opinião dos respondentes a respeito do turismo religioso na cidade de Cachoeira Paulista, ou seja, o quanto o turismo religioso, influenciado pelos Eventos da Comunidade Canção Nova, contribuíram para o aumento de preços dos produtos e serviços praticados pelas empresas em Cachoeira Paulista. De acordo com os dados, 15,6% afirmam que os eventos da Comunidade Canção Nova contribuíram para aumentar muito os preços dos produtos e serviços, enquanto para 52,6% afirmaram que os aumentos de preço em função dos eventos da Comunidade Canção Nova foram “razoáveis”. E, para 31,6% dos respondentes percebem os eventos da Comunidade Canção Nova não foram determinantes para aumentar os preços dos seus produtos e serviços. Logo, pressupõe-se que os eventos contribuem para o aumento de receitas para os negócios, levando a crer que os negócios estão progredindo.

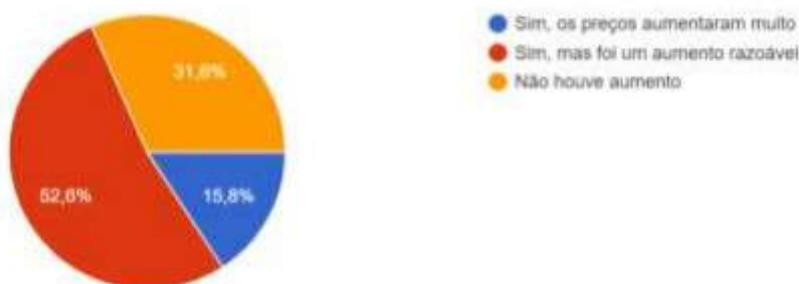
Gráfico 01 – Influência dos eventos no aumento de preços



Fonte: Dados da pesquisa

A segunda questão identificou o conhecimento dos respondentes em relação a oferta de empregos na cidade de Cachoeira Paulista, informando se houve aumento nessas ofertas. De acordo com os dados, 68,4 % dos proprietários concordaram que houve um grande aumento de empregos na cidade, 26,3% afirmaram que houve um aumento razoável e o restante, sendo 5,3% acredita que nada foi modificado.

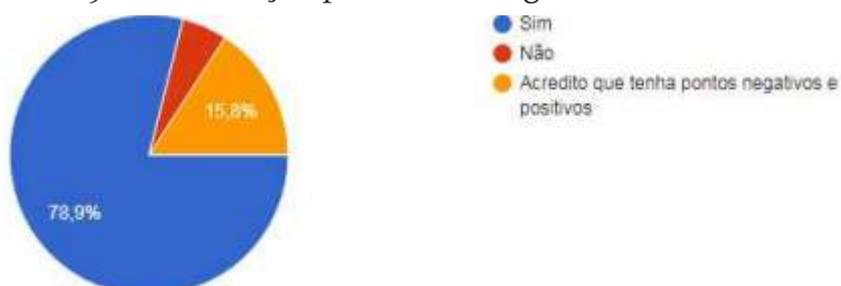
Gráfico 02 – Influência dos eventos na oferta de empregos



Fonte: Dados da pesquisa

A terceira questão focou no tema voltado à economia local da cidade, buscando identificar se o turismo religioso afetou a localidade de forma positiva ou negativa. Os dados mostraram que a maioria dos respondentes consideram que sim, a economia foi modificada positivamente, contendo 78,9% de afirmação. Outros 15,8% dos respondentes acreditam que tenha pontos positivos e negativos e outros 5,3% apenas afirmaram que não houve modificação positiva na cidade.

Gráfico 03 – modificação positiva ou negativa na economia local

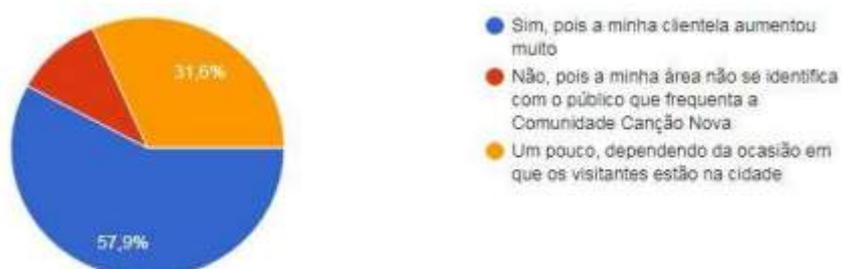


Fonte: Dados da pesquisa

A quarta questão visou compreender se os eventos religiosos que são oferecidos pela Comunidade Canção Nova contribuem de maneira significativa para o sucesso dos negócios dos empreendedores. De acordo com as respostas, a percepção para 57,9% dos proprietários concordam que sua clientela aumentou de acordo com o fluxo do turismo.

Enquanto para 31,6% concordam parcialmente, pois seus clientes aumentam dependendo da ocasião em que visitam a cidade. E, para 10,5% dos respondentes afirmaram que o público que frequenta os eventos religiosos da Comunidade Canção Nova não se identificam com o ramo de atividade da sua empresa.

Gráfico 04 – Contribuição dos eventos religiosos no negócio



Fonte: Dados da pesquisa

A seguir, a questão 05 intencionou em identificar se a cidade de Cachoeira Paulista contém infraestrutura adequada para ser um destino turístico religioso, entendendo-se, nesse caso que trata-se de uma cidade pequena que recebe um número alto de turistas anualmente. De acordo com os dados, a maioria dos proprietários acredita que a cidade não tem infraestrutura adequada e necessita de muitas melhorias, sendo 52,6%. Outros, sendo 36,8% dos proprietários, afirmam que a cidade tem infraestrutura adequada, porém com o aumento do turismo a prefeitura precisa revisar este quesito. Por outro lado, 10,5% concorda que a cidade tem infraestrutura adequada para ser um destino turístico religioso.

Gráfico 05 – Infraestrutura turística religiosa

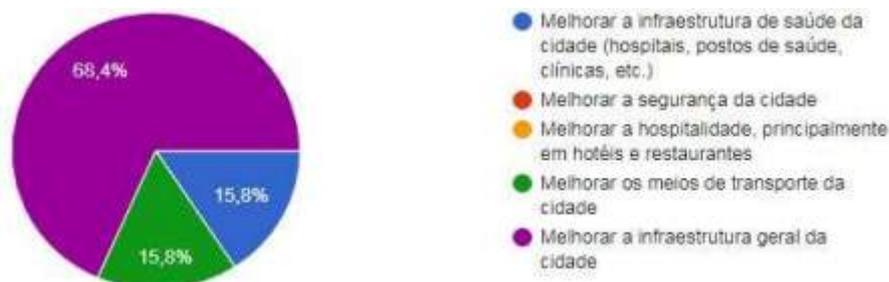


Fonte: Dados da pesquisa

A questão 06 buscou identificar quais ações necessitam de melhorias para que o turismo religioso cresça em Cachoeira Paulista. Os dados apontam que 15,8% dos proprietários acreditam que a infraestrutura da saúde precisa ser me-

lhorada (como postos de saúde, hospitais, clínicas, etc.). Outros 15,8% concordam que os meios de transportes precisam ser melhorados e 68,4% dos proprietários afirmam que a infraestrutura geral da cidade precisa ser melhorada.

Gráfico 06 – Melhorias para o crescimento do turismo religioso na cidade



Fonte: Dados da pesquisa

Na questão de número 07 se propôs em identificar quais as atitudes necessárias que a Comunidade Canção Nova poderá tomar para entrar no circuito turístico/religioso do mundo inteiro, não apenas do Brasil, contendo diferencial como alternativa aberta baseandose nas ideias únicas dos proprietários. Os dados apontam que 61,1% dos proprietários concordam que a melhor forma é o investimento em ideias diferenciadas. Para 11,1% acreditam que o segredo está em melhorar as formas de hospitalidade. Outros 11,1% concordam que a Canção Nova deveria traduzir o site oficial da empresa para línguas estrangeiras, como inglês ou espanhol. A minoria restante acredita que a realização de divulgações dos eventos em sites estrangeiros e a melhoria do acesso com mais opções de turismo na cidade ajudariam no processo. Portanto, a opção que mais chamou a atenção foi a afirmação de um dos proprietários, demonstrando com base no seu conhecimento “de que a Comunidade Canção Nova já faz parte do circuito turístico/religioso do mundo”.

Gráfico 07 – Comunidade Canção Nova no circuito turístico/religioso do mundo

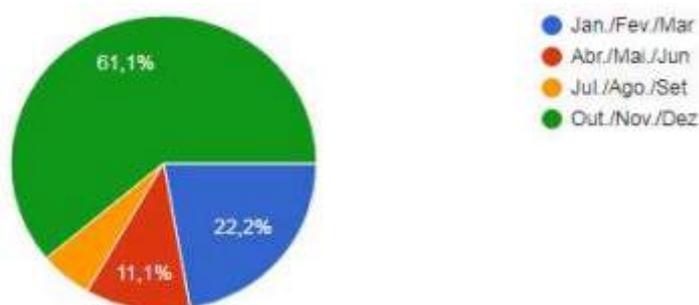


Fonte: Dados da pesquisa

A oitava questão visou conhecer a opinião de cada proprietário de acordo com a experiência de cada um, identificando quais os meses do ano em que ocorrem mais eventos na Comunidade Canção Nova. Os dados apontam que, de modo geral, os últimos meses do ano são os que mais se destacam, prevalecendo a opinião de 61,1% de concordância com os meses outubro, novembro e

dezembro como sendo os meses em que mais ocorrem eventos. Por outro lado, para 22,2% dos respondentes afirmaram os meses de janeiro, fevereiro e março e para 11,1% os meses de abril, maio e junho e 5,6% assinalaram os meses de julho, agosto e setembro.

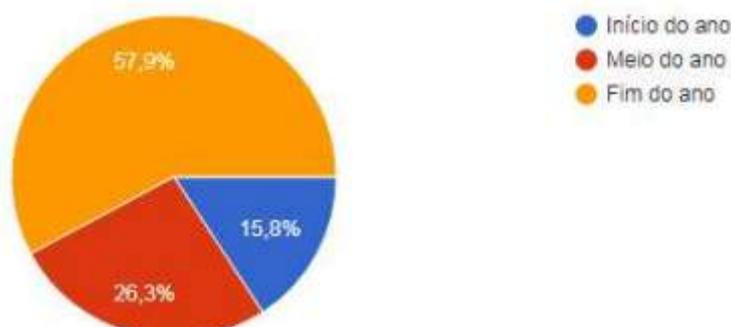
Gráfico 08 – Meses do ano que ocorrem mais eventos na Comunidade Canção Nova



Fonte: dados da pesquisa

A questão 9 buscou identificar na percepção dos respondentes qual o período do ano que a cidade de Cachoeira Paulista recebe mais visitantes para a Comunidade Canção Nova. A maioria dos respondentes (57,9%) afirmaram o período de “fim do ano” o que mais recebe visitantes, seguido por 26,3% que afirmaram ser o “meio do ano” e por 15,8% ser o período de “início do ano”.

Gráfico 09 – Período do ano que a cidade de Cachoeira recebe mais visitantes



Fonte: dados da pesquisa

A questão 10 focou em descobrir se a cidade de Cachoeira Paulista recebe turistas de diversas localidades do Brasil ou apenas do Vale do Paraíba. Com o resultado coletado, foi possível identificar que a cidade acolhe visitantes dos mais variados lugares do país, com 57,9% de confirmação. Os outros 42,1% concordaram que os visitantes vêm até mesmo de fora do país, indicando a projeção internacional da Comunidade Canção Nova. Observa-se que a alternativa “Não muito, recebemos mais visitantes do Vale do Paraíba” não teve nenhuma resposta assinalada.

Gráfico 10 – A cidade recebe turistas de diversas localidades do Brasil?



Fonte: dados da pesquisa

Na questão 11, a intenção da pesquisa foi de verificar com os respondentes se as empresas promovem algum tipo de evento em seu estabelecimento para a atração de mais turistas. De acordo com os dados, a alternativa que obteve maior número de confirmação, foi “não”, representada por 89,5% dos proprietários. Apenas 1 proprietário (5,3%) informou que promove eventos em seu restaurante, divulgando a presença do Chef Italiano Bruno Dino Mancini que proporciona pratos deliciosos para os clientes e mais 1 proprietário (5,3%) que confirma não ter necessidade, pois o estabelecimento já excedeu o limite de clientes.

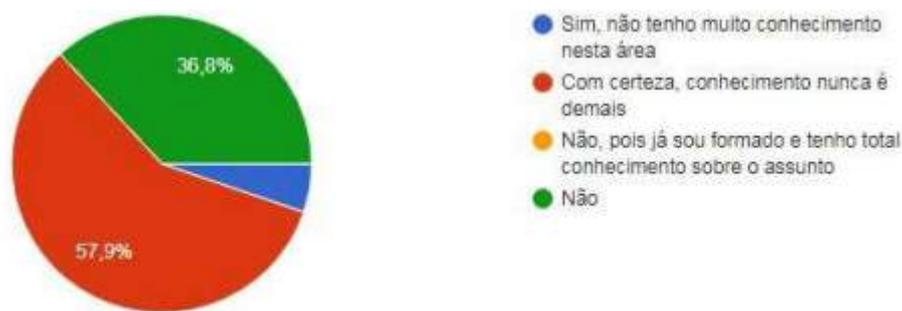
Gráfico 11 – Promoção de eventos nas empresas respondentes



Fonte: dados da pesquisa

A questão 12 identificou se os proprietários teriam interesse em receber treinamentos para promover eventos e fortalecer a atração turística na cidade. Conforme os dados, 57,9% dos proprietários aceitariam o treinamento com toda certeza, pois conhecimento nunca é demais. 5,3% afirma que sim, mas não tem muito conhecimento nesta área e 36,8% não tem interesse nos treinamentos.

Gráfico 12 – Interesse dos proprietários para treinamentos de promoção de eventos



Fonte: dados da pesquisa

Na questão 13 foi possível identificar se os respondentes teriam conhecimentos suficientes para elaborar uma agenda de eventos. O resultado foi surpreendente, pois confirma que nem todos os estabelecimentos promovem eventos para seus clientes pelo fato de não terem muitos conhecimentos. Os dados resultam em 47,4% negando qualquer tipo de conhecimento, e 42,1% assinalaram ter conhecimento, mas não o necessário para promover eventos sozinho, precisando de apoios e para 10,5% afirmaram ter conhecimento, estudo e experiência nesta área de eventos.

Gráfico 13 – Conhecimentos suficientes para promover uma agenda de eventos



Fonte: dados da pesquisa

Para finalizar, foi elaborado uma questão capaz de identificar o nível de conhecimento das pessoas sobre o curso de Gestão em eventos na Instituição Fatec Cruzeiro. Os dados obtidos mostram que 52,6% dos proprietários nunca ouviram falar do curso de Gestão em Eventos, enquanto 47,4% já ouviu falar mas não tem conhecimento aprofundado.

Gráfico 14 – Conhecimento do curso superior de Gestão em eventos na Fatec



Fonte: dados da pesquisa

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conclui-se que esse estudo atingiu os objetivos pretendidos, e de acordo com todos os dados coletados por meio das opiniões de empresários comerciais e de serviços, considera-se que o turismo religioso é uma das formas mais eficazes de modificar a economia das cidades de forma positiva, sendo uma grande fonte de renda para os micro e pequenos empreendedores. Pontos negativos também foram encontrados com esta pesquisa, identificando detalhes que podem determinar o aumento ou a diminuição do turismo religioso na cidade de Cachoeira Paulista. Ou seja, para qualquer cidade que almeja receber número significativo de turistas, o poder público necessitará investir na melhoria da infraestrutura. Sob o ponto de vista dos respondentes na pesquisa, a cidade requer ações direcionadas na melhoria da infraestrutura. Outro ponto a ser melhorado relaciona-se ao fato de que muitas dessas empresas participantes da pesquisa não terem conhecimentos básicos sobre Gestão de Eventos e, por conta disso, não apresentam nenhum tipo de evento para gerar vínculos mais fortes com seus clientes. Os dados apontam que os empresários necessitam de capacitação direcionada para o turismo religioso.

De acordo com o perfil das respostas, pode-se conjecturar lacuna para o planejamento, organização e promoção de eventos. No entanto, diante da constatação da alta atratividade do turismo religioso em Cachoeira Paulista, considera-se o potencial de oportunidades que as empresas locais podem explorar para o fortalecimento dos negócios e com repercussão na economia da cidade e região.

REFERÊNCIAS

ABEOC. Dados do setor de eventos de 2019. Disponível em: <https://abeocpr.com.br/dadosdo=-setor-de-eventos-de2019--abeocbrasil/#:~:text=Quanto%20ao%20perfil%20econ%C3%B4mico%20das,10%20pessoas%20ocupadas%2C%20em%20m%C3%A9dia>. Acessado em: 10 nov. 2022

ABEOC. Eventos – Crescimento da Indústria de eventos para oportunidades de negócio. 2014. Disponível em: <https://abeoc.org.br/2014/10/crescimento-da-industria-de-eventos-geraoportunidadesde-negocios/>. Acessado em: 12 out 2022.

ABEOC. Eventos impulsionam economia com turismo de negócios. 2022. Disponível em: <https://abeoc.org.br/2022/10/abeoc-brasil-eventos-impulsionam-economia-com-turismo-denegocios/>. Acessado em: 12 out 2022.

ABEOC. Turismo religioso movimentava economia do país. 2016. disponível em: <https://abeoc.org.br/2016/10/turismo-religioso-movimenta-economia-do-pais/>. Acessado em: 10 jun 2022.

ABEOC. II Dimensionamento Econômico da Indústria de Eventos no Brasil. 2013. Disponível em: <https://www.abeoc.org.br/wp-content/uploads/2014/10/II-dimensionamento-setor-eventosabeocsebrae-171014.pdf>. Acessado em 10 jun 2022. AGÊNCIA SENADO. Para debatedores, protocolos sanitários beneficiam retomada do turismo religioso. 2021. Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2021/12/06/paradebatedores-protocolos-sanitariosbeneficiam-retomada-do-turismo-religioso>. Acessado em: 04 nov 2022.

AGÊNCIA BRASIL. Turismo no Brasil deve ter queda de 38,9% nos ganhos, aponta FGV. 2020. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-04/turismo-no-brasildeve-terqueda-de-389-nos-ganhos-aponta-fgv>. Acessado em: 03 nov 2022

ALMEIDA, L. L. S.; ENOQUE, A. G.; OLIVEIRA JUNIOR, A. Turismo religioso como fonte de desenvolvimento local: um estudo acerca da produção do espaço urbano a partir da prática turística religiosa. *Marketing & Tourism Review*, Belo Horizonte - MG - Brasil • v. 4, n. 2, ago-dez, 2019.

BETTEGA, Maria Lúcia. *Eventos e Cerimonial*. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

BRASIL. Ministério do Turismo. Apoio a Eventos Geradores de Fluxo Turístico. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/apoio-aeventosgeradores-de-fluxo>. Acessado em: 14 nov 2022.

BRASIL, Ministério do Turismo. Turismo de negócios e eventos: orienta-

ções básicas. 2^a. ed. 2010. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/segmentacaodoturismo/turismo-de-negocios-e-eventos-orientacoes-basicas.pdf>. Acessado em: 10 nov 2022.

CANÇÃO NOVA. Eventos em 2022. Disponível em: <https://eventos.cancaonova.com/>. Acessado em: 25 abr 2022.

COSTA, S. D. Desatando nós entre o sagrado e o profano: perspectivas para o turismo religioso em armação dos Búzios/RJ. 2017. Dissertação (Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Turismo) – Universidade Federal Fluminense – Faculdade de Turismo e Hotelaria.

E-INSCRIÇÃO. 7 tipos de eventos religiosos que você pode organizar. 2018. Disponível em: <https://blog.e-inscricao.com/7-tipos-de-eventos-religiosos-que-voce-pode-organizar/>. Acessado em: 22 out 2022.

FELISBERTO, A. L. de S.; COSTA, D. V. S.; SOUSA, J. C. Q.; BEZERRA, G. S. S. A habilidade do profissional de eventos frente à crise do mercado brasileiro. Revista Campo do Saber, Vol. 4, Num. 2, jul/dez, 2018.

FREIBERGER, Z. Organização e planejamento de eventos. Curitiba: EdUFMT; Curitiba: IFPR, 2010. Disponível em: <https://central3.to.gov.br/arquivo/453287/>. Acessado em: 05 out 2022.

GI. 2020. 50% dos brasileiros são católicos, 31% evangélicos e 10% não têm religião. Disponível: <https://gi.globo.com/politica/noticia/2020/01/13/50percent-dos-brasileiros-sao-catolicos31percentevangelicos-e-10percent-nao-tem-religiao-diz-datafolha.ghtml>. Acessado em: mai 2022.

GIL, A. C. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIMENES, Cleuza. Organização de eventos – Manual e planejamento e execução. 9.ed. ver. e atual. São Paulo: Summus, 2008. Disponível em:

<https://books.google.com.br/books?id=ikzxGAM5E5gC&lpg=PP1&hl=ptPT&pg=PA2#v=onepage&q&f=false>. Acessado em: 11 out 2022.

GUITARRARA, P. “Turismo consiste nas viagens e atividades que as pessoas realizam em seus locais de destino. 2021. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/geografia/turismo.htm>. Acessado em: 31 mai 2022.

GRIMM, Isabel. Impacto da pandemia da covid-19 no setor de turismo de Curitiba: Um comparativo entre 2019 e 2020. 2022. Disponível em: <file:///C:/Users/Familia/Downloads/8877Texto%20do%20>

Artigo-34732-34569-10-20220520.pdf. Acessado em: 21 out 2022.

MAIO, Carlos. Turismo religiosos e desenvolvimento local. 2003. Disponível em: <https://revistas.uepg.br/index.php/humanas/article/view/503/505>. Acessado em: 28 out 2022.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Brasil: destino certo para qualquer tipo de turismo. 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/brasil=-destino-certo-paraqualquer-tipo-de-turismo#:~:text=Por%20isso%20mesmo%2C%20o%20pa%C3%AAs,exclusivos%20para%20Turismo%20Religioso>. Acessado em: 14 out 2022.

MIRANDA, B. Eventos religiosos: “Como organizar um evento atrativo?”. 2022. Disponível em: <https://lets.events/blog/eventos-religiosos-como-organizar-um-evento-atrativo/>. Acessado em: 12 out 2022.

NODARI, M. Z. R. As contribuições do turismo para a economia de Foz do Iguaçu. 2007. 97f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Econômico) - Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2007.

O ECONOMISTA. Turismo religiosos movimentam mais de 15 bilhões por ano na economia brasileira. 2015. Disponível em: <https://www.oeconomista.com.br/turismo-religiosomovimentamais-de-r-15-bilhoes-por-ano-na-economia-brasileira/>. Acessado em: 11 out 2022.

ONU – Organização das Nações Unidas. 2020. ONU News. Covid-19 ditou queda de 70% em chegadas de turistas internacionais. Disponível em: <https://news.un.org/pt/story/2020/10/1731102>. Acessado em: 10 nov 2022.

PAKMAN, E. T. (2014). Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico. Anais do Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo, Fortaleza, CE, Brasil, 9. Recuperado de: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/11/34.pdf>.

PEREIRA, R. M. F. A.; CHRISTOFFOLI, A. R. A evolução dos santuários católicos brasileiros: os casos de Aparecida - SP, Iguape - SP e Nova Trento – SC e a caracterização dos seus visitantes. CULTUR, ano 07 - nº 02 - Jun/2013.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CACHOEIRA PAULISTA. SITE OFICIAL CACHOEIRA PAULISTA. História da cidade. 2022. Disponível em: <https://cachoeirapaulista.sp.gov.br/home/historia/#:~:text=As%20primeiras%20edifica%C3%A7%C3%B5es%20instaladas%20consistiam,se%20dirigiam%20a%20Minas%20Gerais>. Acessado em: 09 out 2022.

SANTOS, V. P.; SILVA, R. S. C.; COSTA, E. S. Roraima, cenário de belezas para o turismo: prospecção local dos habitantes de boa vista perante destinos turísticos. In: CAVALCANTE, L. S.; GHEDIN, L. M.; VITORIO, L. S.; SANTOS, R. B. S. (org.). Destino Roraima: olhares sobre a gestão do turismo. Brasília: Editora Kiron, 2018. Disponível em: <https://boavista.ifrr.edu.br/pesquisa/cursosde-pos-graduacao/Turismo/destino-roraima-olhares-sobrea-gestao-do-turismo>. Acessado em: out 2022.

SILVA, K. C. M. A importância do turismo para o desenvolvimento econômico do estado do Espírito Santo. 2003. Monografia (Graduação em Economia) - Departamento de Economia, da Universidade Federal do Espírito Santo – UFES. Vitória, 2004.

TULIK, O. Os efeitos da globalização do turismo. RTA – Revista Turismo em Análise, v.5, n.2, 1994.

WELLE, D - G1. “O que afasta os turistas estrangeiros do Brasil?”. 2019. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/02/16/o-que-afasta-os-turistas-estrangeiros-dobrasil.ghtml>. Acessado em: 12 out 2022.