



Aparecida (SP): a formação socioespacial do atrativo religioso

Aparecida (SP): socio spatial formation of a religious attraction

Aparecida (SP): la formación socioespacial de la atracción religiosa

Pedro de Alcântara Bittencourt Cesar <pedrotur@usp.br>

Professor do Programa de Mestrado em Turismo e do Centro de Artes e Arquitetura da Universidade de Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul, RS, Brasil.

Andrea de Albuquerque Vianna <andvianna@gmail.com>

Mestrado em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Pesquisadora do Núcleo de Estudos Urbanos da Universidade de Caxias do Sul (UCS), Caxias do Sul, RS, Brasil.

CRONOLOGIA DO PROCESSO EDITORIAL

Recebimento do artigo: 18-out-2013

Aceite: 19-jul-2015

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

CÉSAR, P.A.B.; VIANNA, A. A. Aparecida: a formação socioespacial do atrativo religioso. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, p.149-166, ago. 2015.

REALIZAÇÃO



APOIO INSTITUCIONAL



PATROCÍNIO



Resumo: Analisa-se a visitação religiosa na formação de uma territorialidade turística. Por meio de uma diversidade de recursos metodológicos estudam-se as transformações do espaço social de Aparecida (SP). Centro de Peregrinação impulsionado pela devoção à imagem de Nossa Senhora de Aparecida, nele a igreja, o complexo da basílica e a cidade são formas urbano-arquitetônicas que se engendram. Adota-se o método histórico-genético com formador de uma síntese do local. Objetiva-se compreender a formação da territorialidade resultante da visitação religiosa e sua relação na elaboração do atrativo e consequentemente da atividade turística. Assim, foram conduzidas entrevistas, observações indiretas e pesquisa teórica relacionada à religiosidade, ao turismo, à cidade e ao mito. Buscou-se também estabelecer conceitos de atrativo turístico, contemplando seu valor como bem de lazer e alienante da sociedade, e de patrimônio retratado como formador territorial e justificado pela localidade em questão. Definem-se as especificidades dessa forma de urbanização relacionada à visitação religiosa. Nota-se que o reconhecimento destas apropriações espaciais facilita um melhor entendimento da localidade, facilitando intervenções futuras.

Palavras-chave: Turismo religioso; Aparecida (SP); Territorialização.

Abstract: By means of several methodological tools, in this study we focus on the pilgrimage, i.e. Religious Tourism, as the constitutive element of tourism territoriality. Here, the center of our attention is the social transformation of Aparecida/SP; this pilgrimage site is driven by devotion to the image of Our Lady of Aparecida, and the church, the Basilica of Aparecida and the proper city are urban-architectural forms that work together. In order to forming a site summary, we have adopted the historical-genetic method. The objective is to understand the formation of the resulting territoriality of religious visitation and their relationship in the development of attractive and therefore of tourism. It also sought to establish tourist attraction concepts, considering their value as well leisure and alienating society and heritage portrayed as territorial trainer and justified by the location in question. Thus, we conduct interviews, made indirect observations and also have based the research on theoretical studies related to religion, tourism, the city and the myth, this way we define specificities of this form of urbanization related to Religious Tourism. To note that the recognition of these appropriations space facilitates a better understanding of the location, facilitating future interventions.

Keywords: Religious tourism; Aparecida/SP; Territoriality.

Resumen: Se analiza las visitas religiosas en la formación de una territorialidad turística. A través de una diversidad de recursos metodológicos hemos estudiando las transformaciones del espacio social de Aparecida. Centro de Peregrinación impulsado por la devoción a la imagen de Nuestra Señora de Aparecida, en donde la iglesia, el complejo de la basílica y la ciudad son formas urbano-arquitectónicas que se engendran. Hemos adoptado el método histórico-genético como formador de una síntesis del local. El objetivo es entender la formación de la territorialidad como resultado de la visita religiosa y su relación en el desarrollo de atractivo y, por tanto, del turismo. Por lo tanto, hemos conducido las entrevistas, observaciones indirectas y la investigación teórica sobre la religiosidad, el turismo, la ciudad y el mito. También trató de establecer conceptos de atracción turística, teniendo en cuenta su valor como bien de ocio y alienante de la sociedad y el patrimonio retratados como entrenador territorial y justificadas por la localidad en cuestión. Hemos definido las especificidades de esta forma de urbanización en relación con las visitas religiosas. Se observa que el reconocimiento de este compromiso del espacio facilita una mejor comprensión de la ubicación, facilitando futuras intervenciones.

Palavras chave: Turismo religioso, Aparecida (SP), territorialización.

Introdução

A movimentação do visitante configura novos arranjos socioprodutivos e espaciais. Dela desdobram-se, no local, mudanças diversas. Assim, intercambiam-se pessoas, objetos, representações e produção social e cultural, condição que se justifica, na atividade de visita que, de uma maneira específica, colabora para a sua construção territorial (SANTOS, 2004). Nesta pesquisa são estudadas essas transformações no maior centro de visita religiosa do País. A cidade santuário de Aparecida (SP), com seus mais de onze milhões de visitantes/ano (MORENO, 2009, p.78 e SANTUÁRIO NACIONAL APARECIDA, 2012) se torna um exemplo da formação e reconstrução do território, do mito e da atividade de visita religiosa.

No turismo religioso, dezenas de milhões de pessoas se deslocam, tendo como motivo maior a visita a centros de peregrinação de diversas religiões, distribuídos por todo o mundo. Sabe-se da força de atração de lugares como Meca, Roma, Jerusalém, Santiago de Compostela entre tantos outros. Entretanto, sua formação como destino turístico não se faz ao acaso. Por trás de um amplo arcabouço, estes destinos adquirem valores simbólicos numa lógica de representações espirituais justificadas por motivos litúrgicos e místicos na sua formação, como visita. Esses locais adquirem valores justificados como patrimoniais (STEIN, 2003) e memoriais (RIEGL, 1904), em seu estatuto institucional e popular. Inclusive, frequentemente, com um o apelo popular que antecipa as intenções da instituição religiosa, como ocorreu, por séculos, em Aparecida.

Neste estudo se reconhece a movimentação de pessoas ao Santuário Mariano de Aparecida como uma prática de turismo religioso. Para tal empreitada, analisam-se o significado do termo atrativo turístico, suas possibilidades presentes no senso-comum e no campo acadêmico. Sob a ótica de tal questão, aborda-se sua cidade-santuário por uma pesquisa que se estende do caráter heurístico ao levantamento de histórias de vida dos romeiros, dos padres redentoristas e dos empresários locais. Com tais ferramentas metodológicas, aproxima-se do ambiente geográfico e místico para formular justificativas da identidade simbólica do lugar. Assim, objetiva-se compreender a formação do atrativo, as maneiras de formação do santuário, seu desenvolvimento com a apropriação espacial e sua definição, estabelecendo uma relação com a visita religiosa. Desta maneira, espera-se compreendê-la como turística. Situação que justifica a alcunha de capital católica – religiosa, da fé, mariana – da nação brasileira. Nela contrastam os aspectos populares com as configurações institucionais da Igreja, expressadas, entre outras maneiras, na forma urbano-arquitetônica e as ações governamentais.

Método e procedimentos metodológicos

A visita religiosa se define em lugares específicos nos quais são formados arranjos socioespaciais resultantes da peregrinação religiosa. Desta maneira, diversas apropriações engendram territórios e suas territorialidades turísticas (CRUZ, 2000 e CÉSAR, 2011). Estes valores são pressupostos norteadores na formulação de um estudo das características do Santuário Mariano de Aparecida (SP). Desta forma, objetiva-se com a pesquisa compreender a territorialidade definida pelo Santuário, referência de visita da localidade.

Utiliza-se na pesquisa o Método lefebvriano de investigação e análise (LEFEBVRE, 1986). Este método, denominado de regressivo-progressivo, prevê três momentos distintos: o descritivo, o ana-

lítico-regressivo e o histórico-genético. Inicialmente proposto para proporcionar um aprofundamento dos estudos sobre sociologia rural, o método se mostrou versátil e de efetiva aplicabilidade a diversas outras áreas, notadamente a das Ciências Sociais. Consideram-se os aspectos históricos como primordiais para a compreensão da realidade/objeto estudado por sua amplitude na observação e uma maior consistência na compreensão dos resultados.

O Método regressivo-progressivo é aplicado sempre do presente para o passado, retornando ao presente posteriormente. Ele inicia suas observações no presente e se transpõe para o passado, elencando acontecimentos que o precederam e que explicam o momento inicial deste processo. Depois disso, inverte a sequência e volta ao presente, buscando compreender e vislumbrar as possibilidades contidas na atualidade em direção ao devir (VIANNA, 2013, p.24).

Os três momentos deste processo investigativo são detalhados por Souza (2009):

[...] a descrição do visível, a análise regressiva e a progressão genética. A descrição do visível é uma observação inicial da complexidade horizontal através da experiência e da teoria geral do pesquisador. Trata-se de um expediente para obter informações sobre a diversidade sócio-espacial do objeto de estudo. A análise regressiva faz um esforço para especificar as temporalidades existentes, por meio desta envereda-se pela complexidade vertical. A realidade é decomposta na tentativa de datar exatamente cada relação social revelada. Neste momento evidencia-se que o real não é equivalente e nem simultâneo, logo resulta de atos, de práticas e de representações que dificilmente são contemporâneas. O reencontro com o presente denomina-se de progressão histórico-genético, e alude a um presente elucidado, compreendido e explicado. Logo, as contradições sociais não são apenas das relações de classes, mas desencontros entre temporalidades e espacialidades, consolidando cada prática social diferente como uma possibilidade de negação do real. (2009, p.03)

Assim, estudam-se as formações espaciais, referenciando-as temporalmente e confrontando-as com lógicas internas e externas. Estas relações são definidas como síntese de formulações críticas. Inicialmente analisam-se e relacionam-se referências teóricas acerca deste local (BONATTI, 1983) com teorias do espaço turístico social-religioso (OLIVEIRA, 1999) e a área do planejamento do turismo (BENI, 1998; BOULLÓN, 1994; MULLINS, 1991). Reflete-se acerca do papel da formação da mística (MEGALE, 1998), do urbano (SANTOS, 2004), do movimento religioso (SANTOS, 1999), e de outras estruturas existentes, da cidade real urbana à mítico-religiosa. Realiza-se levantamento bibliográfico e observação indireta, acompanhada de conversas informais, história oral e entrevistas não estruturadas (LAKATOS e MARCONI, 1992; BOSI, 1994; CHIZZOTTI, 2005). Foram contatados religiosos e outros atores sociais de setores administrativos vinculados ao Santuário, servidores públicos das áreas de turismo, educação e administração municipal, diversos comerciantes de produtos religiosos e de serviços de hospitalidade, e outros funcionários das basílicas (antiga e nova) e da cidade de Aparecida (SP). Utiliza-se a técnica de Bourdieu (2003) desenvolvida por César (2007), para retratar os visitantes, enquadrando-os conforme suas representações e consumos simbólicos espaciais.

Colabora também para o entendimento da pesquisa o reconhecimento de atores sociais envolvidos com a formação da localidade religiosa, social e turística. Desta maneira, foram identificados religiosos, gestores e agentes políticos do local para entrevistas diversas. Estas, elaboradas sem uma estrutura formal definida, e desenvolvidas em forma de conversações livres, onde pontos fundamentais acerca da ocupação/apropriação espacial foram reforçados.

Desta forma, inicia-se com um levantamento da formação e distribuição urbano-arquitetônica. Nele, os equipamentos, os atrativos, a sociedade, as formas e maneiras foram analisados (BOULLÓN, 1994). Todo esse reconhecimento possibilitou definir um arcabouço teórico-metodológico. As estruturas existentes se justificam por condições anteriores, sua localização e compreensão explicam o segundo momento deste método na pesquisa. Sabe-se que “a cada momento histórico cada elemento muda seu papel e sua posição no sistema temporal e no sistema espacial, e a cada momento, o valor de cada qual deve ser tomado da sua relação com os demais elementos e com o todo” (SANTOS, 1985, p.9). Os processos de formação espacial, com seu jogo de forças e condições diversas, justificam todos os novos momentos. Neste recorte temporal estabelecido, busca-se compreender as complexidades espaciais das formações urbano-arquitetônicas da cidade, não esquecendo que essas são formas-conteúdo, parte de totalidades espaciais, que têm contradições como toda sociedade. Essas são apresentadas no decorrer das realizações do mítico que adquire valor social como atrativo turístico religioso impulsionando uma específica urbanização.

Direciona-se o estudo à relação inerente entre a atratividade e o processo de fé e devoção. Esta se refere à presença de uma imagem sacra, recurso precursor da produção de um espaço social. Este panorama resulta em lógicas urbano-arquitetônicas. Entretanto, o fenômeno da visitação em Aparecida não é fato do acaso. Na localidade, notam-se atores diversos, envolvidos com a formação deste centro de visitação religiosa referencial no Brasil. Nele, elaboram-se materialidades que justificam distribuições espaciais para atender a lógicas hegemônicas diversas e outras expectativas, como as populares. Relação contraditória estabelecida desde o início do processo e que resulta em espaços definidos por forças, demandas e ideologias complexas.

Reflete-se acerca das atratividades existentes. Faz-se, assim, uma referência inicial à imagem de Nossa Senhora (N.S.) da Conceição, hoje de N.S. de Aparecida, localizada hoje no interior da Basílica. Dela, ou seja, da devoção a Ela, resulta uma formação urbano-arquitetônica, utilizada para acolher visitantes, principalmente os devotos. Nota-se a constituição de equipamentos de hospitalidade, dos serviços diversos oferecidos aos romeiros, em uma cidade que se funda nesta religiosidade e sua configuração urbano-turística. Busca-se, também, compreender os valores subjetivos de fé e espiritualidade como resultantes e formadores de um turismo cultural, bem como reconhecer os atores e ações definidores de seu turismo. Neste panorama, a reelaboração da produção sócio-espacial justifica sua urbanização turística (CÉSAR, 2010).

O atrativo

Torna-se uma tarefa complexa definir atrativo, e especificamente atrativo turístico. Diversas pesquisas foram produzidas acerca da sua definição, abordando-a por áreas, como no marketing (KOTLER, HAIDER, IRVING, 1994), no planejamento (BOULLÓN, 1994), na teoria do turismo (BENI, 1998), entre outras. Todavia, ao procurar um conceito específico que sustente seu estatuto, encontram-se valores divergentes, contraditórios e fronteiras efêmeras.

Na prática comum, pode-se facilmente defini-lo. Assim, sabe-se que o Morro do Corcovado com o Cristo Redentor, a Torre Eiffel de Paris, o Carnaval do Rio de Janeiro, a parada LGBT de Nova York e a de São Paulo, e o Mickey em Orlando são atrativos turísticos. Termo este que se subdivide por uma taxonomia utilizada na academia em: cultural, de eventos, monumental, entre outras tantas classificações (BOULLÓN, 1994). Sabe-se, inclusive, que existe a ideia de que certos símbolos que

definem cidades turísticas são atrativos, tais como as praias para uma área litorânea visitada (como Natal-RN), ou as montanhas em áreas de esportes de inverno (como Aspen-Eua). Em todos esses casos, não há dúvida, trata-se de atrativos.

Afirma-se, coerentemente, que ao atrativo turístico se atribuem valores que possibilitam a prática de visitação. Tem-se uma noção, oriunda do senso comum, de que certos objetos e ações são passíveis de terem atratividade. Assim, espera-se deles certa valoração que transcende a lógica original, possibilitando fluxos de deslocamento. O atrativo é uma construção social, com estatuto em outras dimensões como a cultural, religiosa, econômica, etc., que adquire força de representação.

Os atrativos definem destinos específicos que são objetos de operadoras, governantes, investidores e, principalmente, de visitantes (turistas). Desta maneira, certas localidades turísticas se destacam pelas diversas possibilidades de visitação. Estes locais são definidos como turísticos por possuírem arcabouço de atrativo e posicionamento de produto.

Quando deparamos com uma localidade sendo oferecida por uma agência de viagem, não há dúvida de que se trata de uma localidade com atrativos turísticos. Porém, um atrativo se estabelece por complexas formações, nas quais uma amálgama de elementos socioculturais se coloca em ação para defini-lo. O atrativo está à mercê das necessidades dos consumos simbólicos, dos familiares à autoestima, entre outros. Assim, reflete-se, neste estudo, acerca daqueles atrativos definidos como do turismo cultural, retratando os que agregam valores religiosos. Nele, especificamente, atribui-se a este fenômeno a visitação à monumentalidade religiosa de um determinado lugar, que, no caso específico, refere-se à Aparecida. Pensa-se, aqui, em monumento no sentido de memória (RIEGL, 1904, p. 11).

O atrativo no estatuto do turismo cultural

Na formação do estatuto do turismo cultural, diversos elementos constituintes, das representações do espaço, são envolvidos. Esses se estabelecem por uma série de ações que justificam a existência de objetos específicos que impulsionam a visitação. Assim, constituem-se os atrativos de visitação cultural e religiosa.

Pode-se definir o atrativo como representação sociocultural. Nele, suas condições e contradições se estabelecem em elaborações diversas, oriundas de forças internas, intrínsecas e externas. Delas, para o turismo, destaca-se uma *atratividade*, hierarquizada que resulta de valores, entre outros interesses que competem e engendram. No seu estatuto, realizam-se, definindo-se como *patrimônio*. Nele, posicionam-se, referenciando em diversas escalas e ideologias, que se retratam socioculturalmente a um respectivo povo, desdobrando-o por diversos interesses. Seus atores sociais têm lógicas diversas de apropriação espacial, social, cultural, econômica, simbólica, entre outras. Assim, sua distribuição e apropriação espacial estabelecem territórios que resultam em territorialização e, conseqüentemente, em patrimonialização, como proposto por Stein (2003).

No patrimônio, muitas vezes, sua razão e necessidade de existência, associam-se a eventos diversos. As realizações de acontecimentos se referem a alguns momentos específicos. Esses podem determinar sua monumentalidade, associando sua grandeza por relações temporais que a justificam. Entretanto:

Ao monumento associa-se a lógica da memória, algo que seja significativo para um grupo de pessoas, embora, muitas vezes, o termo monumental reporta à materialização da grandeza. A pequena imagem

de Nossa Senhora da Conceição, aparecida no Rio Paraíba e exposta na Basílica Nacional, por exemplo, apresenta valores de monumentalidade para a fé cristã (CÉSAR, 2007, p.117-8).

Neste contexto, duas categorias se sobressaem inicialmente: o patrimônio e o monumento. Estes, muitas vezes abordados por sua construção primeira, positivistas e no ideário do iluminista, devem ser formulados por estatutos que condizem com a contemporaneidade. Na sociedade atual, suas complexidades sobrepõem o consumo à produção, incorporando novos paradigmas que devem ser conceituados. Afinal, o patrimônio se associa às simbologias identificadas de uma nação, a uma microestrutura familiar. Lógicas muitas vezes contraditórias realizadas hoje na elaboração dos valores para as práticas socioculturais. O monumento, há tempos relacionado à grandeza, está, em constante dialética entre tal questão e a memória, por uma abordagem que remete às representações cotidianas. Deve-se assim, abordar suas relações abstratas, ideológicas, mas também outras atuais que envolvem o sujeito.

Reflete-se acerca da importância dos monumentos nas cidades históricas:

En las ciudades históricas, los monumentos tienen funciones tan complejas que el concepto de función no consigue agotarlas. Recuerdan y evocan, hacen presentes un presente y un futuro. Son la memoria de la Ciudad y su cimiento. Unen y reúnen: catedral, palacio, teatros, edificios diversos. Los símbolos las cubren; símbolos generalmente mal comprendidos, que se diluyen de generación en generación, pero tan ricos que la percepción denominada “estética” sólo alcanza generalmente la sombra de los simbolismos.(LEFEBVRE, 1978, p.130)

Da mesma forma, o município de Aparecida, a despeito de ter sido fundado nos anos de 1800, sendo, portanto, uma cidade secular e de valores históricos, tem dentre seus atrativos os monumentos voltados à religiosidade. Tão imponentes quanto os que se destacam dissociados do contexto religioso – no caso, em outros municípios –, os monumentos de Aparecida representam todo o contexto em que a cidade se desenvolveu e se mantém, sob a influência do poder eclesiástico, sendo então, um símbolo do poderio desta instituição, a ser mantido, preservado concreta e verbalmente, para a propagação de uma ideologia, filosofia ou vertente político-econômica.

A significação da monumentalidade não se apresenta aos que a visitam sequer aos que desfrutam deste espaço em sua cotidianidade. Os primeiros, pelo encantamento da visita rápida, repleta de idealizações; os últimos, pelas alienações do cotidiano. Lembrando que Konder (2009, p.81) ressalta que a consciência religiosa é a forma por excelência do pensamento alienado.

O conceito de alienação elaborado dentro da filosofia marxista tem como predecessores os estudos e as determinações de diversos filósofos, sendo Hegel o de maior importância para sua reelaboração. Mesmo discordando do caminho proposto pela filosofia hegeliana, foi através dele que Marx trilhou o caminho para a reconstrução do conceito de alienação, agora mais amplo, contemplando diversos aspectos de sua existência, sem, no entanto, se limitar a uma só abordagem.

Segundo Konder (2009), o conceito de alienação elaborado por Marx consiste na base para o desenvolvimento posterior de todo o pensamento marxista e se apresenta, implicitamente, em todos os seus desdobramentos. Desta forma, verifica-se que o fetichismo da mercadoria, é, na verdade, um olhar mais acurado sobre um dos aspectos da alienação, a econômica, sobre a sociedade capitalista.

Na perspectiva marxista, a alienação se concretiza quando aquilo que é criação do homem se afasta (aliena) dele, torna-se-lhe estranho, volta-se contra ele. Esta visão finda por coincidir com o

conceito de reificação apresentado por Lukács (apud KONDER, 2009), que se caracteriza como um processo mediante o qual determinada relação concreta entre homens é dissimulada por uma “objetividade ilusória” e assume a feição de “coisa”. Para Marx (GRESPLAN, 2008), o fenômeno da alienação deve ser entendido a partir da atividade pela qual o homem produz seu meio de vida e que o distingue dos outros animais: o trabalho. Mesmo não se limitando a alienação à relação econômica, percebe-se que esta é a sua base, sendo a alienação econômica o centro do fenômeno como um todo. Assim, pode-se dizer que a alienação é fruto da divisão do trabalho. Baseando-se nas observações acerca do conceito de alienação elaborado por Marx, Lefebvre tece suas considerações, afirmando taxativamente que: “o homem é alienado: arrancado de si, transformado em coisa, incluindo sua liberdade” (LEFEBVRE, 1961, p.209. Tradução nossa).

Trazendo a abordagem da alienação para a vida cotidiana e, mais especificamente, para o universo do turismo, pode-se afirmar que a alienação provocada pela atividade atinge não apenas o viajante, mas reflete diretamente sobre a cotidianidade do lugar escolhido como destino.

A alienação do lazer, ao se instalar nos espaços da cidade, cria uma realidade ilusória, com a qual não há relação real e de permanência. Essa transitoriedade, aliada à força do envolvimento que provoca em todos – turistas e moradores –, finda por criar um espaço que não existe de fato, com situações artificiais e relações frágeis e rasas. A consequência desse processo se verifica na perda da identidade cultural em função da adoção de valores que não compõem a base comportamental original da comunidade receptora. O passo seguinte é a degradação dos hábitos e costumes que se verifica em todos os aspectos da vida cotidiana.

A perda ou o esmaecimento do referencial identitário da comunidade dá origem a duas outras questões de caráter problemático: a primeira se refere à debilidade e posterior desintegração do sentimento de inerência do morador em relação ao seu lugar, criando-se então, o não pertencimento. A segunda questão, reflexo inconteste da primeira, se traduz na concretização dessa perda de identidade, configurada, agora, na arquitetura da cidade. É o surgimento de um espaço repleto de referências culturais dissociadas do local onde estão estabelecidas, cuja relação com o todo é superficial e fugaz. Um lugar que não é real para quem visita, nem para quem recebe. Uma espécie de lugar virtual, que só existe com um objetivo específico, em situações predeterminadas, como um espetáculo, onde não há espontaneidade. Um lugar que congrega características de diversos outros, perdendo sua originalidade, adquirindo um aspecto homogêneo e sem diferenciais (CARLOS, 1996).

Carlos (1996, p.20) nos diz que: “O lugar é a base da reprodução da vida e pode ser analisado pela tríade habitante-identidade-lugar”. Assim, desconsiderada a relevância da união destes três elementos, o capital se expande, metamorfoseando relações, culturas e suas representações concretas, objetivando novas possibilidades e alimentando o surgimento de espaços híbridos, sem essência e particularidades.

As tentativas de se romper esse processo de homogeneização – causa e consequência da alienação – se dão em um ambiente de insatisfação, desestruturação social, violência e desigualdades, terreno fértil para a criação e o desenvolvimento dos movimentos sociais, fato que desaliena em relação à situação existente, mas pode provocar uma nova alienação, confirmando o movimento contínuo de alienação-desalienação-nova alienação.

Assim, analisando as diversas possibilidades de alienação, seus desdobramentos, seu fim e seu permanente recomeço através de uma reconfiguração incessante, Lefebvre afirma: “A alienação é, portanto, infinitamente complexa” (1961, p.211).

É importante ressaltar que o lazer, aqui representado pelo turismo, seja ele de que segmento for, aparece nas relações sociais e econômicas como o não cotidiano, mesmo que integrando o cotidiano.

A percepção desta relação dúbia se dá pela compreensão do conceito de alienação. E é através deste que se pode perceber, também, as diversas formas com que a população residente, os visitantes, o empresariado e o Estado se relacionam com a atividade turística e se configuram como *stakeholders*, agindo, cada um à sua maneira, de forma a atender a seus próprios interesses.

O patrimônio cultural e religioso: definindo o atrativo

Estabelecido o recorte de análise da pesquisa, configura-se neste momento o patrimônio como conceito adotado. Assim, busca-se o entendimento do valor cultural e religioso em Aparecida. Nele, têm-se como categoria os valores trabalhados ao longo da pesquisa como atrativo, além de sua relação no território e no espaço urbano apropriado.

Reflete-se acerca da imagem de Nossa Senhora de Aparecida, a Basílica Nova e todo o complexo do Santuário Mariano relacionado. Todos esses se engendram com a cidade, o urbano, e as dimensões do catolicismo nacional. Assim, observa-se que ao patrimônio religioso agregam-se valores mítico-espirituais na sua formulação e interpretação. Este deixa o objeto patrimonial com uma compreensão mais direta, nas paredes, nos vitrais, nos eventos religiosos no interior do local em questão. Todo o processo de catequese e herança de valores religiosos possibilita inclusive uma educação patrimonial. Nele, as pessoas mantêm uma relação íntima com o local, param, contemplam, apreciam e buscam entender, mesmo visitando pela primeira vez. Normalmente, não compreendem os motivos ideológicos nas opções arquitetônicas. Assim, o neorromânico das paredes e as formas do complexo da Basílica Nova, associados à aproximação com as lógicas das forças hegemônicas do Vaticano passam despercebidos, embora incorporado ao cultural. O devoto busca referências nas formas de símbolos cristãos, ou seja, a cruz, a cúpula, a abóbada, a luz do jogo do externo-interno e suas ligações, como sua referência social e espiritual, entre outros elementos valorativos (BRUSTOLONI, 1998).

O usuário, frequentemente o devoto, mantém uma relação de patrimonialização com o templo religioso, embora normalmente os visitantes tenham uma relação pré-estabelecida com o lugar, pela origem cristã. Nele, o patrimônio reflete uma relação de acolhimento, provavelmente estabelecido pela condição de religiosidade.

A localidade de Aparecida representa uma síntese do rito (romano) e do mito (popular). Questiona-se sobre o que, afinal, atribui valor a esta relação. Uma pista nos dão os dicionários. O rito, do latim *ritu*, pode ser definido como “regras e cerimônias que se devem observar na prática de uma religião”, o que pode ser como em “qualquer cerimônia de caráter sacro ou simbólico que segue preceitos estabelecidos”. Conceituamos mito, do grego *mythos*, - ‘fábula’- e pelo latim *mythu*, como “narrativa dos tempos fabulosos ou heróicos” ou a “representação de fatos ou personagens reais, exagerada pela imaginação popular, pela tradição” (LACERDA, 1994). Para Bonatti o rito é uma “necessidade de todo homem e é encontrado em todas as culturas. Faz parte da vida e ocasião de fazer uma oferta ou de ter um contato especial com alguém especial” (BONATTI, 1983, p.65). Nele tem como a interpretação da própria vida, de seus hábitos e costumes. Cria-se uma relação íntima e pessoal entre o objeto e o observador.

No catolicismo, embora os ritos fossem, durante séculos, elaborados pelas peculiaridades culturais de cada povo que os absorvia, seu processo de romanização faz-se em todos os lugares, por uma linguagem comum. Situação atribuída à necessidade de se manter um catolicismo “oficial ligado a uma visão e formação da teologia católica mais racional ensinada sob a orientação de Roma”

(BONATTI, 1983, p.98). Tal linha contrasta com a multidão dos católicos, que se mantém mais pela tradição oral ou pela pressão social do grupo. Tem-se, assim, uma constante relação das práticas religiosas entre um catolicismo mais simples e popular e das ordens e dogmas de Roma. Na cultura popular vivencia-se, pela percepção cotidiana, a figura de Jesus Cristo, Nossa Senhora e dos Santos, muitas vezes em confronto com o próprio Evangelho da Igreja Católica e sua lógica canônica (CNBB, 1983). O culto popular se aproxima, também, de outras tradições espirituais, permanecendo no “meio do povo brasileiro traços de uma religiosidade medieval com suas crendices, mágicas, bruxarias e fatalismo determinista” (BONATTI, 1983, p.85-86).

A adoção de valores da cultura africana é observada, por exemplo, no “profundo respeito à família, à solidariedade, à acolhida e à hospedagem, o sentimento de fecundidade e da vida, o sentido da festa e da alegria espontânea” (BONATTI, 1983, p.97). Suas manifestações de fé são também justificadas por um “conteúdo do inconsciente coletivo” povoado de ‘arquétipos’ (RUTHVEN, 1997, p.33-35). Definem-se figuras mentais como imagens universais cujo contato remete a uma extraordinária sensação de libertação. O indivíduo se sente como se fosse transportado ou cativado por um poder irresistível.

No Santuário de Aparecida, o grande rito que se mistifica é o de uma “santinha de barro”, em louvor a Nossa Senhora da Conceição, feita nos arredores de São Paulo, com as características marcantes de ser branca e pertencer à “aristocracia” colonial. Esta se desprende de sua “dona”, sendo lançada ao Rio Paraíba. Foi resgatada pela gente simples, transfigurada na cor negra, a cor da classe mais desalentada e oprimida. A imagem de Nossa Senhora da Conceição aparecida no Rio Paraíba do Sul torna-se interlocutora do mundo terreno com o criador espiritual. Assim, o valor da fé cristã-católica cria a referência para a visita (BONATTI, 1983). Define-se a referência de atração para o deslocamento de milhões de romeiros a Aparecida.

Cidade santuário – o lugar, o místico e o urbano

Sabe-se que “abordar a problemática do Turismo Religioso impõe um olhar específico que resulte da intercepção do estudo das suas componentes espacial (...) e de espiritualidade (o campo próprio da dimensão religiosa)” (SANTOS, 1999, p.14). O estudo do ambiente pode ser pontuado por meio de três histórias distintas: a da Santa e do “marianismo” religioso no Brasil, a do santuário e da cidade. É muito difícil separar as duas últimas, por tratarem da história de uma cidade-santuário, que surgiu concomitantemente.

Situado no Vale do Paraíba paulista, atualmente o município de Aparecida conta com uma população de 35.007 habitantes, em 121 km² (IBGE, 2010). Esta região se caracteriza como ligação geográfica entre as duas megalópoles brasileiras, São Paulo (SP) e Rio de Janeiro (RJ). Marcantemente, há mais de dois séculos, a pujança da peregrinação e da hierarquia católica têm tornado o local um território com autonomia própria, conquistando, concomitantemente, a sua elevação a município e diocese (BRUSTOLONI, 1998). Outra característica desta região, seu rio principal, o Paraíba do Sul, apresenta-se como elemento geográfico e de integração histórica. Soma-se o fato de ter sido encontrado nele a imagem da Santa de devoção. Tem-se, assim, a imagem e o rio como referência histórica e geográfica.

Ao processo de formação territorial de Aparecida, como cidade e município, associa-se a devoção a Nossa Senhora. Desta maneira, seu início remete ao período colonial, à condição de escravidão, e

à “pesca” da imagem de Nossa Senhora da Conceição “aparecida” no Rio Paraíba. Não se pretende descrever as especificidades religiosas, mas o fato que origina e desenvolve pontos e territórios para esta devoção. No Santuário atual, ainda se mantêm algumas características originais. Entretanto, desenvolve-se nele uma nova ótica, com a construção de toda a monumentalidade espacial da basílica e, finalmente, com a construção do Centro de Apoio aos Romeiros. Nele, auditórios de eventos para a utilização de diversas instituições oficiais e de peregrinos somam-se à estrutura de compras e gastronomia.

O povoamento de Nossa Senhora da Conceição iniciou-se em 1743, quando foi autorizada a construção de uma pequena capela para sua devoção, pelo vigário de Guaratinguetá (SP). Inicialmente vinham peregrinos isolados que realizavam, espontaneamente, um itinerário árduo. Esta era a situação, entre a segunda metade do século XVIII e a primeira metade do século XIX. O aumento do número de romeiros é nítido na segunda metade do século XIX, com o desenvolvimento da cultura do café (WERNER, 1993, p.84), e, principalmente, com a criação de acesso ferroviário.

Neste período, a região se encontra no ciclo econômico cafeeiro. Assim, a prosperidade da região possibilita a reprodução socioeconômica em Aparecida, com a construção da primitiva basílica, com aspectos característicos de uma arquitetura tardia barroco-colonial. Nessa localidade, com a decadência deste ciclo produtivo, não se sente tanto seus efeitos econômicos negativos. Sua opção de centro de religiosidade, comércio e serviços de visitação já estabelecia nova ordem socioespacial. A capela com duas torres desde 1780 sofre uma transformando no seu interior, nas naves, na fachada e nas torres, finalizada em 1888. No ano de 1893, a comunidade religiosa se desliga da diocese de Guaratinguetá, ficando vinculada diretamente à da capital do Estado de São Paulo. Essa situação *sui generis* pode ser compreendida como uma preocupação e zelo religioso e financeiro da Cúria Romana com o local.

No ano de 1894 são convidados para administrar o santuário e impulsionar o movimento de romeiro, os padres Redentoristas. Eles tinham experiência na administração de Santuários e no tratamento aos romeiros, estando à frente deste trabalho no Santuário de Nossa Senhora de Altötting, na Bavária (Alemanha). Tal situação conferiu experiência e técnicas específicas adquiridas no gerenciamento de áreas de visitação e peregrinação. Esperava-se, assim, estimular e organizar a pastoral do santuário “moralizando e reorientando” (WERNER, 1997, p. 83). São introduzidos métodos usados na Alemanha, como as romarias programadas que predominaram de 1900 a 1950. Esse período coincide com o acesso ferroviário à cidade.

Na República, e, fundamentalmente no Estado-Novo, a cidade é denominada como capital religiosa da nação brasileira. Coincide com a empreitada da Igreja Católica na construção de um templo em uma arquitetura romanizada e com dimensões para ser o maior centro de peregrinação e romarias do País (BRUSTOLONI, 1998). Assim, no Congresso Mariano de 1931, no Rio de Janeiro, a ideia da construção de um novo templo mariano ganhou força, concretizando-se décadas depois. Reforçou-se, assim, a pretensão de um novo projeto para a Basílica de Aparecida, cidade recém-emancipada. Tal período coincide com a reorganização sócio-espacial do Vale do Paraíba, que resulta na construção da Rodovia Federal Presidente Dutra - autoestrada que transforma a paisagem da região e da cidade com seus automóveis, caminhões e, sobretudo, ônibus (WERNER, 1993, p. 87). A modernização ainda contou com a ligação comunicativa da rádio Aparecida, fundada em 1951, transmitindo mensagens do santuário para todo o país e fortalecendo o fluxo de devotos, aproximando-os.

A maneira de informar e de contato universaliza as relações religiosas e “tende a atrelar o santuário com o poder monolítico do clero tradicional” (OLIVEIRA, 1999, p.267). Aparecida, então,

representa muito mais que uma localidade de oração e fé. Constitui-se como centro de formação de padrões e costumes. Nela, milhões de pessoas transitam anualmente e as romarias definiram-se pelos atuais contextos contemporâneos, sendo que “ultrapassam a finalidade religiosa” (OLIVEIRA, 1999, p.270). A localidade se torna de consumo religioso, de idéias, de produtos religiosos, de souvenirs e do que mais o romeiro precisar e puder adquirir.

O local representa a síntese entre devoção e prática de visitação à cultura religiosa. Na visitação ao Santuário de Aparecida valores místicos ritualísticos e festivos são inseridos na peculiaridade do ambiente turístico cultural de caráter religioso. Assim, na metade do século XX, ao iniciar a construção do novo templo, o governo federal inaugura um moderno acesso rodoviário. Se antes o processo de catequese se fazia com o aluguel de vagões ferroviários e a presença de religiosos que iriam transmitindo os parâmetros esperados, ao longo da viagem e pelos romeiros pessoalmente, no meio do século XX, novas tecnologias configuram o processo de comunicação. Com a modernidade, os automóveis, os caminhões e, sobretudo, os ônibus transformam a paisagem (WERNER, 1993, p. 87), e as informações difundem-se para todos, por diversos meios. As novas representações associam o santuário com o poder monolítico do clero tradicional e, mesmo, comunicando-se com as camadas sociais mais baixas por fatores simbólicos da organização da sociedade brasileira (OLIVEIRA, 1999, p.267).

Figura 1. Basílica nova e a Passarela da fé



Fonte: Foto do autor (2010)

A sociedade se transforma, o consumo se torna expressão clara das relações que configuram as romarias na cidade. Ultrapassa-se, portanto, a finalidade religiosa com os valores de reza, compra, passeio, convivência e contemplação (OLIVEIRA, 1999, p.270). Cria-se no santuário uma correspondência dos trabalhos espiritualizados com os apelos de uma sociedade urbanizada, consumista, deslumbrada pela mundialização das técnicas e comunicações, mas extremamente temerosa ante a crise dos valores morais, econômicos e espirituais no progresso e no futuro. Desta forma, “os elementos da pós-modernidade nacional convivem com as imagens e rituais medievais; ali onde o novo

e o velho templo se interligam pelos poucos metros da Passarela da Fé” (OLIVEIRA, 1999, p.271) (Figura 1).

Hierarquicamente, pode-se posicionar Aparecida como um santuário internacional, tendo estatuto da pós-modernidade na redefinição de signos, imagens e ritos medievais. Uma ponte - a Passarela da Fé - simboliza a tradição e a modernidade ao ligar a antiga basílica à nova. Nota-se que a dimensão geográfica do espaço turístico de Aparecida pode perfeitamente alcançar dimensões continentais. A região de influência definida poderá ser uma boa parte da região Sudeste, e até mesmo do País, ou da América do Sul. O sistema de romarias, em milhares de grupos, cria corredores turísticos (BOULLÓN, 1994) em toda a extensão do Vale do Paraíba e áreas limítrofes, apesar de sua baixa utilização, como elemento turístico.

Algumas considerações socioespaciais

O santuário e as romarias a ele dirigidas simbolizam a não aceitação da ideologia dominante, embora de maneira ambígua, pois estão sujeitos à contínua ação recuperadora e manipuladora por parte do sistema central (HOORNAERT, 1992). Libertação e alienação são termos presente em todo processo socioespacial. Desta maneira, os santuários mantêm uma relação ambígua e provisoriamente alternativa; no Brasil “simbolizam e guardam uma força popular que não conseguiu manifestar-se plenamente até hoje”. (HOORNAERT, 1992).

A Igreja, como instituição, desenvolve técnicas para o crescimento turístico ao mesmo tempo em que se suporta na mística religiosa. Há o interesse da Igreja por outras técnicas de vanguarda do turismo e esta confia num potencial de turismo histórico, cultural e religioso para o incremento do processo de peregrinação. Na última década, a criação, no local, de um complexo de equipamentos turísticos com área para eventos, descanso, entretenimento, compra, praça de alimentação atribui a ele uma nova configuração espacial e posicionamento social. A área é oficialmente denominada de Centro de Apoio aos Romeiros e chamada por eles, carinhosamente, de Shopping. Nele, reproduzem-se o consumo e a hospitalidade.

Todos esses arranjos e eventos têm, como característica, relações contraditórias. A igreja popular, mais presente que instituição religiosa, define suas próprias maneiras de representações simbólicas. Assim, a fé como verdadeira matéria-prima da impulsão da visitação, homologa roteiros de visitação. Aparecida se caracteriza por uma presença marcante de serviços e produtos laicos e religiosos, que elaboram as próprias lógicas urbana, social, cultural e religiosa. A nova concepção, definida pela atual basílica romanizada, impetra certa urbanização, com um aspecto haussmanniano¹, definindo um novo eixo urbano, com a abertura da avenida, à frente e nas laterais, em um local que intercala pequenos planaltos e morros.

Soma-se a Passarela da Fé, que une a lógica urbana do período colonial/imperial com as contemporâneas. Edificada para integrar todos os arranjos produtivos, acrescenta às estruturas tradicionais os novos circuitos (das redes de franchising), não descartando nas margens os circuitos inferiores (SANTOS, 2004) da economia (com seu comércio ambulante). A própria distribuição de serviços

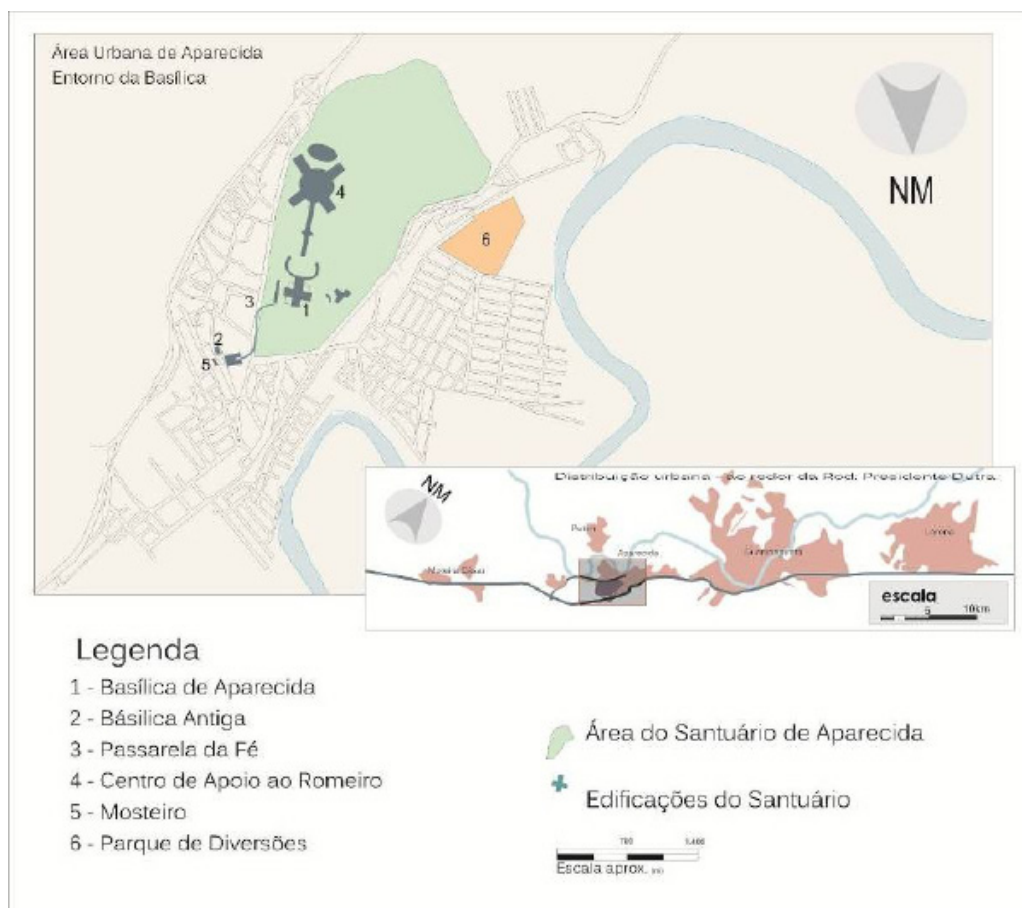
¹ “A modernização urbanística tem como marco inaugural a grande reforma urbana implantada na cidade de Paris pelo barão de Haussmann, entre 1853 e 1869. A partir deste momento Paris torna-se um modelo urbano para muitas cidades de várias regiões do mundo”. (FOLLIS, 2004, p.16)

na Rodovia federal sofre influência das romarias, bem como o surgimento de uma nova estrutura religiosa católica a alguns quilômetros, o santuário do movimento católico Canção Nova.

Observa-se em Aparecida, uma riqueza de entendimento dos seus valores, oriunda das complexidades existentes. Entretanto, ao identificar todo o processo de visitação religiosa, notamos a existência de novas urbanizações. Nele, pode-se classificar como urbanização turística, utilizando o termo adotado e reconhecido por Müllis (1991) e César (2010), em espaço apropriado para o culto e seu entorno que reforçam relações entre atrativo e serviços ao visitante (Figura 2). Os equipamentos, os atrativos, os serviços diversos e seus eventos, suprem as necessidades de milhões de excursionistas (romeiros) que se deslocam anualmente a esta localidade.

Na pesquisa, faz-se um recorte no Santuário de Aparecida (SP). Embora, para o seu entendimento, observa-se a existência de uma cidade engendrada diretamente com as práticas de visitação a este local. Nela, a complexidade da formação da atratividade e sua realização com a edificação de milhares de metros quadrados de edificação para receber os devotos foram a referência espacial.

Figura 2. Relação urbana: Basílica, Santuário e cidade de Aparecida.



Fonte: Elaboração própria, 2013.

Observa-se que para o marketing, uma atividade turística está relacionada com a constituição de um produto turístico. Esse se define pela existência do atrativo, infraestrutura urbana, equipamentos turísticos e de hospitalidade de modo geral, um arcabouço de superestrutura, normalmente definido

por políticas e diretrizes, além de uma relação entre oferta e demanda. O Santuário em questão força a transformação de outros locais da cidade e região, criando estruturas de meios de hospedagem, lugares diversos de apoio às demandas e necessidades dos visitantes, uma ampla oferta de alimentação além de outros serviços e equipamentos. Todos, inclusive, extrapolando os limites do município de Aparecida (SP) e definindo regiões e rotas de fé, consumo e serviço.

Não se espera aqui distinguir as demandas. Sabe-se que existem desde pessoas que se deslocam ao Santuário para realizar sacrifícios físicos e mentais, a grupos que buscam entretenimento e conforto espiritual, viajando com conforto. No decorrer da pesquisa, foram observados visitantes indo ao local de helicóptero, outros levando carro de luxo para ser abençoado, e até pessoas indo a pé. Provavelmente, esta diversidade social é somente um recorte das possibilidades e condições de católicos no País e mesmo de outros países, que visitaram o local.

A pesquisa pontua a importância de se reconhecer as múltiplas formas de territorialidade. Embora a mesma, por um recorte epistemológico tenha trabalhado especificamente com aquela definida no Santuário, foram observadas as definidas por outros acontecimentos religiosos, como as áreas de identificação de Santo Frei Galvão, nascido na vizinha cidade de Guaratinguetá, e que para alguns compõem a oferta de lugares visitados. Espera-se, assim, contribuir para uma vasta pesquisa acerca de turismo religioso no país.

Considerações finais

Já vai longe o tempo em que Aparecida era uma cidadezinha colonial e guardava como características principais a dormência e a monotonia dos pequenos núcleos habitados de então. Desde 1717, quando foi encontrada a imagem da Santa, até os dias de hoje, não há outro ponto em comum de maior importância, a não ser a questão religiosa.

Do culto no lar, iniciado logo em seguida ao encontro da imagem, Aparecida foi crescendo e atraindo cada vez mais visitantes, ditos romeiros, para pedir graças, pagar promessas ou mesmo vivenciar algo diferente.

Hoje, com cerca de 35 mil habitantes, Aparecida tem um fluxo anual de aproximadamente sete milhões de pessoas (DIAS; SILVEIRA, 2003). Este fluxo temporário, indiscutivelmente, vem provocando mudanças significativas na configuração urbana, e que aumenta periodicamente, como num processo de retroalimentação. Este fluxo contínuo e crescente gera novas demandas, novas necessidades e novos arranjos espaciais.

O chamado turismo religioso, como é o caso do praticado em Aparecida, tem como diferencial, em relação ao turismo tradicional, a motivação que gera o deslocamento (DIAS, 2003). E assim como ocorre na atividade turística em geral, no local visitado haverá sempre a necessidade de adequação do espaço para se implantar a nova infraestrutura, capaz de atender às necessidades do momento: hotéis e pousadas, restaurantes, estacionamentos, comércio e serviços diversos.

A transformação da localidade, decorrente destas adaptações, da produção do novo espaço, gera também mudanças de caráter cultural, as quais a população residente nem sempre está preparada para aceitar.

A cidade, cuja religiosidade determinava os rumos a serem seguidos e atraía a atenção de romeiros e visitantes, vive hoje um fluxo inverso: é a visitação que determina os rumos dos acontecimentos, a apropriação do espaço, a nova ordem urbana, como pode ser observada na constituição cartográfica do município e da cidade de Aparecida.

A transformação de Aparecida em um destino turístico de grande interesse, a partir da abertura da Rodovia Federal Presidente Dutra e da construção da nova Basílica, provocou impactos significativos, provavelmente associando a uma mudança de características e valores imobiliários, além da alteração de hábitos e costumes, provenientes da visitação massiva, agora com facilidades de acesso.

A dinâmica religiosa e turística propiciou a expansão do comércio local, antes voltado para o consumo de produtos religiosos onde já se encontram os mais diversos produtos importados, símbolos de outras crenças, e produtos voltados para o segmento de superstições e misticismo, outra mudança significativa no rol de atividades derivadas da relação do turismo religioso com a cidade em si.

Considerando todos estes fatores, e, lembrando que a conjunção turismo-religião é que move a economia e a cultura locais, e que a cidade, em sua quase totalidade depende economicamente dela, há que se reconhecer a importância desta associação para o desenvolvimento socioeconômico do município, assim como das cidades localizadas em seu entorno.

A despeito deste desenvolvimento há que se trazer à luz questões de caráter crítico acerca dos impactos gerados por esta confluência de interesses da Igreja, do poder público, do empresariado, e até mesmo da população residente, apesar de ser esta última a que vivencia de imediato as consequências desta relação.

Estas são algumas das muitas questões a que não se pretendeu responder neste artigo, mas que representam outro aspecto de considerável importância para, associado aos estudos sobre a produção do espaço se compreender a dinâmica urbana, sua relação efetiva com a atividade turística, e quem são, de fato, os agentes que atuam e determinam os caminhos trilhados nas localidades onde turismo e religião se fundem e passam a dominar todos os aspectos da vida cotidiana.

Referências bibliográficas

BENI, M. C.. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC-SP, 1998.

BONATTI, M. **Liturgia, comunicação e cultura**. São Paulo: Salesiana Dom Bosco, 1983.

BOSI, E. **Memória e Sociedade: Lembranças de Velhos**. 3a ed. São Paulo, Cia. das Letras, 1994.

BOULLÓN, R. C. **Planificación del espacio turístico**. México (DF): Trillas, 1994.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. 5ed. (Introdução Sergio Miceli). São Paulo: Perspectiva, 2003.

BRUSTOLONI, J. **História de nossa senhora da Conceição Aparecida: a imagem, o santuário e as romarias**. 10ªed. Aparecida (SP): Santuário, 1998.

CARLOS, A. F. A. **O lugar no/do Mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.

CÉSAR, P. A. B. **As representações do espaço arquitetônico: uma proposta metodológica aplicada ao centro histórico da cidade de São Paulo**: Doutorado, DG-FFLCH-USP, São Paulo: 2007.

CESAR, P. A. B. **Urbanização turística: esboço para a definição de uma categoria do espaço social**. In. Turismo em análise. V.21(2), 2010: p.1-15.

CESAR, P. A. B. **Turismo e desenvolvimento sustentável: Análise de modelos de planejamento turístico**. Caxias do Sul: EdUCS, 2011.

- CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. São Paulo: Cortez, 2005.
- CNBB. **Código de direito canônico**. São Paulo: Loyola, 1983.
- CRUZ, R. C. **Política de turismo e território**. São Paulo: Contexto, 2000.
- DIAS, R.; SILVEIRA, E. J. S.(Org.). **Turismo religioso**: ensaios e reflexões. Campinas: Alínea, 2003.
- FOLLIS, Fransérgio. **Modernização urbana na Belle Époque paulista**. São Paulo: EdUnesp, 2004.
- GRESPLAN, J. **Marx**. 2. ed. São Paulo: Publifolha, 2008. (Folha Explica).
- HOORNAERT, E. História da igreja no Brasil: Primeira época. In: _____. **História geral da igreja na América Latina**. 4ªed. Petrópolis (RJ): Vozes, 1992. v.2 t.1.
- IBGE. Censo de 2010. <http://ibge.gov.br/cidadesat/xtras/perfil.php?codmun=350250&search=S%C3%A3o%20Paulo|Aparecida>. Acessada em 5 de julho de 2013.
- KONDER, L. **Marxismo e alienação**: contribuição para um estudo do conceito marxista de alienação. 2. ed. São Paulo: Expressão Popular, 2009.
- KOTLER, P.; HAIDER, D. H.; REIN, I. **Marketing público**: como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países. São Paulo: Makron, 1994.
- LACERDA, C. A., GEIGER, P. **Dicionário Aurélio eletrônico**. Versão 1.3, 1994.
- LAKATOS, E. M. e MARCONI, M. A. **Metodologia do trabalho científico**. 4ed. São Paulo: Atlas, 1992.
- LEFEBVRE, H. **Critique de la Vie quotidienne II**: fondements d'une sociologie de la quotidienneté. Paris: L'arche Editeur, 1961.
- LEFEBVRE, H. **De lo rural a lo urbano**. 4. ed. Barcelona: Península, 1978.
- LEFÉBVRE, H. Perspectiva da sociologia rural. MARTINS, José de Souza (org.). In. **Introdução Crítica à sociologia rural**. São Paulo: Hucitec, 1986.
- MEGALE, N. B. **Invocação da virgem Maria no Brasil**. Petrópolis (RJ): Vozes, 1998.
- MORENO, J. C. **A ação do Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida e o fomento turístico religioso**. Tese de doutorado. ECA-USP, São Paulo, 2009.
- MULLINS, P. **Tourism urbanization**. In. International Journal of Urban Regional Research. V.15 (3). 1991, p.326-342.
- OLIVEIRA, C. D. M. A monumentalidade do templo e da romaria. Uma periodização geográfica das peregrinações à basílica da Aparecida. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (Org.). **Turismo e Geografia**: reflexões teóricas e enfoques regionais. 2. ed. São Paulo: Hucitec, 1999, p.262-272.
- RIEGL, A. **Le culte moderne des monuments**. Paris: Seuil, 1904 (reed. 1984).
- RUTHVEN, K. K. **O mito**. São Paulo: Perspectiva, 1997.
- SANTOS, M. G. M. P. **Turismo religioso e conhecimento geográfico**. In: Revista da ESGHT / UAI nº4. Algarves: 1999, p.14-17.
- SANTOS, M. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1985.
- SANTOS, M. **O espaço dividido**: Os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. 2ed. São Paulo: EdUSP, 2004.

SANTUÁRIO NACIONAL APARECIDA. PressKit Imprensa. Aparecida : A12, 2012, Disponível em : http://www.a12.com/files/media/originals/presskit_sna_2.pdf. Acesso em: 01 de fevereiro de 2015.

SOUZA, C. B. G. **A contribuição de Henri Lefebvre para reflexão do espaço urbano da Amazônia**. Confins [Online], 5, 2009. Disponível em: <http://confins.revues.org/5633>; DOI : 10.4000/confins.5633. Acesso em: 01 mar. 2011.

STEIN, V. **La reconquête du centre-ville: du patrimoine a l'espace public**. Tese de doutorado. Faculdade das Ciências Econômicas e Sociais da Universidade de Genebra, Genebra: 2003.

VIANNA, A. A. **O papel do turismo nos conflitos urbanos da cidade do Natal: a história que ninguém quer contar**. 2013. 199 f. Dissertação Mestrado, DAU-UFRN, Natal, 2013.

WERNET, A. Peregrinação a Aparecida: das romarias programadas ao turismo religioso. In: RODRIGUES, A. B. **Turismo modernidade globalização**. São Paulo: Hucitec, 1997, p.83-90.