

MAGNO ANGELO KELMER



**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS**

**TURISMO RELIGIOSO E TRANSFORMAÇÕES SOCIO-
ESPACIAIS EM BAEPENDI- MG**

Orientador: Carlos Eduardo Santos Maia

JUIZ DE FORA

2017

MAGNO ANGELO KELMER



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS

**TURISMO RELIGIOSO E TRANSFORMAÇÕES SOCIO-ESPACIAIS EM
BAEPENDI- MG**

Orientador: Prof.^o Dr. Carlos Eduardo Santos Maia

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Juiz de Fora na Área de concentração Espaço e ambiente e Linha de pesquisa Dinâmicas sócio-espaciais, para obtenção do título de Mestre em Geografia.

JUIZ DE FORA

2017

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração automática da Biblioteca Universitária da UFJF, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Kelmer, Magno Angelo.

Turismo religioso e transformações sócio-espaciais em Baependi
MG / Magno Angelo Kelmer. -- 2017.
230 p.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Eduardo Santos Maia
Dissertação (mestrado acadêmico) - Universidade Federal de
Juiz de Fora, Instituto de Ciências Humanas. Programa de Pós
Graduação em Geografia, 2017.

1. Produção do espaço. 2. Atividade turística. 3. Nhá Chica. 4.
Baependi. I. Maia, Prof. Dr. Carlos Eduardo Santos, orient. II. Título.

TURISMO RELIGIOSO E TRANSFORMAÇÕES SÓCIO-ESPACIAIS
EM BAEPENDI- MG

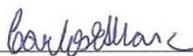
MAGNO ANGELO KELMER

Dissertação submetida ao Programa de Pós-Graduação em Geografia da Universidade Federal de Juiz de Fora, Área de Concentração Espaço e Ambiente, linha de pesquisa - Dinâmicas Sócio-Espaciais, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Geografia.

DISSERTAÇÃO APROVADA EM 24 / 05 / 2017



Prof. Dr. Leonardo de Oliveira Carneiro (Membro Interno)
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof. Dr. Carlos Eduardo Santos Maia (Orientador)
Universidade Federal de Juiz de Fora



Prof.ª Dr.ª Carmem Lúcia Costa (Membro Externo)
Universidade Federal de Goiás

À minha Mãe, por ter sido
nesta vida, a minha maior mestra.



AGRADECIMENTOS

Ao professor Carlos Maia pela orientação e disponibilidade. Suas reflexões me fizeram ver o que estava subentendido nesta produção espacial.

Ao PPGeo/UFJF pela oportunidade de realização desta pesquisa.

Em Baependi: a Dirce e Aída pelas contribuições que foram fundamentais para a realização dos trabalhos de campo; aos representantes da rede hoteleira pela presteza nas informações; aos líderes religiosos (exceto o pároco), pela disponibilidade em cooperar com a pesquisa; aos/as moradores/as pelo acolhimento e aos/as visitantes por me ajudarem a entender este processo de produção espacial.

Ao Paulo e a Inês, sempre presentes nesta vida, obrigado por tudo.

RESUMO

O Município de Baependi, no sul do Estado de Minas Gerais, tradicionalmente conhecido por seus recursos hídricos e integrante do Circuito Turístico da Águas, conta atualmente com a presença da atividade turística do tipo religioso, na qual visitantes buscam conhecer os atrativos do local da vida e obra da beata Nhá Chica; mulher negra, simples, analfabeta, neta de escravos e que atraiu, em vida, centenas de pessoas ao seu encontro, tornando-se uma fonte de necessidades e desejos. Após sua morte, a beata passou a ser venerada e, em 2013, sua beatificação foi realizada, fato que faz parte de um processo de canonização que aumentou a divulgação sobre seus possíveis milagres. Com isso, um número crescente de visitantes quer conhecer mais sobre Nhá Chica, fazendo com que o município tenha um maior fluxo de visitação envolvendo a fé, caracterizando a prática do turismo religioso, o que tem contribuído na sua reprodução sócio-espacial. O município de Baependi consolida-se como um destino de turismo religioso e passa a ser denominado como “Terra de Nhá Chica”, fato que agrava as contradições pertinentes ao seu processo de reprodução espacial. A atividade turística, enquanto consumidora dos espaços onde atua, tem marcado sua presença na organização espacial do município, transformando-o para e pela sua atuação. Desta forma, ao conter a organização espacial, o processo de produção do espaço pauta-se na lógica do capital impondo-o uma racionalidade programada para a mercantilização e o consumo. Temos então, novas formas, resultantes das ações articuladas com a estrutura, valorizando a relação dialética valor de uso-valor de troca, fornecendo novo sentido para os espaços. Compreender o processo de produção espacial de Baependi, mediante a acentuação de determinadas contradições e estabelecendo novas, apresenta-se como o mote deste trabalho.

Palavras chave: Produção do espaço; Atividade turística; Nhá Chica.

ABSTRACT

The city of Baependi, in the south of the state of Minas Gerais, is traditionally known for its water resources and it's part of the Water Tourism Circuit. Nowadays, it counts on the presence of religious tourism activity in which visitors seek to know the places and the work of Nhá Chica, the blessed; Black woman, simple, not educated, granddaughter of slaves and a person that in life attracted hundreds of people to her circle, becoming a source of needs and wishes. After her death, the Blessed started to be adored and, in 2013, her Beatification was accomplished. This fact was part of a canonization process that increased propagation of her possible miracles. Thereby, an increasing number of visitors have been visiting the city in order to know more about Nhá Chica, which makes the city reach a greater flow of tourism that involves faith, which characterizes the religious tourism practice. This fact has contributed in its socio-spatial reproduction. The city of Baependi consolidates itself as a religious tourism destination and becomes "Nhá Chica Land", fact that aggravates the relevant contradictions to its spatial reproduction. The tourism activity, while consumer of the places where it operates, has made its presence in the city spatial organization, transforming it for its operations. This way, as it contains the spatial organization, the spatial production process bases itself on the capital logic, imposing a programmed rationality for commodification and consumption. We have, then, new models, result of articulated actions with the structure, adding value to the use value-trade value dialectic, providing a new sense for the spaces. Understanding the process of Baependi spatial production, highlighting some contradictions and establishing new ones are the reason for this work.

Keywords: Spatial Production; Tourism Activity; Nhá Chica.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Foto do esquife e simulacro de Nhá Chica.....	25
Figura 2 - Foto da imagem oficial de Nhá Chica e de seu túmulo.....	25
Figura 3 - Foto da placa na BR-267 próxima à entrada do Município Baependi – MG.....	32
Figura 4- Gráfico: Terra de Nhá Chica e o turismo.....	37
Figura 5- Foto da placa pichada na BR-267 à entrada do município Baependi - MG.....	39
Figura 6- Gráfico: Religião e Consumo.....	43
Figura 7- Lista da oferta turística do Município de Baependi.....	46
Figura 8- Lista da oferta turística relacionada ao turismo religioso em Baependi.....	48
Figura 9- Foto do Morro da Cavahada em 1898.....	60
Figura 10- Foto do Morro da Cavahada na década de 1940.....	60
Figura 11- Lista dos segmentos turísticos no Brasil.....	65
Figura 12- Lista de classificação do motivo da visita.....	68
Figura 13- Gráfico: Motivação dos visitantes.....	69
Figura 14- Foto da placa localizada próximas a entrada do município de Baependi.....	72
Figura 15- Foto da placa localizada próxima a entrada do município de Baependi.....	72
Figura 16 - Gráfico: Realização de turismo religioso em outros destinos.....	75
Figura 17- Foto da Catedral das Assembleias de Deus.....	87
Figura 18- Foto da Igreja Metodista Wesleyana.....	87
Figura 19- Foto do Salão do Reino das Testemunhas de Jeová.....	88
Figura 20- Foto do Centro espírita Ressurreição e Vida.....	89
Figura 21- Foto da Igreja do Evangelho Quadrangular.....	89
Figura 22- Foto do Centro Mundial de Missões.....	90
Figura 23- Foto da Igreja Pentecostal da Paz.....	90
Figura 24- Foto da Igreja Pentecostal de Jesus Cristo.....	91
Figura 25- Foto da Igreja Mundial do Poder de Deus.....	92
Figura 26- Foto da Igreja Universal do Reino de Deus.....	93
Figura 27- Foto da Igreja CEO – A verdade nos libertará.....	94
Figura 28- Foto da Igreja de Nossa Senhora de Montserrat.....	95
Figura 29- Foto da Igreja de Nossa Senhora do Rosário.....	95
Figura 30- Foto da Igreja de Nossa Senhora da Boa Morte.....	96
Figura 31- Santuário de Nossa Senhora da Conceição.....	97
Figura 32- Valorização dos imóveis no entorno do Santuário de N. S. da Conceição.....	98

Figura 33- Distribuição da população por religião em Baependi - MG.....	100
Figura 34- Gráfico de como o turista tomou conhecimento sobre Nhá Chica	107
Figura 35- Foto da faixa na entrada do santuário de Nossa Senhora da Conceição ..	111
Figura 36- Foto das placas informativas em Baependi.....	119
Figura 37- Foto da placa informativa em Baependi	120
Figura 38- Mapa turístico ilustrado do patrimônio histórico e cultural de Baependi	121
Figura 39- Mapa turístico ilustrado do patrimônio histórico e cultural de Baependi	124
Figura 40- Foto da Feirinha no entorno do santuário de N. Senhora da Conceição ...	126
Figura 41- Foto da Feira de artesanato/entorno do santuário de N. S. da Conceição	127
Figura 42- Foto do Hotel Zé Lota.....	130
Figura 43- Foto do Hotel Nhá Chica	131
Figura 44- Foto do Cataguá Hotel	132
Figura 45- Foto da Pousada Angélico Lipani.....	133
Figura 46- Foto do Hotel Pousada São Miguel.....	134
Figura 47- Foto do Maris Hotel	134
Figura 48- Foto do Hotel Fazenda Topada.....	135
Figura 49- Foto da Pousada Cachoeirinha	136
Figura 50- Foto do Hotel Fazenda Vale Formoso	137
Figura 51- Foto da Pousada Recanto da Mata Park Hotel.....	137
Figura 52- Foto da Pousada Chalés de Minas	138
Figura 53- Foto da Pousada Camping Itaúna.....	139
Figura 54- Foto do Hotel Fazenda da Roseta	139
Figura 55- Gráfico do perfil do turista com relação à hospedagem.....	141
Figura 56- Gráfico modificações ocorridas com a presença da atividade turística	144
Figura 57- Imagem do site Nhá Chica – Isso acontece porque rezo com fé	148
Figura 58- Imagem do site Terra de Nhá Chica	150
Figura 59- Foto de decorações promovidas pelos/as moradores/as.....	153
Figura 60- Decreto de Beatificação	173
Figura 61- Frequência na festa de Nhá Chica.....	176
Figura 62- Devoção e turismo religioso na festa de Nhá Chica.....	177
Figura 63- Participação dos/as visitantes na festa de Nhá Chica.....	177
Figura 64- Gastos na festa de Nhá Chica.....	178
Figura 65- Fotografia da Cerimônia de Beatificação.....	181
Figura 66- Fotografia dos/as visitantes no dia da beatificação	181
Figura 67- Fotografia de Nhá Chica	188

Figura 68- Fotografia da imagem oficial de Nhá Chica.....	189
Figura 69- Fotografia da nova urna e simulacro de Nhá Chica	191
Figura 70- Fotografia da entrada do Rio das Mortes / São João del Rei.....	201
Figura 71- Foto do banner fixado no pórtico do Município de Baependi – MG	206

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Distribuição da PEA por setores da economia.....	30
---	----

LISTA DE MAPAS

Mapa 1 - Localização de Baependi – MG	29
Mapa 2- Entorno do Santuário de Nossa Senhora da Conceição	63
Mapa 3- Templos religiosos de Baependi – MG	85
Mapa 4- Rede hoteleira de Baependi – MG	129

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	13
2 TURISMO RELIGIOSO EM TERRAS DE NHÁ CHICA	24
2.1 BEM-VINDO A BAEPENDI: FORMAS E PROCESSOS INTERSECCIONAIS	28
2.2 TURISMO COMO ATIVIDADE TRANSFORMADORA DOS ESPAÇOS.....	40
2.2.1 Turismo: ofertas e demandas	44
2.2.2 Atividade turística: Usos, investimentos e mercantilização	52
2.3 TURISMO RELIGIOSO E PRODUÇÃO DO ESPAÇO.....	57
2.3.1 A segmentação turística	64
2.3.2 Raridades e seletividades	71
3 FELIZES CONVIDADOS À CEIA TURÍSTICA	82
3.1 A ESPACIALIDADE DOS TEMPLOS RELIGIOSOS DE BAEPENDI – MG: FORMAS E RITOS.....	82
3.2 AGENTES DA TURISTIFICAÇÃO	106
3.2.1 Peregrinos, romeiros, devotos ou turistas?	109
3.2.2 Turistificação: um processo, vários agentes.....	115
3.3 MARKETING E PROPAGANDA SUPERANDO A FÉ.....	146
4 BENGUELA: A SEMENTE QUE SANTIFICOU	157
4.1 VIDA E OBRA DE NHÁ CHICA	159
4.2 EM BUSCA DA BEATIFICAÇÃO: UMA HISTÓRIA EM CONSTRUÇÃO.....	168
4.2.1 A beatificação como resgate da fé	183
4.2.2 As modificações da imagem de Nhá Chica: ideologia ou mercantilização?	187
4.3 NHÁ CHICA COMO AGENTE DE TRANSFORMAÇÃO SÓCIO-ESPACIAL.....	193
4.4 BAEPENDI: NHÁ CHICA E TURISMO	198
CONSIDERAÇÕES	211
REFERÊNCIAS	216
ANEXOS	228

1 INTRODUÇÃO

“O poder da geografia é dado pela sua capacidade de entender a realidade em que vivemos” (Milton Santos).

A sociedade, ao se organizar social, política e economicamente produz historicamente o seu espaço. Espaço esse, que apresenta-se aberto, inacabado, em processo de produção, no qual diversas atividades concorrem simultaneamente articulando objetos e ações em um devir, gerando contradições inerentes ao processo de sua reprodução espacial. Esse processo passa a ser analisado pelo modo de produção e, principalmente, na reprodução das relações de produção. Passa-se a entender, então, o espaço como o local da ação que contém a possibilidade de participação social nas ações/obras em um determinado período histórico, implementando e articulando no espaço os objetos/produtos. O espaço então, reproduz-se como produto e condição da dinâmica sócio-espacial.

O turismo, como uma entre tantas outras atividades, em sua qualidade sócio-econômica tem o poder de modificar os espaços, transformando-os para e pela sua atuação. Para ocorrer a atuação da atividade turística em um determinado lugar, é imprescindível o envolvimento de outros elementos, que não sejam necessariamente turísticos. Desta forma, constata-se o poder de transformação da atividade turística nos espaços onde atua, envolvendo elementos administrativos, econômicos, culturais, naturais e principalmente os elementos sociais, demonstrando assim, a dinamicidade da atividade. Esses elementos interligados em função de uma atividade vão gerar contradições, uma vez que os interesses envolvidos podem ser diferentes.

Baependi, município do Sul de Minas Gerais, consolida-se como destino de turismo religioso, ao receber visitantes de várias partes do Brasil e também, do exterior para conhecer e vivenciar o local no qual Francisca de Paula de Jesus – Nhá Chica viveu e realizou sua obra. Conhecida como a “Santinha do Sul de Minas”, essa mulher negra, neta de escravos, analfabeta e religiosa atraiu durante sua vida (1808-1895) várias pessoas ao seu encontro na busca de orientações, rezas e benzeções. Após sua morte, ela passa a ser venerada e ter possíveis graças e milagres atribuídos à sua intervenção. Em um processo de beatificação iniciado em 1992 e concluído em 04 de maio de 2013, Francisca de Paula de Jesus transformou-

se em mais uma beatificada pela Igreja Católica. Esse fato ampliou a divulgação sobre sua existência, e a movimentação turística que já ocorria em Baependi, em torno da fé na beata, ganhou maior expressão e o município passa a ser conhecido como a “Terra de Nhá Chica”. Fato que apresenta-se como uma contradição do espaço, uma vez que não atende a todos em Baependi.

Desta forma, surge a questão que norteia este trabalho: de que modo a atividade turística motivada pelo turismo religioso está ocorrendo em Baependi – MG em torno da devoção a Nhá Chica e impactando o seu processo de produção espacial mediante a acentuação de determinadas contradições e estabelecendo outras?

Assim, investigar as transformações sócio-espaciais ocorridas no espaço geográfico do Município de Baependi em Minas Gerais pelas ações da atividade turística motivada pelo turismo religioso torna-se o objetivo deste trabalho. Para tal, elencam-se os objetivos específicos que contribuirão para sua realização:

- Elaborar uma análise do município considerando a atual e histórica ocupação territorial, destacando assim suas mudanças para e pelo turismo religioso,
- Elaborar um histórico sobre Nhá Chica, apresentando sua vida e destacando suas implicações na organização espacial do município,
- Discutir teoricamente e refletir sobre os conceitos que embasam a produção do espaço, suas contradições e as relações com a atividade turística, temas relacionados a este estudo,
- Identificar e sistematizar o potencial turístico religioso do município,
- Mapear o espaço turístico religioso de Baependi.

Com respeito ao título deste trabalho, cabe uma explicação no que se refere à grafia sócio-espacial utilizada para esclarecer o tipo de transformações que se pretende identificar no espaço pesquisado. Para Souza, o uso de socioespacial, sem hífen, remete a uma descrição onde o social meramente qualifica o espacial (SOUZA, 2013). Neste trabalho, a busca da relação dialética se fez constante, e justamente pelo fato das transformações ocorridas no espaço estarem preenchidas de movimentos envolvendo a sociedade, a grafia sócio-espacial melhor se adequa ao proposto. Souza (2013, p. 16) justifica esse uso, no qual “o “sócio” está longe de apenas qualificar o “espacial”, é para além de uma redução do adjetivo “social”, um

indicativo de que se está falando, direta e plenamente, também de relações sociais”. Nessa mesma linha de pensamento, Carlos (2011, p. 12) contribui ao justificar o uso de sócio-espacial para “ênfatisar as relações sociais e ao espaço, simultaneamente, levando em conta a articulação dialética de ambos no contexto da totalidade social, mas preservando a individualidade de cada um”.

Analisar as transformações sócio-espaciais ocorridas no Município de Baependi em Minas Gerais, nossa área de estudo, motivadas pela atividade turística, do tipo religioso é o mote deste trabalho, o qual justifica-se pela íntima relação existente entre o turismo e a Geografia. A atividade turística se apropria dos lugares transformando-os, para que sua atuação ocorra de forma rentável e produtiva. As ações empregadas pela atividade turística podem modificar os objetos já existentes no espaço ou criar novos de acordo com as necessidades de seus produtores. Ao envolver turistas, comunidades locais, culturas, lazer e promotores do espaço, a prática da atividade turística estabelece um vínculo com a Geografia do turismo. Assim, as ações passam a ser analisadas para um melhor entendimento dos arranjos que estão se estabelecendo nos lugares turistificados.

Alguns estudos já foram elaborados sobre Nhá Chica e Baependi. Podemos destacar a obra de Monat (1894), contendo a única entrevista realizada com a beata; a Positio (2001), contendo os documentos oficiais do processo de beatificação, a obra de Seda (2013), sobre sua vida desde seus antepassados no continente africano e, Pena (1951); Lefort (2010); Palazzolo (1973); Pelúcio (1942a) e Sacramento (2006) que tratam sobre a vida e obra de Nhá Chica. Passarelli (2013); Junqueira (2000) e Cadorin et al (2015) tratam sobre o processo de beatificação e as obras realizadas pela beata. Para consultas relacionadas a Baependi, as obras de Pelúcio (1942a, 1942b), sobre a história e ocupação do município e os arquivos do IBGE foram consultados.

Em dois encontros de estudos sobre Nhá Chica (2005 e 2007), dois anais foram elaborados contendo várias publicações sobre assuntos diversos relacionados à sua história de vida e sua obra. Nos anais constam estudos sobre os movimentos religiosos, questão social e escravidão.

Este trabalho torna-se de fundamental importância, uma vez que não há nenhum estudo relacionando a atuação da atividade turística com as transformações estruturais, econômicas e sociais que estão interferindo no processo de produção

espacial do Município de Baependi. Ou seja, este é o primeiro estudo com um olhar geográfico sobre essa reprodução sócio-espacial.

Para o desenvolvimento deste trabalho, buscou-se embasamento teórico em Marx (1975, 2006, 2014); Lefebvre (1979, 1991, 2006, 2008a, 2008b, 2010); Gottdiener (2010); Costa (2010) e Carlos (1994, 1996, 2011). Com esses autores, estabelecemos um diálogo que possibilitou uma compreensão mais ampla sobre a relação produção e reprodução do espaço, visto que eles a analisam de forma crítica, refletindo dialeticamente questões como valor de uso-valor de troca, mais-valia, trabalho, práticas e contradições espaciais, ou seja, temáticas relacionadas à produção do espaço.

No que concerne à prática da atividade turística, autores como Andrade (2000); Valcuende del Rio et al (2012); Ruschmann (2008); Figueiredo (2008); Osório (2005); Knafou (2001); Coriolano e Silva (2005), entre outros, foram consultados oferecendo-nos perspectivas interpretativas para a prática do turismo. Dado que o turismo religioso traduz-se como um elemento fundamental na discussão a respeito da produção espacial em Baependi, autores como Dias e Silveira (2003); Oliveira (2001 e 2004); Pinto (2006); Frossard (2013); Teixeira e Romão (2013); Cardoso (2015); Lopes (2015) e Taveira (2015), contribuíram para embasar a discussão.

O primeiro contato com o Município de Baependi deu-se em julho de 2014 em uma visita ao Circuito Turístico das Águas no Sul de Minas Gerais. Ao visitar São Lourenço e Caxambu, a ida a Baependi tornou-se atraente por se estar tão próximo da “Terra de Nhá Chica”, a “santinha” do Sul de Minas. Nessa ida a Baependi um olhar mais atento detectou modificações na organização espacial do município que poderiam ser atribuídas à atividade turística que orbitava em torno do Santuário de Nossa Senhora da Conceição – Igreja de Nhá Chica. Durante dois dias na cidade foi realizada uma ampla observação e conversas informais com turistas, comerciantes e população local sobre o espaço em questão. Nesse primeiro contato com o espaço, uma pesquisa exploratória foi estabelecida, sendo na concepção de Gil (1999, p. 43) “a primeira etapa de uma investigação mais ampla e o produto final desse processo passa a ser um problema mais esclarecido, passível de investigação mediante procedimentos mais sistematizados”. Foi de vital importância esse primeiro contato com o espaço em questão para experimentar do seu cotidiano e para identificar em

conversas informais quais as transformações e contradições a atividade turística estava imprimindo em Baependi.

Como recorte temporal para esta análise, foi estabelecido um período compreendido entre a data correspondente ao início do processo de canonização, em 14 de janeiro de 1992 e 31 de dezembro de 2016, o qual foi fundamental para elaborarmos uma análise do município considerando este período de sua história, destacando assim suas mudanças para e pela atividade do turismo religioso.

Idas a campo foram necessárias e estipularam-se épocas de movimento rotineiro, para demonstrar como o espaço interage com o turismo no seu dia a dia e durante épocas de um movimento maior, justamente para haver bases para comparação dos efeitos do evento turístico em si. A data da festa de Nhá Chica, sempre no dia 14 de junho, é um desses momentos de maior visitação, sendo em 2015 e 2016, utilizadas para trabalho de campo. No dia 8 de dezembro de 2015, festa de Nossa Senhora da Conceição, foi realizado trabalho de campo, no qual os/as visitantes foram entrevistados/as. No mês de janeiro de 2016, os dias 14, 15 e 16 foram utilizados para trabalho de campo e ajudaram a perceber o movimento turístico no seu cotidiano e foram realizadas entrevistas e levantamento documental. No mês de julho de 2016, nos dias 18, 19 e 20, retornamos a campo e entrevistas, levantamento documental e fotográfico foram realizados. Nos dias 26 e 27 de janeiro de 2017, o trabalho de campo foi realizado nos municípios de São João del'Rey e Campanha para levantamento documental.

Kaiser (2006, p.97) nos esclarece que “a pesquisa de campo é um meio e não um objetivo em si mesma. É a pesquisa indispensável à análise da situação social”. O que para Compiani e Carneiro (1993, p.11) é o “cenário de geração, problematização e crítica do conhecimento, onde o conflito entre o real e as ideias ocorre com toda a intensidade”. Dentro de uma perspectiva dialética e concordando com Suertegaray (2002) entendemos o campo como realidade não externo ao sujeito, o campo é uma extensão do sujeito, como é numa outra escala a ferramenta para trabalhar uma extensão do seu corpo, ou seja, a pesquisa é fruto da interação dialética entre sujeito e objeto (SUERTEGARAY, 2002).

A priori, utilizamos de observação direta ou estruturada, cujo grau de participação tornou-se muito relevante para determinar a duração e o que necessitava ser observado/pesquisado durante as idas ao campo.

Elegemos quatro sujeitos para a análise: os/as visitantes, os/as representantes da rede hoteleira, os/as moradores/as e os/as representantes dos templos religiosos. Eles auxiliaram na análise quantitativa e qualitativa a respeito do espaço geográfico em questão. Para Turato (2003, p.362), “a pesquisa quantitativa procurará ver como o fenômeno se comportará matematicamente numa população, enquanto a pesquisa qualitativa buscará interpretar o que as pessoas dizem sobre tal fenômeno e o fazem ou lidam com isso”, confirmando que ambas se complementam na contribuição para o entendimento da questão proposta.

No que concerne às entrevistas, estas foram organizadas em dois grupos: o primeiro, de forma estruturada foi aplicado aos/às visitantes, contendo perguntas variadas para estabelecer o perfil e atitudes desse “agente da turistificação”, como nos lembra (KNAFOU, 2001, p. 70), abordagem realizada como amostra aleatória simples. O outro grupo compôs as entrevistas semiestruturadas direcionadas aos/às moradores/as, aos/às representantes dos templos religiosos e da rede hoteleira. Os/as moradores/as do Bairro Centro foram escolhidos/as por ser onde localiza-se o santuário de Nossa Senhora da Conceição, sendo o local da práxis turística. A abordagem realizada com os/as moradores/as foi baseada em uma amostra aleatória simples. Os/as representantes da rede hoteleira e dos templos religiosos foram todos/as entrevistados/as, com exceção do pároco de Baependi que recusou-se a dar entrevistas nas três tentativas realizadas. Optou-se por manter o sigilo com relação à identificação dos/as entrevistados/as.

Em entrevistas semiestruturadas, os/as representantes dos templos religiosos e da rede hoteleira juntamente com os/as moradores/as foram entrevistados/as com o objetivo de identificar as intervenções das ações da atividade turística, do tipo religioso, na espacialidade do município. Entrevistas semiestruturadas foram realizadas, também, com os indivíduos que puderam esclarecer sobre a questão que está posta para este trabalho, como os representantes da secretaria de turismo, os responsáveis pela ABNC (Associação Beneficente Nhá Chica), os representantes do poder público e pessoas relacionadas à Igreja Católica. Esses sujeitos foram entrevistados/as para auxiliar no levantamento documental e fornecer dados que suas relações, dentro de suas ocupações, contem.

A pesquisa semiestruturada tem como característica questionamentos básicos apoiados em teorias e hipóteses relacionados ao tema da pesquisa. Em uma conversa semiestruturada, com um roteiro pré-estabelecido, busca-se a

informação além de manter a presença consciente e atuante do pesquisador no processo de coleta de informações (TRIVIÑOS, 1987). Em Manzini, podemos entender que a entrevista semiestruturada tem o foco em um assunto sobre o qual criamos um roteiro com perguntas norteadoras, que serão somadas a outras questões de interesse para a pesquisa. O autor defende que esse tipo de entrevista fornece informações de maneira descontraída e foge de uma padronização (MANZINI, 1991).

Ao longo de todo o trabalho de campo, foi elaborado um diário, no qual os fatos ocorridos foram anotados com máxima riqueza de detalhes para auxiliar no entendimento sobre a área de estudo. O diário de campo é uma técnica de registro do cotidiano da própria pesquisa como um relato da história de vida (HESS, 2009).

Recorremos a uma pesquisa documental para embasar este estudo e para apurar documentos que auxiliaram na elaboração sobre o histórico de Nhá Chica. Registros em cartórios, na Câmara Municipal, na Prefeitura, na Secretaria de turismo, documentação em livro de tombos da igreja, documentos em posse da ABNC e de moradores das antigas entre outras fontes foram consultadas.

Para realizar o mapeamento do potencial turístico do município, utilizamos as malhas municipais do IBGE e georreferenciamos os pontos a fim de criar mapas de localização com o auxílio de um SIG (Sistema de Informações Geográficas) através do software ArcGis. Assim foram confeccionados para este trabalho os mapas: Baependi: localização no Sul de Minas; Entorno do Santuário de Nossa Senhora da Conceição; Templos religiosos de Baependi e Rede hoteleira de Baependi – MG.

Nos dias 13 e 14 de junho de 2015, final de semana da festa de Nhá Chica, foram entrevistados 30 visitantes que encontravam-se nas dependências do santuário. Nessa ida a campo me apresentei ao pároco e fiz minha primeira tentativa de entrevista. Vários livros referentes à vida e obra da beata foram adquiridos e um contato com a secretaria de turismo foi estabelecido para trabalhos futuros. Nesta ocasião 5 hotéis foram visitados.

No dia 8 de dezembro de 2015, festa de Nossa Senhora da Conceição, 20 visitantes foram entrevistados e 3 hotéis visitados. Neste dia estava acontecendo um encontro da Renovação Carismática e pude fazer contato com um historiador que levou a imagem e a relíquia de Nhá Chica para Angola, em um evento religioso.

Em janeiro de 2016, entre os dias 14 e 16, pesquisas foram realizadas com a Prefeitura, a Secretaria de turismo e com os responsáveis pela Comissão de

beatificação, os quais concederam informações através das entrevistas e forneceram documentos relacionados ao turismo, Baependi e Nhá Chica. Um levantamento documental, contendo dados da beata, foi realizado junto à ABNC. Nesta ocasião, 5 hotéis e os/as líderes religiosos/as foram entrevistados/as juntamente com 10 visitantes. O pároco se negou novamente a dar entrevista.

Na data referente à festa de Nhá Chica, em 2016, entrevistamos 23 visitantes e 20 moradores/as no Bairro Centro, onde se encontra o santuário. Nesta ida a campo foram realizados um levantamento fotográfico do município e conversas informais com os/as barraqueiros/as das feirinhas que atuam no entorno do santuário.

Nos dias 18, 19 e 20 de julho de 2016 foram entrevistados 13 visitantes e 25 moradores/as do Bairro Centro. Nesta ocasião mais dados documentais foram levantados junto à Prefeitura, Câmara de dirigentes lojistas e a Secretaria de turismo. Pela terceira vez o pároco negou-se a colaborar com a pesquisa.

Direcionamos nossa última ida a campo, 26 e 27 de janeiro de 2017, ao Município de Campanha (Diocese da qual Baependi faz parte) e de São João del'Rey (município de nascimento da beata) para levantar, junto aos registros das igrejas, documentos relacionados à vida de Nhá Chica.

Este trabalho, além de contar com contribuições valorosas em sua fase de qualificação, teve também, resultados apresentados e sugestões recebidas em eventos no qual foi apresentado; a saber: XI Encontro Nacional da ANPEGE – 2015, em Presidente Prudente com o trabalho intitulado “Nhá Chica – uma santa brasileira: turismo religioso e transformação sócio-espacial em Baependi – MG”; II Simpósio Mineiro de Geografia / IV Seminário de Pós-graduação em Geografia – 2016, em Juiz de Fora, UFJF, com o trabalho intitulado “Produção do espaço na Terra de Nhá Chica: contradições inerentes à prática turística”; II CONACIR / V Semana de Ciência da Religião – 2016, UFJF, com o trabalho “A beatificação de Nhá Chica como retorno ao sagrado fomentando o turismo religioso”; II Colóquio do NUGEA – 2016, UFJF, com o trabalho “Turismo religioso e transformações sócio-espaciais em Baependi-MG”; INVTUR 2017, Faculdade de Aveiro, Portugal, com o trabalho “Turismo religioso e produção do espaço em Baependi – MG”, aprovado para a publicação na Revista Turismo e desenvolvimento: Journal of tourism and development; VI Encuentro Internacional sobre Estudios de Fiesta, Nación y Cultura, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de

La Plata, Argentina 2017, com o trabalho intitulado “A festa de Nhá Chica como elemento no processo de turistificação de Baependi – MG”. O artigo “A beatificação de Nhá Chica como resgate da fé: Turismo religioso e produção do espaço” foi publicado na Revista de Geografia do PPGEIO – UFJF em 2016. Os eventos ocorridos foram de grande importância para a elaboração final desta dissertação, uma vez que contribuições foram dadas em debates que abordaram várias temáticas relacionadas. As publicações em revistas foram de extrema importância frente às correções solicitadas ao longo do processo de submissão.

No que diz respeito à estrutura do trabalho, a presente dissertação foi dividida em três capítulos. No primeiro capítulo intitulado “Turismo religioso em terras de Nhá Chica”, apresentamos a situação posta em Baependi, ou seja, a forma como a atividade turística se apropria do espaço, produzindo-o e reproduzindo-o para e pela sua atuação. Discute-se nesse capítulo as relações estabelecidas entre o turismo, enquanto atividade produtora/consumidora dos espaços, e a prática do turismo religioso no Município de Baependi. Ao apresentar a situação atual do município, destacam-se as contradições inerentes a esta produção espacial decorrentes da prática da atividade turística.

“Felizes convidados à ceia turística” é o título do segundo capítulo, no qual analisa-se o espaço religioso de Baependi pela materialização de seus templos, interpretando-os pela estrutura, processo, função e forma. Busca-se nesse capítulo compreender a produção do espaço pelo/a visitante, discutindo as classificações de turistas, devotos, peregrinos ou romeiros, uma abordagem pertinente quando se trata de turismo religioso. Analisa-se, também, o processo de turistificação e os/as agentes nele envolvidos, juntamente ao marketing como forma de divulgação da beata.

No terceiro capítulo intitulado “Benguela: a semente que santificou”, a vida e obra de Nhá Chica, seu processo de beatificação e a história de Baependi são apresentados. Busca-se nesse capítulo identificar a beata como agente de transformação espacial, em vida e após sua morte, quando a prática turística apropria-se da fé em torno dessa personagem. Discutem-se no capítulo as modificações ocorridas na forma de representação da imagem da beata e a festa de Nhá Chica como ponto alto da visitação ao município, fato que contribui para mudanças na espacialidade de Baependi. Por fim, para não encerrar, são tecidas algumas considerações a respeito das temáticas trabalhadas.

2 TURISMO RELIGIOSO EM TERRAS DE NHÁ CHICA

Bem-vindo a Baependi, Terra de Nhá Chica! Essa frase está escrita na placa posicionada na BR 267 próxima à entrada do Município de Baependi, no sul do Estado de Minas Gerais. Além de informar sobre a principal característica do município na atualidade, ser terra de Nhá Chica, esta deixa clara a força de um elemento nesta organização espacial.

Visitantes são atraídos/as a Baependi para visitar o Santuário de Nossa Senhora da Conceição, Igreja de Nhá Chica, onde encontram-se seus restos mortais depositados em uma caixa de metal embaixo do esquife de vidro que contém sua imagem deitada e localizados à esquerda do altar (figura 01, p. 23). Nesse santuário encontram-se o túmulo de Nhá Chica juntamente à sua imagem oficial, instituída pelo Vaticano na época de sua beatificação (figura 02, p. 23). A religiosidade se destaca entre os atrativos do município devido ao fato deste ter sido palco da vida de Nhá Chica. Confirmando sua importância para o Município de Baependi, aos 29 de março de 1994, a prefeitura, mediante o decreto de número 299, concedeu em homenagem póstuma o título de cidadania honorária a Nhá Chica (PREFEITURA MUNICIPAL DE BAEPENDI, 1994).

Francisca de Paula de Jesus, ou Nhá Chica, nasceu no ano de 1808 em Santo Antônio do Rio das Mortes, distrito de São João del-Rei (MG). Segundo Passareli (2013), em 1814 Izabel, sua mãe, se mudou com os dois filhos, Theotônio e Francisca, para a vila de Baependi, em Minas Gerais. Os estudos foram essenciais na vida de Theotônio tornando-se juiz. Francisca nunca se casou e morava sozinha numa casa simples, sem forro, com chão de terra batida e um fogão à lenha que mantinha sempre acesso para servir um café a todos que ali chegavam em busca de uma palavra sábia, amiga e promessa de oração (SEDA, 2013), de tal modo que pessoas de muito longe começaram a visitar Baependi para conhecê-la,¹ segundo informações encontradas no site www.nhachica.org.br, mantido pela ABNC – Associação Beneficente Nhá Chica.

¹ Nhá Chica. Disponível em: <<http://www.nhachica.org.br/sobre-a-nha-chica-historia.php>>. Acesso em: 7 de junho de 2015.



Figura 1 - Foto do esquife e simulacro de Nhá Chica
Fonte: Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016



Figura 2 - Foto da imagem oficial de Nhá Chica e de seu túmulo
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

Nhá Chica morreu aos 14 de junho de 1895. Seus restos mortais, venerados pelos fiéis, encontram-se atualmente no interior do Santuário Nossa Senhora da Conceição, em Baependi, no mesmo local onde existia uma igrejinha construída pela devota (PASSARELLI, 2013). Após a confirmação pela Igreja Católica de um milagre a ela atribuído, Nhá Chica foi beatificada no dia 4 de maio de 2013. Hoje é reconhecida como Bem-Aventurada Francisca de Paula de Jesus, sendo que o dia 14 de junho, data de sua morte, tornou-se o dia oficial da celebração de sua festa.

Nota-se um número crescente de visitantes desejosos/as de conhecer mais sobre Nhá Chica, fazendo com que o município tenha um maior fluxo de visitação envolvendo a fé, caracterizando a prática do turismo religioso, fato que tem contribuído na reprodução sócio-espacial de Baependi.

Andrade (2000, p.77) conceitua turismo religioso como

o conjunto de atividades, com utilização parcial ou total de equipamentos e a realização de visitas a receptivos que expressam sentimentos místicos ou suscitam a fé, a esperanç a e a caridade aos crentes ou pessoas vinculadas a religiões.

Na definição do autor constata-se a importância dos equipamentos para o suporte da visitação turística, ou seja, mudando-se o atrativo novas estruturas serão necessárias para sua realização. Surge, desta forma, uma nova produção sócio-espacial que merece ser analisada, pensada e discutida juntamente com a forç a que a modificou, demonstrando, assim, a dinamicidade do espaç o, como movimento do acontecer.

Compreender o processo de produção e reprodução do espaç o significa entendê-lo além de um conjunto de formas.   necessário romper com as descrições apenas das funções e de suas transformações e entender seu processo de produção sócio-espacial, uma vez que a lógica do capital nos impõe uma racionalidade na sua organização, programando-o para o consumo, alterando o valor de troca, fornecendo-lhe novos sentidos. Desta forma, para a compreensão da produção e reprodução do espaç o,   necessário abordar a racionalidade do capital, interpretando suas mudanç as e contradições.

Tratando-se da reprodução do espaç o, Lefebvre (2008a, p.21) comenta que o "ordenamento do espaç o se d  segundo as exigências do modo de produção (capitalista), ou seja, da reprodução das relações de produção". No caso específico, a atividade turística classificada como turismo religioso colabora para tal processo,

apresentando-se como uma entre aquelas presentes em Baependi, contribuindo para seu processo de reprodução espacial.

Faz-se interessante entender o espaço como um produto em formação, uma vez que obra e produto se modificam ao longo do processo histórico, no qual “a obra tem algo de insubstituível e de único, enquanto o produto pode se repetir e resulta de gestos e atos repetitivos” (LEFEBVRE, 2008a, p. 63). A campanha pelo processo de beatificação de Nhá Chica, analisada pela relação obra e produto, cumpre seu papel enquanto obra. O processo se deu pela primeira vez em 1952, décadas depois, uma nova instalação da Comissão em prol da Beatificação teve início em 1989, sendo instalada em definitivo aos 14 de janeiro de 1992. Em 2012, o Papa Bento XVI promulgou o Decreto da Beatificação de Nhá Chica, acontecendo a cerimônia oficial aos 04 de maio de 2013.

Os veículos de comunicação notificaram o acontecimento, a saber: o site oficial de Nhá Chica², o site da Canção Nova³ aos 28 de junho de 2012, a Rádio Nhá Chica⁴ aos 14 de setembro de 2012, o jornal Folha de São Paulo⁵ na edição de 26 de abril de 2013, o site do G1⁶ aos 02 de maio de 2013, o site da Uol⁷ aos 04 de maio de 2013, o jornal O Tempo⁸ aos 04 de maio de 2013 entre outros.

A partir do momento em que a notícia sobre a beatificação foi divulgada, a movimentação de visitantes em torno de Nhá Chica, ocorrida há vários anos no município, ganhou maior expressão, segundo a fala dos/as moradores/as e dos/as visitantes entrevistados/as *in loco*. Os/as moradores/as mais antigos/as alegam que a movimentação existe há muito tempo, pois seus pais contavam sobre os “dons” de

² A beatificação. Disponível em: <<http://www.nhachica.org.br/sobre-a-nha-chica-processo-de-beatificacao.php>> Acesso em 18/01/2016.

³ Bento XVI assina decreto de beatificação de Nhá Chica. Disponível em: <[Http://noticias.cancaonova.com/bento-xvi-assina-decreto-de-beatificacao-de-nha-chica/](http://noticias.cancaonova.com/bento-xvi-assina-decreto-de-beatificacao-de-nha-chica/)> Acesso em 18/01/2016.

⁴ Divulgada data da Beatificação de Nhá Chica. Disponível em: <<http://www.radionhachica.org.br/servicos-a-fe-radio-nha-chica.php>> Acesso em 18/01/2016.

⁵ Cerimônia em Minas vai oficializar primeira beata negra nascida no Brasil. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/poder/2013/04/1269202-cerimonia-em-minas-vai-beatificar-primeira-negra-nascida-no-brasil.shtml>> Acesso em 18/01/2016.

⁶ Baependi continua os preparativos para a beatificação de Nhá Chica. Disponível em: <<http://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/jornal-da-eptv/videos/v/baependi-continua-os-preparativos-para-a-beatificacao-de-nha-chica/2550164/>> Acesso em 18/01/2016.

⁷ Filha de escrava, Nhá Chica é beatificada em Minas Gerais. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2013/05/04/nha-chica-primeira-beata-negra-do-brasil-e-reconhecida-neste-sabado.htm>> Acesso em 18/01/2016.

⁸ Mineira de Baependi, Nhá Chica é a 1ª negra a ser beatificada no Brasil. Disponível em: <<http://www.otempo.com.br/cidades/mineira-de-baependi-nh%C3%A1-chica-%C3%A9-a-1%C2%AA-negra-a-ser-beatificada-no-brasil-1.638768>> Acesso em 18/01/2016.

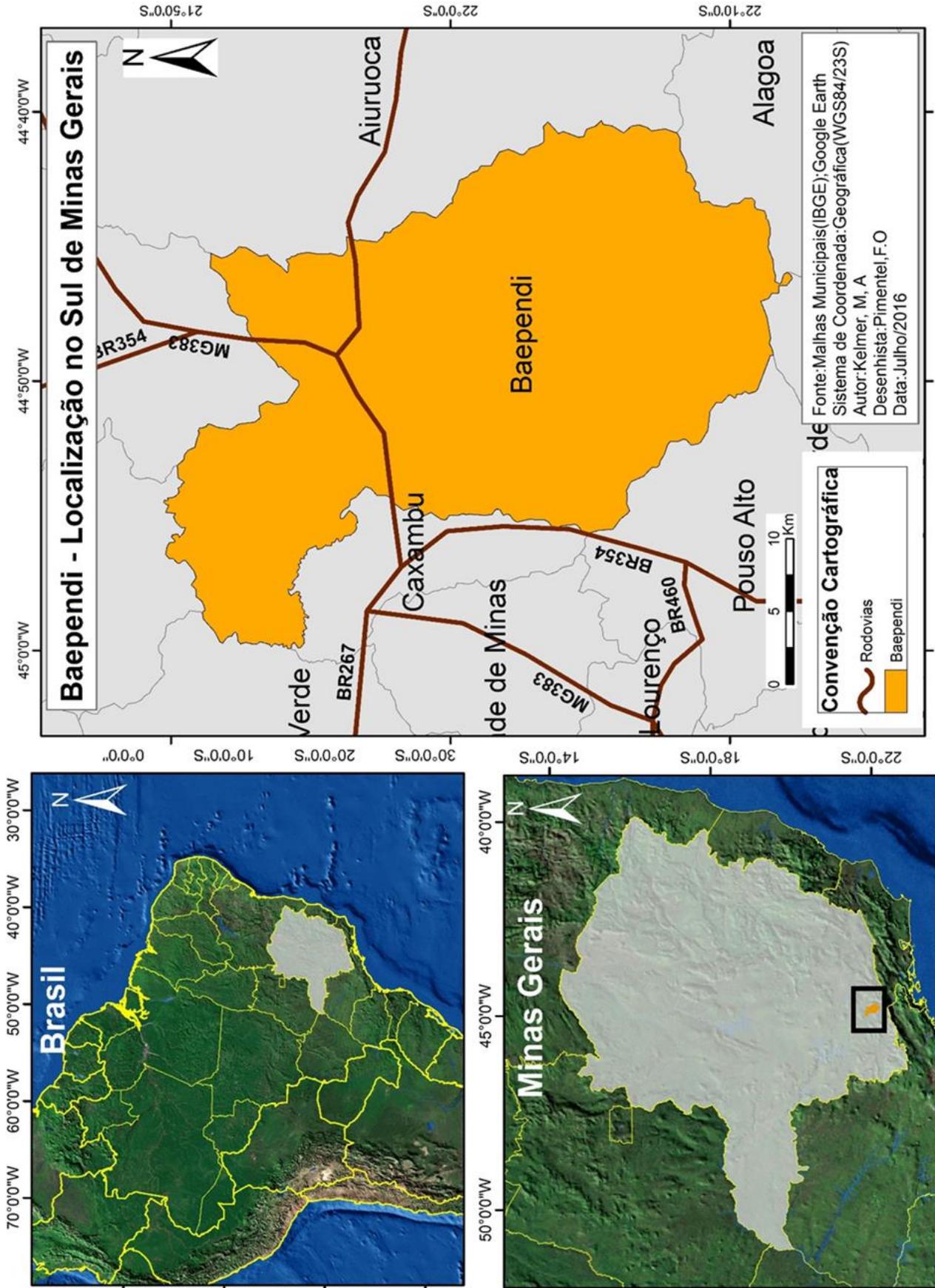
Nhá Chica e do povo que a procurava. Dos/as moradores/as entrevistados/as, 80% alegam que o movimento aumentou após a cerimônia de beatificação. Com base nas entrevistas com os/as visitantes, constata-se que 42,7% estavam visitando Baependi pela primeira vez, destes/as, 65,8% foram atraídos/as à cidade por terem tomado conhecimento sobre Nhá Chica recentemente.

A beatificação de Nhá Chica impulsionou a movimentação de visitantes no município e tem contribuído na produção de formas espaciais pela combinação da ação de um lado e da estrutura de outro, sendo estes, dois elementos na organização social analisados por Gottdiener (2010, p.199), ao elucidar que “as formas espaciais são produtos contingentes da articulação dialética entre ação e estrutura”.

As estruturas são compreendidas em Gottdiener (2010) não somente como aspecto material, mas também como as mudanças na organização e mundialização da produção, a intervenção do Estado em vários níveis da sociedade e o papel da ciência e tecnologia, como forças dominantes envolvendo as relações de produção e todo o aparato econômico, político e cultural a sofrer interferências das mudanças capitalistas que são relevantes para as transformações espaciais produzindo contradições dentro de um processo de produção espacial. As estruturas apreendem as condições gerais para o entendimento das diferenças existentes entre os espaços, mas o que vai diferenciar os tipos de produção espacial são as ações que, segundo Gottdiener (2010), vão além do entendimento dos polos ação e estrutura, sendo a união de ambos em uma articulação dialética entre a sociedade e o espaço. As ações compreendem os aspectos econômicos, políticos e sociais que formam o fio condutor das mudanças espaciais estimulados pela sociedade em determinados tempos e espaços, transformando valores de uso em valores de troca.

2.1 BEM-VINDO A BAEPENDI: FORMAS E PROCESSOS INTERSECCIONAIS

O município de Baependi, nossa área de estudo, está localizado a 5 km de Caxambu, 382 km da capital do estado, Belo Horizonte e a 199 km de Juiz de Fora. O acesso a Baependi é realizado pelas rodovias federais BR-267 e BR-354 estando ligadas ao município pela rodovia estadual MG-383, conforme mapa 01, p. 27.



Mapa 1 - Localização de Baependi – MG
 Fonte: IBGE/Google Earth
 Organização: Magno Angelo Kelmer

O município possui, segundo dados do IBGE/2010, uma população de 18.307 habitantes em uma área de 750,554 Km². Baependi apresenta-se como uma cidade histórica próxima das estâncias hidrominerais de Caxambu e São Lourenço tendo Aiuruoca, Alagoa, São Thomé das Letras, Conceição do Rio Verde, Caxambu, Pouso Alto, Itamonte e Cruzília como municípios limítrofes. A economia local, tradicionalmente movida pela agropecuária e pelo comércio, passa a ter na atividade turística um forte movimentador de capital.

SETORES DA ECONOMIA	2000	2010
PRIMÁRIO	27,86%	19,04%
SECUNDÁRIO	18,35%	24,36%
TERCIÁRIO	53,79%	56,60%
TOTAL	100%	100%

Tabela 1 - Distribuição da PEA por setores da economia

Fonte: IBGE/Atlas Brasil

Elaboração: Magno Angelo Kelmer

Com base na tabela número 1, constatou-se na última década, um aumento de 2,81% relacionado à população economicamente ativa no setor terciário, que compreende as atividades relacionadas ao comércio e à prestação de serviços. Nota-se também um aumento de 6,01% no setor secundário. Ambos setores comungam dos benefícios que a atividade turística pode oferecer. O setor primário perdeu, na década, 8,82% de participação, fato a ser destacado, comprovando uma migração para outros setores da economia. Atividades associadas à prática do turismo podem ser relacionadas a essas mudanças, uma vez que, a existência da atividade turística, como está ocorrendo em Baependi, faz aumentar a circulação de capital nos setores secundário e terciário. Para Xavier (2007), a atividade turística ganhou um status de produção, na medida em que se tornou uma das ocupações rentáveis do setor terciário com possibilidades de formação pessoal e ampliação na prestação de serviços. Esses dados nos levam a entender que a atividade turística em Baependi participa do “efeito multiplicador do turismo” (Acerenza, 1984; Barreto, 2003; Barreto 2004). Não interessa nesta análise o destino que o volume de capital em circulação irá tomar, mas aponta-se o aumento no número de estabelecimentos referentes à prática do turismo no município.

De acordo com dados fornecidos pela Prefeitura Municipal de Baependi e analisados dentro do recorte temporal estabelecido para este estudo, durante a década de 1990 foram concedidos 302 alvarás para atividades ligadas ao setor

terciário da economia, destes, 36,7% relacionados diretamente à atividade turística. Durante a década de 2000, 493 atividades referentes ao setor terciário foram contabilizadas e, destas, 36,5% ligadas diretamente à atividade turística. Na década atual, até a data da coleta dos dados, 1064 atividades do setor terciário foram registradas na prefeitura, das quais 34,2% estão relacionadas diretamente à atividade do turismo. Esses últimos dados confirmam um crescimento no setor terciário em Baependi e apontam para um crescimento no número de atividades referentes ao turismo ao registrar um índice próximo das décadas anteriores, restando ainda, 4 anos e meio para o fim desta década⁹. A mudança da produção agropecuária para um destino de turismo religioso, implicou em maior participação do setor de serviços na sua economia. Para Lefebvre (2006), as transformações que a sociedade protagoniza apontam para uma reprodução do espaço onde se incorpora o desenvolvimento da troca. A produção e reprodução do espaço dá-se como realização da mercadoria, na qual tudo é passível de fetichização¹⁰ e consumo. A partir dessa relação capitalista, surgem as contradições do espaço, porque os interesses do capital nem sempre são os mesmos da população como um todo.

A perspectiva de produção do espaço proposta por Gottdiener (2010), derivada do pensamento marxista, apresenta uma análise sobre a organização espacial crítica ao paradigma ecológico, no qual a análise do espaço se faz de forma básica, constituída de forma regional ao analisar as distribuições específicas de localização de maneira funcionalista, determinista e de caráter excessivamente econômico. Entende-se assim, baseado no autor, que para uma melhor compreensão da produção espacial, as forças sócio-espaciais, que estruturam e transformam o espaço, necessitam ser interpretadas criticamente, em suas dimensões econômicas, políticas e culturais como elementos da organização social em uma análise dialética, uma vez que essas dimensões ocorrem de maneira simultânea. Nesta perspectiva, a organização do espaço é entendida como consequência direta das relações que envolvem os processos interseccionais econômicos, políticos e culturais em uma produção social do espaço que envolve renegociações na articulação dialética entre ações e estruturas.

⁹ Esses dados foram colhidos junto à Prefeitura Municipal de Baependi em 07/2016.

¹⁰ Leia-se Marx (2014).

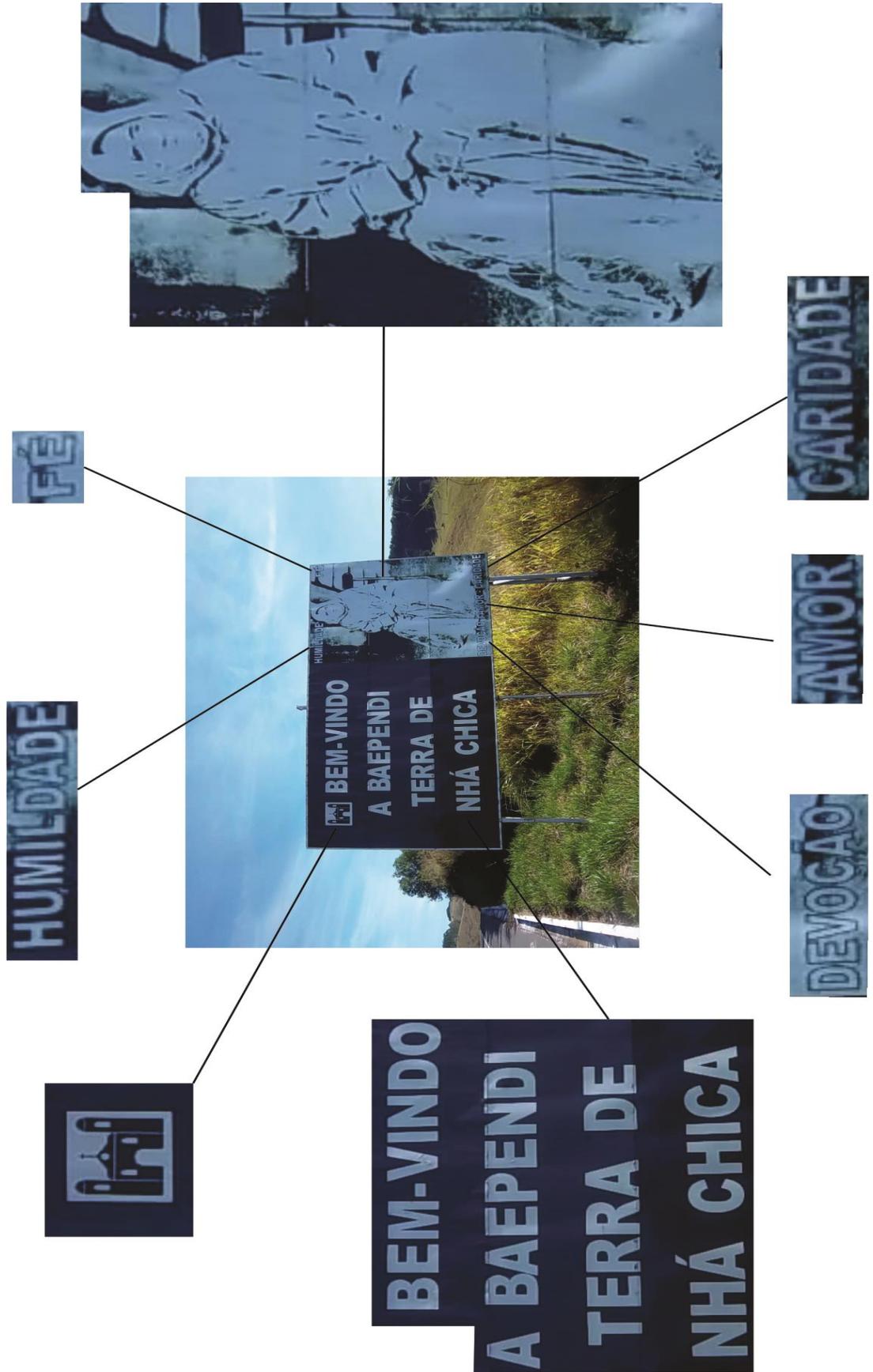


Figura 3 - Foto da placa na BR-267 próxima à entrada do Município de Baependi – MG
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016
Organização: Magno Angelo Kelmer

Ser Terra de Nhá Chica, como consta na placa na entrada do município, refere-se à maneira como Baependi passou a ser divulgada e não representa a realidade de todos/as os/as moradores/as, fato que estabelece uma contradição inerente a esta produção espacial.

Esta placa (figura 03, p.30), localizada a 21° 56' 13" latitude sul e 44° 52' 02" longitude oeste, contém no canto superior esquerdo, o símbolo de informação pública que representa igreja; em sua parte central, os dizeres "Bem-vindo a Baependi Terra de Nhá Chica", e, em sua lateral direita, a imagem de Nhá Chica sentada, como retratada pela única foto que se tem registro, cedida pelo médico Henrique Monat em sua entrevista com Nhá Chica em 1894. Em volta da imagem, as palavras Fé, Humildade, Devoção, Caridade e Amor representam suas Virtudes Heroicas, aprovadas pelo Papa Bento XVI em 14 de janeiro de 2011, ou seja, ela sintetiza os processos interseccionais políticos, econômicos e culturais abordados neste momento na referência a esse veículo de propaganda pública.

Entende-se a existência dessa placa como uma forma importante na produção espacial de Baependi que aponta para uma contradição do espaço, uma vez que "Ser terra de Nhá Chica" não representa a todos/as no município. Analisa-se com base em depoimentos de pessoas relacionadas às questões religiosas, representantes do *trade* turístico¹¹ e moradores/as de Baependi a questão posta acerca de processos interseccionais e suas renegociações.

Para uma funcionária da Secretaria de turismo de Baependi¹², a placa pode ser analisada de duas formas. Pessoalmente, ela a identifica como um referencial que trata Nhá Chica como um grande atrativo, sendo que o município dispõe de outros atrativos a serem trabalhados, e principalmente, causa polêmicas entre os católicos e os evangélicos, os quais colocaram placas na cidade nomeando-a "Terra de Jesus". Segundo a entrevistada, já ocorreram manifestações evangélicas em dias e horários de comemoração católica, o que para ela é interpretado como uma afronta. Como profissional do turismo, não vê problema algum na colocação da placa, uma vez que auxilia na divulgação do atrativo turístico. Nota-se o interesse

¹¹São organizações privadas e governamentais atuantes no setor de "Turismo e Eventos" como os Hotéis, Agências de Viagens especializadas em Congressos, Transportadoras Aéreas, Marítimas e Terrestres, além de Promotores de Feiras, Montadoras e Serviços Auxiliares (tradução simultânea, decoração, equipamentos de áudio visuais, etc.) (EMBRATUR, 1995). Disponível em: <<http://www.dictech.com.br/dicionario/termos-tecnicos/turismo/significado-de/trade-turistico/>> Acesso em: 8/10/2016.

¹² Funcionária da Secretaria de turismo de Baependi. Depoimento. [14 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

profissional da entrevistada ao ver a importância de divulgar Nhá Chica como atrativo turístico. Sua preocupação com relação a possíveis conflitos religiosos na cidade é pertinente, uma vez que os representantes evangélicos entrevistados são contra a situação.

O pastor “A”, responsável por várias igrejas evangélicas em Baependi¹³, caracteriza a placa como uma imposição de um fato como verdade. A seu ver, ela não nasceu em Baependi e, mesmo se tivesse nascido, nada dá o direito de afirmar que a terra é de uma só pessoa. “Vivemos em um Estado laico e nada justifica essa placa” (15/01/2016). O pastor afirma que a placa não chega a incomodar, mas não é um ato legal, não representando a população total de Baependi, e, por isso, uma violação. “Se fosse uma placa divulgando um evento, não haveria problema, mas um elemento fixo por tempo indeterminado, não está correto” (15/01/2016). Interessante o termo “Estado laico” ter sido citado pelo entrevistado, uma vez que ele relembra uma época passada em que um pastor foi prefeito da cidade e defendia o interesse dos evangélicos.

Para um representante do centro espírita kardecista de Baependi¹⁴, não há problema algum com a colocação da placa. Na sua concepção, os espíritas veem Nhá Chica como um espírito protetor da região, entendendo que todo santificado pela igreja é um trabalhador de Deus, sendo um exemplo a ser seguido. “Percebemos problemas com relação aos evangélicos, que não aceitam a situação e falam em Terra de Jesus e não de Nhá Chica” (14/01/2016). O representante do centro espírita kardecista encara com preocupação essa situação. Segundo ele, alguns evangélicos chegaram a colocar um adesivo no carro com os dizeres “Baependi, Terra de Jesus”, o que para ele é motivo de preocupação, principalmente com católicos que fazem romarias, os que passam o dia na cidade e vão embora. Estes podem ceder a provocações, já que houve momentos de passeatas evangélicas no segundo domingo de dezembro, dia da bíblia, justamente no momento de celebrações católicas pelo dia de Nossa senhora da Conceição, da qual Nhá Chica era devota.

¹³ Pastor A responsável pela igreja evangélica A. Depoimento. [15 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

¹⁴Representante do Centro Espírita Ressureição e Vida. Depoimento. [14 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Para o pastor “B”¹⁵, representante de outra igreja evangélica, a placa representa uma forma da Igreja Católica divulgar o nome de Nhá Chica e atrair mais turistas para a cidade. Segundo esse pastor, a placa não chega a incomodar, mas poderia ser diferente, destacando características mais gerais do município. O pastor afirma que a placa é um *marketing* para a Igreja Católica divulgar o turismo e não atende aos interesses de todos. O entrevistado destaca o fato da Igreja Católica se preocupar muito com as questões financeiras. Interessante essa crítica, uma vez que o templo da igreja em questão está situado na rua principal da cidade e, além de ser de grandes dimensões, apresenta-se como um dos mais suntuosos.

Compreender o espaço pela fala de quem o habita contribui para o entendimento da sua produção social. Lefebvre (2008a, p. 37) destaca que “cada sujeito se situa num espaço onde ele se reconhece ou então se perde, do qual ele usufrui ou modifica”, ou seja, no espaço vivenciado pela sociedade, por aqueles que contribuem no seu processo de reprodução. Para esses sujeitos a experiência do cotidiano (as relações diárias como habitantes) resulta em espaços da representação, nos quais o vivido ganha maior dimensão ao conter as ações e as situações vivenciadas (LEFEBVRE, 2008a).

Contribuindo para a compreensão desse espaço da representação, uma representante “A” da Igreja Católica¹⁶, ligada à Associação Beneficente Nhá Chica (ABNC), compreende a placa como referência a uma cidadã de Baependi, uma cidadã que ficou conhecida por seus atos. Para ela, não consta na placa nenhuma denominação de santidade, não estando relacionado a nenhuma religião, não havendo intensão de provocar qualquer pessoa. “Se diz respeito a uma cidadã de Baependi, a placa não incomoda” (15/01/2016). Nota-se uma tranquilidade na fala da entrevistada ao tratar de um assunto que gera polêmica na cidade. Essa tranquilidade pode estar ligada ao fato da Igreja Católica contar com a maioria da população no município e a situação da placa, que está posta, não incomodar. Realmente, não consta na placa alusões à beatificação ou santificação de Nhá Chica, mas o fato de ter um elemento iconográfico representando igreja e as virtudes relacionadas à beata estarem presentes, estabelece uma relação com a Igreja Católica.

¹⁵ Pastor B, responsável pela igreja evangélica B. Depoimento. [15 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

¹⁶ Representante da Igreja Católica ligada a Associação Beneficente Nhá Chica (ABNC). Depoimento. [15 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Para determinada obreira da Igreja Universal do Reino de Deus¹⁷, a placa foi colocada pela Igreja Católica por serem, “infelizmente, maioria na cidade” (16/01/2016). Para ela, trata-se de um fato totalmente errado, uma vez que faltou consciência de quem a colocou, agindo de maneira emocional, ofendendo as demais religiões da cidade. “Para nós, não interfere em absolutamente nada, uma vez que a nossa terra, verdadeiramente, não é daqui” (16/01/2016). A entrevistada usou de um ensinamento em que acredita para justificar o uso da expressão terra. Dos entrevistados foi a mais ríspida ao tratar sobre o sentido da imagem contido na placa, fazendo questão de lembrar o episódio no qual o Bispo Sérgio Von Helde, em 1994, ficou conhecido ao chutar em programa de televisão a imagem de Nossa Senhora Aparecida demonstrando tratar-se somente de gesso.

O pastor “C”, representante de outra igreja evangélica¹⁸, entende que a placa diz respeito ao local onde Nhá Chica morou e atendeu ao seu chamado, mas destaca o fato de o dono da terra não ser ela, e sim Deus. O pastor faz uma crítica à placa ao afirmar que diz respeito a um meio de divulgação, um marketing, um chamativo da Igreja Católica para ganhar dinheiro com o turismo.

Conforme tem-se dito, Gottdiener (2010) aposta nas análises para além da materialidade, buscando compreender as relações entre os processos econômicos, políticos e culturais, ou seja, na relação cotidiana que produz o espaço. Para tal é necessário ouvir e interpretar o elemento que transita por esse espaço, que mantém tais relações, os/as moradores/as.

Neste sentido, foram entrevistados/as moradores/as no intuito de esclarecer sobre a questão estabelecida e, a partir do ponto de vista de quem habita o espaço, apresentar elementos para elucidação desse espaço de representação.

¹⁷ Obreira da Igreja Universal do Reino de Deus. Depoimento. [16 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

¹⁸ Pastor C representante da igreja evangélica C. Depoimento. [18 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

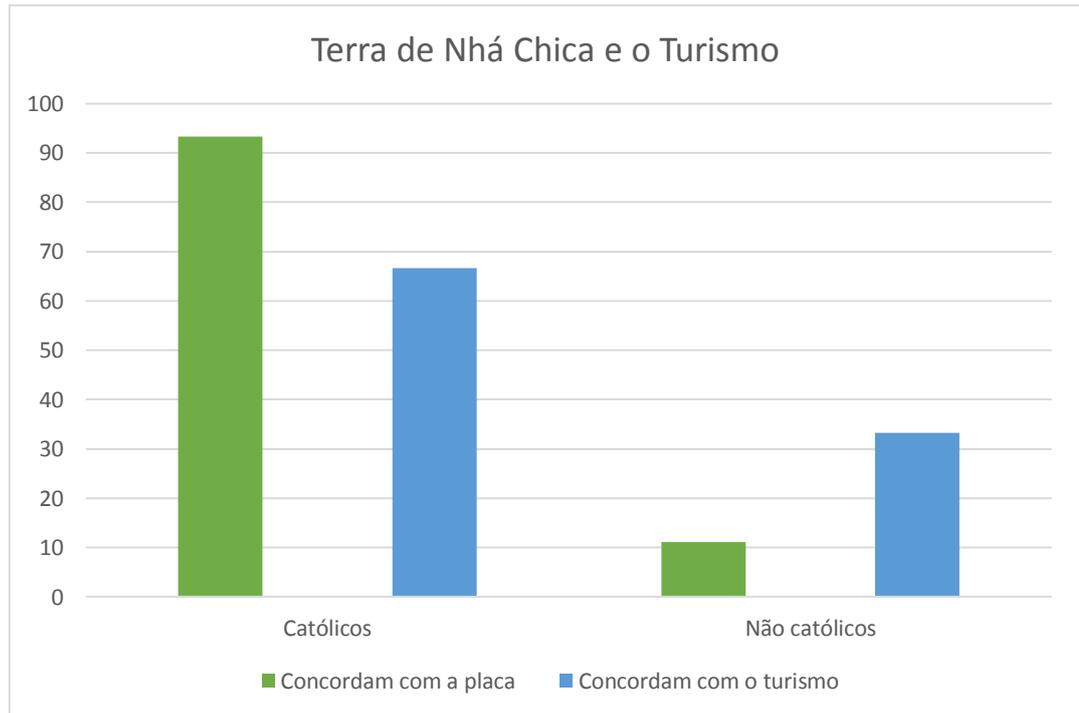


Figura 4- Gráfico: Terra de Nhá Chica e o turismo
 Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2015/2016
 Organização: Magno Angelo Kelmer

As entrevistas com os/as moradores/as revelam uma divisão já esperada com relação a prática religiosa. Categorizamos, para melhor análise, moradores/as católicos/as e moradores/as não-católicos/as, aglutinando as várias filiações religiosas não-católicas em um só grupo. Assim, 36 entrevistados/as afirmaram-se como católicos/as e 9 entrevistados/as afirmaram pertencer a outras religiões. Para 93,3% dos/as moradores/as católicos/as a placa não incomoda, estes/as concordam com sua existência e seus dizeres. Os depoimentos aludem à grande satisfação em morar em uma terra que é de Nhá Chica, afinal ela viveu e fez sua obra em Baependi. Os/as católicos/as que não concordam com a existência da placa alegam que discordam do aspecto comercial que se faz da fé na beata. Com relação à prática da atividade turística, do tipo religioso, 66,7% dos/as entrevistados/as católicos/as concordam com tal prática alegando maior desenvolvimento econômico para a cidade. Os/as moradores/as católicos/as que não concordam com a prática da atividade turística se dizem incomodados com o uso da fé para o comércio.

Quanto aos/as moradores/as não-católicos/as, 88,9% do total de entrevistados/as sentem-se incomodados/as com a existência da placa, alegando que Baependi é “Terra de Jesus”. Esse grupo reclama da imposição da Igreja Católica ao instalar a placa, beneficiando-se da divulgação da beata. Os/as

moradores/as não-católicos/as que não se incomodam com a placa, atingindo 11,1% do total, representam os/as espíritas. Estes/as não veem problemas ao relacionar a terra de Baependi a uma moradora que tanto fez pela cidade. Do total de entrevistados/as não católicos/as, 33,3% consideram-se satisfeitos/as com a presença da atividade turística do tipo turismo religioso no município, uma vez que tal fato pode gerar divisas, aumentando a oferta de empregos.

Constatamos *in loco* que a placa causa polêmica na cidade e muitos não se sentem à vontade para falar sobre a questão. O fato destacado diz respeito a uma contradição do espaço, que, para Lefebvre (2008a, p. 125) “não é exterior às relações sociais de produção, ainda menos a sua reprodução, que implica estratégias políticas [...] trata-se de uma contradição do espaço”. Nota-se que o incômodo com a existência da placa, e a interpretação do conteúdo existente nela diz respeito, em grande parte, à prática religiosa. Ser “Terra de Nhá Chica” pode ser compreendido como o local onde a beata viveu e, desta forma, não ter uma conotação de posse do espaço; já para outro grupo de pessoas entrevistadas, ser “Terra de Nhá Chica” remete à posse do espaço, dando à beata e à Igreja Católica um grau elevado de importância e respeito. A presença da placa, ao divulgar uma característica do município, impõe o interesse dos promotores do capital, utilizando-a como divulgação de um atrativo turístico e atendendo aos interesses da Igreja Católica, reforçando, assim, uma contradição, na qual os interesses não são os mesmos da população como um todo, já que 27% é representada por não-católicos. Contraditório se torna, uma vez que a sociedade capitalista estabelece práticas que transformam a vida de todos em detrimento de alguns.

Interessa nessa situação, que faz parte do todo a ser analisado, compreender o movimento inerente à produção espacial. Essa placa analisada faz parte de um conjunto de placas instaladas ao longo da BR267, em um período anterior à data da beatificação. Elas se inserem no contexto de uma série de investimentos do Governo do Estado de Minas Gerais para a ocasião, fato informado pela funcionária da Secretaria de turismo de Baependi; sendo que “umas foram arrancadas e outras degradadas por ação de pichadores” (14/01/2016).



Figura 5- Foto da placa pichada na BR-267 próxima à entrada do município de Baependi – MG
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

Como constatado *in loco*, algumas placas foram arrancadas e outras pichadas, como pode ser observado na fotografia (figura 05, p.37) de uma placa fixada próxima à entrada de Baependi pela rodovia BR-267 localizada a 21° 56' 00" latitude sul e 45° 51' 04" longitude oeste. Nessa placa, a imagem de Nhá Chica e os dizeres referentes às suas características foram apagados com uma tinta branca.

Essa situação apresentada refere-se à forma como o município vem sendo divulgado na atualidade, uma vez que a divulgação já foi referente ao Circuito Turístico das Águas e do qual faz parte, de acordo com a Lei 2472/02 que dispõe sobre o ingresso como sócio fundador na Associação de Integração Regional do Circuito das Águas, do qual ainda é integrante juntamente com outros nove municípios, a saber: Cambuquira, Campanha, Carmo de Minas, Caxambu, Conceição do Rio Verde, Lambari, Maria da Fé, Soledade de Minas e Três Corações. O atrativo era utilizado como forma de promover maior visibilidade ao município. O Circuito Turístico das Águas foi certificado em 5 de julho de 2005; sua certificação¹⁹ foi renovada em 2015 e não houve o desligamento do circuito; modificada foi a maneira de promover e divulgar o município.

Passa-se, então, a analisar o turismo como uma atividade transformadora dos espaços e suas interferências na espacialidade do município.

2.2 TURISMO COMO ATIVIDADE TRANSFORMADORA DOS ESPAÇOS

No intuito de estabelecer uma relação entre a prática da atividade turística e a produção do espaço, este subcapítulo destaca a importância da oferta turística como espaço modificado e transformado em mercadoria a ser consumida, contribuindo no processo de produção e reprodução sócio-espacial.

¹⁹ Certificação - A certificação de um Circuito Turístico é o momento em que a instituição é reconhecida oficialmente, pela Setes/MG, como Instância de Governança Regional do Turismo apta para a execução da Política de Regionalização do Turismo do Estado de Minas Gerais. Para ser certificado, o Circuito deve atender a uma série de pré-requisitos, estabelecidos no Decreto Estadual 43.321/2003 e na Resolução SETES nº 45/2014, dentre os quais possuir, no mínimo, um ano de existência formal, ser constituído por cinco ou mais municípios de uma mesma região, com afinidades culturais, sociais e econômicas, e ser uma entidade sem fins lucrativos, com a finalidade de promoção e desenvolvimento sustentável do turismo. Disponível em: <http://www.turismo.mg.gov.br/noticias/1523-setes-renova-certificacao-dos-circuitos-turisticos> Acesso em 07 de dezembro de 2015.

Atividade produtiva organizada e sistematizada da sociedade capitalista pós-revolução industrial, o turismo apresenta implicações espaciais diversificadas e sujeitas a análises variadas. É o que neste trabalho busca-se realizar, uma vez que o número de empreendimentos relacionados à prática da atividade turística e o fluxo de visitantes em Baependi vem aumentando, como destacado anteriormente e apontando mudanças materiais e sociais nessa localidade.

Entre os/as moradores/as entrevistados/as, 66,7% percebem modificações na cidade em virtude da atividade turística. Esses/as moradores/as citam como indicativos o aumento na circulação de carros de passeio e de ônibus de excursões, aumento na circulação de visitantes, mudanças no trânsito, ampliação no número de lojas no comércio e maior divulgação da cidade. Os/as que afirmam não perceberem modificações relacionadas ao turismo em Baependi, apenas negam o fato sem ao menos justificarem e alguns afirmam se tratar de mudanças muito lentas.

O turismo é conceituado universalmente pela OMT (Organização Mundial do Turismo), como “um fenômeno social, cultural e econômico que implica no deslocamento de pessoas para países ou lugares fora do seu ambiente habitual para fins pessoais ou de negócios / profissional” (OMT)²⁰; sendo esse conceito mais atual e abrangente, uma vez que conceitos anteriores não incluíam como turismo as viagens a negócio. Cooper, et al. (2001, p. 40) nos oferecem um conceito abrangente ao dizer que

o turismo pode ser pensado como sendo uma ampla gama de indivíduos, empresas, organizações e lugares, que se combinam de alguma forma para proporcionar uma experiência de viagem. O turismo é uma atividade multidimensional e multifacetada, que tem contato com muitas vidas e atividades econômicas diferentes.

O turismo como um fenômeno multidimensional e multifacetado é composto de um grande número de elementos que se inter-relacionam. Esses elementos necessários à atuação da atividade não são obrigatoriamente turísticos, envolvendo um grande número de inter-relações na localidade onde a atividade atuar: rede de hospedagem, alimentação, meios de acesso, comércio em geral, bancos, estrutura

²⁰ No original: Tourism is a social, cultural and economic phenomenon which entails the movement of people to countries or places outside their usual environment for personal or business/professional purposes. Disponível em: < <http://www2.unwto.org/>> Acesso em 17 de janeiro de 2016.

de receptivo²¹, aspectos culturais, comunidade residente e comunidade visitante e, também, os agentes promotores do turismo. Essas e outras inter-relações contribuem para que ocorram transformações sócio-espaciais.

Para Wainberg (2003, p.39), “o turismo apropria-se dos lugares, demandando territórios e paisagens, pois leva as pessoas a saírem de um lugar em busca de outros”, demonstrando, assim, a dinamicidade dessa atividade no espaço entendido como espaço social em estreita correlação com a prática social a ele engendrada, atentando para a sua produção, “segundo as exigências do modo de produção, ou seja, da reprodução das relações de produção” (LEFEBVRE, 2008a, p.21). Desta forma, o espaço não existe em si mesmo, sendo produzido social e materialmente, envolvendo a produção, o produto e o trabalho pertinente a ele, bem como envolvimento ou alheamento aos seus padrões de uso²².

Quando questionado aos/as moradores/as se percebem o envolvimento da comunidade com a atividade turística em Baependi, 66,7% afirmam que há envolvimento da sociedade no processo com ações como empregos no comércio, divulgação do artesanato local, atuação na igreja e, principalmente, fornecendo orientação aos visitantes. Os/as moradores/as que negam tal envolvimento totalizam 26,7% dos/as entrevistados/as e alegam como justificativa o fato de não haver abertura para a comunidade se envolver nos assuntos relacionados ao turismo e destacam também, a falta de investimento da prefeitura no turismo; 6,6% dos/as entrevistados/as não souberam responder a essa questão. Pelas considerações de Gottdiener (2010), percebe-se a necessidade de analisar a produção social do espaço não se restringindo apenas a uma análise morfológica, contemplando, desta forma, a organização social que pode atuar contribuindo no processo mantendo, reproduzindo e incorporando transformações sociais dialeticamente com/no espaço. A partir dos dados apresentados, percebe-se que a maior parte da comunidade se vê envolvida na prática do turismo em Baependi; notou-se que, ao se fazer esse questionamento, a primeira resposta foi associada ao lucro financeiro da atividade e, para os que negaram o envolvimento, se não render financeiramente, não há

²¹ O receptivo é o serviço destinado a atender as expectativas das pessoas que adquiriram o produto turístico ou que viajam a negócios e precisam de apoio em seus deslocamentos. Corresponde à oferta turística, já que se trata da localidade receptora e seus respectivos atrativos, bens e serviços a serem oferecidos aos turistas lá presentes. Disponível em: <<http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ideias/como-montar-uma-agencia-de-turismo-receptivo,7c887a51b9105410VgnVCM1000003b74010aRCRD>> Acesso em 29 de julho de 2016.

²² Leia-se Carlos (2011, p. 23) e Gottdiener (2010).

envolvimento. Neste momento, cumpre destacar que o espaço, para Lefebvre, articula o social e o mental, o teórico e o prático, o ideal e o real, estando ligado à reprodução das relações sociais de produção (LEFEBVRE, 2008a). Nas palavras do autor, pode-se compreender que o espaço é mais que uma simples relação de situações, é mais que uma relação de produção de objetos, da força de trabalho e do consumo, ultrapassando-a, contendo o *locus* da reprodução das relações sociais de produção, ou seja, reprodução da sociedade.

Com relação à atividade turística, Lefebvre (2008a) destaca os lugares de lazeres como espaços dissociados da produção, ao ponto de se imaginar que esses espaços são independentes do trabalho e nada têm a ver com a rigidez do sistema. São espaços que dão a ideia de liberdade e um ar de festa, povoados de símbolos, não demonstrando ligação como o mundo da produção e do trabalho (LEFEBVRE, 2008a). O exposto pelo autor não condiz com a realidade dos espaços turistificados, dos/as 96 visitantes entrevistados/as em Baependi, 75% compraram artigos relacionados a Nhá Chica (imagens, faixas, camisas, fitas, quadros, etc.).

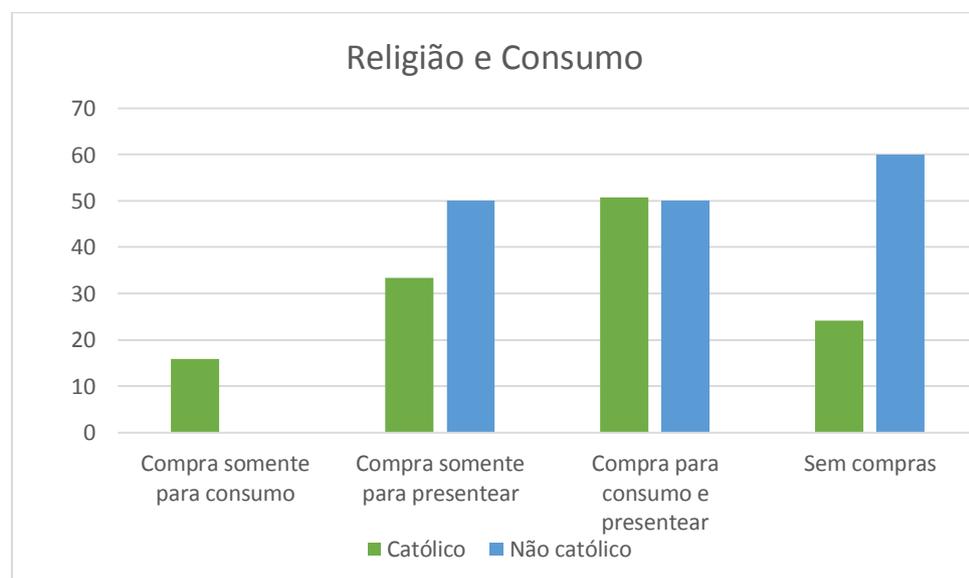


Figura 6- Gráfico: Religião e Consumo
 Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2015/2016
 Organização: Magno Angelo Kelmer

Do total dos/as entrevistados/as que participam do consumo de produtos relacionados a Nhá Chica, 2,8% não são católicos/as e 97,2% são católicos/as. Como pode ser observado no gráfico, entre os/as visitantes católicos/as, 15,9% compraram produtos somente para consumo próprio, 33,4% compraram somente

para presentear e 50,7% compraram produtos para consumo e para presentear. Já os/as visitantes que não se declararam católicos/as distribuem-se da seguinte forma: 50% compraram somente para presentear e 50% compraram para consumo próprio e para presentear. Entre os/as católicos/as, 24,2% não realizaram compras e, entre os/as não-católicos/as, 60% não compraram produtos relacionados a Nhá Chica. Esses dados demonstram uma relação de produção e comércio em torno da religiosidade explorada pela atividade turística.

Entende-se que Lefebvre faz uma crítica à atividade turística, que se apropria dos espaços demandando-os e cria toda uma estrutura política, econômica, cultural e social buscando lucro como objetivo de sua prática, mas valendo-se, na maioria das vezes, de uma lógica paradisíaca, dissimula sua face capitalista de busca do lucro e da mais-valia. “São precisamente lugares nos quais se reproduzem as relações de produção, o que não exclui, mas inclui, a reprodução pura e simples da força de trabalho” (LEFEBVRE, 2008a, p. 50).

No modo de produção capitalista, há um processo de mercantilização justificando a exploração em prol do fortalecimento do capital e ampliação da mais-valia. Para Marx (1975, p. 73), “toda a produção é uma apropriação da natureza pelo indivíduo, no quadro e por intermédio de uma forma social determinada”, o que justifica a apropriação do espaço pela atividade turística, do tipo religioso, como elemento no processo de produção espacial em Baependi.

2.2.1 Turismo: ofertas e demandas

Diante do exposto, baseando-se na visão capitalista e por acreditar que uma definição geral anularia a importância da análise embasada na oferta e na demanda, pode-se conceituar o turismo partindo da combinação de ambas. Desta forma, o conceito pautado na demanda abrangeria o movimento de pessoas para lugares diferentes do seu local de origem, incluindo a viagem e a estadia na localidade escolhida, alterando o ritmo de vida dos residentes. Já para a oferta, o turismo seria conceituado levando em conta os elementos que dariam base para que ele acontecesse, tais como as empresas que não sobreviveriam sem a atividade e aquelas que forneceriam a base para a atividade turística (COOPER et al, 2001), incluindo todos os produtos criados ou ressignificados no espaço para atender ao consumo do turista.

Produtivo e dinâmico, o turismo se aproveita de maneira intensa e permanente dos recursos existentes e também dos recursos criados na medida das suas necessidades. Esses recursos compõem a oferta turística. Coriolano e Silva (2005, p.105) justificam a importância desses recursos “por comporem a oferta turística a que a Geografia dá atenção especial, por constituir o próprio espaço geográfico”, ou seja, a oferta turística é parte constituinte da produção do espaço. Nesses espaços, são alocadas as tecnologias que inserem infraestruturas e artefatos técnicos para a prática turística. Segundo Ignarra (2003, p.47)

a oferta turística é constituída por um conjunto de elementos que conformam o produto turístico. São elementos que isoladamente possuem pouco valor turístico (ou nenhum) ou que possuem utilidade para outras atividades que não o turismo (...), ou seja, o conjunto de atrativos, bens e serviços que possui uma determinada localidade, que organizados e estruturados possam virar um produto turístico.

A oferta turística de uma localidade é constituída da soma de todos os produtos e serviços adquiridos ou consumidos pelo turista durante a sua estadia em uma destinação, atentando para a importância dos aspectos morfológicos e também funcionais, ou seja, o conjunto de atrativos citados por Ignarra (2003) pode participar de uma mudança morfológica, sendo organizados e estruturados, criando novos produtos ou ressignificando os já existentes, e também, pode criar uma nova funcionalidade para o espaço.

De posse do Inventário da oferta turística do Município de Baependi, realizado em 2011 pela MGTM Ltda²³, dentro do Programa de regionalização do turismo – Roteiros do Brasil, organizam-se, na figura 7, p. 44, os dados referentes a oferta turística do município em bens naturais, socioculturais e tecnológicos, chamados de oferta diferencial e bens referentes a equipamentos e serviços, chamados de oferta técnica. (RUSCHMANN, 2008).

²³ MGTM é uma empresa especialista em Patrimônio Cultural, Projetos de Restauração e Revitalização Arquitetônica de bens com valor histórico. Disponível em: <<http://www.mgtm.com.br/cultural1.html>> Acesso em 21 de janeiro de 2016.

LISTA DE OFERTA TURÍSTICA DO MUNICÍPIO DE BAEPENDI	
OFERTA TÉCNICA	OFERTA DIFERENCIAL
Batalhão da Polícia Militar	Agito nas férias
Centro odontológico Dr ^a Vanessa e Dr ^o Heleno	Aniversário da cidade
Clínica de fisioterapia Fisiomedic	Aniversário de morte de Nhá Chica
Colégio Francisco Santo Inácio	Carnaval à moda antiga
Delegacia de Polícia Civil	Corpus Christi
Escola Estadual N.S. Montserrat	Dia da criança
Escola Municipal Dr ^o Wenceslau Brás	Dia do trabalhador
Escola Municipal Senador Alfredo Catão	Encontro de jipeiros
Laboratório de análises clínicas Antônio Nicollielo	Festa junina
Unilabor - Análises clínicas	Feira de artesanato
Hospital Cônego Monte Raso	Feira gourmet
Arte e vídeo	Festa N. S. Boa Morte
Atenas boutique	Festa N. S. Montserrat
Bae bordados	Festa N. S. Rosário
Casa cultura	Festival cante e conte
Droga minas	Jogos da amizade
Drogaria S. Vicente	Maculelê
Fazenda S. José da Vargem	Música ao vivo na praça
Gráfica Segran	Semana santa
Igreja N. S. da Conceição	Seresta na praça
Igreja N. S. Montserrat	
Meu presente	
Pontilhão da cidade e da Lavrinha	
Usina do Congonha, do Ribeirão e de Nhá Chica	
Bar e rest. Casebre	
Hotel fazenda Chalés de Minas	
Hotel Nhá Chica	
Hotel Pousada S. Miguel	
Hotel e rest. Vale Formoso	
Padaria Super pão	
Pousada e rest. Cachoeirinha	
Pousada e rest. Recanto da Mata	
Restaurante Meia Tijela	

Figura 7- Lista da oferta turística do Município de Baependi

Fonte: MGTM Ltda

Organização: Magno Angelo Kelmer

Nota-se que o inventário turístico do município não elenca os atrativos relacionados ao Circuito Turístico das Águas, do qual faz parte. Assim, cachoeiras e fontes de água mineral ali presentes não foram catalogados na oferta diferencial. No que diz respeito a este estudo, somente dois templos católicos foram catalogados,

não incluindo-se na oferta técnica os templos não católicos. Quanto à rede hoteleira, seis hotéis foram citados, faltando catalogar mais sete que a compõem, e com relação aos restaurantes, cinco foram catalogados, faltando catalogar os doze restantes que compõem a oferta técnica atualmente. Com relação à oferta diferencial, faltam incluir as feiras, que ocorrem no entorno do santuário nos dias de movimentação religiosa e aos finais de semana, e as festas religiosas de Baependi.

Partindo do inventário existente e baseado em trabalho de campo, organizamos uma lista (figura 8) contendo a oferta diferencial e a oferta técnica que compõem o potencial turístico religioso de Baependi.

LISTA DA OFERTA TURÍSTICA RELACIONADA AO TURISMO RELIGIOSO EM BAEPENDI	
OFERTA TÉCNICA	OFERTA DIFERENCIAL
Igreja matriz Nossa Senhora de Montserrat	Corpus Christi
Igreja Nossa Senhora da Boa Morte	Congresso Evangélico/Marcha para Jesus
Igreja Nossa Senhora do Rosário	Feira de artesanato e produtos religiosos
Santuário Nossa Senhora da Conceição	Feira de produtos agropecuários
Catedral das Assembleias de Deus	Festa da padroeira Nossa Senhora de Montserrat
Centro Espírita Ressureição e Vida	Festa de Nhá Chica
Centro Mundial de Missões	Festa de Nossa Senhora Aparecida
CEO - A verdade nos libertará	Festa de Nossa Senhora da Boa Morte
Igreja Apostólica do Poder da Fé	Festa de Nossa Senhora da Conceição
Igreja do Evangelho Quadrangular	Festa de Nossa Senhora do Rosário
Igreja Metodista Wesleyana	Festa de Santo Antônio
Igreja Mundial do Poder de Deus	Festa de São João Batista
Igreja Pentecostal da Paz	Festa de São Pedro
Igreja Pentecostal de Jesus Cristo	Semana Santa/apresentação teatral
Igreja Universal do Reino de Deus	Feira de artesanato
Salão do Reino das Testemunhas de Jeová	
Cataguá Hotel	
Centro de Lazer Topada	
Chalés de Minas	
Hotel Fazenda da Roseta	
Hotel Nhá Chica	
Hotel Pousada São Miguel	
Hotel Zé Lota	
Maris Hotel	
Pousada Angélico Lipàni	
Pousada Cachoeirinha	
Pousada Camping Itaúna	
Pousada Vale Formoso	
Recanto da Mata Park Hotel	
Padaria e Lanchonete Forno Mineiro	

Lanchonete, Pizzaria e Restaurante Predilleta	
Restaurante Casarão	
Pizzaria e Restaurante Fiorella	
Pizzaria e Restaurante Fiorella - Forno a lenha	
Restaurante Cantinho de Minas	
Restaurante Mano's Bar	
Bar e Restaurante Central	
Bar e Restaurante do Dirceu	
Restaurante, Pizzaria e Choperia Vó Landa	
Imperial Restaurante e Choperia	
Restaurante Baependi e Casa do Marmitex	
Restaurante Comida Caseira	

Figura 8- Lista da oferta turística relacionada ao turismo religioso em Baependi

Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2015/2016

Organização: Magno Angelo Kelmer

Os elementos relacionados representam a oferta técnica e diferencial existente em Baependi e são apropriados pela atividade do turismo religioso. Ao se relacionar os itens, que compõe a oferta turística do município, valoriza-se o potencial local, endêmico, fomentando um turismo com base nos valores locais, o que para Xavier (2007, p. 58), “tem grandes perspectivas, tanto com os atrativos naturais como históricos e culturais que se manifestam, de maneiras diferentes, em qualquer localidade”. Com relação à oferta técnica, os templos religiosos compõem o cenário no qual se desenvolve o turismo religioso; e a rede hoteleira, juntamente com os restaurantes, fornecem estrutura para o/a visitante. Vale destacar que, na última década, houve um aumento no número de restaurantes, representando 53,8% do total. No tocante à oferta diferencial, as festas, principalmente de Nhá Chica e de Nossa senhora da Conceição, são atrativos importantes para o município.

Isso ressalta a geograficidade do turismo, ou seja, o turismo aposta nas diferenças locais e regionais tão valorizadas pela Geografia. (...) Assim os componentes mais importantes para análise da Geografia do Turismo são os padrões de distribuição espacial da oferta e da demanda. (...) A Geografia dá atenção especial à oferta turística, que constitui o próprio espaço geográfico. As cidades com seus serviços, equipamentos, os elementos naturais e culturais são objetos geográficos e estão inseridos e distribuídos de forma diferenciada, conferindo ao turismo uma dimensão espacial (CORIOLANO e SILVA 2005, p.105, grifo nosso).

Essa dimensão espacial citada fornece base para se compreender as formas de produção espacial de cada localidade para e pelo turismo. Para Ruschmann

(2008, p.138) é importante destacar que “esses produtos e serviços são oferecidos por uma gama de produtores e fornecedores diferentes que, apesar de atuarem de forma individual, são entendidos pelo turista como um todo que integra a experiência vivencial da viagem.” Segundo a autora, a característica mais marcante da oferta turística é sua heterogeneidade e se constitui da justaposição de bens e serviços oferecidos aos turistas e consumidos por eles.

A oferta turística, sua variedade, quantidade e qualidade dependerão do tipo de turismo. Sua avaliação será influenciada pelo posicionamento geográfico e pela categoria e intensidade dos fluxos turísticos, o que para Andrade (2000, p.109) deve abranger

as instalações e os serviços de hospedagem, [...] as instalações e os serviços de recepção para entretenimento e orientação, [...] a organização para recreação e todo o tipo de atividade que ocupe o tempo do turista durante sua permanência no destino, [...] as vias de acesso e os meios de transporte.

O conceito de atrativo turístico precisa ser esclarecido, pois é complexo, dado que a atratividade de certos elementos varia de forma acentuada de turista para turista. Ignarra (2003, p.47) define “atrativo como sendo os lugares, equipamentos e/ou manifestações que interessem ao turista.” Em Baependi 65,8% dos/as visitantes afirmam ter em Nhá Chica o atrativo para realização do turismo e, entre os/as moradores/as, 100% afirmam que o atrativo atual da cidade é Nhá Chica. Interessante destacar nesses dados, o fato de os/as moradores/as não-católicos/as reconhecerem que um ícone religioso católico é o atrativo principal da cidade, mesmo não concordando com a idolatria a santos, como citado por alguns e, tão pouco, com a presença da placa, como discutido anteriormente.

Para Ruschmann (2008 p.142) os atrativos turísticos são considerados como

todo o elemento material que tem capacidade própria, ou em combinação com outros, para atrair visitantes de uma determinada localidade ou zona. Dentro desse conceito, distingue-se os atuais e os potenciais. Os atrativos turísticos atuais são os que já estão sendo utilizados para a atividade turística local, nacional ou internacional e que contam com infraestrutura e equipamentos para o atendimento dos turistas. Os potenciais são aqueles que, mesmo possuindo elevado grau de atratividade, por diversos motivos, ainda não estão inseridos no mercado turístico e não possuem infraestrutura para atender os visitantes.

O uso de Nhá Chica pela atividade turística torna-a um atrativo atual por ser o responsável por atrair visitantes que buscam conhecer mais sobre o local onde a

beata viveu, tornando-a o principal atrativo turístico de Baependi na atualidade. Como o fluxo de visitação tem aumentado após a beatificação e tendo o processo de canonização como meta, tema que será abordado no item 4.2 deste trabalho, aponta-se Nhá Chica como um atrativo em potencial, uma vez que a estrutura entorno do santuário de Nossa Senhora da Conceição está se modificando, como pode ser visto no item 2.3, e o fluxo de visitação tende a aumentar com a denominação de santidade atribuída à beata, aumentando também, sua importância e divulgação no cenário religioso católico, conseqüentemente, no mercado turístico religioso.

Os atrativos turísticos se inserem em um grupo de produtos que vão compor o espaço turístico. Sobre esses produtos uma ampla gama de obras atua, direcionando a produção do espaço para melhor atender as necessidades da atividade dentro da lógica da oferta e da demanda. Andrade (2000, p. 38) destaca a relação entre demanda e oferta ao afirmar que o turismo

é característico de uma sociedade de consumo, todo estruturado, não é mais do que um produto composto ou uma combinação de bens e serviços, cuja funcionalidade depende de uma série de conhecimentos operacionais e de paciente dedicação para o atendimento cabal dos requisitos da oferta e das exigências da demanda.

Na contribuição do autor, percebe-se claramente o lado mercadológico da atividade, visando lucro dentro de uma sociedade de consumo capitalista. Para Petrocchi (2001, p.87), “o núcleo receptor (destino) pode estar se preparando para melhorar sua oferta, suas estruturas, seu produto”, visando, desta forma, influenciar na demanda sobre o local a ser consumido pela atividade turística.

A demanda está relacionada à quantidade de produto consumido em um determinado período e apresenta-se de forma complexa, uma vez que envolve inúmeras variáveis para o seu conhecimento. Para Andrade (2000, p. 116), “a demanda turística é um fenômeno composto de indivíduos e grupos de formação social heterogênea, que praticam turismo induzidos por causas múltiplas e diferenciadas”, reafirmando, assim, o fato de haver inúmeros elementos que induzem ao destino turístico.

As demandas que envolvem os destinos turísticos são variadas e relacionadas a gostos, tendências, valores e culturas. Elas possuem características

como: elasticidade, sensibilidade e a sazonalidade. A elasticidade diz respeito aos movimentos de crescimento e diminuição das demandas de acordo com preços, ou seja, com as oscilações das condições financeiras e econômicas do mercado. Já a sensibilidade traduz os riscos e as incertezas que a atividade turística enfrenta ao ter o ser humano como o elemento principal para sua realização e este ser passível de mudanças relacionadas a gostos e preferências. Os fluxos de turistas em uma localidade podem ser influenciados pelas condições climáticas, pelos períodos de férias, pelas datas de feriados e podem comprometer o desenvolvimento das atividades turísticas estabelecendo sazonalidades, ou seja, não ocorrendo movimentação de maneira constante. (ANDRADE, 2000).

Em Baependi essas características se apresentam de acordo com as especificidades do local. O turismo religioso praticado no município vem aumentando seu fluxo a partir da realização da beatificação de Nhá Chica. Como já citado, 80% dos/as moradores/as afirmam que o número de turistas na cidade aumentou após o evento de beatificação, o que atraiu 42,7% de visitantes entrevistados/as que estavam ali pela primeira vez. Conforme os dados da Prefeitura, referentes à abertura de novas atividades no município, confirma-se maior quantidade de PEA no setor terciário e um aumento na abertura de atividades relacionadas ao turismo desde o início do processo de beatificação, ou seja, a característica da elasticidade aponta um crescimento na demanda. Já a característica da sensibilidade, a qual se apresenta instável por ter o ser humano como elemento que se apropria dos espaços turísticos, em Baependi, dos/as visitantes entrevistados/as, 65,8% afirmaram ter Nhá Chica como atrativo para realizar a viagem e 60,4% declaram-se devotos da beata, ou seja, dificilmente abandonaram esse destino de turismo religioso por outro, alegando novos gostos ou preferências. Com relação à sazonalidade, conforme observado *in loco* durante as cinco idas a campo, em Baependi, em épocas diferentes, constata-se um fluxo diário de visitação com aumento expressivo aos finais de semana, fato também confirmado pelas entrevistas realizadas junto aos/às moradores/as, líderes religiosos e representantes da rede hoteleira. Durante o ano a festa religiosa realizada em 14 de junho, dia de Nhá Chica, representa o momento de maior fluxo de visitantes no município.

Estabelecer um conceito para demanda torna-se uma tarefa relativamente complexa, uma vez que sua ocorrência se dá sobre aspectos diversificados. Pode-

se pautá-la nas questões econômicas, psicológicas e geográficas. A primeira questão diz respeito aos aspectos financeiros para se realizar uma viagem; a segunda está ligada à motivação, ao que atrai o turista até o destino e a terceira implica a distância a ser percorrida do local de origem até ao destino turístico (COOPER et al, 2001). Em Baependi nota-se, com as entrevistas realizadas com visitantes, a forte atração que a figura de Nhá Chica exerce atraindo pessoas, principalmente dos estados de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo, demonstrando uma demanda com maior participação da região sudeste, o que contribui para confirmar que a questão dos recursos financeiros e a questão geográfica influenciam na demanda em Baependi.

Ruschmann (2008) chama-nos a atenção para a importância sobre o conhecimento da demanda de um destino como forma de facilitar planejamentos futuros. A partir desse conhecimento, as campanhas de marketing e propaganda serão direcionadas ao público alvo. O uso da figura da beata Nhá Chica, como atrativo turístico, implica uma variedade de propagandas veiculadas em meios de comunicação diferenciados, fato que será apresentado no item 3.3 deste trabalho.

A demanda turística contribui no processo de produção espacial por ser o elo entre o/a visitante e o destino turístico, influenciando a viagem aos espaços, que contêm transformações em forma de ofertas turísticas.

2.2.2 Atividade turística: Usos, investimentos e mercantilização

Lefebvre (2006), ao analisar as transformações que a sociedade vivencia, aponta para a produção do espaço e sua reconstrução como resignificação, em outro plano, incorporando o desenvolvimento da troca, possibilitando a continuidade da produção, logo, sua reprodução. A produção do espaço dá-se como realização da mercadoria; tudo é passível de consumo. De acordo com Costa (2010, p. 52),

no momento atual da reprodução capitalista, práticas socioespaciais de homens e mulheres são cooptadas e transformadas pela sociedade de consumo, que, ao longo do processo de valorização, agrega valores de uso e de troca a práticas da vida cotidiana que, até um determinado momento da História, eram usos.

Na mesma linha de pensamento, podemos nos embasar nas análises de Lefebvre (2006) ao afirmar que primeiro se estabelece o valor do uso para logo em

seguida se estabelecer o valor da troca. Assim, as práticas do modo de produção capitalista transformam valor de uso em valor de troca, e a atividade turística contribui ao valorizar os espaços pelo uso, ampliando, desta forma, seu valor de troca.

Essa questão relacionada ao aspecto mercadológico da atividade turística nos remete à Molina (2005) ao associar o turismo a uma indústria. Seus argumentos baseiam-se no fato da atividade explorar recursos naturais que se combinam com outros recursos ou insumos que, transformados de acordo com o interesse de um grupo, são oferecidos como um produto para uma determinada demanda.

Estabelecendo diferenciações entre as atividades industriais e as do turismo, Lemos (2005) argumenta o fato de uma indústria se caracterizar como um conjunto de atividades produtivas com estoques e o turismo jamais conseguir estocar algum de seus destinos. O turismo possui uma relação pessoal baseada nas relações humanas, e a indústria possui tendências à automação, justamente substituindo a mão de obra humana. Na economia industrial, os investimentos aumentam a renda gerada, e no turismo, os investimentos são injetados no sistema econômico local. O turismo possui, além de uma relação de trabalho mercantil, um processo de agregação da produção humana; já a indústria, transforma o trabalho em mercadoria. Finalizando, o turismo atua como um sistema aberto, envolvendo outros componentes e segmentos sociais, enquanto a indústria tem sua produção fechada em fornecedores estabelecidos. Percebemos, na fala do autor, o distanciamento estabelecido entre as duas atividades econômicas, não poupando o turismo como atividade na busca da realização de lucros, mas valorizando o elemento humano, indispensável para sua realização, tanto do ponto de vista da organização como do consumo.

Contribuindo para essa discussão, Carlos (1996, p.45) apresenta a “indústria do turismo”, a qual

transforma tudo que toca em artificial, cria um mundo fictício e mistificado de lazer, ilusório onde o espaço se transforma em cenário, “espetáculo” para uma multidão amorfa através da criação de uma série de atividades que conduzem à passividade, produzindo apenas a ilusão da evasão e, desse modo, o real é metamorfoseado, transfigurado para seduzir e fascinar.

Avançando nessa linha de pensamento, a autora destaca que o “espaço produzido pela indústria do turismo perde o sentido, é o presente sem espessura,

quer dizer, sem história, sem identidade. Neste sentido, é o espaço do vazio” (CARLOS, 1996, p.116). Trata-se de espaços reproduzidos para atender à necessidade dos promotores da atividade, sendo a imagem fundamental para o seu sucesso. No contato com os/as moradores/as baependianos/as verificou-se que boa parte dos/as entrevistados/as não atribui mudanças no seu dia a dia em decorrência da atividade turística ocorrida na cidade. Estes/as afirmam que o turista vem e vai de forma muito rápida deixando sujeira, bagunça e problemas no trânsito. Interessante não reconhecerem que os aspectos negativos apontados causam modificações no seu cotidiano. Já os/as moradores/as que afirmam mudanças no seu dia a dia apontam aspectos positivos como lucros comerciais e aspectos religiosos na sua justificativa.

No tocante aos investimentos locais, a atividade turística, no entendimento de Osorio (2005, p.47),

desvia recursos sociais para investir em infraestrutura turística, subtrai mão de obra e acaba com a produção agrícola, concentra os negócios na comunidade empresarial e oligárquica, altera o valor da terra e incentiva a especulação da terra, impõe um valor comercial a qualquer objeto de arte antiga, mercantiliza a cultura, distorce a realidade com imagens enganosas, ameaça o estilo de vida dos ingênuos nativos, rompe os laços morais das comunidades anfitriãs e faz com que tudo se transforme em laços monetários.²⁴

Como toda atividade socioeconômica, a atividade turística pode gerar resultados diversos. Cada local possui sua especificidade e dentro da análise das relações dialéticas entre ações e estruturas entenderemos o movimento e o processo de formação sócio-espacial ocorrido.

A atividade turística, para Moesch (2000), compreende um fenômeno que está além de questões comerciais e econômicas. A posição economicista significa um reducionismo em seu tratamento epistemológico, desmerecendo sua análise, contemplando-a com índices estatísticos, projetos, estudos de demanda, projeção de ofertas, relação custo benefício entre produção e consumo. Segundo a autora, o foco do fenômeno turismo é de caráter humano, surgindo, desta forma,

²⁴ No original: desvia recursos sociales para investir en infraestructura turística, sustrae mano de obra y acaba con la producción agrícola, concentra los beneficios en la comunidad empresarial y oligárquica, altera el valor de la tierra y propicia la especulación inmobiliaria, impone un valor comercial a cualquier objeto de arte e o de antigüedad, mercantiliza la cultura, distorsina la realidad con imágenes engañosas, amenaza el estilo de vida ingenuo de los nativos, trastoca los nexos morales de las comunidades anfritionas y los convierte en nexos monetarios.

complexidades ao esforço de uma argumentação sistemática dessa realidade na tentativa de entender as dinâmicas sociais envolvidas no processo.

Reforçando essa análise com relação às transformações espaciais, sociais e econômicas que a atividade turística proporciona, Cara (1996, p. 86) contribui ao dizer que

do ponto de vista territorial, o turismo é um grande consumidor de espaços, mas também é o criador e transformador de primeira magnitude. É o mesmo consumidor de tempo do território, ou seja, não apenas espaço de usuário, mas as condições sociais que lhe dão significado e no território organizado e com um sentido que impacta. É uma atividade criadora de imagens e representações que permeiam não só os atores e a sociedade que fazem parte dos usuários, mas também para as sociedades de acolhimento.²⁵

O turismo, entendido como uma atividade que oferece transformações na localidade onde está inserido, tornando o espaço produzido e reproduzido no seu objeto de consumo, contribui para a realidade desse espaço, de forma contraditória, viva e móvel.

Yázigi (1999) afirma que o turismo é cercado por uma ideia corrente e muito simplista que falseia a sua organização, tornando-o uma panaceia. O autor citado critica o uso do turismo como a tábua da fabulosa salvação para muitas localidades que se esquecem das suas crianças pedindo nos sinais, da prostituição infantil, da degradação ambiental, em suas dimensões da biosfera e do patrimônio ambiental urbano, do comércio mafioso, do sistema publicitário caótico, da mendicância incômoda, transformando o turista em um “bife ao ponto”. O grande problema é que nenhum atrativo substitui o planejamento que vai gerar a organização do espaço turístico.

Para a funcionária da Secretaria de turismo de Baependi, houve um aumento na movimentação turística, principalmente após a beatificação de Nhá Chica. Opinião compartilhada pela representante “A” da Igreja católica ligada à ABNC que destaca a quantidade de ônibus que chega ao santuário, principalmente oriundo da Região Norte do país, o que para ela serve como constatação da presença do

²⁵ No original: Desde un punto de vista territorial, el turismo es gran consumidor de espacios, pero es además productor y transformador de primera magnitud. Es al mismo tiempo consumidor de territorio, es decir, utilizador no solo del espacio sino de las condiciones sociales que le dan sentido y es sobre ese territorio organizado y con sentido que impacta. Es una actividad creadora de imágenes y representaciones que impregnan no solo a los agentes y la sociedad de que forman parte los usuarios, sino también a las sociedades receptoras.

turismo religioso por conta de Nhá Chica na cidade. O responsável pelo centro espírita kardecista também comunga dessa opinião, destacando que não ocorre movimentação somente em datas festivas, mas em todos os finais de semana desde a divulgação da beatificação, o que tem movimentado a cidade.

O pastor “A” afirma que o turismo não aumentou. Para ele, o que aumentou foi a prática religiosa que a Igreja Católica faz em torno do tema da beatificação. Ele afirma que a cidade não desenvolveu como a igreja previa. Opinião compartilhada pelo pastor “B” ao destacar a falta de planejamento para receber o volume que a Igreja Católica esperava. Para ele, a beatificação não interferiu no aumento do fluxo de turistas e não resolveu os problemas econômicos da cidade. A obreira da Igreja Universal do Reino de Deus afirma que o movimento de turistas é o mesmo há anos e que não aconteceu o avanço extraordinário que a Igreja Católica propôs, já que faltou planejamento, não havendo desenvolvimento algum para o município.

A análise de Yázigi (1999) condiz perfeitamente com os depoimentos colhidos em Baependi no tocante ao desenvolvimento que a atividade turística teria que fomentar. Constatamos que a percepção a respeito das mudanças ocorridas pela atividade turística, por parte dos/as entrevistados/as, depende diretamente do seu posicionamento religioso. Os líderes evangélicos criticam o fato de a Igreja Católica prometer transformar Baependi na “nova Aparecida”, fato não identificado e/ou registrado em documentos referentes ao processo de beatificação ou referentes a projetos públicos. Pela afirmação dos/as moradores/as entrevistados/as, 93,3% percebem a presença da atividade turística no município, mas destacam o fato de não ter havido melhorias em infraestrutura (acolhimento, sinalização, estacionamentos, banheiros públicos) para atender ao turista e também ao morador que sofre com os problemas decorrentes da prática turística como: tumulto no trânsito, muitas pessoas circulando na cidade, aumento na produção de lixo e pouco retorno financeiro para o comércio. Mesmo apontando vários problemas relacionados à prática turística, 66,7% dos/as entrevistados/as destacam a importância que a cidade passa a ter ao ser divulgada como destino de turismo religioso.

Coriolano e Silva (2005) analisam a questão do desenvolvimento esperado pelo turismo, partindo da abordagem que a Geografia faz do fenômeno turístico ao contemplar a sua relação sócio-espacial quando essa atividade deixa de ser turismo em si e passa a ser um vetor da organização espacial, da ação social de que se

apropriada e interfere nos lugares, sustentando-se deles. Para esses autores, o turismo diz respeito ao tempo e ao espaço, pois as relações sociais ocorridas ao longo do tempo alteram e reestruturam lugares produzidos em tempos diferentes, e o turismo não pode ser tratado como o único elemento dinamizador da economia local.

Como trabalhado anteriormente, Baependi passa a ser divulgada como um destino de turismo religioso, elemento constituinte de sua formação sócio-espacial. Assim, passa-se a analisar essa segmentação da atividade turística e suas relações com a produção do espaço.

2.3 TURISMO RELIGIOSO E PRODUÇÃO DO ESPAÇO

Como já foi dito, Baependi integra o Circuito Turístico das águas de Minas Gerais desde 2002, quando se associou como sócio fundador-contribuinte, de acordo com a Lei municipal 2472/2002. Os municípios integrantes do circuito possuem nos seus recursos naturais, principalmente na riqueza em recursos hídricos, forte apelo para o consumo turístico. Caxambu e São Lourenço são cidades conhecidas nacionalmente por suas estâncias hidrominerais e Baependi, por sua vez, participa do circuito pelo grande volume de cachoeiras existentes no município.

Segundo moradores/as, a atividade turística sempre existiu na cidade, cuja atração eram as paisagens naturais. Os/as moradores/as entrevistados/as destacam a presença do turismo religioso na atualidade e reclamam que a prefeitura se esqueceu das cachoeiras, não investindo no seu acesso. Como já citado, 100% dos/as entrevistados/as afirmam ser Nhá Chica o atrativo principal da cidade na atualidade.

O site da secretaria de turismo e meio ambiente de Baependi traz na sua abertura uma descrição da cidade destacando ser uma das poucas da região que podem ser visitadas durante qualquer época do ano, sem se preocupar com a programação que irá encontrar, pois o verão é bem definido, sendo um convite para se deslumbrar com as mais de cinquenta cachoeiras que cercam a cidade, e o inverno pouco chuvoso propicia inúmeras opções para enfrentar trilhas e acampar em lugares paradisíacos. O site destaca a religiosidade como um dos fatores que mais atraem os visitantes, uma vez que Baependi foi o lugar onde a “serva de Deus”,

Nhá Chica, “concedeu suas graças”. Hoje em dia inúmeras romarias de diversas partes do país têm como destino o Santuário de Nossa Senhora da Conceição, igreja de Nhá Chica, onde também se encontram seus restos mortais²⁶. O site indica o Santuário como o principal item a ser visitado no município. Percebe-se pelas informações do site da secretaria de turismo e meio ambiente de Baependi o destaque atribuído aos atrativos naturais, principalmente as cachoeiras e, também, ao atrativo religioso, Nhá Chica. Nota-se que, ao valorizar as cinquenta cachoeiras, enfatizam-se as opções para enfrentar trilhas e acampar em lugares paradisíacos. Dado isso, conclui-se tratar de demandas diferenciadas: quem busca os atrativos religiosos valoriza um acesso bem cuidado, pavimentado; já quem busca os atrativos naturais, nem sempre deseja encontrar um acesso pavimentado. Assim, baseado nas falas dos/as moradores/as quando acusam a prefeitura de abandono dos acessos até as cachoeiras, há que se questionar até que ponto esse acesso requer, realmente, investimentos dessa ordem.

Assim, pode-se identificar como se dá o processo de produção espacial, no qual Lefebvre (2008a) analisa-o pelo modo de produção e, principalmente, baseado na reprodução das relações de produção, sendo um espaço contraditório, tratado pelo autor como dialetizado (LEFEBVRE, 2008a). Baseado nessa análise e ampliando-a, Gottdiener (2010) classifica o espaço como o local geográfico da ação juntamente com a possibilidade social de participar dessa ação, envolvendo, desta forma, a sociedade no processo.

A partir de Lefebvre, pode-se entender o movimento dialético entre as obras e os produtos como contribuintes no processo de produção espacial (LEFEBRE, 2006, p. 63). As obras estão relacionadas às ações que a sociedade, em um determinado período histórico, implementa no espaço, e os produtos, aos resultados de tais ações. Em Baependi, na atualidade, as ações que estão impactando seu processo de produção espacial, envolvendo a reprodução das relações de produção e a sociedade, estão ligadas diretamente à prática do turismo religioso.

Colaborando para essa análise, Carlos (2011, p. 23) afirma que

²⁶ Secretaria de turismo e meio ambiente de Baependi – Mg. Disponível em: <<http://www.baependi.mg.gov.br/turismo/>> Acesso em 31 de julho de 2016.

a partir da relação com a natureza um mundo começa a ser produzido, ininterruptamente, apontando determinações próprias de cada período e constituindo-se como um conjunto de obras e produtos realizados pelo homem no âmbito da atividade que metamorfoseia a natureza em mundo social.

O espaço, como conjunto de formas representativas da sociedade, é resultado das ações por ela implementadas. O espaço se reproduz como produto e condição da dinâmica sócio-espacial.

Em Baependi, o entorno do Santuário de Nossa Senhora da Conceição, também chamado de Igreja de Nhá Chica, local de maior visitação, pode ser analisado nessa perspectiva dos produtos. Trata-se de um local chamado no passado de Morro da Cavahada, tido como periferia do município, por onde passavam os tropeiros que chegavam até a vila pela rua das Cavahadas. Era um lugar carente, no alto do morro, ruas de terra com casas simples e com um chafariz onde as pessoas tinham acesso à água (SEDA, 2013).

Nhá Chica, ao chegar a vila de Baependi em 1814, vinda de São João Del'Rey, instalou-se em uma casa simples localizada no Morro da Cavahada. Segundo Seda (2013, p. 173),

os moradores da Rua das Cavahadas tinham o privilégio de uma linda vista da cidade. Lugar de destaque, no alto do morro. Ali, brancos, pardos e negros; trabalhadores e desempregados; pobres, paupérrimos e pessoas com algumas posses materiais; viviam em harmonia. Amigos vizinhos se ajudavam, compartilhavam frutas do pomar, bolos e quitutes feitos em forno de barro e.... a água.

Pela descrição da autora podem-se constatar os aspectos físicos e socioeconômicos do local citado. Um local simples, de vida em comum, com pessoas de poucas posses. Trata-se de um topo de morro, do qual avista-se a cidade de Baependi. Nesse alto de morro, Nhá Chica organizou a construção da capela em homenagem a Nossa Senhora da Conceição, da qual era devota. “Obra iniciada em 1867 e finalizada em 1898” (PELÚCIO, 1942, p. 139).

Segundo Seda (2013, p. 128), “Nhá Chica pagou a licença de 2\$000 (dois mil reis) à Câmara de Baependi em função de construir uma capela em devoção a Nossa Senhora da Imaculada Conceição [...] a notícia correu e logo começou a receber esmolas para esse fim”, justificando, desta forma, o fato de uma mulher simples conseguir erguer uma capela.



Figura 9- Foto do Morro da Cavalhada em 1898
Fonte: Dirce Rocha Pereira



Figura 10- Foto do Morro da Cavalhada na década de 1940
Fonte: Dirce Rocha Pereira

Pelúcio (1942, p. 140) relata que “perto da igreja, aos fundos, ergue-se a casinha onde Nhá Chica (Francisca de Paula de Jesus) residia, casinha já em parte demolida, oferecendo, entretanto, mesmo assim modificada como está, uma ideia de vivenda primitiva”, o que descreve a área do Morro da Cavalhada.

As imagens (09 e 10, p. 58) retratam o Morro da Cavalhada em duas épocas distintas. A primeira, em 1898, com a finalização da construção original da igreja, e a segunda imagem, na década de 1940, momento da primeira reforma ocorrida na Igreja de Nhá Chica. Quatro décadas se passaram entre a primeira e a segunda imagem, e modificações no entorno da igreja podem ser notadas. Um arruamento foi criado e a igreja passou por uma reforma, ganhando torre central e imagem do Cristo na parte superior; percebe-se também certa disposição das residências.

Fundamental destacar o papel das obras que irão coordenar as transformações dos produtos, uma vez que o homem exerce ação sobre a natureza, modificando-a. A cada transformação no espaço surgem novas formas como “produtos contingentes da articulação dialética entre a ação e a estrutura” (GOTTDIENER, 2010, p. 199). Na análise da produção do espaço, levando-se em consideração o papel das obras ou das ações sobre o produto e as estruturas, deve-se atentar sempre que esses elementos juntos transformam os espaços de maneira específica e também contraditória.

A rua da Cavalhada, atualmente rua da Conceição, Centro de Baependi, conta com o Santuário de Nossa Senhora da Conceição, cuja última reforma data de 1989 (PASSARELLI, 2013), com escadaria para acesso à rua e a imagem de Nhá Chica e a de Nossa Senhora da Conceição para visitação. Anexo ao santuário existe a casa de Nh  Chica, transformada em museu, onde encontram-se seus utensílios domésticos, sua mobília, a sala de ex-votos e a imagem de Nossa Senhora da Concei o, diante da qual, segundo relatos, fazia suas ora es. O prédio da Associa o Beneficente Nh  Chica (ABNC), que, segundo a representante “A” da Igreja Católica, abriga 20 crianças e atende a outras 200 que passam o dia na associa o, faz parte do anexo do santuário juntamente com a sala do memorial de Nh  Chica, a loja que comercializa artigos religiosos e a quadra para celebra es, que está em obras para constru o de um centro de recep o aos romeiros. “Um espaço de celebra o e salas de estudos” (15/01/2016).

O entorno do santuário conta ainda com o Restaurante e Lanchonete São Francisco, a Pousada Angélico Lip ni, inaugurada em 2015, ambos localizados em

um prédio em frente à igreja, juntamente com a Rádio Nhá Chica. Nesse prédio encontra-se a Loja Madre Crescência, de artigos religiosos, o Bazar Beneficente Nhá Chica e o Restaurante e Pizzaria Fiorella. Além de casas residenciais também faz parte desse espaço a Praça Nhá Chica; quatro restaurantes; um bar; cinco casas residenciais, que foram transformadas em lojas para venda de artigos religiosos; uma Igreja do Evangelho Quadrangular; o Hotel Nhá Chica e o espaço reservado na subida do morro onde, aos finais de semana e datas de festas religiosas, é montada a feirinha que, além dos artigos religiosos, comercializa ervas, roupas e utensílios domésticos, juntamente à feira de artesanato que funciona no entorno do santuário, comercializando produtos do artesanato local. Esses elementos no espaço, representados no mapa a seguir (mapa 2, p.61) fazem parte da estrutura e dos produtos existentes no entorno do santuário. Alguns pertencem ao receptivo ofertado aos visitantes que chegam ao santuário, estando diretamente relacionados ao turismo religioso, como o próprio santuário, as lojas de artigos religiosos, os restaurantes, a feirinha e o hotel; outros indiretamente se relacionam à prática do turismo religioso como o bar e a praça; já a Igreja do Evangelho Quadrangular compõe o espaço de maneira contraditória, uma vez que não participa da movimentação turística religiosa e, nas palavras do pastor “C” quando há movimento de turistas, não há espaço para os fiéis de sua igreja estacionarem seus veículos, causando desconforto e dificultando o acesso.

Os elementos pontuados no mapa dizem respeito às ações/obras implementadas no entorno do santuário relacionadas à produção do espaço como prática sócio-espacial. No entender de Carlos (2011, p. 19) “a prática social é espacializada e a ação cumpre-se num espaço e tempo, realizando-se em várias escalas indissociáveis a partir do plano de vida cotidiana”. Essa prática social trabalhada pela autora está repleta de intenções e vai atuar sobre os elementos do espaço, modificando-os.

A prática social necessita ser interpretada para esclarecer quem são os agentes sociais e as relações que estes mantêm entre si e com o espaço (LEFEBRE, 2006). Essa prática social será projetada com todos os seus elementos e intenções sobre o espaço, sendo interpretada como uma prática espacial. Nas palavras de Lefebvre (2006, p. 36), “prática espacial que engloba produção e reprodução, lugares especificados e conjuntos espaciais próprios a cada formação social, que assegura a continuidade numa relativa coesão”.

Entorno do Santuário de Nossa Senhora da Conceição



Mapa 2- Entorno do Santuário de Nossa Senhora da Conceição
Organização: Magno Angelo Kelmer

A análise da prática espacial estabelece uma ponte de entendimento entre as relações sociais e o espaço, na qual padrões espaciais e processos sociais estão mais relacionados dialeticamente que ligados por meio de ciclos de causa e efeito (GOTTDIENER, 2010). Compreende-se, desta forma, a importância do aspecto social na produção espacial não como um efeito, e sim como elemento ativo no processo de produção do espaço.

Desta forma, afirma-se a complexidade da atividade turística enquanto prática sócio-espacial, ao apropriar-se dos espaços, transformando-os pelas suas relações com o espaço onde está implementada.

2.3.1 A segmentação turística

A atividade turística oferece uma infinidade de produtos e serviços buscando atingir o anseio dos variados tipos de consumidores. Essa diferenciação de produtos visa características únicas com o propósito de conquistar públicos específicos e até mesmo despertar novos clientes.

Valcuende Del Rio, et al. (2012) esclarecem que

nem todos os casos de turismo são iguais em função das motivações dos turistas, características do produto oferecido, os níveis de superlotação, formas de gestão, peculiaridades sócio-econômicas e culturais das comunidades de acolhimento²⁷.

Desta forma, segmenta-se o mercado que, para Beni (2001, p. 149), significa “identificar clientes que apresentem comportamentos semelhantes quanto a gostos e preferências”.

Para o Ministério do Turismo (2006), a segmentação é entendida como uma forma de organizar o turismo para fins de planejamento, gestão e mercado. Os segmentos turísticos podem ser estabelecidos a partir dos elementos de identidade da oferta e também das características e variáveis da demanda. Assim, com o intuito de promover o entendimento e orientar o setor quanto a algumas terminologias, abordagens e delimitações da segmentação turística, o Ministério do Turismo (2006) definiu alguns segmentos turísticos prioritários para desenvolvimento no Brasil.

²⁷ No original: No todos los turismos son iguales en función de las motivaciones de los turistas, características del producto ofertado, niveles de masificación, formas de gestión, singularidades socioeconómicas y culturales de las comunidades de acogida.

SEGMENTOS TURÍSTICOS NO BRASIL
Turismo cultural
Turismo de pesca
Turismo rural
Ecoturismo
Turismo de aventura
Turismo náutico
Turismo de sol e praia
Turismo de estudos e intercâmbios
Turismo de negócios e eventos
Turismo de esportes
Turismo de saúde

Figura 11- Lista dos segmentos turísticos no Brasil
 Fonte: Ministério do turismo/Segmentação do turismo e mercado (2006)
 Organização: Magno Angelo Kelmer.

Baseado nesse quadro da segmentação do turismo no Brasil, podemos perceber que o turismo religioso não constitui um segmento próprio, sendo classificado como um subsegmento do turismo cultural.

Assim, para o Ministério do Turismo (2010a), existem formas de expressão da cultura que são classificadas em áreas de interesse específico e que geram demandas de viagem com motivação própria, mas se configuram dentro da dimensão e caracterização do turismo cultural, é o caso do turismo religioso, turismo cívico, turismo místico e esotérico, turismo étnico, turismo cinematográfico, turismo arqueológico, turismo gastronômico, turismo ferroviário e enoturismo (BRASIL, 2010b).

Os deslocamentos por motivações religiosas estão relacionados aos antecedentes do turismo religioso, o que fica claro na abordagem de Dias (2003, p.19), na qual a “peregrinação é uma forma de viagem perfeitamente relacionada ao turismo, a ponto de ser tomada com um precedente dele”. Nessa obra o autor apresenta a relação entre peregrinação e turismo religioso; ambos compartilham de uma jornada voluntária e temporária, movimentando-se para um local diferente do seu habitual.

Comprovando tal relação, anos antes de Cristo já ocorriam peregrinações no mundo helênico para a região de Delfos ao encontro do altar principal e o oráculo de Apolo e mais tarde, no ocidente cristão, ocorriam peregrinações a lugares sagrados como Roma, Jerusalém, Santiago de Compostela (MAZÓN, 2001).

Os séculos III e IV figuram como os mais significativos para os deslocamentos por motivação religiosa, quando os fiéis do cristianismo começaram a viajar em busca de lugares sagrados na Síria, Egito e Belém, buscando espaços marcados por importantes acontecimentos relatados no antigo testamento (FIORES e MEO 1997). Fatos que podem confirmar movimentos relacionados ao que mais tarde seria tratado como atividade turística religiosa.

Reforçando a importância desses tipos de deslocamentos, Beni (2001, p.432) esclarece que “refere-se ao grande deslocamento de peregrinos, portanto turistas potenciais, que se destinam a centros religiosos, motivados pela fé em distintas crenças”, confirmando a ocorrência do turismo religioso.

Oliveira (2004) nos fala do surgimento do turismo religioso, tendo sua origem na prática contemporânea da peregrinação. Nela, o turista não deixa de ser um peregrino, mas se adapta às condições apresentadas pelo turismo religioso. Entende-se, desta forma, uma relação na qual

o peregrino adapta sua viagem às características do processo turístico, conforme o contexto socioeconômico do fenômeno religioso em questão. Entende-se desta forma, que a relação histórica entre as peregrinações a lugares considerados sagrados – por motivos de festas, tradição étnica, penitência ou promessa – e o turismo acaba encontrando na modalidade religiosa um elemento especialmente revelador: a multiplicação de paisagens e atrativos turísticos continua tendo um forte componente simbólico, contido na palavra FÉ (OLIVEIRA, 2004, p. 35).

Ao associar a fé, o peregrino e sua adaptação ao contexto do fenômeno religioso em questão, fica evidente o uso comercial da fé mantendo os destinos de turismo religioso.

Andrade (2000) expõe os três tipos de viagens possíveis no segmento do turismo religioso, apontando a romaria como visitas sem pretensões evidentes, a peregrinação como visita para cumprimento de promessa e a penitência como visita com propósito de expiação dos pecados cometidos. Torna-se importante estabelecer essas diferenciações, mas é importante também compreender que, independente delas, os agentes promotores da atividade turística tratam todos os visitantes como consumidores em potencial.

Como já citado anteriormente, para que a atividade turística ocorra, é necessário o envolvimento de outros elementos, não sendo necessariamente

turísticos, levando-nos a entender que o turismo baseado nas manifestações religiosas, independente do credo, envolve negócios, empreendimentos e lucros, gera empregos e renda, cria opções de lazer, lançando cidades como rotas turísticas e impulsionando uma expectativa de melhora da qualidade de vida da própria localidade e sua população, muito embora, em alguns casos, isso não se concretize satisfatoriamente.

De acordo com Gil e Curiel (2008, p. 421), o “turismo religioso pode ter benefícios amplos de longo prazo como um agente de desenvolvimento local tanto aos olhos dos visitantes como dos moradores e levar a uma melhoria sustentada das instalações de arte e cultura da região”²⁸.

O turismo religioso se diferencia dos demais segmentos turísticos por possuir uma diferente motivação, a fé. Para o Ministério do Turismo (2010b),

o turismo religioso configura-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas, independentemente da origem étnica ou do credo. Está relacionado às religiões institucionalizadas, tais como as de origem oriental, afro-brasileiras, espíritas, protestantes, católica, compostas de doutrinas, hierarquias, estruturas, templos, rituais e sacerdócio (BRASIL, 2010b, p. 19)

Essa busca espiritual caracteriza-se, também, pelo deslocamento a locais e a participação de eventos contendo peregrinações e romarias, roteiros de cunho espiritual, retiros espirituais, festas e apresentações de caráter religioso, encontros e celebrações, visitação a espaços religiosos, percursos de cunho religioso e locais com legado artístico e arquitetônico de religiões e crenças.

Como 65% de visitantes entrevistados/as, afirmaram ter sido atraídos/as ao destino por conta de Nhá Chica, nota-se que este número representa a força de atração de Nhá Chica e contribui para compreendermos a importância desse elemento com relação ao número de deslocamentos a Baependi.

Os movimentos humanos, individuais e coletivos, motivados pela fé caracterizam, assim, o turismo religioso. Esses movimentos, no entendimento de Souza e Corrêa (2000, p.150), ajudam a definir o turismo religioso como “tipo de turismo motivado pela cultura religiosa, cuja característica principal é a ida a locais

²⁸ No original: Religious tourism can have wider longer term benefits as a local development agent, both in the eyes of visitors and residents, and lead to a sustained enhancement of cultural and art facilities in the region.

que possuam conotação fortemente religiosa”. Esses movimentos vão ao encontro das práticas sociais que atuam sobre os espaços, criando condições para a reprodução da atividade turística. Neste estudo, os/as visitantes católicos/as representam 92% do total dos/as entrevistados/as, o que deixa claro o tipo de consumidor do turismo religioso investigado.

A OMT (Organização Mundial do Turismo), no sentido de melhor adequar o mercado turístico, estabeleceu uma classificação relacionada aos motivos da viagem, como visto na tabela abaixo, na qual destacamos para essa análise a religião.

Classificação do motivo da visita (ou viagem) por divisões
1 - Lazer, recreação e férias
2- Visitas a parentes e amigos
3- Negócios e motivos profissionais
4- Tratamento de saúde
5- Religião/peregrinações
6- Outros motivos

Figura 12- Lista de classificação do motivo da visita
 Fonte: OMT - Organização Mundial do Turismo
 Organização: (DIAS, 2003, grifo nosso)

É importante destacar nessa classificação da OMT a posição ocupada pela religião como motivação para que as viagens ocorram. Nas entrevistas realizadas com os/as visitantes em resposta à questão: O que o motivou a visitar Baependi?, constatamos que os/as entrevistados/as, entre os/as que visitavam Baependi pela primeira vez e os/as que estavam ali mais de uma vez, disseram ter em Nhá Chica a motivação para tal viagem, como pode ser visto no gráfico da figura 13, p. 67.

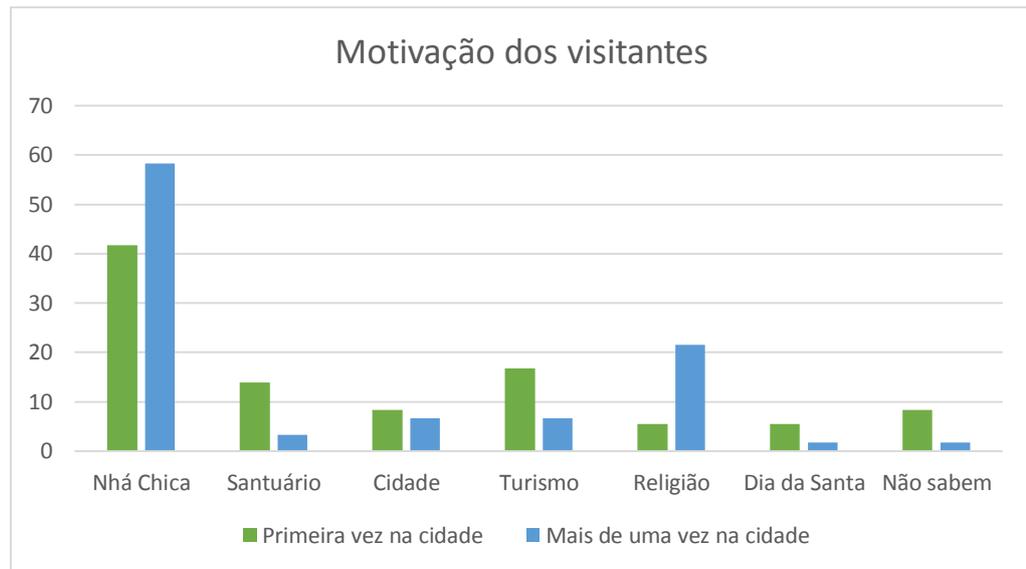


Figura 13- Gráfico: Motivação dos visitantes
 Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2015/2016
 Organização: Magno Angelo Kelmer

Para os/as que visitavam a cidade pela primeira vez, Nhá Chica aparece em primeiro lugar como motivação, totalizando 41,7% dos/as entrevistados/as, seguido pelo turismo com 16,8% e o santuário, com 13,9%. Para os/as visitantes entrevistados/as a cidade representa motivação para 8,3%, seguido da religião e o dia da santa, que representam 5,5% cada um, e os/as que não sabem responder qual a motivação os/as trouxe à cidade, totalizam 8,3% do total dos/as que visitam Baependi pela primeira vez.

Nhá Chica aparece como motivação para 58,3% dos/as visitantes que estavam em Baependi por mais de uma vez, justificando, assim, grande número de devotos/as. Diferente do grupo citado acima, a religião ocupa o segundo lugar como motivação para visitar Baependi, representando 21,6% dos/as entrevistados/as. Conhecer a cidade e fazer turismo ocupam 6,7% cada item e o santuário aparece logo em seguida para 3,3% dos/as entrevistados/as. O dia da santa e os/as que não sabiam qual a motivação os/as fez viajar totalizam 1,7% cada um.

Nota-se que os motivos mais citados estão relacionados à religião, configurando como motivação religiosa, exceto conhecer a cidade e os que não sabem. Os/as visitantes reincidentes em Baependi têm em Nhá Chica e na religiosidade as maiores motivações para a visita.

Diante desses dados, percebe-se a importância da motivação religiosa para o/a visitante em Baependi, motivação relacionada ao turismo religioso, que para

Dias (2003, p. 17) atua “como aquele empreendido por motivações religiosas e/ou para a participação em eventos de caráter religioso. Compreende romarias, peregrinações e visitação a espaços, festas, espetáculos e atividades religiosas”.

O termo turismo religioso é descrito de diferentes formas, por diferentes autores. Para Montaner, et al. (apud Dias e Silveira, 2003, p. 16) turismo religioso é

a atividade turística que consiste em realizar viagens (peregrinações) ou estadas em lugares religiosos (roteiros espirituais, atividades culturais e liturgias religiosas, etc.) que, para os participantes de uma religião determinada, supõe um fervor religioso por serem lugares sagrados de veneração ou preceituais segundo sua crença.

Abordando as atividades culturais no conceito, os autores destacam essa relação, em que o turismo religioso pode ser confundido com o turismo cultural, pois além das questões religiosas trata-se também de atividades culturais. No entanto, mesmo que esse tipo de turismo possa ocorrer num entorno considerado como patrimônio cultural, além dos eventos religiosos poderem se constituir de expressões culturais de determinados grupos sociais ou expressarem uma realidade histórico-cultural expressiva, são representativos de determinada região (DIAS, 2003), podendo ser considerado atrativo para a atividade turística.

Segundo Dias (2003), o turismo religioso apresenta características que coincidem com o turismo cultural, devido à visita que ocorre num entorno considerado como patrimônio cultural, mas também se deve ter em conta que as motivações não são exclusivamente culturais, já que, para falar de turismo religioso, devem estar presentes também as motivações religiosas.

Para a OMT²⁹ (Organização Mundial do Turismo), o turismo religioso ainda é um subsegmento do turismo cultural, fazendo parte desse segmento maior juntamente com outros nichos.

O turismo religioso caracteriza-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas. O segmento é - juntamente com o turismo cívico, o turismo étnico, e o turismo místico e esotérico – um dos nichos do turismo cultural no Brasil (OMT).

Oliveira (2004) destaca que o turismo religioso realiza-se por si só, motivado pela fé, ou pelo interesse cultural existente no ambiente em destaque, e qualquer

²⁹ Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/turismo/noticias/todas_noticias/20111012.html>. Acesso em 29 de julho de 2015.

que seja o motivo do deslocamento é utilizado de toda uma infraestrutura turística, que é montada, muitas vezes, direcionada a um nicho específico. Essa afirmação reforça a ideia sobre a estrutura turística ao redor do produto religioso ser montada para o turista em geral, não apenas o religioso, pois este, motivado unicamente pela fé, irá se deslocar de qualquer forma. Com uma estrutura bem montada acaba-se atraindo outros nichos turísticos, como o turismo cultural; reforçando, assim, a importância da estrutura turística, envolvendo vários setores ao redor do produto religioso, que é montada para o turista em geral, demonstrando o papel do turismo como atividade transformadora dos espaços onde atua.

2.3.2 Raridades e seletividades

O turismo religioso, enquanto um subsegmento do turismo cultural, contribui para valorizar as diferenças no espaço. A fé contribui no processo de diferenciação dos espaços. Santuários, santos e histórias que se encontram em um lugar não são os mesmos que se encontram em outros lugares, ainda que caracterizados como espaços do acontecer sagrado. Cria-se o que Lefebvre trata como raridades, tornando bens raros que despertam o interesse para se conhecer. “Os bens que outrora eram raros tornaram-se abundantes, os que eram abundantes tornaram-se raros. Trata-se de um processo em curso, poderoso e irreversível” (LEFEBVRE, 2008a, p. 122). Nessa citação, o autor, baseado na crítica feita por Marx à economia política, trabalha a questão dos recursos e sua valorização, ou não, frente à sua quantidade ofertada. Ora, o turismo é uma atividade socioeconômica que se apropria dos espaços e valoriza suas diferenças para torná-las um atrativo, processo sobre o qual a atividade turística fará uso como forma de atrair visitantes, utilizando dos atrativos para aumentar suas demandas.

Voltemos a analisar a placa na entrada da cidade (figura 03, p. 30). Embasados em Lefebvre (2006), as raridades estabelecidas podem nos ajudar a compreender a dinamicidade com que o espaço modifica-se. Como apresentado no início deste capítulo, o município continua fazendo parte do Circuito Turístico das Águas de Minas Gerais, o que pode ser comprovado pela imagem da figura 14, p.70, mas o que tem sido mais divulgado, na atualidade, consta na imagem da figura 15, p.70.



Figura 14- Foto da placa localizada próximas a entrada do município de Baependi

Fonte:

<http://rosariaamorim.blogspot.com.br/search/label/S%C3%83O%20LOUREN%C3%87O>



Figura 15- Foto da placa localizada próxima a entrada do município de Baependi

Fonte: Magno Angelo Kelmer

Nesta lógica, entendemos oferta e demanda, tão trabalhados pela atividade turística, com relação a tornar os bens raros ou abundantes. Os recursos naturais que compõem o Circuito das águas continuam a existir. No passado eles atraíam maior demanda turística por serem mais divulgados, o que os tornavam bens raros, despertando o interesse em conhecer. A forma de divulgação e exploração turística a eles atribuídas foi modificada, sendo substituída, na atualidade, por um maior interesse nos atrativos religiosos. Fato que contribui na produção do espaço, criando atrativos, produzindo verdadeiros espaços turísticos para atrair os turistas. Torna-se importante questionar se as cachoeiras eram de fato bens raros em uma região repleta de atrativos desse tipo ou se os agentes da turistificação, que serão abordados no item 3.2, perceberam que, no meio religioso, Nhá Chica, sua história e seus feitos, se destacam como raridades a serem demandadas pela atividade turística, merecendo, assim, maior centralidade nas ações e mais investimentos na busca de retorno financeiro.

As raridades, assim estabelecidas, diferenciam os espaços colaborando no seu processo de produção, produzindo senão “o espaço diferencial” LEFEBVRE (2008a, p. 145), sendo esse espaço heterogêneo, com possibilidades às práticas sociais; de outra forma seria um espaço homogêneo, com reduzidas possibilidades; ou melhor, um “espaço de morte” LEFEBVRE (2008a, p. 145), havendo uma redução das forças produtivas, conseqüentemente, redução das práticas sociais.

Nas palavras de Brandão & Castilho (2008, p.82), nesses espaços diferenciados, os elementos que o compõem são particulares de cada localidade,

incluindo-se aí os turistas e todo o *staff* que lhe dá sustentação – atribuem a cada uma de suas parcelas, além das transformações decorrentes do uso do território turístico, com a incorporação de sistemas altamente tecnicizados que subordinam os estilos de vida e as demais atividades desenvolvidas em localidades receptoras aos ditames da atividade. São reflexões fundamentais para a compreensão das dinâmicas espaciais introduzidas pelo turismo.

A partir do exposto, temos uma diferenciação entre os lugares, uma seleção de localizações e investimentos de acordo com as prioridades de cada atividade. Seria, no entender de Corrêa (2005, p. 36), uma seletividade espacial, na qual o “processo de organização de seu espaço o Homem age seletivamente, decide sobre um determinado lugar segundo este apresente atributos julgados de interesse de acordo com os diversos projetos estabelecidos”. Interessante retornar à fala da

funcionária da Secretaria de turismo, que afirma que a divulgação sobre Nhá Chica vem tratando-a como um grande atrativo, sendo que o município dispõe de outros atrativos a serem trabalhados, e as ações envolvendo o turismo religioso predominam na atualidade, demonstrando, desta forma, qual o tipo de turismo é mais valorizado e mais divulgado atualmente em Baependi.

O turismo religioso é um dos maiores segmentos do setor no Brasil e esse mercado continua crescendo. É o que revelou o Relatório de Tendências 2015 da *WTM Latin America*, principal evento mundial do setor de viagens e turismo da América Latina, elaborado em associação com a *Euromonitor International*, empresa que cria relatórios de mercado em todos os setores da indústria. O Relatório de Tendências 2015 aponta que 7,7 milhões de viagens domésticas feitas no Brasil em 2014 foram relacionadas à fé. Além disso, os lugares “sagrados” do Brasil atraem anualmente visitantes em número maior do que alguns dos monumentos mundiais mais famosos. A título de exemplo, em 2014, o Santuário de Nossa Senhora Aparecida, em São Paulo, recebeu 12 milhões de turistas – quase o dobro do número de visitantes à Torre Eiffel em 2013³⁰.

Nas análises de Andrade (2000, p. 79)

ressalvados o turismo de férias e o de negócios, o tipo de turismo que mais cresce é o religioso, porque – além dos aspectos místicos e dogmáticos – as religiões assumem o papel de agentes culturais importantes, em todas as suas manifestações de proteção a valores antigos, de intervenção na sociedade atual e prevenção no que diz respeito ao futuro dos indivíduos e sociedades.

As viagens motivadas pela fé, no Brasil, mobilizaram 17,7 milhões de pessoas só em 2014. A religião é o motivo de 3,6% de todas as viagens feitas no Brasil, que identificou mais de 340 cidades como destino obrigatório no calendário anual dos eventos envolvendo a fé³¹.

Em entrevistas com os/as visitantes em Baependi, a cidade de Aparecida - SP, aparece como o local mais citado como resposta ao item: faz turismo religioso em outros destinos?

³⁰ WTM-LA revela pesquisa sobre turismo religioso. Disponível em: <<http://www.abeoc.org.br/2015/04/wtm-la-revela-pesquisa-sobre-turismo-religioso/>> Acesso em 21 de dezembro de 2015.

³¹ Turismo religioso movimentou mais de R\$ 15 bilhões por ano na economia brasileira. Disponível em: <http://www.oeconomista.com.br/turismo-religioso-movimentou-mais-de-r-15-bilhoes-por-ano-na-economia-brasileira/> Acesso em 21 de dezembro de 2015.

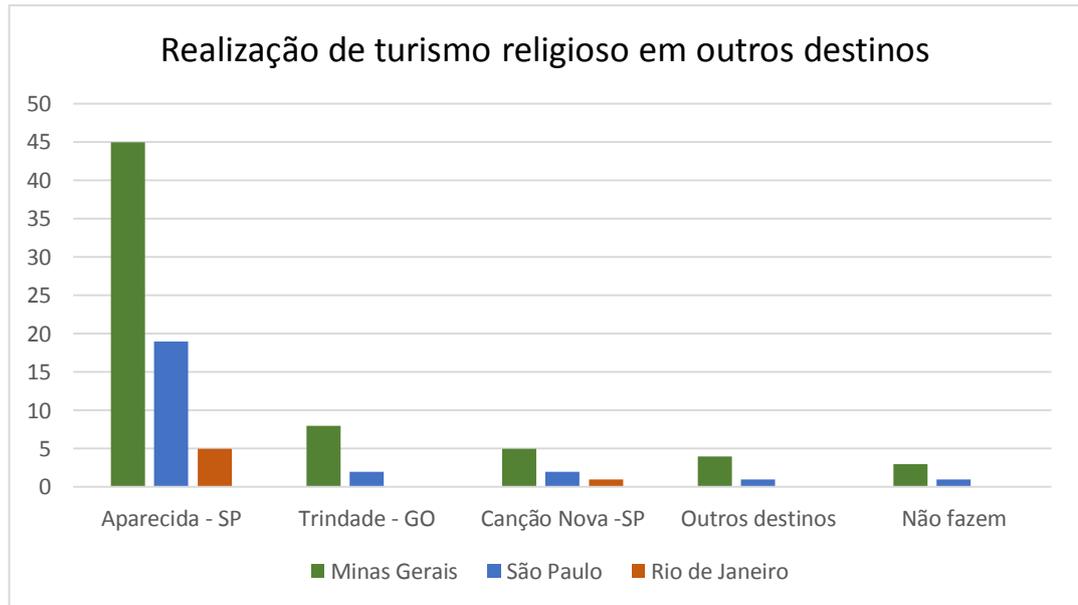


Figura 16 - Gráfico: Realização de turismo religioso em outros destinos
 Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2015/2016
 Organização: Magno Angelo Kelmer

A análise dos dados representados no gráfico (figura 16) nos ajuda a compreender o perfil do turista religioso no estudo em questão. Dos/as entrevistados/as, 71,9% citaram a cidade de Aparecida em São Paulo como um destino onde praticam turismo religioso. Trindade, em Goiás, aparece como o segundo destino religioso mais citado, representando 10,4% do total e Canção Nova na cidade de Cachoeira Paulista no Estado de São Paulo, com 8,3%, representa o terceiro destino de turismo religioso mais citado pelos/as visitantes entrevistados/as em Baependi. Nota-se que 5,2% do total, representados pelo item outros destinos, dividem-se entre Três Pontas, Liberdade e Conceição do Pará em Minas Gerais e Tambaú em São Paulo e 4,2% do total disseram não fazer turismo religioso em outros locais. Aparecida foi o destino citado por visitantes oriundos de Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro. Trindade somente foi citada pelos/as visitantes de Minas Gerais e São Paulo, e Canção Nova foi citada por visitantes dos três estados representados na pesquisa. O fato desses três estados aparecerem nas entrevistas, realizadas em épocas diferentes, diz sobre a demanda do turismo religioso em Baependi. Conforme já discutido, a demanda pode ser pautada em aspectos econômicos, psicológicos e geográficos, assim, percebe-se que o/a visitante de Baependi está concentrado/a na região sudeste do Brasil, abrangendo dois dos aspectos analisados por Cooper et al (2001), a questão financeira e a proximidade geográfica.

Aparecida, cidade localizada no Vale do Paraíba, no Estado de São Paulo, teve seu início associado à construção da igreja matriz de Nossa Senhora Aparecida no alto do Morro dos Coqueiros, no século XVIII, onde surgiu um pequeno povoado que foi se alastrando pela planície do rio Paraíba do Sul (PINTO, 2006). Sua urbanização se deu em torno da igreja matriz, sendo a função religiosa fundamental para o crescimento da cidade e seu desenvolvimento, contando com área comercial e área hoteleira para dar suporte ao número de visitantes.

Com a força dos milagres de Nossa Senhora Aparecida, ficou fundada a cidade de Aparecida e a imagem consagrada "Rainha do Brasil" e sua cidade, Capital Espiritual do Brasil. (...) As bases da economia do Município estão intimamente ligadas ao turismo por ser Aparecida o maior centro de concentração religiosa do Brasil. Assim os romeiros visitantes muito concorrem para a vida local através dos meios de hospedagem, do comércio de artigos de quinquilharias e de objetos religiosos (IBGE – Enciclopédia dos municípios brasileiros, 1957 – v. XXVIII).

Essa descrição do IBGE de 1957, demonstrava o papel da atividade turística para a Cidade de Aparecida e sua importância no cenário nacional.

Oliveira (2001) destaca a organização desse espaço voltado para a fé mariana, no qual consta Basílica Velha, Basílica Nova, Museu e Mirante da Torre, Torre administrativa, Passarela da Fé entre as duas basílicas, Salão de ex-votos, Central dos Romeiros, estacionamento, Rádio Aparecida (OLIVEIRA, 2001), e mais recentemente, podemos acrescentar o *Shopping* dos Romeiros. Para o autor que analisou a cidade de Aparecida estabelecendo uma periodização das peregrinações,

de meados dos anos 70 até o início da década de 90, as romarias a Aparecida ultrapassam a finalidade religiosa da peregrinação de visita à Mãe (brasileira) de Deus, para atingir uma sacralidade mais completa. Ou seja, rezar + comprar + passear + conviver + contemplar. A estância turístico-religiosa de Aparecida atinge, nesta fase, uma coerência plena com sua denominação (OLIVEIRA, 2001, p. 270).

Pelo trabalho de Oliveira, pode-se constatar as modificações ocorridas no espaço e a mudança, desejada pelos promotores do turismo, na forma como o visitante passa a consumir espaço. Neste momento, peregrinos, romeiros e devotos se confundem com turistas, tidos como consumidores em potencial, fato que será tratado no segundo capítulo desta dissertação.

Atualmente, em Aparecida, o segundo maior templo católico do mundo – menor apenas que a Basílica de São Pedro, no Vaticano - o número de visitantes anuais chega a 12 milhões. As pesquisas mais recentes indicam que cada fiel gasta, em média, R\$ 120,00 durante o passeio. Significa dizer que, por ano, a economia da fé injeta em Aparecida algo em torno de R\$ 1,4 bilhão, 14 vezes o orçamento do município³². Para Dias (2003, p. 186)

a Basílica de Aparecida (SP) é o maior santuário religioso do país (...), atualmente, 90% da população economicamente ativa do município trabalham em atividades ligadas ao turismo e, nos finais de semana, a população da cidade, de 35 mil habitantes, mais que dobra. São 123 hotéis com 18 mil leitos.

Aparecida é um exemplo para sintetizar o significado de função turística, uma vez que o município se organizou em torno da fé atribuída à figura mariana, atraindo milhares de visitantes de várias partes do país, juntamente com o Santuário como uma representação concreta. As ações da atividade turística são determinantes para o desenvolvimento econômico e social do município.

A Cidade de Trindade em Goiás aparece em segundo lugar em resposta ao item: faz turismo religioso em outros destinos? Nela, por volta de 1840, um casal de trabalhadores rurais, na localidade de Barro Preto, atual Município de Trindade, encontrou um medalhão com a figura da Santíssima Trindade coroando a virgem Maria e começaram a adorá-lo atribuindo a ele graças e milagres. Em 1843 foi construída a primeira igreja para acolher os devotos do Divino Pai Eterno, como passou a ser denominado. Após dois anos, na cidade de Pirenópolis, o medalhão foi restaurado e, por conselho de um artista plástico, uma réplica da Santíssima Trindade foi confeccionada. Essa imagem é venerada em Trindade e representa a devoção ao Divino Pai Eterno.

Em Trindade acontece a maior festa dedicada à Santíssima Trindade no mundo, nomeada de Romaria ao Divino Pai Eterno, transformando o município na capital da fé. O dia da festa é o primeiro domingo do mês de julho e os nove dias que o antecedem são marcados por festas que incluem: missas e novenas; encontros de jovens; procissão dos carros de boi, foliões, tropeiros e, principalmente

³²Aparecida. Disponível em: <
http://www.em.com.br/app/noticia/economia/2014/01/27/internas_economia,491949/aparecida-em-sao-paulo-recebe-12-milhoes-de-visitantes-por-ano-e-movimenta-r-1-4-bilhao.shtml> Acesso em 22 de dezembro de 2015.

os devotos que se deslocam de várias partes do Brasil. Muitos desses devotos fazem o trajeto de Goiânia a Trindade, percorrendo 18 Km a pé, como forma de pagar promessas, pedir graças e agradecer as bênçãos recebidas. Na última edição da Romaria, em 2016, foram contabilizados cerca de 2,7 milhões de devotos.³³

Segundo o site oficial do Santuário Basílica do Divino Pai Eterno, que oferece acesso a notícias online, arquivo digital de jornais e almanaques, programas de TV, rádio, canal Pai Eterno no YouTube, e links para redes sociais, todos envolvidos na divulgação e promoção dos atrativos religiosos,

Trindade é hoje um dos maiores pontos turísticos religiosos do país e uma das cidades brasileiras que mais atraem peregrinos. A devoção ao Divino Pai Eterno, que existe há mais de 170 anos, nasceu, se consolidou e tem crescido a partir de Goiás. Assim, há um fortalecimento da própria história goiana e da tradição que tem atingido o país todo. Trindade apresenta, nos âmbitos nacional e internacional, a cultura, religiosidade, atrativos e potencialidades do estado³⁴.

O município que completou 89 anos em 2016 nasceu e cresce a partir da devoção ao Divino Pai Eterno. Segundo Cardoso (2015), Trindade, a “Capital da Fé”, surgiu a partir da romaria ao Divino Pai Eterno e hoje é reconhecida nacionalmente por realizar um dos maiores eventos religiosos do Brasil: a Festa do Divino Pai Eterno. O turismo religioso praticado em Trindade contribui para o desenvolvimento do município, uma vez que o projeta no cenário nacional e, assim, gera novas oportunidades de negócio, empregos e renda, pois gera demanda por um grande número de atividades econômicas no município: restaurantes; lanchonetes; serviços de transporte; pousadas; hotéis; agências de viagem; guias de turismo; indústrias de confecção, fábricas de souvenirs e de artigos religiosos, etc. O principal atrativo da cidade é o Santuário Basílica do Divino Pai Eterno, o único no mundo dedicado a ele.

Já a comunidade católica Canção Nova em Cachoeira Paulista/SP, terceiro destino turístico religioso mais citado nas entrevistas, foi idealizada pelo Monsenhor Jonas Abib que, na década de 1970, organizou, em várias cidades paulistas, encontros evangelizadores que foram ganhando maiores proporções até que, em

³³ Santuário Basílica do Divino Pai Eterno. Disponível em: <http://www.paieterno.com.br/site/>. Acesso em 11/12/2016.

³⁴ História. Disponível em: < <http://paieterno.com.br/site/romaria/historia/>>. Acesso em 11/12/2016.

1978, criou-se a Comunidade Canção Nova. Instalada em Cachoeira Paulista, cidade do Vale do Paraíba no Estado de São Paulo, a Canção Nova inicia a construção do seu santuário, local onde, segundo o monsenhor, o fiel pode fazer sua experiência com a Misericórdia Divina³⁵.

O site do COMTUR (Conselho Municipal de Turismo – Cachoeira Paulista) trata o santuário Pai das Misericórdias da Comunidade Canção Nova como o maior atrativo turístico de Cachoeira Paulista, o que faz o município ser conhecido como “Cidade da Fé”³⁶.

Para Lopes (2015), ao se considerar o número de visitantes em Aparecida – SP, aproximadamente 12 milhões ao ano, os que visitam a Canção Nova representam quase 10%, mas esse contingente de visitação tem grande representação frente à população de Cachoeira Paulista que é de 30 mil habitantes, evidenciando, assim, o grande fluxo de visitantes. Diferentemente de Aparecida, onde a visitação se faz na cidade e no santuário, os visitantes concentram-se em acampamentos em períodos diários e/ou semanais.

Para Barretto (2004, p.20), “o turismo é um fenômeno que cresce e se espalha no tempo e no espaço de forma bastante incontrolável e imprevisível”, como podemos confirmar nos exemplos apresentados. Em Aparecida notamos com mais facilidade a presença da atividade do turismo religioso com uma organização programada ao longo de todo o ano, ou seja, um conjunto de ações/obras organizadas para atingir um objetivo. Em Trindade é nítido as ações da atividade turística na organização do município, uma vez que foi criado para abrigar o santuário, e seu desenvolvimento confunde-se com o crescimento do turismo religioso. Já em Cachoeira Paulista, a comunidade Canção Nova atua de forma independente do município, apresentando uma organização concentrada no seu espaço. Em Baependi a presença da atividade turística explorada em torno da fé em Nhá Chica pode ser notada no primeiro contato com o lugar. Trata-se de uma cidade de porte pequeno, vida pacata e de pouco movimento diário. A presença dos ônibus de excursão e carros de passeio durante a semana, o movimento acentuado aos sábados e, principalmente aos domingos, deixa clara a presença do/a visitante no município. O grande número de estabelecimentos comerciais existentes no entorno

³⁵ Canção Nova. Disponível em: < <http://santuاريو.cancaonova.com/historia/>>. Acesso em: 11/12/2016.

³⁶ COMTUR. Disponível em: < <http://www.comturcsp.com.br/nossos-servicos/>>. Acesso em: 11/12/2016.

do santuário, um morro que já foi periferia e atualmente faz parte do Centro, representa um enclave ao conter maior circulação de pessoas que o restante da cidade. A movimentação turística em torno da fé em Nhá Chica apresenta-se concentrada nesse local, afinal nele se encontra o santuário, o túmulo de Nhá Chica, o memorial e a casa onde a beata viveu. Assim, em um dia o/a visitante pode consumir do espaço, beneficiando-se dos atrativos religiosos e do receptivo ao entorno.

O entorno do Santuário de Nossa Senhora da Conceição nos serve como referência para entender as ações associadas aos produtos. De uma área periférica a uma área central da cidade, de rua das Cavalhadas à rua da Conceição, de poucas habitações a uma área populosamente habitada, variadas ações atuaram sobre o espaço modificando-o.

Na perspectiva que aborda-se, buscando compreender as transformações sócio-espaciais pelas ações que envolvem a prática do turismo religioso, pode-se destacar como modificações ocorridas no entorno do santuário, dando suporte para a atividade turística, o prédio construído em frente à igreja, onde funciona o Restaurante e lanchonete São Francisco, a Pousada Angélico Lipàni, a Rádio Nhá Chica, a Loja Madre Crescência, o Bazar beneficente Nhá Chica e o Restaurante e Pizzaria Fiorella. No entorno destacam-se também os quatro restaurantes que ali se instalaram juntamente com um bar, as cinco casas que foram transformadas em lojas para comercialização de artigos religiosos relacionados à Nhá Chica, o Hotel Nhá Chica, a subida do morro que serve como área de montagem da feirinha aos finais de semana e a feira de artesanato que funciona na rua próxima ao santuário. A ABNC participa dessas modificações ao administrar o santuário, a associação beneficente juntamente com a loja de artigos religiosos, o memorial e a casa de Nhá Chica, transformada em um museu aberto à visitaçã, além de coordenar a construção do Centro de Recepção aos Romeiros.

Como toda atividade socioeconômica, os resultados provenientes da atividade turística são diversos. As ações implementadas em cada local são distintas, sendo os locais diferentes em suas especificidades e dentro da análise das ações sobre os espaços entenderemos o movimento, as contradições e o processo de formação sócio-espacial ocorrido. Xavier (2007, p. 25) aponta que “o turismo, como qualquer outra atividade humana, vem gerando impactos de ordem social, cultural e

ecológica, transformando paisagens e culturas em mercadorias e produzindo apropriação dos lugares pelo capital”.

Analisar a atividade do turismo religioso em Baependi significa identificá-la como conjunto de ações, criando novos produtos ou transformando os já existentes, atribuindo-lhes características próprias, o que se torna fundamental para compreensão das transformações sócio-espaciais.

3 FELIZES CONVIDADOS À CEIA TURÍSTICA

Como trabalhado anteriormente, as práticas sociais carregadas de suas ações cumprem-se em tempo e espaço diversos, realizando-se no plano da vida cotidiana de forma espacializada. Assim, a análise sobre a produção do espaço apoia-se nas formas e em todo o conjunto de ações realizadas na sua construção, resultado do movimento dialético entre ações e estruturas.

As formas, juntamente com as ações que as elaboraram, precisam ser interpretadas no intuito de esclarecer sobre o espaço a ser tratado. No caso específico de Baependi, torna-se importante compreender o espaço religioso no qual a atividade turística está inserida. Assim, este capítulo apresenta a espacialidade dos templos religiosos de Baependi, não somente como mera descrição dos locais, mas com o propósito de compreendê-los no movimento de uma totalidade.

Este capítulo discute, também, as versões como a beata Nhá Chica é divulgada na mídia e aborda o papel dos agentes da turistificação que, ao promoverem os espaços para e pela atividade turística, transformam valor de uso em valor de troca em uma relação dialética que será percebida e vivida pelos que consomem o espaço, sejam eles, peregrinos, romeiros, devotos ou turistas e, principalmente, os moradores.

3.1 A ESPACIALIDADE DOS TEMPLOS RELIGIOSOS DE BAEPENDI – MG: FORMAS E RITOS

Em Baependi, durante trabalho de campo no qual os/as líderes religiosos/as foram entrevistados/as, constatamos ações que organizam a espacialidade dos templos. Essa organização se materializa, em primeira instância, na sua disposição, sendo que, quatro deles estão instalados na avenida principal da cidade (Igreja Metodista, Ceo, Igreja Pentecostal da Paz e Centro Mundial de Missões), com letreiros de grandes proporções e bem posicionados, e dois deles, (Igreja Metodista e Ceo), com construções de grande porte. A catedral das Assembleias de Deus destaca-se como exemplo de centralidade na organização espacial, pois sua localização é central e a construção de grande porte ocupa um quarteirão, destacando-se por sua arquitetura.

Não somente aspectos físicos devem ser destacados. A organização dos templos envolve também as ações ritualísticas que os organizam e contribuem para diferenciação de classes. Dados das entrevistas demonstram características bem diferentes quanto à disposição e mesmo quanto ao público frequentador de cada templo. Tomemos como exemplo a Catedral das Assembleias de Deus: trata-se de um templo de grande investimento financeiro na sua construção, demonstrando poder econômico, afirmando sua presença no espaço da cidade pela sua localização, dimensão do espaço físico e sua disposição. As seis igrejas representadas por essa central/matriz não condizem com essa realidade, sendo templos simples com uma disposição básica para funcionamento, sustentada por seus fiéis, através do dízimo e de colaborações. Esses fiéis são moradores do entorno, a maioria, com salários baixos, como informado pelo pastor “D”³⁷, representante de uma delas. Forma de sustento também citada pelo pastor “A”, a diferença está no nível econômico dos seus fiéis, moradores do centro ou de bairros mais valorizados da cidade, e também ao maior número de fiéis que a Catedral possui. Na fala do pastor “A”, fica evidente uma hierarquia, ao se apresentar como o responsável dos sete templos e destacar que os outros pastores se reportam a ele.

O espaço religioso em Baependi é composto por vinte e dois templos que compõem a sua espacialidade, sendo doze igrejas pentecostais e três igrejas neopentecostais, um Salão do Reino das Testemunhas de Jeová, uma Igreja Metodista, um Centro Espirita kardecista, um Santuário católico e três igrejas católicas.

Analisar a espacialidade dos templos religiosos em Baependi nos esclarece a forma de organização espacial no período pesquisado e nos auxilia a compreender o processo de totalização em curso. Ramos (2002, p. 68) entende espacialidade como “a coexistência de formas de organização espacial datadas de outros momentos. (...) uma certa forma de organização geral do espaço social que apresenta características predominantes que a qualificam e a diferenciam historicamente das outras”, o que irá auxiliar na compreensão da problematização proposta. Toda problematização requer uma análise sobre a totalidade. Konder (1998, p. 39) chamamos a atenção para identificarmos qual nível de totalização é exigido pela

³⁷ Pastor D, responsável pela igreja evangélica D. Depoimento. [17 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

problemática que estamos apontando. O autor esclarece “que a totalidade é apenas um momento de um processo de totalização (que nunca alcança uma etapa definitiva e acabada)”. Desta forma, analisar o espaço geográfico de Baependi pelos templos religiosos, como materialização do campo religioso juntamente com as práticas sociais e ritos neles engendrados, irá auxiliar na compreensão do todo, ou seja, quais as modificações ocorridas e contradições estabelecidas, nessa produção espacial, pelas ações envolvidas na prática da atividade turística em torno da devoção à Nhá Chica.

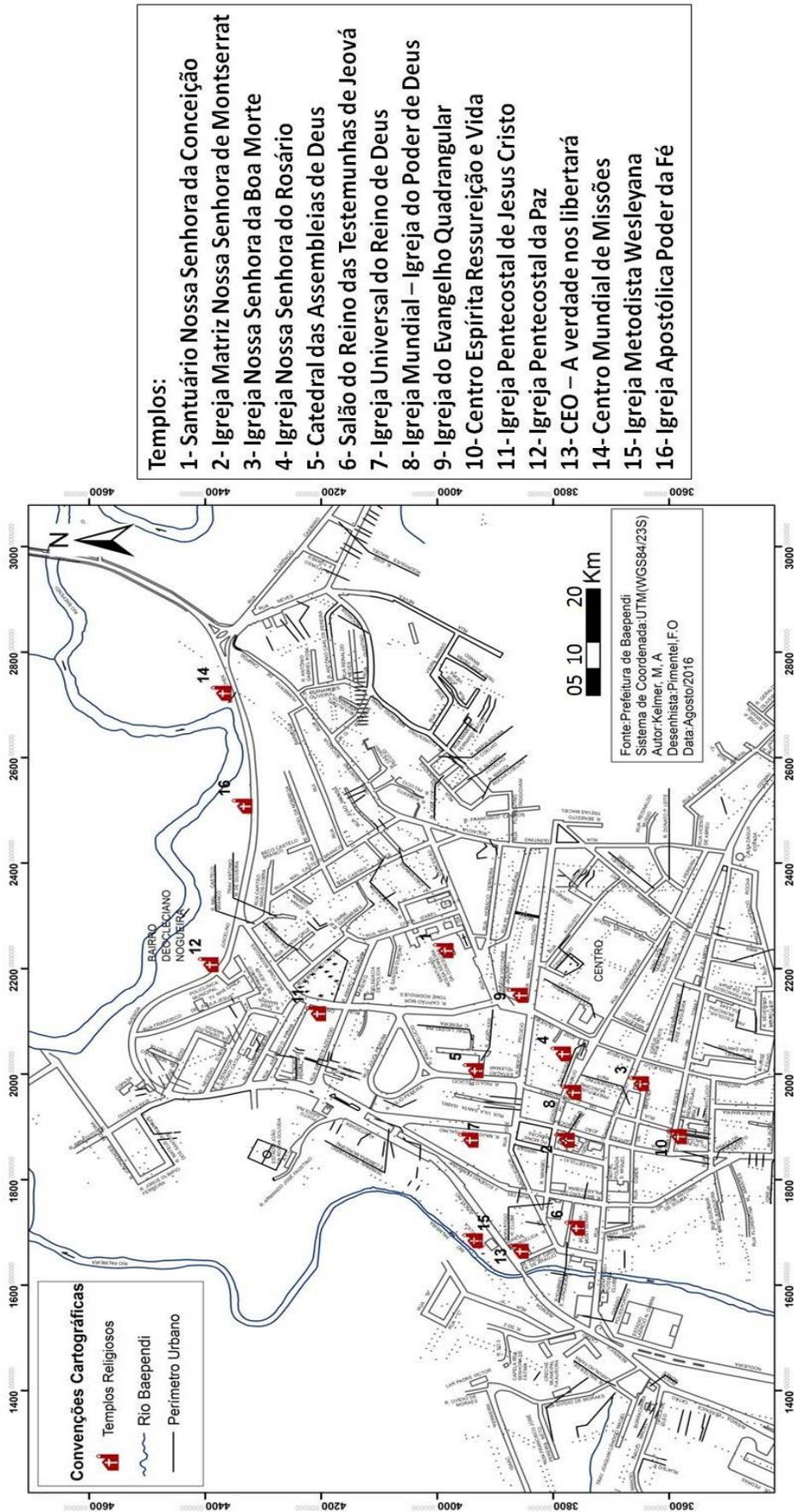
Busca-se, assim, compreender a totalidade do espaço geográfico de Baependi, entendendo a totalidade como um elemento para conhecer e analisar a realidade na busca do todo que queremos apreender. Para tal, é fundamental investigar as partes para que não se perca o sentido de movimento. Nenhum fenômeno, por menor que seja, pode ser explicado de forma isolada, em separado do seu processo, para não se perder o seu real significado e sua contribuição no todo (COTRIN, 1997). As partes bem determinadas compõem um todo constituído, uma formação social e material, por isso

o desmembramento da formação material em partes é uma condição necessária de sua existência enquanto todo, possuindo uma natureza e uma essência próprias, enquanto que a correlação de suas partes com o todo é uma condição necessária de sua existência enquanto partes, tendo uma essência específica (CHEPTULIN, 1982, p.271).

Os templos religiosos participam da formação material e social de Baependi manifestando-se como partes e como um todo organicamente ligado em relação ao espaço que contém as atividades do turismo religioso.

Santos (1996, p. 119) esclarece que a totalidade está sempre em movimento, existindo “uma totalização já perfeita, representada pela paisagem e a configuração territorial e a totalização que está se fazendo, significada pelo que chamamos de espaço”, onde várias partes colaboram para a realização do todo. Necessário se faz uma cisão da totalidade para melhor compreendê-la. Assim, entenderemos que o todo é maior que a soma das partes. As coisas presentes no espaço formam uma unidade. “Cada coisa nada mais é que parte da unidade, do todo” (SANTOS, 1996 p. 115). Contribuindo nessa discussão, Lefebvre (2008b), ao analisar o espaço urbano, o compreende como uma totalidade em processo de construção, não acabada, não encerrada, portanto, não fechada.

Templos Religiosos de Baependi-MG



Mapa 3- Templos religiosos de Baependi – MG
Organização: Magno Angelo Kelmer

Os templos religiosos em Baependi podem ser interpretados como representação física das religiões ou como formas simbólicas representando a presença de determinado sentimento religioso. Para Marx, “o sentimento religioso, é também um produto social” (MARX, [19..], p. 209). Podemos apreender, então, essa comunidade religiosa como uma organização social relacionada à forma como as religiões santificam e justificam as calamidades e injustiças e pregam o conformismo e a resignação para que o homem não faça nada contra as situações postas, atendendo a interesses políticos e econômicos, sendo parte de uma manipulação pelos interesses de quem controla a religião; esta que se mostra como criação desse homem (Ángulo, 2000).

Ao analisar o espaço de Baependi pelos templos religiosos, tem-se uma real noção da sua contribuição na organização da estrutura. Como citado em Santos (1997, p. 50), a estrutura “implica a inter-relação de todas as partes do todo; o modo de organização ou construção”.

Assim, analisar a espacialidade dos templos religiosos, como uma parte do todo, torna-se fundamental para atingirmos o nível de totalização necessário para respaldar nossa problematização.

A Catedral das Assembleias de Deus (mapa 03, nº 5, p. 83), com sede no Estado do Rio de Janeiro, está localizada na rua Paulo Pelúcio nº 2 desde 2008.

Como pode ser observado na figura 17, p. 85, consta de um prédio de esquina de grandes dimensões ocupando um quarteirão, possuindo garagem subterrânea, fachada em granito e pintura texturizada com letreiro dourado. Possui um amplo salão para as celebrações com bancos em madeira, antessala para recepção e salas para reuniões e estudos. Seus cultos são realizados às terças e quartas-feiras às 19:30 horas e aos domingos às 19:00 horas.

A catedral, que representa mais seis igrejas da Assembleia de Deus, está localizada em uma área residencial.



Figura 17- Foto da Catedral das Assembleias de Deus
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

A Igreja Metodista Wesleyana (mapa 03, nº 15, p.83), com sede em Planalto Paulista, no Estado de São Paulo, está localizada na Avenida Juscelino Kubitschek nº 180, rua principal da cidade, há 32 anos. De acordo com a figura 18, observa-se uma edificação de um pavimento, com grandes dimensões com portas largas de vidro, fachada em granito e bancos em madeira. Possui amplo salão para celebrações e salas para estudos. Os cultos acontecem às terças e quintas-feiras e aos sábados às 19:30 horas. Residências, um pontilhão e uma Igreja em células ocupam seu entorno.



Figura 18- Foto da Igreja Metodista Wesleyana
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

O Salão do Reino das Testemunhas de Jeová (mapa 03, nº 6, p. 83), com sede nacional localizada em Cesário Lange, no Estado de São Paulo, está localizado na rua Gabriel F. Junqueira s/nº. O salão está instalado em uma casa pequena de um pavimento com telhas de amianto, contendo um salão para as reuniões e celebrações. As reuniões acontecem às quartas e aos sábados às 19:00 horas. O salão fica localizado em um beco, conforme a figura 19, possuindo residências em seu entorno.



Figura 19- Foto do Salão do Reino das Testemunhas de Jeová
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

O centro espírita kardecista Ressureição e Vida (mapa 03, nº 10, p.83), com sede nacional na Cidade do Rio de Janeiro, está localizado na rua Coronel José de Seixas, nº 199, desde 1918. O centro funciona em uma casa simples, de um pavimento, em estilo colonial, como pode ser observado na figura 20. O centro mantém atividades ao longo da semana: segunda-feira às 19:00 horas – passe; terça-feira às 14:00 horas e às 20:00 horas – Estudo do livro dos espíritos; quarta-feira às 14:00 horas – Estudo do evangelho segundo o espiritismo e, às 19:30 horas – Estudo das obras de André Luiz; quinta-feira às 20:00 horas – Palestra pública e passes; sexta-feira às 19:00 horas - Estudo do evangelho, segundo o espiritismo e aos domingos às 20:00 horas – Estudo do livro dos médiuns. O centro possui um salão para reuniões e uma sala menor para estudos e está instalado em uma área residencial.



Figura 20- Foto do Centro espírita Ressurreição e Vida
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

A Igreja do Evangelho Quadrangular, com sede no Estado de São Paulo, está localizada na rua da Conceição s/nº (mapa 03, nº 9, p.83). A igreja funciona em uma loja simples com uma porta de aço, letreiro padronizado, cadeiras de plástico, possuindo pouco espaço. Suas reuniões acontecem às 19:30 horas às terças e quintas-feiras e aos domingos. Conforme a figura 21, pode-se observar que a igreja faz parte do entorno do santuário de Nossa Senhora da Conceição (mapa 02, nº 1, p. 83) e possui residências e bares em seu entorno.



Figura 21- Foto da Igreja do Evangelho Quadrangular
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

O Centro Mundial de Missões está localizado na Avenida Juscelino Kubitscheck, nº 140, rua principal da cidade (mapa 03, nº 14, p.83) há 17 anos. A igreja funciona em um prédio espaçoso com portas de vidro, tendo residências, lojas comerciais e um supermercado ao seu redor conforme a figura 22. Os cultos acontecem às terças e quintas-feiras e aos sábados às 19:30 horas.



Figura 22- Foto do Centro Mundial de Missões
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

A Igreja Pentecostal da Paz está localizada na Avenida Juscelino Kubitscheck, nº 100, rua principal da cidade, em um galpão simples e espaçoso com portas de aço, possuindo um letreiro em plástico na fachada e grande quantidade de cadeiras de plástico para acomodação dos fiéis (mapa 03, nº 12, p. 83). Seus cultos acontecem às terças e quintas-feiras e aos domingos sempre às 19:30 horas. No seu entorno há residências, lojas comerciais e oficinas mecânicas.



Figura 23- Foto da Igreja Pentecostal da Paz
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

Pertencendo à mesma filiação religiosa, a Igreja Pentecostal de Jesus Cristo está localizada na rua Capitão Mor Tomé Rodrigues s/nº (mapa 03, nº 11, p.83) e realiza seus cultos às quartas e sextas-feiras e aos sábados e domingos às 19:00 horas. A igreja está instalada em uma área residencial e periférica da cidade em uma edificação simples de um pavimento, possuindo letreiro na fachada, cadeiras de plástico e pouco espaço.



Figura 24- Foto da Igreja Pentecostal de Jesus Cristo
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

A Igreja Mundial do Poder de Deus, “Templo dos Milagres”, com sede em Sorocaba, no Estado de São Paulo, está localizada na praça Argentino Rios, nº 26 (mapa 03, nº 8, p. 83). A igreja funciona em um sobrado com entrada pelo primeiro piso, por uma pequena porta com letreiro em sua parte superior. A igreja conta com um salão para suas celebrações no segundo piso (figura 25).

Os cultos são realizados de segunda à sexta-feira às 19:30 horas; aos sábados às 8:00 horas e aos domingos às 07:00, 9:00; 15:00 e 19:00 horas. Além da praça, residências e a igreja católica Nossa Senhora da Boa Morte, ocupam seu entorno.



Figura 25- Foto da Igreja Mundial do Poder de Deus
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

A igreja apostólica Poder da Fé (mapa 03, nº 16, p.83), está localizada na Avenida Juscelino Kubitscheck, número 838. A igreja está instalada em uma edificação simples, com uma porta de aço, letreiros em plástico na fachada e poucas cadeiras de plástico para o uso dos fiéis. Os cultos realizados nesse templo acontecem na quarta-feira e aos domingos às 19:30 horas. Casas residenciais e comércio em geral ocupam o seu entorno

A Igreja Universal do Reino de Deus, (mapa 03, nº 7, p.83), com sede nacional no Estado de São Paulo, está localizada na rua Major José Isalino há 2 anos. Está instalada em uma loja simples, pequena, com uma porta de vidro e letreiro luminoso. Possui pouco espaço, com cadeiras de plástico.

As reuniões semanais acontecem sempre às 19:30 horas, sendo: segunda-feira – Congresso para o sucesso; terça-feira – Sessão de descarrego; quarta-feira – Reunião dos filhos de Deus; sexta-feira – Corrente de libertação e aos domingos – Concentração de fé e milagres. Como pode ser conferido na figura 26, residências, lojas comerciais e um hotel ocupam seu entorno.



Figura 26- Foto da Igreja Universal do Reino de Deus
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

A Igreja CEO – A verdade nos libertará, é uma igreja em células instalada na Avenida Juscelino Kubitschek, nº 165, avenida principal da cidade (mapa 03, nº 13, p. 83). A igreja está instalada em uma edificação estilizada, diferente das construções ao seu redor, conforme a figura 27. O templo possui uma fachada em granito com letreiro dourado. Trata-se de uma edificação espaçosa possuindo residências e uma Igreja Metodista em seu entorno. Seus cultos acontecem ao longo de toda a semana, sendo: domingo às 19:30 horas- Culto de celebração; segunda-feira às 20:00 horas – Célula fiel e curso médio de teologia; terça-feira – Ensaio do ministério de louvor; quinta-feira às 19:30 horas – Culto de oração e libertação; sexta-feira às 20:00 horas – Curso de crescimento espiritual e sábado às 20:00 horas – Culto da rede de jovens.



Figura 27- Foto da Igreja CEO – A verdade nos libertará
 Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

A Igreja de Nossa Senhora de Montserrat, fundada em meados do século XVIII, está localizada na praça Monsenhor Marcos, Centro da cidade (mapa 03, nº 2, p. 83). Consta de um templo de grandes proporções, com grande porta central e duas torres laterais, ocupando um quarteirão, como pode ser constatado na figura 28. Segundo o livro de tombos da prefeitura³⁸, em seu registro de número 01, sua obra foi iniciada em 1754 com aspectos decorativos do estilo rococó e neoclássico. O tombamento da edificação da Igreja matriz do Montserrat e de todos os seus bens móveis ocorreu em 1998 com base na lei municipal 1984 de 02 de fevereiro de 1998 que estabelece a proteção ao patrimônio cultural de Baependi – MG. Além da praça, casas comerciais, bancos, hotéis, restaurantes e bares ocupam o seu entorno. As missas são celebradas às quintas-feiras às 7:00 horas e às 19:00 horas; às sextas-feiras às 5:00 horas e às 19:00 horas e aos domingos às 7:00, 10:00 e 19:00 horas.

³⁸ BAEPENDI. Livro de tombos (1998). Conselho consultivo municipal do patrimônio cultural de Baependi. Livro 1, 1998.



Figura 28- Foto da Igreja de Nossa Senhora de Montserrat
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

A Igreja de Nossa Senhora do Rosário, localizada na Praça Dr. Arthur Brasília, (mapa 03, nº 4, p. 83), data de 1820. Consta de um templo de proporções médias, sem torre, com uma porta principal e duas portas laterais e teve seu tombamento no ano de 2003 pelo decreto nº 516/2003. Possui residências em seu entorno e um supermercado, como pode ser visualizado na figura 29. As missas são celebradas aos sábados e às terças-feiras às 19:00 horas.



Figura 29- Foto da Igreja de Nossa Senhora do Rosário
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

Possuindo um estilo simples, a Igreja de Nossa Senhora da Boa Morte, construída em 1832, está localizada na praça Argentino Rios (mapa 03, nº 3, p. 83). Consta de um templo pequeno com uma porta central. Segundo o livro de tombos da prefeitura³⁹, em seu registro de número 11, a igreja foi construída em estilo colonial e tombada pelo decreto nº 517/03. Além da praça, residências e a Igreja Mundial do Poder de Deus ocupam seu entorno, conforme a figura 30. As missas acontecem às segundas-feiras às 19:00 horas.



Figura 30- Foto da Igreja de Nossa Senhora da Boa Morte
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

O Santuário Imaculada Conceição, também conhecido como Igreja de Nhá Chica, é um templo de grandes proporções, localizado na rua da Conceição, no Centro de Baependi (mapa 03, nº 1, p. 83). Antiga capela, construída em 1898 por Nhá Chica, passou por duas reformas e atualmente possui um torre central com Cristo Redentor no topo. Na escadaria que dá acesso ao santuário, encontram-se as imagens de Nossa Senhora da Conceição e de Nhá Chica como pode ser visto na figura 31. A programação de atividades no santuário é composta de Oração do terço, todos os dias da semana às 15:00 horas; terça-feira e quarta-feira às 19:00 horas – Celebração da missa; sexta-feira às 15:30 horas – Celebração da missa; aos sábados às 10:00 horas e às 15:00 horas Celebração da missa e aos domingos,

³⁹ BAEPENDI. Livro de tombos (1998). Conselho consultivo municipal do patrimônio cultural de Baependi. Livro 1, 1998.

Celebração da missa às 09:00, 11:00 e 15:00 horas. Durante a semana há atendimento de confissões em horários diversos.



Figura 31- Santuário de Nossa Senhora da Conceição
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

No seu interior encontram-se o túmulo e a imagem oficial da beata, localizados ao fundo da igreja. Em um esquite de vidro, ao lado do altar principal, há uma imagem da beata deitada e embaixo dela, uma gaveta com os seus restos mortais. Uma pousada, um hotel, a Associação Beneficente Nhá Chica, bares, restaurantes, uma praça, lojas de artigos religiosos e residências ocupam o seu entorno.

As igrejas de Baependi têm sua história. A de Nossa Senhora da Conceição, situada no alto da cidade, é conhecida como o templo de Nhá Chica, por ter sido construído por vontade de Francisca de Paula de Jesus, em terreno de sua propriedade, e a quem se deve também a imagem que lá se venera. Contam-se fatos notáveis relativos à piedade e virtude de Nhá Chica (IBGE – Enciclopédia dos municípios brasileiros, 1957 – v. XXIV).

Essa descrição do IBGE, na década de 1950, já atribuía importância aos templos de Baependi, associando a Igreja de Nossa Senhora da Conceição, atual santuário, à história de Nhá Chica.

Ao analisar a produção do espaço do Município de Baependi, destacar a importância do Santuário de Nossa Senhora da Conceição torna-se fundamental, uma vez que, ao identificá-lo como principal atrativo turístico, local de maior circulação de visitantes, podemos apontar novas atribuições ao seu entorno, modificando seu valor de uso.

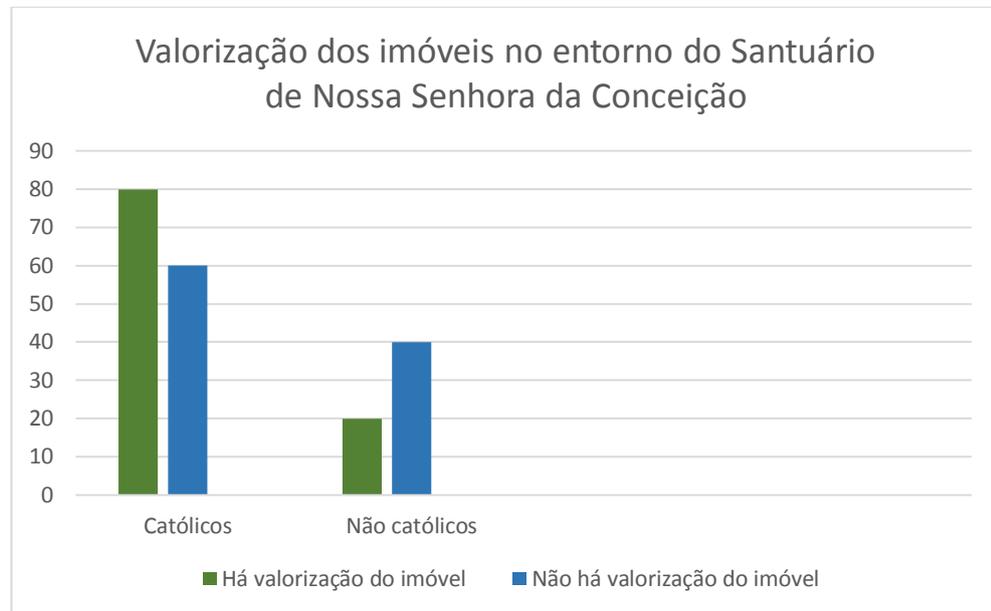


Figura 32- Valorização dos imóveis no entorno do Santuário de Nossa Senhora da Conceição
 Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2015/2016
 Organização: Magno Angelo Kelmer

De acordo com as entrevistas, dos/as moradores/as do bairro onde está localizado o santuário, 66,7% do total apontam uma valorização de seus imóveis por estarem localizados próximos ao santuário, sendo que 20% destes atribuem à beatificação de Nhá Chica o motivo de tal valorização. Estes/as alegam aumento no valor dos imóveis, aumento no valor do IPTU e também no valor dos aluguéis, uma vez que 40% não são proprietários/as dos imóveis. Os/as moradores/as que não percebem a valorização dos imóveis, representando 33,3% do total, alegam Baependi ser uma cidade mais cara em relação às cidades vizinhas. Entre os/as moradores/as que percebem a valorização dos imóveis próximos ao santuário, 20% deles não são católicos e 80% são católicos; já os/as moradores/as que não percebem valorização em seus imóveis por estarem localizados próximos ao santuário, 40% não são católicos e 60% pertencem à religião católica, dados que podem ser conferidos no gráfico da figura 32.

Como já trabalhado anteriormente, o entorno do santuário sofreu ao longo dos anos uma série de modificações, conforme o mapa 2 da página 61, relacionadas

à atividade turística como parte do receptivo para o turismo religioso. Desta forma, o valor de uso desse espaço alterou-se e, conseqüentemente, alterou seu valor de troca, fato constatado pela maioria dos moradores entrevistados quando questionados sobre a valorização de seu imóvel com relação à proximidade do santuário. Assim, entendemos esses espaços como mercadorias que vão obter valorização por sua proximidade em relação ao santuário.

Para Marx (1975, p.100), “o mundo religioso não passa do reflexo do mundo real. Para uma sociedade de produtores de mercadorias em que a relação geral de produção os faz tratar os seus produtos como mercadorias, logo, como valores”. Nessa relação de produção estabelecida em Baependi, o uso da fé em torno de Nhá Chica valoriza os espaços, sendo reafirmada pela valorização turística ao se apropriar deles demonstrando, assim, a prática social atuando sobre os objetos. A produção e a valorização dos espaços estão em constante evolução, como pode ser visto no bairro Cajuru, em Baependi, onde desde 2009 vêm ocorrendo celebrações eucarísticas e, em 2012, a comunidade passou a ser chamada de “Comunidade Nhá Chica”, sendo a primeira no município com o nome da beata. Neste mesmo ano iniciaram a construção da Igreja Beata Nhá Chica que encontra-se em fase de acabamento⁴⁰. Na criação dessa igreja para essa comunidade, nota-se a importância dada à beata e a necessidade de ampliar a área de sua influência, valorizando novos espaços.

O processo que culminou no espaço presente tem fundamental importância, processo esse que contém aspectos econômicos, institucionais, culturais e religiosos atuando sobre determinada área. Os processos, entendidos como ações, envolvem vários elementos em sua constituição, uma multiplicidade de ações carregadas de uma ordem baseada nas relações capitalistas de produção determinadas ao longo do tempo. Os processos, para Santos (1997, p. 50), podem ser definidos “como uma ação contínua, desenvolvendo-se em direção a um resultado qualquer, implicando conceitos de tempo e mudança”.

Ao analisar os templos religiosos de Baependi, fica evidente o papel das religiões atuando no processo de organização espacial; como apresentado

⁴⁰ Igreja da beata Nhá Chica na comunidade do Cajuru. Disponível em: <<http://www.churchomania.com/church/1781763632049875/Igreja+da+Beata+Nh%C3%A1+Chica+na+comunidade+do+Cajuru>>. Acesso em 06 de março de 2017.

anteriormente pela descrição das formas, nas quais apreendemos o modo de organização ou de construção que compõem sua estrutura.

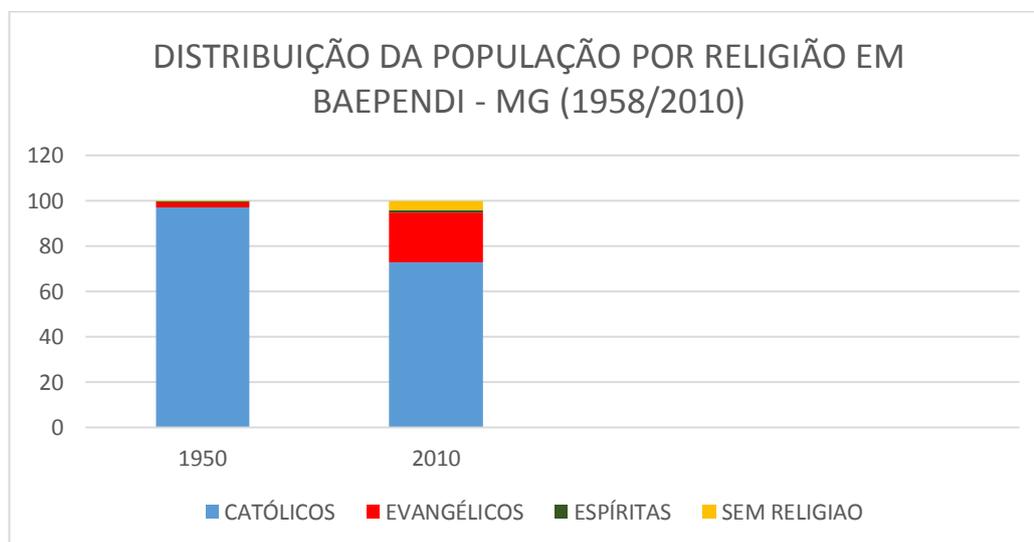


Figura 33- Distribuição da população por religião em Baependi - MG
 Fonte: IBGE 1958 / 2010
 Organização: Magno Angelo Kelmer

Dentre os 17.132 habitantes recenseados em 1950, década em que foi cogitada pela primeira vez a beatificação de Nhá Chica, 16.618 habitantes declararam-se católicos, representando 97% do total, 392 declararam-se protestantes, representando 2,3% dos recenseados, 94 espíritas, representando 0,54% do total e 28 pessoas não declararam a fé que professavam ou não tinham religião, representando 0,16% do total.

Dados do último recenseamento, em 2010, comprovam uma queda no número total de católicos e um aumento no número total de evangélicos, de espíritas e dos que se declaram sem religião. A porcentagem de católicos caiu de 97% em 1950 para 73% em 2010. O número total de evangélicos passou de 392 fiéis para 4.027, saltando de 2,3% em 1950 para 22% em 2010. O número total de espíritas passou de 94 em 1950 para 183 em 2010, representando 1%, e os que se declaram sem religião, eram 28 em 1950 e em 2010 totalizaram 733 pessoas, representando 4% da população.

Esses dados comprovam uma queda absoluta na quantidade de fiéis da Igreja Católica, uma vez que não se trata somente de uma transferência de fiéis para outras religiões. Além dessa transferência, houve um aumento de 1.175 habitantes

no município neste período de tempo analisado, distribuídos pelas demais religiões presentes em Baependi.

Esse fato ocorrido em Baependi representa a realidade da queda percentual da Igreja Católica no Brasil. “Pela primeira vez a queda percentual católica se dá de forma absoluta, ou seja, a população do país cresceu em 12,3% e o número de católicos diminuiu em 1,4%” (CAMURÇA, 2013, p. 71). Essa análise realizada por Camurça (2013), entre os censos de 2000 e 2010, aponta para uma queda absoluta, o que antes representava somente um crescimento em ritmo menor, já que a população não crescia tanto. Teixeira (2013, p. 23) afirma que “pela primeira vez, no Censo de 2010, a queda percentual dos declarantes católicos refletiu-se em números absolutos, com o ritmo de crescimento menor de católicos com respeito ao crescimento da população brasileira”.

Em Baependi, o pastor “B” destacou na sua fala o aumento de fiéis que sua igreja obteve em um período de três anos. Segundo o pastor, “quando assumi, há três anos, a igreja contava com 130 membros e atualmente, contamos com 400 membros. A Igreja Católica, aqui em Baependi, está contando com muitos fiéis turistas” (15/01/2016). Segundo ele, o fato de ser terra de Nhá Chica não mantém fiéis na Igreja Católica. Para o pastor “A”, o número de fiéis vem aumentando a cada ano, colocando sua igreja presente em 176 países, sendo 23 milhões de fiéis no Brasil. A unidade de Baependi conta com 580 fiéis e para ele, “quanto mais a Igreja Católica ovacionar e exaltar um ídolo, como Nhá Chica, mais eles (os protestantes) vão crescer, uma vez que, isto não é correto” (15/01/2016).

Baseado nos dados do IBGE, mesmo havendo uma inconsistência, afinal, várias denominações religiosas foram incluídas em “evangélicos”, Campos (2013) afirma que estes conquistaram na última década mais de quatro mil novos fiéis por dia. Confirmando a importância atribuída a essa denominação religiosa, a Prefeitura de Baependi em 07 de junho de 2005, sancionou a Lei 2613/05, instituindo o Dia oficial das igrejas evangélicas no município, sendo celebrado no segundo sábado do mês de julho.

Para um representante do centro espírita em Baependi, o número de pessoas que se declaram espíritas é bem menor que o real, destacando o aumento do número de frequentadores no seu centro. A esse dado citado pelo entrevistado, Teixeira (2013, p. 28) chama-o de “olhar de superfície”, uma vez que o Censo não consegue captar satisfatoriamente a presença espírita na sociedade brasileira. Para

o autor, continua vigente no Brasil adeptos do espiritismo e de religiões afro-brasileiras camuflarem sua identidade religiosa (TEIXEIRA, 2013).

Estando em conformidade com o restante do país, Baependi apresenta um aumento no número de pessoas que se declaram sem-religião. Pierucci (2004) afirma que esses indivíduos tendem a não se encaixar em compromissos e não se filiam a pertencimentos sociais e culturais, principalmente os religiosos, tornando-se opcionais e experimentais em questão religiosa. Perdem, com essa situação, as igrejas tradicionais como a Igreja Católica.

A mudança na distribuição dos fiéis entre as religiões em Baependi, conforme demonstrado no gráfico anterior (figura 33, p. 98), condiz com a organização dos templos no espaço do município. Muitos templos foram criados, acompanhando o crescimento do número de fiéis, conforme afirma o pastor “A”, ao representar sete templos no município.

No que diz respeito ao Santuário de Nossa Senhora da Conceição, templo mais visitado pelos que chegam à Baependi, existe um passado que marca sua história. Francisca de Paula de Jesus, Nhá Chica, ao chegar em Baependi, no início do século XIX, instalou-se com sua família em uma casa à rua das Cavalhadas. Seu irmão Theotônio começa seus estudos na escola da cidade e Francisca se dedica a uma vida de oração, seguindo orientação de sua mãe (LEFORT, 1992).

Antes de sua mãe morrer, em 1818, ela recomendou à filha uma “vida solitária, para melhor praticar a caridade e conservar a fé cristã”. Francisca, segundo relatos, não acompanhou seu irmão e não se casou, preferiu a vida solitária, dedicando-se às orações e à ajuda aos necessitados⁴¹.

O título de “Mãe dos Pobres” veio de sua relação com os mais necessitados que encontravam nela uma fonte de alimento material e espiritual. A todos que perguntavam quem ela realmente era, respondia: “É porque rezo com fé” (PASSARELLI, 2013; LEFORT, 2010; SEDA, 2013), deixando claro que os méritos eram de sua sinhá: Nossa Senhora da Conceição.

De acordo com Sacramento (2006, p. 141), “com o tempo a fama de virtuosa cresceu e a tornou por demais conhecida, pela sua clarividência e virtuosismo”, passando a ser procurada por pessoas de outros estados brasileiros. Após sua morte, em 1895, a fama da santa de Baependi se espalhou e possíveis milagres

⁴¹ A origem de Nhá Chica. Disponível em: <<http://aorigemdenhachica.blogspot.com.br/p/historia.html>>. Acesso em 25 out. 2015.

começaram a ser atribuídos a ela. A capela iniciada em 1867 por Francisca de Paula de Jesus, templo totalmente reformado, recebe anualmente a visita de milhares de fiéis. “Atribui-se à Francisca de Paula de Jesus, conhecida como Nhá Chica, graças ou mesmo milagres” (SEDA, 2013, p. 318).

Ao acontecer da vida e da obra de Nhá Chica juntamente a capela por ela edificada no Morro das Cavalhadas, temos elementos no espaço que, na atualidade, passam a ser apropriados pela atividade turística contribuindo para uma ressignificação desse espaço, tornando-o central na cidade. A partir desse centro, um conjunto de ações passam a ordenar a organização do espaço qualificando-o em sua dimensão religiosa, além das dimensões econômicas, políticas e sociais, como visto no Mapa do entorno do Santuário de Nossa Senhora da Conceição (Mapa 02, p. 61).

A vida e obra de Nhá Chica, o local onde ela viveu e toda a atmosfera ao seu redor servem como atrativos para a atividade turística, do tipo religioso, como vem ocorrendo. Nas críticas de Marx à religião, ele afirma que “o homem faz a sua religião. A religião não faz o homem [...] o homem é o mundo do homem, o Estado, a sociedade. Este Estado, esta sociedade produzem a religião” (MARX, 1975, p.100). Nesta perspectiva, não é o céu, mas a terra, a produção do homem, que faz o existir religioso de acordo com suas conveniências. Ao classificarmos Nhá Chica como pobre, mulher, negra e analfabeta, situando-a em sua situação financeira, em sua situação de gênero e em sua formação, podemos enquadrá-la perfeitamente nessa produção, como uma pessoa simples que viveu e morreu em Baependi e teve sua existência, de mulher religiosa e caridosa, transformada em um produto beatificado e com promessas à canonização, produzida como mercadoria a ser valorizada e comercializada.

A Igreja Católica, como um elemento na produção espacial, concorda com a presença e o uso da fé a Nhá Chica ao aclamá-la nas celebrações e ao divulgá-la, como constatado *in loco* e como visto em Araújo (2016, p.3), ao afirmar que Nhá Chica “tinha personalidade de mulher simples, mulher do povo, gente de nossa gente sofrida, mas também mulher que se insere na genealogia daquelas heroínas bíblicas proclamadas pelo Livro Sagrado”. Nessa publicação, em um jornal da ABNC, percebe-se a intensão, por parte da Igreja Católica, de alimentar esse uso. Na opinião dos pastores “A” e “B”, o que aumentou em Baependi é o uso comercial da fé em Nhá Chica e não o número de fiéis católicos. Já para a representante “A”

da Igreja Católica, Nhá Chica é como um bem histórico, “com o nome há mais de 120 anos na história” (15/01/2016).

Um conjunto de mudanças contido nos processos contribuem na reorganização das funções dos objetos do espaço, atribuindo-lhes novas determinações, contribuindo, desta forma, para que novas funções sejam desenvolvidas no espaço. Função como “uma tarefa ou atividade esperada de uma forma, pessoa, instituição ou coisa” (SANTOS, 1997, p.50).

As religiões, representadas pelos templos religiosos, atuam nos espaços como qualquer outra organização que procura expandir e controlar suas atividades penetrando em todas as manifestações da vida cotidiana, quer sejam culturais, sociais, políticas ou econômicas. Isso ocorre em qualquer cidade; o que vai diferenciar Baependi das demais é o fato de um desses templos estar associado à vida de Nhá Chica e, na atualidade, ser apreendido pela atividade turística. Isso contribui para que a cidade passe a ter mais uma funcionalidade ao se consolidar como um destino de turismo religioso.

Em Baependi, o número de visitantes ao Santuário de Nossa Senhora da Conceição, Igreja de Nhá Chica, aumenta a cada ano. Dos/as visitantes entrevistados/as, 57,3% estavam retornando à cidade e 42,7% estavam ali pela primeira vez. O representante do centro espírita, a representante “A” da Igreja Católica e a funcionária da Secretaria de turismo afirmaram que o número de visitantes vem aumentando, não somente em datas festivas, mas também aos finais de semana, ou seja, em épocas de festa religiosa ou em dias comuns, a visitação continua a acontecer. Em entrevista à rede hoteleira do município, 85,7% afirmaram ter tido aumento no movimento, relacionando-o ao turismo religioso por conta de Nhá Chica.

Dentre os/as entrevistados/as, responsáveis pelos templos religiosos, uma obreira da Igreja Universal, o pastor “A” e o pastor “B” foram unânimes em afirmar que a história de Nhá Chica e o seu processo de beatificação não alteraram a dinâmica do município, destacando que a Igreja Católica não conseguiu transformar Baependi em uma “Nova Aparecida”.

Ao analisar os aspectos religiosos que estão postos no espaço de Baependi, entendemos que as manifestações de louvor à Nhá Chica, as visitas, os relatos de graças alcançadas, os pagamentos de promessa, ao subir de joelhos a escadaria do santuário, as missas, as procissões, enfim, um conjunto de atividades religiosas

dedicadas à beata, como observado *in loco*, passam a ser entendidos como uma produção social, um arranjo a compor a produção espacial do município, mercantilizando a fé a ser consumida pelas ações do turismo religioso.

O espaço passa a contar com mudanças sociais e espaciais, na medida em que as ações/obras carregadas de determinada ordem engendrada pelas relações capitalistas de produção atuam sobre ele. Em Baependi, essas mudanças apontam para uma evolução desse espaço. Para Santos (1996, p. 96), “a evolução que marca as etapas do processo de trabalho e das relações sociais marca, também, as mudanças verificadas no espaço geográfico, tanto morfologicamente como do ponto de vista das funções e dos processos”, o que vai se dar no antigo Morro das Cavalhadas, atual rua da Conceição.

A essa multiplicidade de ações ocorrendo em um mesmo espaço, teremos formas diferenciadas, organizadas pelo presente, pelas ações empregadas no tempo atual. Santos (1997, p. 50) define forma “como o aspecto visível de uma coisa. Refere-se ao arranjo ordenado dos objetos, a um padrão”. As formas espaciais resultantes da organização e disposição dos templos em Baependi, representam uma parte da produção sócio-espacial em processo no município.

A forma é modificada a cada conjunto de obras/ações implementas no espaço, culminando assim, em formas-conteúdo. Para Santos (1996, p. 102) “a forma-conteúdo não pode ser considerada apenas como forma, nem apenas como conteúdo”. Ou seja, um está contido no outro, uma vez que o conteúdo contém as funções que modificam a forma, que se transforma para acolhê-lo. “Cada movimento da sociedade lhes atribui um novo papel” (SANTOS, 2004, p. 60).

Buscando compreender as totalidades, torna-se possível apreender o movimento das formas-conteúdo, entendendo que a totalidade é processo constante, existindo neste a totalização que está se fazendo no acontecer diário, ao que chamamos de espaço. Como nos orienta Santos (2004, p. 57), “a totalidade, que supõe um movimento comum da estrutura, da função e da forma, é dialética e concreta”, acontecendo pelas ações contidas nos processos.

Ao realizar essa cisão na totalidade em curso em Baependi e analisá-la, destacamos a participação das igrejas, materializadas pelos templos e interpretadas pelas falas de seus representantes, no seu processo de totalização. Esse espaço analisado por categorias como estrutura, processo, função e forma contribui para alcançarmos respostas à problematização apontada, uma vez que, segundo

Lefebvre (2006), não se trata de apreender simplesmente a materialidade do objeto, e sim, compreendê-lo por completo em suas formas, estruturas e funções.

3.2 - AGENTES DA TURISTIFICAÇÃO

Como trabalhado anteriormente, a oferta turística é planejada para atender aos visitantes, impactando na produção de mercadorias que serão consumidas pela atividade turística e na reprodução do espaço geográfico. Desta forma, as transformações ocorridas no espaço de Baependi buscam atender, também, de maneira direcionada, esse visitante, entendido como um agente de turistificação, representado na figura do turista⁴². Para Knafou (2001), o turista está na origem do turismo, ao estabelecer que não são os produtos e sim as práticas que dão origem ao processo, sendo eles fundamentais na criação dos lugares turísticos. Cruz (2003, p.14) destaca que os “diversos lugares foram e ainda são inventados como lugares turísticos em função da prática espontânea de certos turistas”.

Em Baependi foram entrevistados/as 96 visitantes, sendo 43,8% homens e 56,2% mulheres, em datas diferentes, abrangendo datas festivas e datas de movimento corriqueiro. O turista é um agente de fundamental importância no processo de turistificação dos espaços, já que, ao vivenciá-los irá elaborar seus conceitos e acabará definindo quais partes do espaço serão turísticos. Knafou (2001) destaca que não existem lugares turísticos sem turistas, conseqüentemente, os processos de turistificação dos espaços passam pela avaliação subjetiva que motiva o turista a eleger um destino. Com mais destinos ofertados, o turista é incentivado a viajar mais, passando a ser, na visão de Andrade (2000, p. 40), “clientes fornecedores de elementos financeiros e fontes de lucros”; demonstrando assim, outro lado do processo, o turista enquanto consumidor.

Em Baependi, 82,3% dos/as visitantes entrevistados/as apresentam gastos com alimentação, 28,1% com lembranças, 8,4% com artesanato e 1% com passeios pela cidade, contribuindo financeiramente para a economia do município por meio das atividades turísticas. Importante destacar que, na entrevista os/as visitantes

⁴² O termo turista é passível de reformulações por abrigar um grupo heterogêneo de pessoas com características, personalidades, demografias e experiências diferentes (COOPER 2001) e será entendido, neste momento, como um visitante (como tratado até aqui) fora de seu local de origem por motivos diversos. Ao longo deste trabalho serão discutidas as semelhanças e as diferenças entre os termos turistas, visitantes, romeiros, peregrinos e devotos, termos pertinentes ao estudo em questão.

apontaram mais de um item de consumo. Com relação aos valores gastos, estipulamos gastos até cinquenta reais, representando 58,3% dos/as entrevistados/as e gastos acima de cinquenta reais, representando 41,7% do total.

Quanto à organização elaborada para receber o/a turista, 66,7% dos/as entrevistados/as responderam 'sim' à pergunta: a estrutura de Baependi – MG correspondeu a sua expectativa? Para essa mesma pergunta obteve-se 20,8% de 'não' como resposta e 12,5% não souberam responder. Caldeira (2014) chama-nos a atenção justamente para a importância de se estruturar bem os espaços turísticos para receber o/a turista, uma vez que, segundo o autor,

o turismo organizado deve oferecer atendimento especial, que inclui informações sobre os lugares, itinerários, guias, acomodações, transporte e outras provisões que facilitem e produzam resultado em cadeia, já que o turista irá repassar informações a outras pessoas, provavelmente turistas em potencial (CALDEIRA, 2014, p. 147).

Com relação à questão citada, os/as entrevistados/as apontaram a sinalização da cidade, a organização no entorno do santuário, a estrutura de Baependi e, principalmente a hospitalidade do morador como elementos positivos da estrutura do lugar. Já para os/as entrevistados/as que não tiveram suas expectativas correspondidas, a falta de estrutura como banheiros, lanchonetes, acomodações para o turista e estacionamento para automóveis foram os itens mais citados como negativos. Interessante destacar que 100% dos/as entrevistados/as recomendariam o passeio a um amigo.

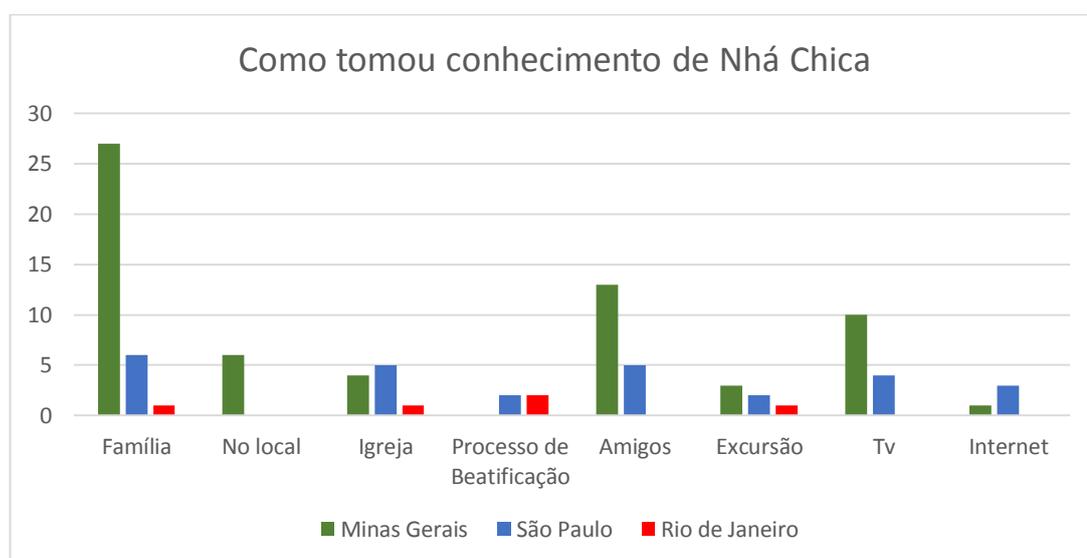


Figura 34- Gráfico de como o turista tomou conhecimento sobre Nhá Chica
 Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2015/2016
 Organização: Magno Angelo Kelmer

Durante as idas a campo, entrevistamos visitantes de três estados brasileiros: Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro. De acordo com os dados do gráfico, constata-se que a maioria, 66,7% do total, pertencem ao Estado de Minas Gerais, seguido por 28,1%, representando o Estado de São Paulo e 5,2% pertencentes ao Estado do Rio de Janeiro. Os/as visitantes que tomaram conhecimento de Nhá Chica por intermédio da família totalizam 35,4% do total, seguido de informação pelos amigos com 18,8%, informação pela televisão com 14,6% e por informações da igreja, 10,4%. Os/as visitantes que tomaram conhecimento pela excursão e os/as que somente tomaram conhecimento no local totalizam 6,2% cada. Já os/as visitantes que souberam de Nhá Chica pela divulgação do processo de beatificação e pela internet totalizaram 4,2% cada. Conclui-se que, independentemente do local de origem, as maneiras como os/as visitantes tomaram conhecimento sobre Nhá Chica são diversas e as associadas ao “boca a boca” são as mais representadas, constatando assim, o papel do turista no processo de turistificação.

Os turistas, segundo Knafou (2001), estão na base do processo de turistificação dos lugares. No entender do autor, não somente o turista enquanto sujeito mas suas práticas sociais envolvendo deslocamentos temporários fazendo surgir os espaços turísticos. Assim, o turista na busca de novos ares, diferentes do seu dia a dia, se apropria de alguns espaços contribuindo para o seu processo de reprodução. O turista, então, participa dos espaços da representação ao experimentar da prática cotidiana dos lugares. Esse espaço entendido por Lefebvre (2006) como o espaço do vivido, no qual, através de imagens e símbolos que o compõem, os “habitantes⁴³” e também os “usadores” o acompanham.

Os usadores para Lefebvre (2008b) compõem um grupo particular que se apropria do espaço para explorá-lo, utilizando os seus recursos, contribuindo e reafirmando a relação dialética valor de uso e valor de troca. Assim, ao associar o termo usadores ao papel dos turistas como agente de turistificação, atribui-se a eles um papel fundamental na produção do espaço.

Quando perguntados sobre os pontos positivos de Baependi, 23,9% dos/as entrevistados/as apontaram a receptividade do povo, seguido por 15,6% a igreja de Nhá Chica juntamente com a fé presente no local, com a mesma proporção de opiniões. Nhá Chica foi citada por 10,4% dos/as entrevistados/as, a estrutura da

⁴³ O termo “habitantes” será retomado na discussão sobre os moradores como agentes da turistificação.

cidade foi citada por 7,5% e com a mesma proporção de 4,2% os itens: tranquilidade, religiosidade e a cidade. Com 1% de participação nesse item da entrevista, surgiram os itens: passeios no município, cachoeiras, feirinha e “tudo” na cidade. Os/as que não sabiam responder a essa questão totalizaram 10,4%.

Na mesma questão foram solicitados apontamentos sobre os pontos negativos em Baependi e para 47,9% dos/as entrevistados/as “nada” na cidade configura-se como negativo. A estrutura da cidade apareceu em seguida com 16,7%, a organização para receber o turista com 5,2%, a falta de hotéis e a falta de locais para alimentação representaram 4,2% cada. O tamanho da igreja e a falta de variedade no comércio representaram 3,1% cada e, para 2,1% do total, a falta de restaurantes é um problema. Os que não sabiam responder a essa questão e os que não gostaram da feirinha representaram 12,5% e 1,0% respectivamente.

Os turistas no entender de Cruz (2007) exercem papel fundamental no processo de turistificação, uma vez que eles foram responsáveis, ao longo da história, pela invenção de muitos destinos turísticos e por deflagrarem novas dinâmicas nos processos de produção do espaço dos quais se apropriaram. Assim, as práticas sociais em forma de deslocamentos temporários fazem surgir os espaços turísticos. O turista atua na busca de novas paisagens, diferentes do seu cotidiano, apropriando-se de outros espaços com características endêmicas, entre elas, os aspectos religiosos.

A beatificação de Nhá Chica atende, em primeiro plano, as questões religiosas e pautado no apresentado até aqui, o papel do turista, como um entre os outros agentes da turistificação, contribui na criação da demanda ao eleger Baependi como um destino de turismo religioso.

3.2.1 Peregrinos, romeiros, devotos ou turistas?

O jornal *on line* Tribuna, em sua edição de 02 de abril de 2009, apresentava em sua seção “Viagem e turismo” que “Baependi é um convite para se deslumbrar com as cachoeiras⁴⁴” e, ao longo da matéria, discorria sobre os atrativos religiosos e das virtudes de Nhá Chica, destacando-os como fatores responsáveis para atrair

⁴⁴ Baependi é um convite para se deslumbrar com as cachoeiras. Disponível em: <<http://www.tribunapr.com.br/arquivo/viagem-turismo/baependi-e-um-convite-para-se-deslumbrar-com-as-cachoeiras/>>. Acesso em: 14/11/2016.

visitantes até a cidade. O Jornal Correio do Papagaio, em 16 de maio de 2013, anunciou o Caminho religioso da Estrada Real e noticiou sobre Baependi ao afirmar que “a expectativa da Secretaria de Estado de Turismo (Setur) é que, com a beatificação de Nhá Chica, o número de peregrinos e turistas religiosos aumente na região de Baependi”⁴⁵. Já o site do G1 – Sul de Minas, na edição de 02 de julho de 2013, afirmava que “O anúncio de beatificação de Nhá Chica atrai turistas a Baependi, MG”⁴⁶. Baseado nas reportagens apresentadas em três datas diferentes, a primeira antes do processo de beatificação se consolidar, a segunda publicada próxima a data da cerimônia e a última após a consolidação da beatificação, podemos afirmar que os atrativos religiosos do município estiveram em voga. Interessa-nos nesta análise a forma como o indivíduo que chega ao município é classificado, uma vez que, ora ele é tratado como visitante, ora como peregrino e turista religioso e, em alguns momentos, genericamente como turista.

Atualmente, no site da ABNC encontram-se notícias com relação à posse de um novo padre como reitor da Igreja de Nossa Senhora da Conceição. Uma delas traz a seguinte informação:

No último domingo, 9 de outubro, os **romeiros e visitantes** da Igreja de Nossa Senhora da Conceição de Nhá Chica participaram de um momento muito especial: a Posse como Reitor de Pe. Noel, que ocorreu durante a celebração das 9 horas⁴⁷ (grifo nosso).

A matéria deixa clara a maneira como a Igreja Católica classifica o visitante que busca o santuário, mas em outra reportagem, o tratamento é modificado.

Na noite de quinta-feira, 3 de novembro, os **devotos** da Beata Nhá Chica de Baependi e região se uniram para participar da celebração da Santa Missa com a bênção da nova urna e simulacro do corpo da Beata Nhá Chica. (...) O momento mais aguardado por todos que compareceram à celebração, aconteceu logo no início da noite, quando o esquife com o simulacro de Nhá Chica foi apresentado e surpreendeu aos presentes.⁴⁸ (grifo nosso).

⁴⁵ Baependi será um dos destinos do Caminho Religioso da Estrada Real. Disponível em: < http://www.correiodopapagaio.com.br/baependi/noticias/baependi_sera_um_dos_destinos_do_caminho_religioso_da_estrada_real>. Acesso em: 14/11/2016.

⁴⁶ Anuncio de beatificação de Nhá Chica atrai turistas a Baependi, MG. Disponível em: < <http://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2012/07/anuncio-de-beatificacao-de-nha-chica-atrai-turistas-baependi-mg.html>>. Acesso em 14/11/2016.

⁴⁷ Celebração e Posse de Pe. Noel como Reitor da Igreja de Nossa Senhora da Conceição. Disponível em: < <http://www.nhachica.org.br/fique-sabendo-noticias.php>> Acesso em: 14/11/2016.

⁴⁸ Santa Missa com a bênção da nova urna e simulacro do corpo da Beata Nhá Chica. Disponível em: < <http://www.nhachica.org.br/fique-sabendo-noticias.php>>. Acesso em: 14/11/2016.

Em outro momento, ao comemorar a Festa de Nhá Chica, a notícia afirma que “neste sábado, a Igreja de Nossa Senhora da Conceição de Nhá Chica é cenário de grande devoção e demonstração de fé dos **fiéis e peregrinos** da Beata. Durante todo o dia, **romeiros** de várias Foranias participam das celebrações que acontecem a cada duas horas na igreja”⁴⁹ (grifo nosso). O site <http://www.nhachica.org.br/>, mantido pela ABNC, utiliza os termos peregrinos e romeiros, no qual mantém uma aba para que as romarias sejam cadastradas.

Fica evidente que nas ações praticadas pela Igreja Católica o visitante não é tratado como turista religioso, uma vez que em momento algum é utilizado o termo turista ou turismo religioso em suas celebrações; o/a visitante é visto como romeiro, peregrino ou devoto, o que pode ser confirmado na imagem 35, na qual a Igreja Católica saúda os/as visitantes no dia da festa de Nhá Chica aos 14 de junho de 2016.



Figura 35- Foto da faixa na entrada do santuário de Nossa Senhora da Conceição
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

Na fala da representante “A”, da Igreja Católica, ligada à associação beneficente Nhá Chica, o turismo religioso é tido como um movimentador de pessoas na cidade, destacando o fato de receberem no santuário excursões vindas

⁴⁹ Grande Romaria Diocesana da Festa da Páscoa de Nhá Chica. Disponível em: <<http://www.nhachica.org.br/fique-sabendo-noticias.php>>. Acesso em: 14/11/2016.

do nordeste brasileiro. Para ela, "o turismo religioso que se estruturou em torno de Nhá Chica é positivo para a cidade e aponta como satisfatório o retorno financeiro deste turismo para manter a ABNC" (15/01/2016). Neste depoimento fica evidente a importância da atividade turística como geradora de renda para a associação. Segundo ela

o tipo de turismo é religioso por causa de Nhá Chica e não vejo com maus olhos o comércio em torno do santuário. As pessoas que vêm até aqui precisam de uma estrutura de apoio, de mais serviços; não é comércio da fé, é na verdade, serviço para as pessoas. Inclusive já comentei com a secretaria de turismo sobre a falta de investimentos em hotéis, restaurantes, banheiros públicos e sinalização. É preciso investir mais nesta área da cidade (15/01/2016).

Nota-se nas falas da entrevistada uma satisfação em receber os/as visitantes, vendo-os/as de forma positiva para a cidade, ao oferecer renda e oportunidades de trabalho, e principalmente para a associação que lucra financeiramente com a visitação. Quanto à maneira de tratar o/a visitante, segundo a representante da Igreja Católica, usam-se termos mais adequados à religião, mas ela entende que estes, na verdade, são sinônimos. "São pessoas que buscam o lugar pela fé" (15/01/2016). Este trabalho não apresenta as opiniões do pároco de Baependi, responsável pela Igreja Católica no município, que ofereceu resistência às três tentativas de contato.

Já o site <http://www.terradenhachica.com/>, mantido pela Prefeitura Municipal de Baependi, utiliza termos relacionados à atividade turística.

Turismo Religioso: Com um patrimônio cultural exuberante, as ladeiras calçadas com inúmeros "paralelepípedos" da pequena Baependi preservam um passado cheio de glória e fé. Seus casarões cheios de janelas e suas Igrejas com grandes vidraças se destacam, preservando a história de seus antepassados. Entre as principais, com uma arquitetura belíssima, o Santuário de N. Senhora da Conceição é o mais visitado pelos **fiéis** devido a Nhá Chica e sua história local; Também com bela arquitetura, torres bem altas e um grande acervo histórico, a Igreja Matriz que é tombada pelo patrimônio histórico, é a segunda Igreja mais visitada por **fiéis**; Bem como outras igrejas: Nossa Senhora da Boa Morte e do Rosário⁵⁰ (grifo nosso).

⁵⁰ Turismo religioso em Baependi. Disponível em: < <http://www.terradenhachica.com/turismo-religioso/>>. Acesso em: 14/11/2016.

Em alguns casos a prefeitura utiliza de termos religiosos, como pode ser observado em matéria retirada do site oficial do órgão.

A modesta capela construída por Nhá Chica em devoção à Imaculada Conceição, deu lugar ao Santuário de Nossa Senhora da Conceição, templo que recebe milhares de **romeiros** na expressão de sua fé. Nessa igreja, estão o túmulo e os restos mortais da Bem-Aventurada, Francisca de Paula de Jesus, mais conhecida como Nhá Chica, que se dedicou à fé e à caridade. Assim viveu até sua morte, em 14 de junho de 1895⁵¹ (grifo nosso).

Nota-se, por parte da prefeitura, o direcionamento voltado para a comercialização da atividade turística, ao divulgar os atrativos e utilizar nomenclaturas relacionadas ao turismo religioso e ao turista que visita a cidade, mas estes são tratados também como romeiros e fiéis.

Os hotéis, em suas páginas na internet, anunciam o turismo religioso no município. Um exemplo a ser citado diz respeito ao site da Pousada Chalés de Minas, <http://www.chalesdeminas.com.br/>, que destaca em sua página principal “o grande crescimento do **turismo religioso** em função da Beatificada NHÁ CHICA e do turismo de aventura, com muitas cachoeiras, corredeiras, trilhas, montanhismo⁵²” (grifo nosso), demonstrando a denominação sob a qual vendem os atrativos religiosos em Baependi.

Com relação aos/as visitantes entrevistados/as 80,6% se reconhecem como turistas em resposta à questão: considera-se turista em Baependi?; já os/as que não se reconhecem como tal, sendo 19,4% do total de entrevistados/as, consideram-se romeiros/as. Interessante destacar nessa questão o fato de que mesmo se considerando romeiro/a, estes/as entendem que praticam turismo religioso, uma vez que 91,1% consideram ser esse o tipo de turismo que realizam.

Já para os/as moradores/as, 86,7% percebem a presença do turismo religioso em Baependi, e estes consideram como turista o indivíduo que chega ao município. Para estes/as moradores/as, o/a turista traz maior movimento para o comércio e gera mais empregos, já que a quantidade de romarias vem aumentando, fato que pode ser constatado pelo aumento no fluxo de ônibus de excursão circulando pela cidade.

⁵¹ Turismo. Disponível em: < http://www.baependi.mg.gov.br/?page_id=35>. Acesso em: 14/11/2016.

⁵² Lazer. Disponível em: <<http://www.chalesdeminas.com.br/lazer.asp>>. Acesso em: 14/11/2016.

A peregrinação, como uma das formas mais antigas de viagem e relacionada aos aspectos religiosos, como uma missão a ser cumprida em nome da fé, pode ser tratada como precedente do turismo religioso (DIAS e SILVEIRA, 2003; OLIVEIRA, 2004). Realmente, peregrinação e turismo compreendem uma viagem voluntária e temporária para um destino determinado, fora do local de moradia.

As peregrinações podem ser associadas ao movimento de pessoas a lugares ditos sagrados por motivos de festas, penitência ou promessa em um ato de agradecimento (OLIVEIRA, 2004). Dado isso, em uma peregrinação haverá pessoas devotas e/ou fiéis de determinado santo, compondo um grupo que se destaca por sua experiência individual, os peregrinos, inseridos em um coletivo de viagem denominado como romaria (DIAS e SILVEIRA, 2003).

Segundo Dias e Silveira (2003, p.23),

o turista religioso apresenta semelhanças com os peregrinos, pois ambos compartilham uma crença religiosa e gastam a maior parte do tempo no espaço religioso objeto da visitação. Por outro lado, parecem-se mais com os verdadeiros turistas, sendo a motivação religiosa um pretexto para a realização da viagem, aproveitando-a para visitar outros lugares de interesse cultural e recreativo.

Conforme o exposto, fica claro que os vocábulos turista, romeiro, peregrino e devoto são utilizados de maneira aleatória e sem um rigor metodológico. Ao mesmo tempo em que a Igreja Católica utiliza termos mais apropriados às práticas religiosas, o termo turista encaixa-se perfeitamente no momento de arrecadar fundos para as obras da ABNC, evidenciando um distanciamento das questões religiosas. A prefeitura e a rede hoteleira utilizam de termos ligados ao comércio, assim, turismo religioso e turistas são mais utilizados, mesmo destacando que a cidade recebe muitos romeiros e fiéis. A mídia trabalha de forma descompromissada, utilizando todos os vocábulos possíveis ligados a esse segmento turístico. Quanto aos/as usuários/as do espaço, que vivem ou convivem com os “espaços da representação” (LEFEBVRE, 2008a), o termo turista representa o indivíduo que chega ao município.

Auxiliando-nos nessa discussão, Dias e Silveira (2003, p. 17) afirmam que “o turismo religioso é aquele empreendido por pessoas que se deslocam por motivações religiosas e/ou para participação em eventos de caráter religioso. Compreende romarias, peregrinações e visitação a espaços, festas, espetáculos e atividades religiosas”. Partindo desse conceito sobre a atividade e o que ele

compreende, principalmente ao se tratar das visitas aos espaços, adotamos para o trabalho o termo visitante, por entender que assim abarcamos as variadas maneiras de classificar o indivíduo que se desloca até Baependi, sendo ou não atraído por Nhá Chica, independentemente do tempo de permanência no local.

O uso do termo visitante justifica-se também, por ser amplo e definir, tecnicamente, quem viaja e, a partir dele, temos o turista, que permanece pelo menos vinte e quatro horas no destino e o excursionista, que permanece menos de vinte e quatro horas (BENI, 2001). Desta forma, dada a incapacidade prática de identificar o tempo de permanência destes em Baependi, já que ambos se fazem presentes, reforçamos que o termo visitante melhor se aplica à realidade pesquisada. Afinal, o/a visitante contribui para as transformações sócio-espaciais, uma vez que trata-se de um “tipo de turismo que abrange as viagens realizadas por motivos religiosos, pois, não importando a motivação, os viajantes fazem uso dos mesmos equipamentos, transportes e são gerados produtos e serviços para atender suas expectativas” (DIAS E SILVEIRA, 2003), causando modificações no espaço interligando aspectos econômicos, sociais, espaciais e culturais.

Para Carlos (1994, p. 85), “a produção espacial realiza-se no cotidiano das pessoas e aparece como forma de ocupação e/ou utilização de determinado lugar num momento específico”. Nesta lógica, os/as visitantes em Baependi contribuem para a produção espacial, independentemente se classificados como turistas, romeiros, peregrinos ou devotos, o que importa é a condição geral de produção, articulando divulgação, circulação e troca, afirmando o papel do visitante como um agente da turistificação. Assim, segundo Oliveira (2004, p. 26), “o turismo religioso, no sentido de missão, afasta-se do puro lazer e aproxima-se de uma viagem de negócios: o negócio da fé”, tratando-se mais de aspectos econômicos e sociais do que religiosos.

3.2.2 Turistificação: um processo, vários agentes

Entender somente o homem como agente do turismo, com suas necessidades e desejos subjetivos, além de estabelecer uma relação simplista, implica em uma relação cartesiana de sujeito e objeto longe de atender às análises do turismo enquanto atividade transformadora dos espaços. Dentro da perspectiva

que estamos abordando, buscando elucidar as transformações sócio-espaciais pelas ações da atividade turística, Fratucci (2007, p. 3) colabora ao ver o turismo como

um conjunto de agentes/elementos, inter-relacionados no tempo e no espaço, que compõem uma rede territorial e de relacionamentos, sazonal, flexível e fluída, onde ocorrem os encontros de alteridades distintas (do turista, do trabalhador, do anfitrião, do poder público e do capital), apoiadas tanto pela lógica da produção como da do consumo.

Para uma análise mais fidedigna possível, precisamos elencar uma variedade de agentes que se inter-relacionam para o acontecer turístico: os representantes do capital, portanto do mercado, tratados como *trade* turístico; o poder público, em seus diversos níveis; as comunidades das áreas receptoras; os planejadores territoriais do turismo e, também, o turista, como já trabalhado.

O Governo de Minas Gerais lançou na cerimônia de beatificação de Nhá Chica um projeto turístico denominado CRER: Caminhos Religiosos da Estrada Real. Esse projeto engloba várias cidades mineiras possuidoras de atrativos religiosos, ligando as cidades de Caeté, na região metropolitana de Belo Horizonte a Aparecida, no Estado de São Paulo, no qual “o peregrino poderá percorrer cerca de 850 quilômetros, partindo do Santuário da Padroeira de Minas Gerais, na Serra da Piedade, e chegando à catedral da Padroeira do Brasil em um percurso que engloba 86 municípios (sendo 37 na rota principal e 49 na área de abrangência)”⁵³.

O objetivo do projeto é oferecer um roteiro de peregrinação com foco no turismo religioso aumentando a oferta de produtos turísticos voltados para o segmento e divulgando-os em nível nacional e internacional. O projeto será dividido em duas partes, sendo a primeira dedicada a identificar as cidades com tais atrativos e, em seguida, obras de infraestrutura contendo ações de sinalização, paradas para descanso dos peregrinos, ciclovias, passarelas e guarda-corpos nas rodovias.

Segundo o Governo de Minas Gerais, “o CRER é o primeiro roteiro voltado para o turismo religioso no Estado. O projeto é inspirado no Caminho de Santiago de Compostela, um trajeto da França à Espanha com 750 quilômetros”.⁵⁴ Na ocasião da cerimônia de beatificação de Nhá Chica, o governador Antônio Anastásia informou que as obras do projeto começariam por Baependi. No ano de 2011 foram

⁵³ Baependi será um dos destinos do Caminho Religioso da Estrada Real. Disponível em: <<http://www.casacivil.mg.gov.br/index.php/component/gmg/story/3680-baependi-sera-um-dos-destinos-do-caminho-religioso-da-estrada-real>> Acesso em: 09/10/2016.

⁵⁴ Idem

realizadas as demarcações, envolvendo os municípios participantes, em 2012 a parte gráfica foi concluída (carimbos, mapas, guias turísticos, passaportes e certificados de conclusão do caminho), em 2013 a empresa responsável pelas intervenções físicas foi contratada e a partir daí aguarda-se a finalização das obras (22 quiosques, 38 paraciclos, 1 escada de acesso, 3 passarelas, 64 placas informativas, 1771 tótems indicativos, 60 placas de advertência aos motoristas além de obras em pontes e pinguelas).⁵⁵

O secretário de Estado de Turismo, Agostinho Patrus, observa a importância de um projeto como esse destacando a questão da religiosidade. Para ele “é importante ressaltar que o movimento desencadeia a geração de empregos, renda e a consequente melhoria da qualidade de vida das comunidades ao longo do Caminho”.⁵⁶

Para a data de beatificação de Nhá Chica a Prefeitura Municipal de Baependi, em parceria com o Governo do Estado de Minas Gerais, transformou a cidade em uma arena religiosa. A prefeitura junto à câmara de vereadores, para esta data, elaborou e sancionou a Lei 2890/13 regularizando parcerias e autorizando gastos com o evento da beatificação de Nhá Chica. No local, onde a cerimônia foi realizada, uma área de 58 mil metros quadrados, foram instalados uma praça de alimentação, um palco, quatro telões, setores de convidados e imprensa e 4 mil cadeiras distribuídas pelo local para alguns fiéis.⁵⁷ Segundo a funcionária da secretaria de turismo, nesta mesma ocasião foram implantadas, por intermédio do Governo do Estado, as placas, como já trabalhado anteriormente, na entrada do município e nas estradas ao redor de Baependi (14/01/2016). O Jornal São Lourenço, em sua edição *on line* de 27 de abril de 2013, divulgou a implantação das placas em rodovias federais da região do Circuito das Águas atribuindo essa iniciativa ao escritório regional do Departamento Nacional de Infraestrutura e Transportes DNIT, uma autarquia do governo federal.⁵⁸

⁵⁵ O Caminho Religioso da Estrada Real. Disponível em: <http://www.portalterrasaltas.com.br/novidades-detelhes.php?cod=86>. Acesso em 10/10/2016.

⁵⁶ Estrada Real no caminho religioso. Disponível em: <http://www.jornaldacidadebh.com.br/cadernos-tematicos/estrada-real-no-caminho-religioso>. Acesso em 10/10/2016.

⁵⁷ 'Vamos manter a esperança', diz bispo sobre canonização de beata. Disponível em: <http://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2013/12/vamos-manter-esperanca-diz-dom-sobre-canonizacao-de-nha-chica.html>. Acesso em: 12/10/2016.

⁵⁸ Placas com imagem de Nhá Chica em rodovias. Disponível em: <http://www.saolourencojornal.com.br/site/?pg=noticia&id=1352#.V_pm_OUrLIV>. Acesso em: 09/10/2016.

De acordo com o Jornal Correio do Papagaio, em sua edição *on line* de 21 de fevereiro de 2013, o governo de Minas Gerais, em parceria com a prefeitura de Baependi, representada pelo prefeito Marcelo do Engenho, o secretário de turismo Felipe Condé e a Igreja Católica, representada pelo padre Douglas, participaram de uma reunião para traçar os planos para a data da beatificação. Nesse encontro a prefeitura assumiu responsabilidades e cobrou do governo do Estado verbas para obras emergenciais no município. Segundo o prefeito: “Precisamos reformar passeios, ruas e praças para que a cidade possa receber bem os turistas e devotos que virão; e contamos com o apoio do governador para isso”.⁵⁹

Como visto nas ações apresentadas, com o objetivo de divulgação dos atrativos turísticos e também no intuito de valorizar o processo de beatificação de Nhá Chica, o poder público, como instância de poder, independente da esfera, seja estadual ou municipal, investe no processo de turistificação dos lugares ao realizar obras, valorizando-os. Fratucci (2007) entende o Estado como um agente social que age e interage sincronicamente no acontecer turístico. O autor parte do entendimento

do agente enquanto fator capaz de produzir um efeito sobre determinado fato ou atividade, podemos afirmar que o agente turístico compõe-se pelas pessoas, grupos ou instituições com poder de gerar um efeito sobre o fenômeno ou sobre a atividade turística, ou seja, com capacidade de intervir, modificar ou influenciar o seu curso (FRATUCCI, 2007, p.3).

Os agentes irão participar da turistificação dos lugares, entendida como um processo, uma condição para o desenvolvimento da atividade turística em um espaço determinado. “A turistificação é a materialização de espaços eleitos para a produção e consumo turísticos” (TAVEIRA, 2015).

Dentro do processo de turistificação, Knafou (2001) destaca a importância dos planejadores e promotores territoriais como agentes que atuam de forma local, regional ou nacional objetivando um planejamento para o desenvolvimento local, uma vez que esses agentes mantêm uma relação direta com os espaços. Assim, o envolvimento do Governo do Estado de Minas Gerais juntamente à Prefeitura de Baependi, fomentando ações para o êxito da beatificação de Nhá Chica e,

⁵⁹ Baependi se prepara para a beatificação de Nhá Chica. Disponível em: http://www.correiodopapagaio.com.br/baependi/noticias/baependi_se_prepara_para_a_beatificacao_de_nha_chica. Acesso em: 09/10/2016.

principalmente a ação do Governo de Minas Gerais ao criar o CRER – Caminho Religioso da Estrada Real, reafirmam o papel desses agentes no processo de turistificação em curso no Município de Baependi.

A Prefeitura de Baependi, entendida como um agente entre os planejadores e promotores territoriais, realiza ações para enaltecer o nome de Nhá Chica; entre essas ações destacamos um conjunto de leis que corroboram para tal: a Lei 1731/95 de 05 de abril de 1995 que altera o nome da Praça Frei Jacinto Palazollo para Praça Nhá Chica; a Lei 2192/00 de 22 de fevereiro de 2000 que dispõe sobre nomes de ruas e logradouros estabelecendo a Travessa Nhá Chica e a rua Francisca de Paula de Jesus; a Lei 2582/04 de 1º de dezembro de 2004 que dispõe sobre denominação de logradouro público e estabelece a mudança de nome de rua A para rua das Rosas, uma menção ao possível perfume de rosas exalado de Nhá Chica; a Lei 2374/01 de 08 de agosto de 2001 que institui nas escolas da rede municipal de ensino de Baependi – MG, o conteúdo programático de turismo e a Lei 2545/03 de 03 de setembro de 2003 que dispõe sobre feriado municipal ao estabelecer o dia 14 de junho como feriado em Baependi em homenagem ao aniversário de morte de Nhá Chica.



Figura 36- Foto das placas informativas em Baependi
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2015/2016

A prefeitura se incumbem também de organizar a sinalização dentro da cidade, como pode ser conferido na figura 36, contribuindo para facilitar o fluxo dos/as visitantes, ou seja, promovendo o turismo ao indicar quais espaços são adequados para que ocorram as atividades do turismo religioso. A prefeitura, através da placa,

dá boas vindas a quem chega ao município e reafirma se tratar da “Terra de Nhá Chica”, como pode ser visto na figura 37.



Figura 37- Foto da placa informativa em Baependi
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2015/2016

Essa placa está posicionada à Avenida Berenice Catão na entrada da cidade e foi instalada no pórtico oficial durante a administração 2013/2016.

A Prefeitura Municipal de Baependi organizou em 2014 um Mapa Turístico Ilustrado do Patrimônio Histórico e Cultural (figura 38, p. 119), que é distribuído gratuitamente no município. Trata-se de um mapa em escala de 2/100 representando o Centro da cidade. O mapa reúne uma grande variedade de elementos, entre eles, o Portal da cidade, a Casa de Cultura, a Praça da Bíblia, o Pontilhão do Centro, a Casa de Nhá Chica e todas as igrejas católicas, estando estas representadas também por fotos. Constam no mapa símbolos iconográficos utilizados pela atividade turística para representar locais de interesse turístico e serviços. O mapa indica as saídas da cidade apontando a direção de outros municípios à leste e ao sul de Baependi e destaca o Caminho Velho da Estrada Real que corta a cidade. Telefones úteis estão relacionados no mapa e em vermelho está destacado o quarteirão, nomeado como Nhá Chica, no qual está localizado a Igreja de Nhá Chica. Nota-se claramente a intensão da prefeitura em promover o turismo religioso, mesmo não citando-o no mapa, ao divulgar os atrativos religiosos católicos.



Figura 38- Mapa turístico ilustrado do patrimônio histórico e cultural de Baependi - MG
 Fonte: Prefeitura Municipal de Baependi/2014

A Igreja Católica participa, de forma indireta, no processo de promoção do turismo religioso ao divulgar a beata. Classificamos como indireta a participação da Igreja Católica, como um agente de turistificação, pelo fato de não haver um tratamento claro com relação ao turismo e aos turistas, como já foi trabalhado anteriormente. Como constatado *in loco*, durante as celebrações da missa aos domingos e em dias de festas religiosas, ocorre a presença de um animador antes da celebração. Este acolhe os/as visitantes e incentiva-os/as a registrarem suas romarias na ABNC; estimula, também, as pessoas a registrarem suas graças alcançadas, por intermédio de Nhá Chica, no livro de registros da igreja. Essa atividade é realizada também por uma freira da ABNC responsável por organizar as missas. O animador entoa cânticos religiosos e o hino da beata.

HINO DA BEATA NHÁ CHICA

L.: Dom Diamantino Prata de Carvalho e Pe. Luís Henrique Eloy e Silva

M.: Pe. Luís Henrique Eloy e Silva

1. Caridosa serva de Cristo / Amiga de Deus e dos pobres / Tu nos ensinas lições de vida / Com teus gestos nobres.

Ó Nhá Chica intercede por nós, / Ao teu Senhor fieis queremos ser. / Para contigo sempre repetir:

* “Isso acontece porque rezo com fé!” (Bis)

2. Consagrada serva de Cristo / Tua vida a ele doaste / E nele a todos serviste / E todos nele serviste / De luz um rastro deixaste.

3. Suplicante serva de Cristo / De tua vida fizeste intercessão. / Aos mais pobres e necessitados / Abriste as mãos e o coração.

4. De Maria, fiel devota, / Da Virgem da Conceição. / Com fé a ela tu recorrias / Na piedade de tua oração.

Entre salves e vivas, durante a execução do hino, o animador vai destacando as virtudes de Nhá Chica e incentivando as pessoas a participarem da campanha de arrecadação de fundos para as obras da ABNC e doações para a manutenção do santuário. Percebe-se que a organização da igreja vale-se de um momento de espiritualidade e faz de um ato de fé na beata Nhá Chica um instante de necessidade capitalista, ao arrecadar fundos para as obras. Esse fato nos remete a Marx (1975) ao apontar os princípios sociais do cristianismo, realçando entre eles a necessidade de uma classe dominada e oprimida contribuir para ter, no céu, a recompensa de todas as infâmias sofridas na terra.

No momento em que o Papa Bento XVI promulgou o Decreto da Beatificação de Nhá Chica a Igreja Católica celebrou.

No Brasil, foi proclamada Beata Francisca de Paula de Jesus, chamada Nhá Chica. A sua vida simples foi inteiramente dedicada a Deus e à caridade, a tal ponto que lhe chamavam «mãe dos pobres». Uno-me à alegria da Igreja no Brasil por esta luminosa discípula do Senhor.⁶⁰

Ao comemorar a aprovação da beatificação de Nhá Chica, a Igreja Católica reforça e divulga, mesmo que indiretamente, o atrativo, exclusivo e diferencial, que Baependi passa a ter de forma oficializada pela maior instância religiosa católica.

No verso do Mapa Turístico Ilustrado do Patrimônio Histórico e Cultural de Baependi – Mg (figura 39, p. 122), consta uma breve história da cidade salientando a importância de Nhá Chica para o reconhecimento do município em escala nacional e internacional.

Esse material tem a logomarca da prefeitura de Baependi e o site oficial do município juntamente com uma imagem do artesanato da cidade, a casa de cultura, onde funciona a secretaria de turismo e imagens de todas as igrejas católicas e a história de cada uma.

“O turismo não pode ser apontado como o sujeito desses processos, mas sim, como o resultado das ações e das interações dos diversos agentes sociais que o produzem” (FRATUCCI, 2007, p.3). Destaca-se na citação do autor a importância das ações e, principalmente, a interação dos agentes no processo de turistificação; o que pode ser confirmado na elaboração deste mapa, ao associar interesses da igreja e do poder público.

⁶⁰ No original: In Brasile è stata proclamata Beata Francisca de Paula De Jesus, detta «Nhá Chica». La sua vita semplice fu tutta dedicata a Dio e alla carità, tanto che era chiamata «madre dei poveri». Mi unisco alla gioia della Chiesa in Brasile per questa luminosa discepola del Signore. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/francesco/it/angelus/2013/documents/papa-francesco_regina-coeli_20130505.html>. Acesso em 01 de nov. de 2015.



Figura 39- Mapa turístico ilustrado do patrimônio histórico e cultural de Baependi - MG
Fonte: Prefeitura Municipal de Baependi/2014

Ao classificar os turistas e o mercado como agentes da turistificação, Knafou (2001) chama-nos a atenção ao fato do segundo não ser mais relacionado diretamente às práticas turísticas como o primeiro agente citado. Para o autor, o mercado concentra agentes que atuam na concepção e promoção dos produtos turísticos. Assim, a feirinha, montada na subida do morro do santuário de Nossa Senhora da Conceição e a feira de artesanato em uma praça próxima ao santuário, servem-nos como exemplo ao criarem mais atrativos turísticos em torno da fé em Nhá Chica. Incluímos nesse grupo, a rede hoteleira, como serviço, considerado o maior setor dentro da economia do turismo (COOPER et al, 2001), representando algo em torno de 33% das despesas de uma viagem, atendendo ao público visitante e servindo de atrativo também, como veremos.

A feirinha (figura 40, p. 124) realizada aos finais de semana e em dias de festas religiosas na subida da rua da Conceição, entorno do santuário de Nossa Senhora da Conceição, (nº22 do mapa 02, p.61) é composta, segundo uma funcionária da Prefeitura de Baependi⁶¹, de 18 barracas. A prefeitura sede o espaço e cobra anualmente uma taxa referente ao alvará de autorização para funcionamento. Segundo ela, atualmente não está havendo fiscalização e os barraqueiros comercializam produtos variados (18/07/2016).

Os produtos comercializados, como constatado *in loco*, incluem artigos para o lar, roupas, ferramentas mecânicas, produtos eletrônicos, brinquedos, pacotes com ervas variadas, artigos religiosos em geral e, principalmente os relacionados à beata como fitas, camisas, terços, livros, chaveiros, quadros e imagens de Nhá Chica de pé ou sentada, de cores variadas e materiais diversos.

A feirinha existe há mais de 30 anos e desperta a atenção de muitos visitantes, uma vez que 39% dos/as entrevistados/as citaram “a feira” em resposta à questão: de qual evento vai participar em Baependi?; lembrando que, como já citado anteriormente, 28,1% dos/as visitantes entrevistados/as compraram artigos relacionados à beata, confirmando, desta forma, o comércio que se organiza em torno da fé em Nhá Chica. Ao cruzar essas informações, constata-se que a feirinha tem uma participação representativa no mercado de bens religiosos ao competir com as lojas do entorno do santuário e com as lojas da ABNC, tornando-se, assim, mais um atrativo para os visitantes.

⁶¹ Funcionária da Prefeitura Municipal de Baependi. Depoimento. [18 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer



Figura 40- Foto da Feirinha no entorno do santuário de Nossa Senhora da Conceição
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

Os/as barraqueiros/as se inserem em um grupo de pessoas que buscam, de modo relativamente precário, participar da economia gerada pela atividade turística, conquistando lucros que as atividades comerciais ligadas ao turismo religioso em Baependi podem gerar, como visto no depoimento de um deles. Para a barraqueira entrevistada⁶², a feirinha gera uma boa renda financeira, principalmente após a beatificação, pois Nhá Chica passou a ser mais conhecida e as romarias aumentaram. Ela destaca a falta de interesse da prefeitura em organizar melhor o espaço, “criar uma área para a feirinha, afinal estamos na subida do morro, com as barracas tortas, com material espalhado pelo chão” (20/07/2016). A entrevistada reclamou da concorrência com as lojas instaladas nas casas residenciais, que vendem o mesmo produto em um lugar mais organizado e da concorrência das lojas das “freiras” que afirmam vender artigos oficiais. “A prefeitura cobra da gente (alvará de funcionamento) e ainda libera as casas para vender também – assim não dá” (20/07/2016).

Nota-se um conflito estabelecido entre os/as barraqueiros/as da feirinha e as casas que foram transformadas em lojas de artigos religiosos; ambos querem se beneficiar do lucro que os/as visitantes podem oferecer.

⁶² Barraqueira da feirinha. Depoimento. [20 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer

A feira de artesanato (nº25 do mapa 02, p. 61) funciona na praça Visconde de Jaguari em frente ao Hotel Nhá Chica aos sábados, domingos e datas de festas. Essa feira, sob a organização da Associação dos Artesãos de Baependi, existe há 30 anos e conta com o apoio da Prefeitura Municipal para a montagem e desmontagem das barracas e pela concessão do espaço sem cobrança de taxas. Segundo uma funcionária da associação⁶³, atualmente a feira é composta de 10 barracas cadastradas e registradas na prefeitura. Ela afirma que o movimento aumentou após o processo de beatificação e eles, os barraqueiros, estão cobrando da prefeitura a organização de uma casa para expor seus produtos diariamente (19/07/2016). Segundo a entrevistada, os produtos comercializados na feira não podem ser industrializados, sendo, necessariamente, confeccionados por artesãos de Baependi.



Figura 41- Foto da Feira de artesanato/entorno do santuário de Nossa Senhora da Conceição
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

A feira de artesanato comercializa todo tipo de produto referente à produção local, inclusive artigos relacionados à Nhá Chica, como panos de prato, canecas pintadas, tapetes, roupas, toalhas, enfim, produtos com estampas pintadas ou bordadas com a imagem da beata.

⁶³ Funcionária da Associação dos Artesãos de Baependi. Depoimento. [19 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

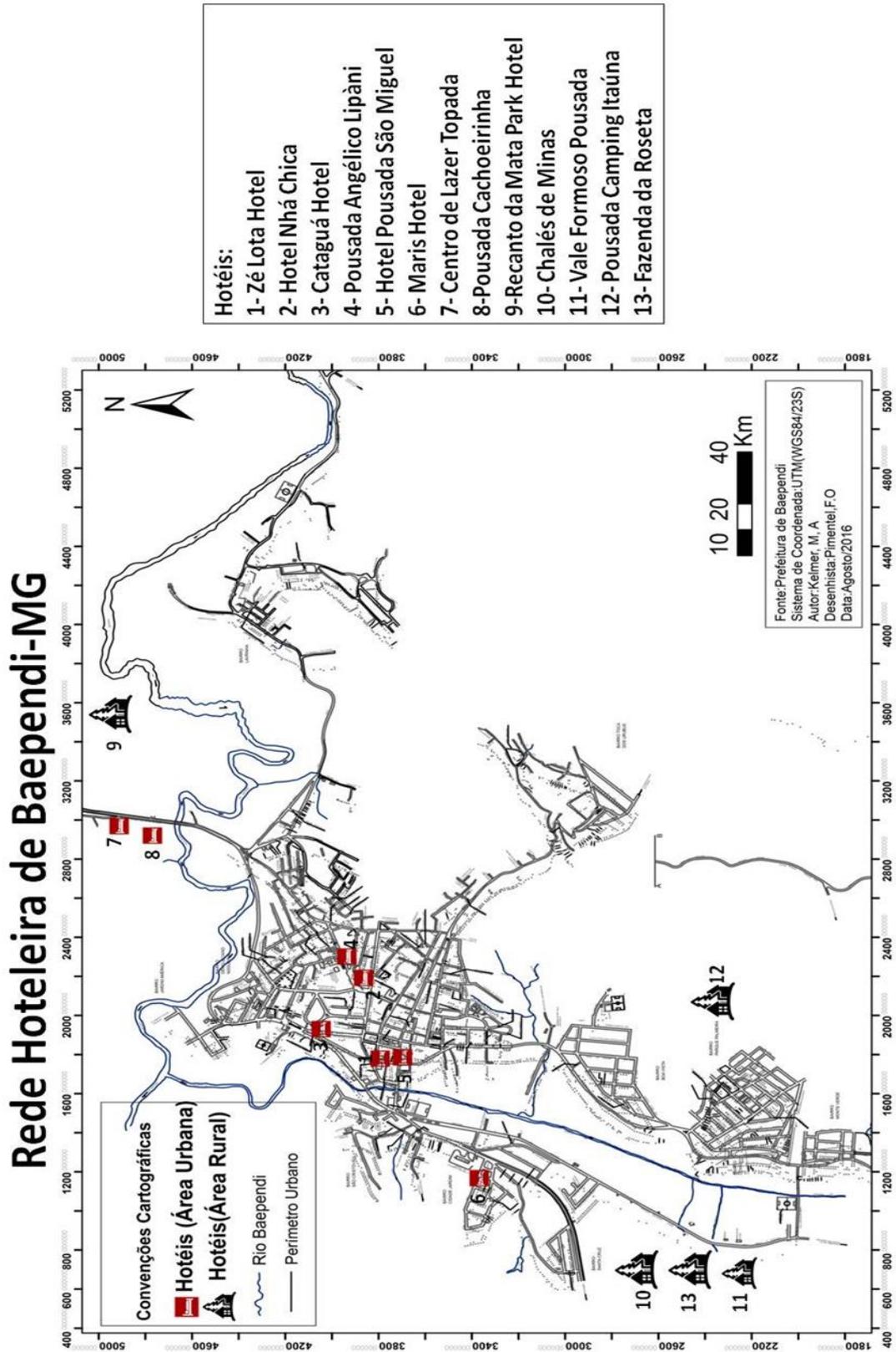
Segundo Costa (2010, p.168) “a feira é um espaço de aproximação das mercadorias com as pessoas, pois coloca ao alcance do olhar daquele que passeia e passa por ela os produtos”. Identifica-se pela atuação das feiras em Baependi a presença do consumo programado, articulando as ações da prefeitura, como política, e a força do capital privado, como economia, numa relação dialética entre produção e consumo.

A rede hoteleira de Baependi é composta por treze estabelecimentos, compondo sua Oferta Técnica (RUSCHMANN, 1999), sendo cinco pousadas, quatro hotéis e quatro hotéis-fazenda; cinco deles existem há menos de 15 anos, ou seja, foram criados após o início do processo de beatificação de Nhá Chica.

Ao todo totalizam 549 leitos ofertados, empregando diretamente 63 pessoas, cobrando uma diária entre R\$35,00 a R\$120,00 por pessoa, todas com café da manhã incluso. Caldeira (2014, p. 139), ao tratar dos aspectos positivos do turismo, destaca que “as ofertas de hospedagem disponíveis e os preços mais acessíveis a mais pessoas atualmente do que no passado, e com mais facilidades de transporte, torna-se uma importante fonte de renda”.

As empresas hoteleiras constituem um dos mais importantes elementos essenciais da infraestrutura turística, envolvendo inúmeros negócios complementares a sua atividade, desde a época do surgimento da atividade turística. (BENI, 2001; TUCH e SPOLON, 2001). A rede hoteleira, como a de Baependi, colabora no processo de produção do espaço ao transformar a hospedagem em mercadoria em um plano de consumo como estratégia para obtenção de lucro, incluindo geração de empregos, divulgação e comercialização dos atrativos turísticos, envolvimento de outros setores para sustentar a atividade, entre outros. Para Costa (2010), os interesses do capital privado reorganizam os espaços programando o descanso e o divertimento para a realização do consumo.

O sistema de hotelaria envolve uma gama variada de fornecedores, ou seja, uma interdependência entre os serviços, gerando o efeito multiplicador com empregos diretos e indiretos e envolve vários elementos nos seus aspectos organizacionais, tais como direção e administração (BENI, 2001). Assim, a rede hoteleira interfere no valor de uso dos espaços ao divulgar seu estabelecimento como mais um atrativo do lugar, logo, enaltecendo o seu entorno interferindo no valor de troca como uma mercadoria a ser consumida pelo capital, contribuindo para a transformação dos espaços.



Mapa 4- Rede hoteleira de Baependi – MG
Organização: Magno Angelo Kelmer

O Hotel Zé Lota (número 01 no mapa 04, p.127) funciona há mais de 50 anos na Praça Monsenhor Marcos s/nº, centro de Baependi em um prédio de três andares, conforme imagem nº 42, com 38 quartos e 61 leitos ofertados. O valor de sua diária varia de trinta e cinco a cinquenta reais por pessoa com café da manhã incluso. Para um funcionário do hotel⁶⁴, o turismo religioso está movimentando seu estabelecimento atualmente e caracteriza de duas formas seus hóspedes: o turista de negócios, nos dias de semana, e o turista religioso, aos finais de semana. Esse último utiliza de um pernoite e viaja sempre em família ou grupos de excursão (14/06/2015).



Figura 42- Foto do Hotel Zé Lota
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

Não há um consenso em relação à denominação atribuída ao turismo de negócios. A OMT incluiu os negócios no conceito de turismo, frente ao grande potencial de consumo gerado pelos que viajam por trabalho e, em suas horas vagas, consomem do espaço organizado para o turismo. Para Wada (2009, p. 215), a denominação turismo de negócios inclui “os desdobramentos de viagens

⁶⁴ Funcionário do Hotel Zé Lota. Depoimento. [14 de junho de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

corporativas, eventos empresariais e programas de incentivo com viagens como prêmio”. De forma mais abrangente, Andrade (2000, p. 73) entende esse tipo de turismo como “conjunto de atividades de viagem, hospedagem, de alimentação e de lazer praticado por quem viaja a negócios (...) para conhecer mercados, estabelecer contatos, firmar convênios, treinar novas tecnologias, vender ou comprar bens e serviços”, o que caracteriza o turista de negócios que visita Baependi, ou seja, o representante comercial que supre de mercadorias o município.

Localizado no entorno do santuário de Nossa Senhora da Conceição, na Praça Visconde de Jaguari, número 43, centro de Baependi, o Hotel Nhá Chica (nº 2 no mapa 04, p.127) funciona desde 1973 com uma oferta de 36 leitos. O valor da diária é de trinta e cinco reais por pessoa com direito a café da manhã. Um funcionário do hotel⁶⁵ afirma ter um movimento satisfatório de turistas religiosos, os quais ocupam seus quartos aos finais de semana e épocas de festas religiosas, geralmente com um pernoite (14/06/2015).



Figura 43- Foto do Hotel Nhá Chica
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

O Cataguá Hotel (nº 03 no mapa 04, p.127), localizado na avenida Major José Izalino, número 181, funciona há 13 anos dispondo de 36 leitos com uma diária de

⁶⁵ Funcionário do Hotel Nhá Chica. Depoimento. [14 de junho de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

cinquenta reais por pessoa, com café da manhã incluso. O tipo de turista que mantém o movimento do hotel, segundo o funcionário entrevistado⁶⁶, é o de negócios, que movimentava o hotel durante a semana. Para ele, os turistas religiosos ainda são poucos e somente aos finais de semana, utilizando apenas de um pernoite (14/06/2015). O hotel funciona em um prédio de esquina no centro da cidade como pode ser visto na figura nº 44.



Figura 44- Foto do Cataguá Hotel
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

A Pousada Angélico Lipani (nº 04 no mapa 04, p.127) é administrada pela ABNC e funciona no prédio em frente ao santuário de Nossa Senhora da Conceição (figura 45). Foi inaugurada em 2015 e dispõe de 13 leitos com uma diária de cinquenta reais por pessoa com direito a café da manhã. Para o funcionário entrevistado⁶⁷, o turismo religioso está aumentando e a criação da pousada ajuda a receber bem esse visitante que ocupa o hotel, em média, com dois pernoites (08/12/2015).

⁶⁶ Funcionário do Cataguá Hotel. Depoimento. [14 de junho de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

⁶⁷ Funcionário da Pousada Angélico Lipani. Depoimento. [08 de dezembro de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.



Figura 45- Foto da Pousada Angélico Lipani
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

O Hotel Pousada São Miguel (nº 05 no mapa 04, p.127) funciona há mais de 30 anos na rua Cônego Monte Raso, nº 308, centro de Baependi. O hotel dispõe de 100 leitos em um prédio de 5 andares, conforme a figura nº 46, com uma diária de noventa reais por pessoa com direito a café da manhã, piscina, salão de jogos, restaurante, elevadores e terraço panorâmico.

O funcionário entrevistado⁶⁸ destaca os feriados religiosos e os finais de semana como os dias de maior movimentação de turistas religiosos e aponta esses grupos como os maiores responsáveis pela movimentação do hotel na atualidade, ocupando uma a duas diárias por viagem. Para ele, “ainda está longe de termos um movimento na rede hoteleira como Aparecida – SP” (08/12/2015).

⁶⁸ Funcionário do Hotel Pousada São Miguel. Depoimento. [08 de dezembro de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.



Figura 46- Foto do Hotel Pousada São Miguel
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

Localizado na entrada da cidade, em uma casa na rua 4, número 22, com uma arquitetura diferenciada, o Maris Hotel (nº 06 no mapa 04, p.127) dispõe de 36 leitos com uma diária de quarenta e cinco reais por pessoa com direito a café da manhã e internet. Um dos responsáveis pelo hotel⁶⁹ afirma que a movimentação do turismo religioso aumentou depois da beatificação e disse que recebe turistas religiosos de vários estados brasileiros, com maior frequência aos finais de semana, utilizando de duas diárias (14/06/2015).



Figura 47- Foto do Maris Hotel
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

⁶⁹ Responsável pelo Maris Hotel. Depoimento. [14 de junho de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

No ramo da hotelaria alguns empreendimentos tornam-se atrativos para o turista devido a sua arquitetura, sua localização e, principalmente, por se tratar de algo diferente dos estabelecimentos ao seu entorno. É o caso dos hotéis-fazenda e das fazendas-hotéis. Ambos localizam-se nas proximidades do núcleo urbano dos municípios sendo que os hotéis-fazenda não contam com as atividades produtoras rurais, e as fazendas-hotéis contam com infraestrutura de produção rural, planejam e se adaptam para receber o turista que passa a vivenciar a vida do campo (MOURA, 2011).

Os hotéis a seguir atendem a esse nicho de mercado; localizam-se afastados do centro urbano de Baependi e possuem em suas estruturas e funções atrativos para o turista, não estando ligados diretamente ao turismo religioso.

O Centro de Lazer Topada (nº 07 no mapa 04, p.127), também chamado de Hotel Fazenda Topada, foi inaugurado em abril de 2016 oferecendo 55 leitos em uma construção de estilo colonial, conforme figura nº 48, localizada na rodovia de acesso a BR267, nº 2006. Segundo um dos funcionários responsáveis pelo hotel⁷⁰, o público alvo é de criadores de cavalo mangalarga marchador, que realizam eventos nos municípios vizinhos e não dispunham de um hotel para os encontros. Para ele, o turista religioso é pobre e não gasta com hospedagem, destacando o fato de ter recebido poucos até então e que utilizaram de um pernoite (20/07/2016). As diárias do hotel variam entre sessenta e oitenta reais por pessoa incluindo café da manhã.



Figura 48- Foto do Hotel Fazenda Topada
Fonte: <https://pt-br.facebook.com/hotelfazendatopada/>

⁷⁰ Funcionário do Centro de Lazer Topada. Depoimento. [20 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

A Pousada Cachoeirinha (nº 08 no mapa 04, p.127) funciona há 12 anos na estrada de acesso a BR 267 oferecendo 45 leitos dispostos em 14 chalés conforme figura nº 49. O valor da diária é de setenta reais por pessoa com direito a café da manhã, piscina e área para churrasco. A funcionária entrevistada⁷¹ aponta os finais de semana como dias de ocorrência de turista religioso, mas destaca que o público da pousada são os turistas de negócios, nos dias de semana, e os turistas de natureza, aos finais de semana. Para ela, o turista religioso pouco se hospeda na região tendo um perfil do tipo “bate e volta” (14/06/15).



Figura 49- Foto da Pousada Cachoeirinha
Fonte: <http://www.pousadacachoeirinha.com.br/>

O Hotel Fazenda Vale Formoso (nº 11 no mapa 04, p.127) fica localizado na estrada do Vale Formoso, Km 08 na zona rural de Baependi. Essa pousada é classificada como hotel fazenda e oferece 50 leitos. Com uma diária no valor de cem reais por pessoa, a pousada oferece café da manhã, piscina, sauna, sala de jogos, passeios com animais e um auditório.

⁷¹ Funcionária da Pousada Cachoeirinha. Depoimento. [14 de junho de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.



Figura 50- Foto do Hotel Fazenda Vale Formoso
 Fonte: <http://www.hotelfazenda.tv.br/mg/hotel-fazenda-vale-formoso-caxambu-mg>

A Pousada Recanto da Mata Park Hotel (nº 09 do mapa 04, p. 127) está localizada entre Baependi e o município de São Tomé das Letras, na zona rural. A pousada, que funciona há mais de 10 anos, possui 32 leitos com diárias no valor de cem reais por pessoa incluindo café da manhã, piscina, estacionamento, quadra de esportes, sala de jogos, campo de futebol, playground e tv por assinatura. Para o funcionário da pousada⁷², os turistas religiosos estão começando a utilizar os hotéis mais afastados conjugando natureza e passeios religiosos (20/07/2016).



Figura 51- Foto da Pousada Recanto da Mata Park Hotel
 Fonte: https://www.tripadvisor.com.br/Hotel_Review-g3844158-d5479810-Reviews-Recanto_Da_Mata-Baependi_State_of_Minis_Gerais.html

⁷² Funcionário da Pousada Recanto da Mata Park Hotel. Depoimento. [20 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

A pousada Chalés de Minas (nº 10 no mapa 04, p.127) está localizada na estrada do Vale Formoso, Km 07 em direção a Caxambu, na zona rural de Baependi. Essa pousada possui 35 leitos divididos em 12 chalés e uma diária de cem reais por pessoa incluindo café da manhã, ar condicionado, internet, tv por assinatura, piscina, sauna e área para lazer. Para um dos representantes⁷³ da pousada, os hóspedes estão procurando por Nhá Chica fazendo aumentar a movimentação. O atendente que foi entrevistado diz ver com bons olhos o turismo religioso para atrair mais visitantes para a cidade (20/07/2016).



Figura 52- Foto da Pousada Chalés de Minas

Fonte: <http://www.feriasbrasil.com.br/mg/caxambu/ondeficar/chalessdeminas-hotelfazenda/>

Localizada no bairro Palmeiras, na zona rural de Baependi, a Pousada Camping Itaúna (nº 12 no mapa 04, p.127) funciona há mais de 10 anos e atualmente oferece 20 leitos com uma diária no valor de cento e vinte reais por pessoa, incluindo café da manhã. O funcionário entrevistado⁷⁴ disse não perceber aumento na movimentação da pousada por conta do turismo religioso (20/07/2016).

⁷³ Representante da Pousada Chalés de Minas. Depoimento. [20 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

⁷⁴ Funcionário da Pousada Camping Itaúna. Depoimento. [20 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.



Figura 53- Foto da Pousada Camping Itaúna
Fonte: http://www.correiodopapagaio.com.br/baependi/noticias/pousada,_

A Fazenda da Roseta (nº 13 no mapa 04, p.127) possui 30 leitos com uma diária no valor de cinquenta reais por pessoa. O hotel fazenda funciona há mais de 10 anos e está localizado na zona rural de Baependi em direção a Caxambu em uma fazenda denominada Casarão do Barão de Baependi.

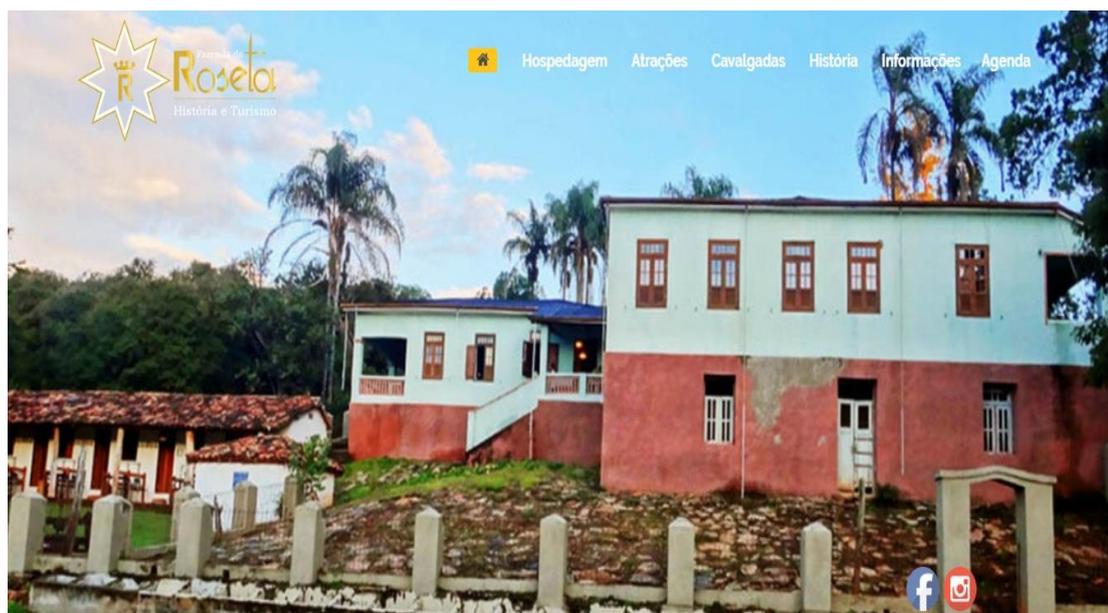


Figura 54- Foto do Hotel Fazenda da Roseta
Fonte: <http://fazendadaroseta.com.br/>

Nas análises de Ruschmann (2008), a taxa de desempenho turístico deve ser analisada ao se tratar de hotelaria. Essa taxa indica a capacidade de hospedagem de um local e leva-se em consideração o número de leitos multiplicado por cem, sobre o número de população local. Assim, em Baependi teremos: 549 leitos X 100 / 18307 habitantes; resultando em uma taxa de desempenho turístico com relação à hotelaria de 2,99 em uma escala que varia de baixa:1 a alta:10.

Constata-se, então, que o município dispõe de poucos leitos a serem ofertados. Esse índice baixo pode estar associado ao fato do turista religioso viajar em sua maior parte em grupos de excursões, que retornam ao local de origem no mesmo dia e não consomem a hotelaria como produto. De acordo com Tuch e Spolon (2001, p. 356)

o motivo da viagem também influencia o conceito de produto, pois as necessidades de um segmento que viaja por lazer são diferentes das necessidades dos que viajam por negócios, por exemplo. Segmentos diferentes, formados por pessoas que se deslocam de maneiras diferentes, tem necessidades diversas e pedem o planejamento de produtos adequados a essas necessidades (...) refletidos na operação do hotel.

O fato do turismo religioso ser o mais divulgado no momento em Baependi influencia diretamente no tipo de turista que o município irá receber, retratando, desta forma, o tipo de consumo por ele gerado. Embasados em Cooper et al (2001, p. 351), entendemos que “a hospedagem é um componente necessário ao desenvolvimento do turismo dentro de qualquer destinação que busque servir visitantes, outros que não viajantes de um dia”, esses viajantes de um dia representam a maior parte dos/as visitantes de Baependi. De acordo com os/as entrevistados/as, 76,1% não se hospedam na região, retornando para o local de origem no mesmo dia.

Tuch e Spolon (2001) auxiliam-nos a entender a oferta de leitos em Baependi ao afirmar que os empreendimentos hoteleiros devem escolher segmentos de mercado que sustentem o investimento e, principalmente, obedeçam a regra: “estar posicionado onde haja demanda” (TUCH; SPOLON, 2001).

Ao entrevistar os/as representantes da rede hoteleira do município constatamos que 85,7% perceberam aumento no fluxo de hóspedes relacionado ao turismo religioso. Esse tipo de turista representa 45% dos hóspedes somado aos 25% de hóspedes associados ao turismo de negócios e 30% ao turismo de

aventura, destacando como época de maior movimento as datas relacionadas às festas religiosas, principalmente a festa de Nhá Chica e festas de final de ano. Consta-se que o turista religioso viaja em grupos, representando 40,6% do total e, em família, representando 47,9%, somados aos outros tipos, como namorados e amigos, representando 5,2% do total e os que viajam sozinhos representando 6,3%.

Quanto à origem desses hóspedes, Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo aparecem como os lugares mais citados. A representante “A” da Igreja Católica disse ter registrado romaria vinda de Maceió - AL, demonstrando a “força de Nhá Chica”, atraindo cada vez mais pessoas a Baependi (15/01/2016).

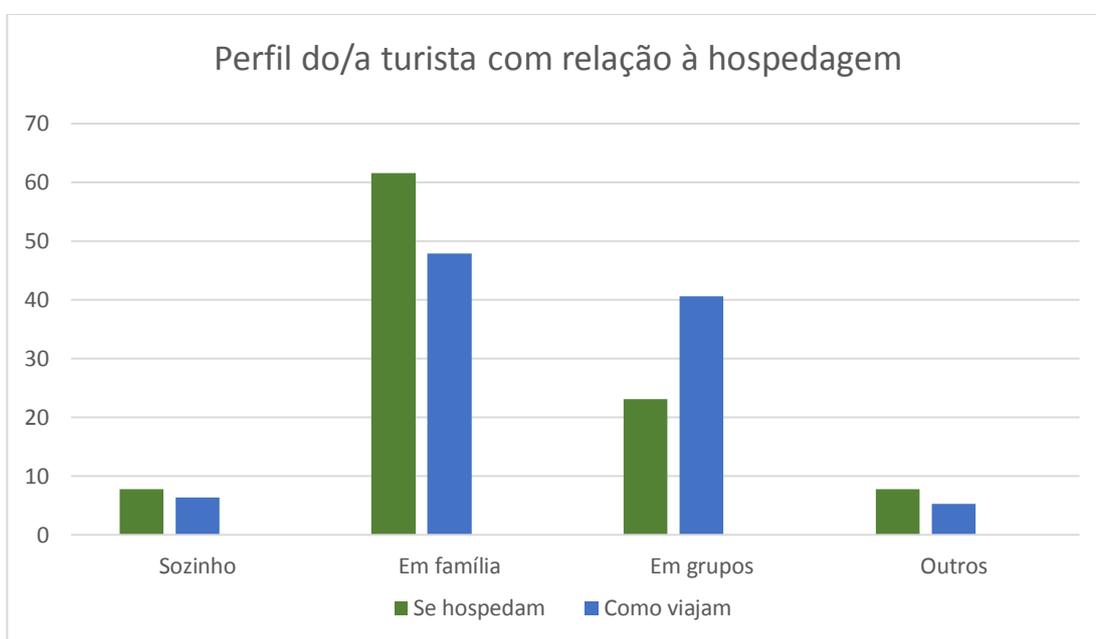


Figura 55- Gráfico do perfil do turista com relação à hospedagem
 Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2015/2016
 Organização: Magno Angelo Kelmer

Verifica-se pelas informações do gráfico que a maior parte dos/as turistas viaja em família e em grupos representando respectivamente 47,9% e 40,6% do total de entrevistados/as. Interessante destacar que há uma relação direta entre a quantidade dos/as que viajam em família ou em grupos e que se hospedam, ou seja, representam a maioria dos/as visitantes que frequentam Baependi, viajando em família ou em grupos e formam o grupo dos que mais se hospedam (23,9% dos/as entrevistados/as), com no máximo duas diárias.

As entrevistas apontam os finais de semana, sexta, sábado e domingo, como os dias de maior movimentação nos hotéis e trazem em comum a informação que se

trata de um hóspede de uma diária. Os representantes da rede hoteleira consideram como um aspecto negativo do turismo religioso o fato de serem, na maioria, deslocamentos rápidos, do tipo “bate e volta”, excursões e romarias, que não contribuem para a movimentação hoteleira na cidade, uma vez que os atrativos religiosos são visitados em apenas um dia.

Nota-se em Baependi uma expectativa positiva por parte dos/as representantes da rede hoteleira, pois, mesmo alegando que a maioria dos turistas não se hospeda no município, a maioria dos/as entrevistados/as afirmou ter havido aumento no fluxo de turistas religiosos em seus estabelecimentos. Outro fato a ser destacado diz respeito aos cinco novos hotéis inaugurados nos últimos 15 anos, o último deles, em abril de 2016. Isso demonstra a influência do setor hoteleiro no processo de turistificação do espaço, contribuindo para aumentar a divulgação dos atrativos turísticos de Baependi. Incentivado pelo capital privado, o mercado é atualmente um dos principais agentes da turistificação, sendo capaz de promover produtos turísticos em variados espaços (KNAFOU, 2001).

Os agentes envolvidos no processo de turistificação contribuem para a produção da atividade turística e, concomitantemente, para a produção do espaço. As ações por eles implementadas impactam o espaço, contribuindo na tríade dialética, prática espacial, representação do espaço e espaço da representação. Lefebvre (2008a) aponta os conceitos estabelecidos como espaço concebido, planejado, uma relação entre os dominantes e o produto. Essa relação resultará no espaço do vivido, do cotidiano, do ir e vir das pessoas, habitantes e usuários desse espaço. Permeando essas relações e como resultado delas, o espaço do percebido nos remete à materialidade dessa produção enquanto prática espacial concluindo, assim, a tríade dialética do autor.

Os/as moradores/as transitam entre esses espaços contribuindo no seu processo de produção, uma vez que dele usufruem e modificam-no. Esses sujeitos contêm a experiência do cotidiano, das relações diárias e necessitam ser interpretados em suas relações econômicas, políticas e culturais (LEFEBVRE 2006; GOTTDIENER 2010).

Os/as moradores/as entrevistados/as são residentes do bairro Centro, por ser o bairro a receber maior circulação de visitantes e conter o maior número de atrativos turísticos religiosos de Baependi. Foram entrevistados/as 45 moradores/as envolvendo um universo de 150 pessoas na pesquisa ao contar com o número total

que compõe cada família. O grupo dos/as entrevistados/as é composto por 80% de moradores/as católicos/as e de 20% de moradores/as não católicos/as e organizamos, para atender ao recorte temporal estabelecido para este trabalho, moradores/as do bairro antes do início do processo de beatificação em 1992, representando 53,3% do total e moradores/as do bairro após a data de início do processo de beatificação, representando 46,7%, uma vez que essa informação ajudará a comparar os dados antes e após o processo de beatificação.

Para 97,9% dos/as visitantes entrevistados/as, os/as moradores/as recebem bem o turista, destacando como qualidades da população residente o fato de ajudarem com informações, serem receptivos e simpáticos, demonstrando estarem satisfeitos com a presença do turista, afinal para a maioria dos/as entrevistados/as, a hospitalidade dos/as moradores/as foi citada. Para 2,1% dos/as turistas, os moradores/as não são receptivos e, para estes, os/as moradores/as não veem com “bons olhos” o/a turista.

Independente de gostar ou não da presença do/a visitante na cidade, o/a morador/a participa do processo de turistificação, não de forma homogênea, uma vez que, com a prática da atividade turística uns irão ganhar, seja financeiramente, seja pelo uso das estruturas montadas para o/a visitante, seja pela troca cultural estabelecida e outros não; estes veem-se prejudicados pela presença do/a visitante. Mas, o fato importante nessa análise diz respeito à presença do/a morador/a no cotidiano, vivenciando sua experiência como habitante e as relações com os usuários do espaço. O habitante, para Lefebvre (2008a), tem importância fundamental na análise dos espaços, não somente em dados quantitativos mas, como o elemento que atua na prática urbana representando a qualidade da produção espacial.

Os/as moradores/as de Baependi, em sua maioria, 66,7% do total de entrevistados/as, sentem-se envolvidos/as com a prática turística citando como exemplo o fato de orientar o/a visitante, atuar nas celebrações da igreja e ganhar financeiramente com o comércio, principalmente o relacionado a Nhá Chica. Desses/as entrevistados/as, 26,7% sentem-se alienados das práticas turísticas e 6,6% não souberam responder a essa questão.

Andrade (2000, p. 26) deixa claro a importância da receptividade dos moradores para o turista ao afirmar que os viajantes, os hóspedes, os clientes “sempre que se julgam na situação de turistas desejam sentir-se entre amigos e

camaradas, na mesma proporção da sinceridade, da segurança e do conforto que desejariam possuir em suas casas, a fim de descansar, de distrair-se e de relaxar”, demonstrando, assim, o papel dos/as moradores/as no processo de turistificação.

Todos os/as moradores/as que foram entrevistados/as afirmaram perceber a movimentação turística na cidade e apontam o turismo religioso (93,3%), tendo como atrativo Nhá Chica e a fé, e o turismo de aventura (6,7%), citando as cachoeiras da cidade, como os tipos de turismo praticados no município.

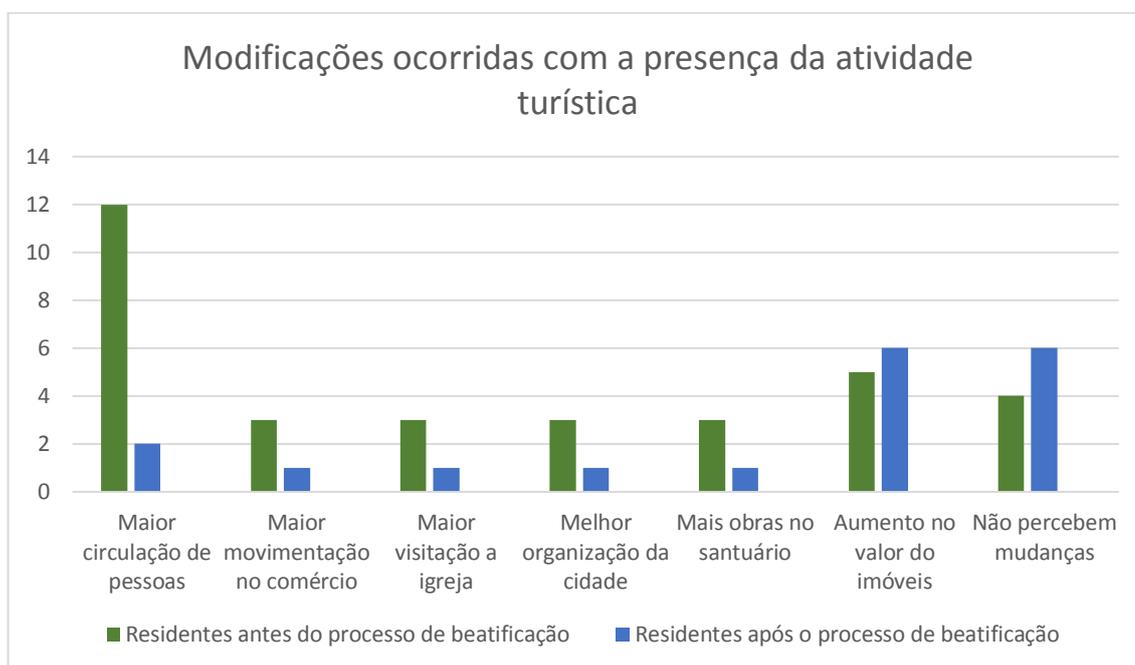


Figura 56- Gráfico das modifica es ocorridas com a presença da atividade turística
 Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2015/2016
 Organiza o: Magno Angelo Kelmer

O gráfico (figura 56) estabelece uma rela o entre os/as entrevistados/as que já moravam no centro antes do início do processo de beatifica o de Nh  Chica, em 1992, e os que passaram a morar no bairro após essa data e apontam modifica es citadas por eles/as. Para os/as moradores/as mais antigos, as mudanças dizem respeito   maior circula o de pessoas no bairro, principalmente aos finais de semana; maior moviment o no comércio; mais pessoas visitando a igreja de Nh  Chica; a melhor organiza o da cidade e as obras do santuário, para cria o do centro de recep o dos romeiros. Esses itens, na percep o dos/as moradores/as mais recentes não tiveram uma representa o significativa, uma vez que para eles/as, o bairro sempre teve esses movimentos citados, não significando

mudanças. O item citado como maior mudança, inclusive gerando muitas reclamações, diz respeito ao aumento do valor dos imóveis, seja para compra ou para o aluguel⁷⁵.

Os/as moradores/as entrevistados/as não demonstraram resistências especificamente ao turismo, mas alguns/as moradores/as, (13,3%), posicionaram-se contra certos praticantes do turismo religioso que causam problemas, como barulho, lixo, bebedeira e transtorno no trânsito das ruas do bairro.

Ao entender o grupo de visitantes como um conjunto complexo, instável e contraditório de pessoas temporariamente fora de seu local de origem visitando o mesmo lugar, nota-se interesses diferentes quanto ao uso do espaço em questão, apropriando-se dele, apresentando interesses diversos e até contrários da maioria, caracterizando um subgrupo como pode ser observado em Baependi. Durante as idas a campo, foram identificados grupos de visitantes que não frequentavam o santuário e não consumiam produtos relacionados à beata; o interesse estava nos bares e restaurantes do entorno do santuário. É justamente esse/a visitante que incomoda os moradores/as, ao serem questionados como veem a presença do visitante na cidade.

Para Souza (2002), a população das áreas de destino dos turistas podem ganhar ou perder, dependendo do modo como o turismo ocorre nessas áreas. Os/as moradores/as, em Baependi, reclamam da organização do turismo no município, justamente por não serem incluídos no planejamento, não causando mudanças no seu dia a dia; opinião compartilhada por 60% dos/as entrevistados/as, que apontam a prefeitura como culpada ao não incluí-los/as nas discussões sobre os assuntos relativos à prática do turismo e, principalmente, ao bairro no qual residem.

Para haver maior valorização do turismo pelos/as moradores/as, é necessário haver maior envolvimento deles no processo, passando pela valorização da troca de culturas, ganhos em conhecimento e a obtenção de lucro com a atividade, da qual somente 6,7% dos/as entrevistados/as possuem familiares obtendo renda.

A partir do exposto até aqui, constata-se uma inter-relação de agentes com o propósito de promover a atividade turística em Baependi. Evidencia-se o fato de que não há uma homogeneidade nas ações e tampouco nos seus resultados, ou seja,

⁷⁵ Para retomar esta discussão ver os dados que comprovam esta afirmação no gráfico da figura 32: Valorização dos imóveis no entorno do Santuário de Nossa Senhora da Conceição na página 96.

mesmo havendo um objetivo em comum, as contradições advêm do conteúdo prático e social pautados em um universo capitalista. Para Lefebvre (2006), o espaço se traduz em um conjunto de diferenças, de diversas formas de viver o espaço, incluindo os conflitos e as contradições.

Para Figueiredo (2008) o processo de turistificação serve para demonstrar o ordenamento dos espaços frente à atividade turística orientando-os para as novas atividades econômicas. As ações que envolvem os processos de turistificação abarcam uma gama variada e interligada de agentes, deixando no espaço suas modificações para atender a demanda turística, considerando os interesses mercadológicos da atividade.

3.3 MARKETING E PROPAGANDA SUPERANDO A FÉ

As ações do turismo religioso em Baependi contribuem para modificar o valor de uso dos espaços, acentuando a acumulação progressiva do capital ao alterar seu valor de troca (LEFEBVRE, 2006; HARVEY, 2006), interferindo, desta forma, no processo de acumulação de capital, objeto principal do sistema capitalista (MARX, 2014). As formas de comunicação, incluindo as propagandas, organizadas em um plano de *marketing*, contribuem para acelerar esse processo ao incentivar a circulação interligando os locais da produção ao seu mercado consumidor. Para Harvey (2006, p.72) “a criação de valor depende da capacidade de realizá-la através da circulação”.

Entendemos, desta forma, que a produção da santa irá atingir sua realização ao cumprir sua circulação, incentivada por intermédio das propagandas que se fazem dela, promovendo a circulação até o produto final, ou seja, o consumo turístico da fé em torno de Nhá Chica.

De acordo com os/as visitantes entrevistados/as, 54,2% tomaram conhecimento sobre Nhá Chica através da família ou de amigos⁷⁶, ou seja, o “boca a boca” é o maior meio de divulgação desse destino turístico; o que faz do próprio turista um agente informal de “*marketing*”.

Na atualidade, mesmo contando com as facilidades de acesso à informação sobre os lugares, como as redes sociais, as opiniões de outros turistas ainda

⁷⁶ Para consultar esses dados, ver figura 34, p.105.

constituem uma fonte importante de turistificação. Kuasaqui (2000, p. 130) afirma que “é de grande importância a comunicação “boca a boca” na influência para a compra de viagens; pode-se dizer que se trata de uma população bastante sensível às opiniões daqueles que vivenciaram algum tipo de experiência similar”. Fica claro que o “boca a boca” é uma ferramenta de marketing fundamental, na qual o interessado busca na fala do outro a confiança para visitar determinado destino, uma vez que não se trata de uma informação trabalhada por uma empresa, ganhando assim, maior credibilidade. Com o advento das mídias digitais, o processo de informação sobre os lugares ganhou maior dinamismo e abrangência, ampliando o poder do turista em classificar os lugares como bons ou ruins para se conhecer. Em Baependi, a divulgação sobre a beata, realizada via internet, influenciou apenas 4,2% dos/as visitantes entrevistados/as, não obtendo grande representatividade para sua divulgação.

A ABNC participa ativamente nas ações que envolvem a divulgação dos atrativos religiosos em Baependi ao manter o site “Nhá Chica – isso acontece porque rezo com fé” no endereço: <http://www.nhachica.org.br>. Desta forma, os atrativos de Baependi passam a partilhar da divulgação de maneira virtual. Para Lévy (2003), o virtual deve ser encarado com uma possibilidade e não simplesmente como o contrário do real; “o real seria da ordem do tenho, enquanto o virtual seria da ordem do terás, ou da ilusão, o que permite geralmente o uso para evocar as diversas formas de virtualização” (LÉVY, 2003, p. 15). O meio virtual pode ser analisado como uma possibilidade de divulgação de algo a ser utilizado ou somente conhecido. Esse é, justamente, o questionamento a ser realizado frente ao princípio básico da atividade turística, que só se concretiza com o deslocamento. Figueiredo (2009, p. 528) esclarece que “a viagem virtual apresenta um passeio pelas informações, para servir de ideia inicial da viagem, e auxiliar na sua execução posterior”; para ele, será necessário viajar para concretizar uma viagem real.

Em Baependi, nota-se, por parte da ABNC, um esforço de introduzir a beata, sua história e seus feitos em todas as plataformas digitais em um processo de virtualização. Essa virtualização, definida como uma passagem do atual ao virtual, não deve ser tratada como uma desrealização, e sim como uma nova identidade, um vetor de criação de realidades e como uma forma de divulgação (LÉVY, 2003). Assim a página da ABNC é composta de seis abas intituladas: Sobre Nhá Chica;

Serviços à fé; Fique sabendo; Fale conosco; ABNC e Como chegar, como podem ser vistas na figura 57.



Figura 57- Imagem do site Nhá Chica – Isso acontece porque rezo com fé
 Fonte: <http://www.nhachica.org.br>

Na aba “Sobre Nhá Chica”, o visitante do site pode conferir as reportagens, as fotos e vídeos sobre o dia da beatificação; ter acesso a um conteúdo sobre a história de vida de Nhá Chica e dos trâmites pelos quais passaram os documentos do processo de beatificação. Nessa aba o visitante pode, por meio de fotos, conhecer a casa da beata e ter informações sobre o milagre atribuído a ela. As orações destinadas à beata se encontram nessa aba juntamente com espaço reservado para os testemunhos de fé, contendo relatos de várias regiões brasileiras.

Na aba “Serviços à fé”, através do preenchimento de um formulário, o visitante pode acender uma vela virtual, rezar virtualmente o terço, enviar seu relato de graças alcançadas e pedidos para a beata. Por meio de outro formulário, o visitante pode realizar sua doação financeira ou se cadastrar para receber o informativo mensal da associação com o boleto para depósito bancário de sua doação. Essa aba oferece informação sobre os horários de missa no santuário e um formulário para o registro das romarias que estiveram em Baependi.

Os eventos e as notícias, com as suas fotos e vídeos, relacionados ao santuário possuem acesso na aba “Fique sabendo”. Essa aba oferece acesso aos informativos da ABNC, que podem ser lidos em sua versão digital, a rádio e a TV Nhá Chica, com transmissão ao vivo do santuário.

A aba “Fale conosco” apresenta um formulário a ser preenchido para acessar um canal de comunicação com a ABNC.

A ABNC representa uma aba no site na qual o visitante tem acesso a toda a história da associação, suas metas e objetivos e acesso às informações sobre a Congregação das Irmãs Franciscanas que mantêm o santuário e a associação Nhá Chica. Os projetos sociais desenvolvidos pela associação são apresentados de forma detalhada e um blog intitulado “Educando para a cidadania” apresenta os projetos educacionais direcionados para as crianças assistidas pela ABNC.

Na aba “Como chegar” é apresentado um mapa de localização de Baependi e uma lista com as cidades mais próximas, as distâncias entre elas e as empresas de transporte rodoviário que realizam tais trajetos.

Além das abas que dão acesso aos conteúdos descritos, o site sobre Nhá Chica, mantido pela ABNC, traz uma série de informações divulgando os eventos religiosos da cidade juntamente com reportagens relacionadas a assuntos religiosos. Merece destaque a variedade de canais de divulgação ofertados pela ABNC, entre eles: a página no facebook, o canal no youtube, a rádio e a TV Nhá Chica, todos com ícones de acesso na página principal do site.

Em outubro de 2016, com uma campanha de *marketing* intitulada “Tenha tudo sobre a beata Nhá Chica e vários serviços na palma da sua mão”, ABNC lançou o aplicativo do Instituto Nhá Chica contendo a história da beata, orações, a rádio web, terços e velas virtuais, horário das celebrações, informações sobre a associação, agendamento na pousada Angélico Lipani, divulgação do cardápio do restaurante da pousada e informações de como chegar a Baependi. No aplicativo o usuário pode fazer uma doação para a associação e comprar itens relacionados à beata na loja virtual. Na ocasião foi lançado também o aplicativo da rádio web Nhá Chica divulgando uma programação com músicas católicas, programas de evangelização e, ao vivo, missas direto do santuário. Esses lançamentos foram seguidos de uma campanha solicitando que os fiéis apresentassem os aplicativos aos amigos e ajudassem a propagar a fé na beata (INFORMATIVO, 2016), ampliando, desta forma, a divulgação do “boca a boca” ao ciberespaço.

Marx e Engels (2006) criticam o uso comercial da fé estabelecendo-o como emanação direta de um comportamento material como ocorre com a política, as leis, a moral e o comércio em geral. Nota-se, ao analisar o site da ABNC, mantido por uma organização católica responsável pela igreja de Nhá Chica, o interesse em divulgar os atrativos religiosos e arrecadar doações para as causas da instituição, utilizando para isso, vários meios de comunicação.

A prefeitura municipal de Baependi participa da divulgação do município ao manter o site <http://www.terradenhachica.com>, conforme a figura 58. Nesta página, através das abas Início; Nhá Chica; A cidade; Turismo; Multimídia e Contato, a prefeitura, enquanto um agente de turistificação, contribui com ações para divulgar os atrativos municipais e dinamizar a prática turística.

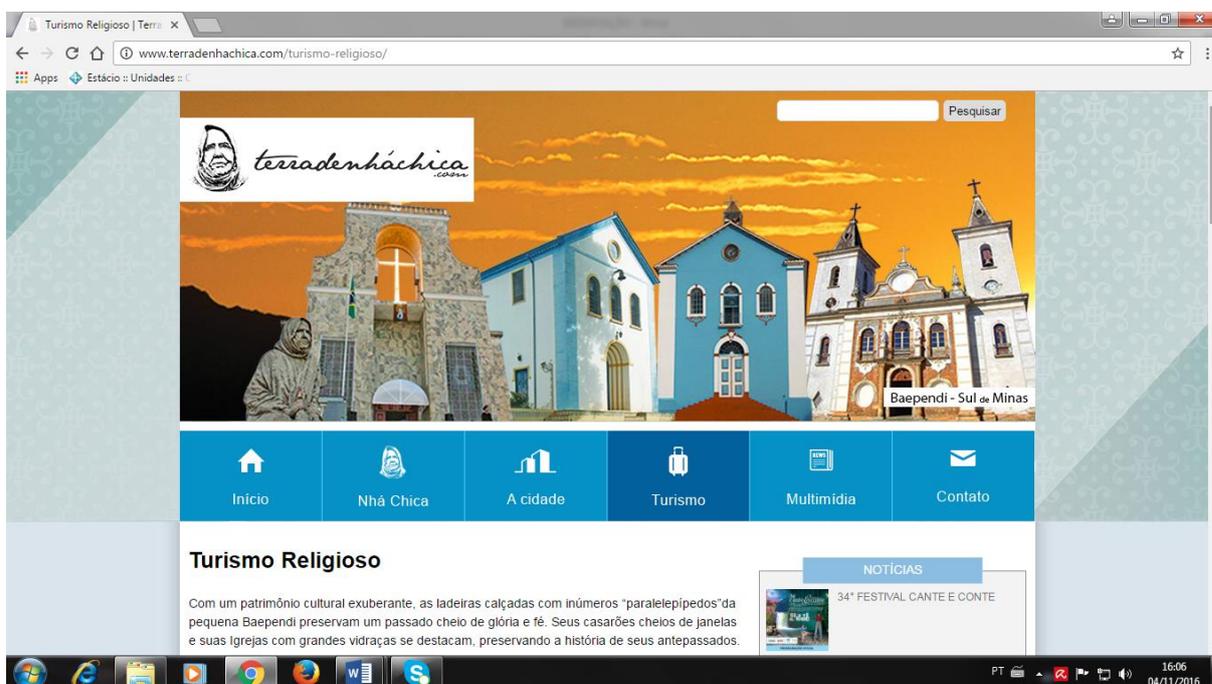


Figura 58- Imagem do site Terra de Nhá Chica
Fonte: <http://www.terradenhachica.com>

Na aba “Início” o visitante tem acesso ao ícone de notícias do Brasil e do mundo e ao ícone da agenda cultural de Baependi. Essa aba possui ícones de propaganda dos hotéis e restaurantes da cidade, uma galeria de fotos dos atrativos turísticos religiosos e ecológicos de Baependi, além de um vídeo divulgando as igrejas católicas. O visitante pode, também, acessar os marcos históricos do município.

A história da beata é relatada, desde seu nascimento até sua morte, na aba “Nhá Chica”. Ao acessar “A cidade”, encontra-se um resumo sobre a história de Baependi desde sua formação até a atualidade.

A aba “O turismo” é dividida em turismo ecológico, mostrando um mapa com as principais cachoeiras do município, e turismo religioso, contendo imagens dos templos católicos. Apresenta ainda o item como chegar, informando os trajetos que ligam Baependi a várias cidades do Estado de Minas Gerais, Rio de Janeiro e São Paulo. No item “Comer e beber” são oferecidas dicas de restaurantes e bares.

Reportagens, vídeos e fotos sobre os atrativos de Baependi encontram-se na aba “Multimídia”. Há, também, um ícone para exibição do vídeo sobre a reportagem de Nhá Chica exibida no programa Globo Repórter em 2013. Na aba “Contatos” há um formulário para envio de mensagens ao site.

O site da prefeitura (www.baependi.mg.gov.br) localiza-se ao final da página e contém mais informações sobre o turismo ecológico, turismo religioso e a história de Nhá Chica. Diante do apresentado, pode-se afirmar que Baependi participa do ciberespaço, este que é compreendido como “uma dimensão da sociedade em rede onde os fluxos definem novas formas de relações sociais” (SILVA e TANCAMAN, 1999). Nessa rede, facilitada pelos avanços da tecnologia, por meio da Internet, as informações atingem níveis inimagináveis.

Para Douzet (2014, p.05), “O ciberespaço tanto é a Internet como o “espaço” gerado por ela: um espaço imaterial no qual operam-se trocas desterritorializadas entre os cidadãos de todas as nações, a uma velocidade instantânea que elimina as noções de distância”⁷⁷. Apoiando-se nesse espaço imaterial, o turismo virtual beneficia-se ao utilizá-lo, também, como um instrumento de divulgação dos lugares. Silva (2007, apud Figueiredo, 2009, p. 527) afirma que

O crescimento do ciberespaço também provoca mudanças significativas no turismo mundial, tornando o acesso mais fácil e rápido às informações que o indivíduo precisa para planejar sua viagem, desde a escolha do destino turístico, levantamento de preços, visita virtual a pontos turísticos, até a reserva *on line* de hotéis, ou a compra de passagens aéreas pela *web*, além de outros serviços diretamente ligados à atividade do turismo.

⁷⁷ No original: Le cyberspace, c’est à la fois l’Internet et l’« espace » qu’il génère : un espace intangible dans lequel s’opèrent des échanges déterritorialisés entre des citoyens de toutes nations, à une vitesse instantanée qui abolit toute notion de distance.

O turismo virtual, desta forma, apropria-se dessas ferramentas tecnológicas para seu uso, estabelecendo novas relações sociais, uma vez que os contatos e as trocas de informações realizam-se de maneira virtual. A imaterialidade gerada nesse tipo de relação implica alterações das dimensões espaço-temporais da vida social. Thompson (1998, p. 36) observa que “o uso dos meios técnicos de comunicação pode alterar as dimensões espaço-temporal da vida social. Capacitando os indivíduos a se comunicarem através de espaço e de tempo sempre mais dilatados (...) transcendendo a uma interação face a face”.

O ciberespaço ultrapassa os paradigmas da representação do real e torna-se apropriado pela subjetividade de quem busca informações sobre Baependi. Como definir então, esse espaço? O ciberespaço contribui para a produção e reprodução espacial ou ele compõe o (seu) próprio espaço?⁷⁸

Ao analisar os sites que possuem como temática Nhá Chica e o turismo religioso em Baependi, pode-se classificá-los como ferramentas promocionais no intuito de divulgação, contribuindo para facilitar as condições físicas da troca.

Estabelecer um conceito para marketing é uma tarefa complexa, uma vez que a atividade é retratada de forma ampla e indefinida. Para contemplar o objetivo dessa seção, ou seja, compreender como as ações de divulgação da beata contribuem para o consumo turístico em Baependi, entenderemos o marketing em sua relação dialética com as vendas, na qual a primeira atividade foca nas necessidades do comprador e a segunda, nas necessidades do vendedor (COOPER et al, 2001; ZARDO 2003; PETROCCHI, 2004). Vendas e marketing são antitéticos, pois sempre haverá a necessidade da venda, mas o marketing vai para além da venda, divulgando um destino e seus atrativos, buscando a satisfação do cliente; neste caso o visitante que irá participar do processo de divulgação enquanto agente de turistificação.

A ABNC registra durante todos os dias as graças alcançadas por intermédio da beata e destaca duas páginas do seu informativo, de circulação nacional para tal divulgação. O Informativo de Nhá Chica tem publicação mensal, sendo distribuído gratuitamente no Santuário de Nossa Senhora da Conceição e enviado para outras paróquias no Brasil. O informativo também é enviado por meio de correspondência, para os interessados que se inscrevem no site oficial da associação, juntamente

⁷⁸ Leia-se: Leão (2004); Lévy (2003); Thompson (1998); Massey (2008).

com o boleto de contribuição a ser pago em rede bancária. No arquivo da Associação Beneficente Nhá Chica estão registradas, de 1937 à outubro de 2005, 16.051 graças alcançadas (SEDA, 2013, p. 322). O site sobre Nhá Chica, mantido pela ABNC, contabilizou até o ano de 2015, 20.000 graças.

Os sites dos hotéis de Baependi contêm informações relacionadas ao funcionamento e características próprias e apresentam propagandas sobre os atrativos turísticos do município.⁷⁹ Percebe-se, por parte da rede hoteleira, o interesse em divulgar os atrativos turísticos, principalmente os religiosos, juntamente com a história de vida de Nhá Chica.

Os/as moradores/as também promovem ações que contribuem para propagandear os atrativos religiosos de Baependi. Como pode ser visto na figura 59, os/as moradores/as reafirmam seu papel de agente de turistificação.



Figura 59- Foto de decorações promovidas pelos/as moradores/as
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

É comum encontrar casas em Baependi decoradas com as cores que representam o Vaticano e a beata, o branco e o amarelo, que marcam o espaço em forma de flâmulas fixadas nas fachadas das residências. A figura mostra um automóvel estampado com a imagem da santa e a frase “Terra de Nhá Chica”, reafirmando uma contradição dessa produção espacial, como já trabalhado anteriormente. Nota-se uma necessidade, por parte de certos/as moradores/as, em valorizar seu vínculo com a santa, afinal, 80% deles/as concordam com o fato de

⁷⁹ Para tal acessar: <http://www.hotelcatagua.com.br/v1/>;
<https://www.facebook.com/pages/Pousada-Zelota/211315172376790>;
<http://www.pousadacachoeirinha.com.br/>; <http://www.pousadasaomiguel.com.br/>;
<http://www.marishotel.com.br/v1/>; <http://www.hotelfazendatopada.com.br/>;
<http://www.chalesdeminas.com.br/>; <https://www.facebook.com/pages/Hotel-Fazenda-Vale-Formoso/236719706457480>; <http://fazendadaroseta.com.br/>;

Baependi ser tratada como a “Terra de Nhá Chica”. Assim, ao estampar a figura da beata em casas residenciais e comerciais, automóveis e circularem pelas ruas da cidade com camisetas com a figura da beata, como constatado *in loco*, os/as moradores/as promovem uma propaganda desse destino turístico religioso.

Seguindo essa análise sobre as propagandas, sites de origens variadas podem ser contribuintes para a divulgação de Baependi, Nhá Chica e os atrativos religiosos que os envolvem⁸⁰. Trata-se de reportagens, com focos variados, tendo os atrativos religiosos de Baependi como mote, difundindo-os ativamente.

O marketing abrange um conjunto de ações, planejadas e organizadas para satisfazer o consumidor. As propagandas que se fazem sobre os produtos, ligadas diretamente na divulgação, estão intrinsecamente relacionadas às estratégias do marketing para promover o destino turístico. Segundo Petrocchi (2004, p. 37), “o destino turístico desempenha duas funções principais que são: estruturar a oferta turística e promover sua comercialização”. Assim, em Baependi, notam-se modificações no seu espaço geográfico, construindo novos objetos ou ressignificando os já existentes para promover sua oferta turística, como já trabalhado anteriormente. A promoção para sua comercialização, representada pelas propagandas expostas até aqui, diz respeito a ações descoordenadas, com pouco ou nenhum planejamento, objetivando a mera divulgação dos itens que compõem sua oferta turística, principalmente a religiosa.

Conforme o exposto nesta seção, a ABNC e a prefeitura são os maiores divulgadores dos atrativos do município. A população local contribui no processo ao receber bem o visitante e enfeitar suas casas residenciais e comerciais e a rede

⁸⁰ Para tal consultar: <http://www.casacivil.mg.gov.br/index.php/component/gmg/story/3678-anastasia-fala-sobre-importancia-da-beatificacao-de-nha-chica-para-o-turismo-religioso>;
http://www.em.com.br/app/noticia/gerais/2016/05/23/interna_gerais,765210/dupla-de-amigos-faz-jornada-de-820-quilometros-ate-aparecida-em-sp.shtml;
<http://vejabh.abril.com.br/materia/cidade/caminho-religioso-estrada-real-oferece-boa-gastronomia-arte-historia-claro-espiritualidade>;
<http://g1.globo.com/mg/zona-da-mata/noticia/2014/03/caminho-religioso-da-estrada-real-ganha-placas-em-sao-joao-del-rei.html>;
<http://www.saolourencojornal.com.br/site/edicaoonline/14042013.pdf>;
<http://g1.globo.com/mg/sul-de-minas/noticia/2013/12/vamos-manter-esperanca-diz-dom-sobre-canonizacao-de-nha-chica.html>;
http://www.agenciaminas.noticiasantigas.mg.gov.br/media/uploads/2013/06/14/geraisdeminas_mai2013.pdf;
<http://www.terradenhachica.com/author/admin/page/9/>;
<http://www.terradenhachica.com/author/admin/page/6/>;
http://www.correiodopapagaio.com.br/baependi/noticias/baependi_se_prepara_para_a_beatificacao_de_nha_chica; entre outros.

hoteleira, nos sites comerciais, ao divulgar os atrativos do município. Esses fatos não estão inseridos em um plano de marketing, que segundo Zardo (2003, p. 153),

é o estudo e o diagnóstico da situação em que a empresa ou o destino turístico se encontra, obtidos por meio da análise do produto turístico e de seu mercado (oferta e demanda), assim como de sua comercialização (preço, distribuição e comunicação), a fim de identificar os fatores-chave para a atividade turística e sua promoção.

A partir deste plano estabelecido, as ações passariam a acontecer em um projeto de ação com objetivos, pesquisas, estratégias e metas definidas. De outra forma, como vem ocorrendo em Baependi, a falta de um planejamento de marketing, ou seja, focado no consumidor e não somente na venda e na divulgação, não geraria insatisfações, uma vez que, dos/as visitantes entrevistados/as, 29,2% destacaram como aspecto negativo a estrutura para receber o visitante. Para estes/as, falta sinalização na cidade, o trânsito é confuso, não existe estacionamento para carros e ônibus e não há banheiros suficientes para atender a todos/as. A baixa variedade no comércio, incluído falta de restaurantes e feiras e o fato de haver poucos hotéis na cidade foram reclamações de 16,7% dos/as entrevistados/as. Os/as entrevistados/as que não apontaram aspectos negativos representam 31,2% e os/as que não sabiam responder a essa questão representam 22,9% do total.

A promoção como vem sendo realizada em Baependi nos remete a LEVITT (1990) ao trabalhar a “miopia em marketing”, quando as atenções são voltadas para o produto em vez de privilegiar as necessidades dos clientes. Assim, a organização foca no processo de produção de bens e a “miopia” não deixa enxergar a importância da satisfação do cliente.

O papel do marketing, na visão de COBRA (2001), é de conduzir a um diagnóstico para avaliar o potencial turístico das cidades, para depois disso, investir em ações para vender o produto turístico. Para o autor, a secretaria de turismo, a associação de hotéis, os restaurantes, os lojistas e outros interessados devem investir no plano de marketing. Fato que não ocorre em Baependi, uma vez que não há pesquisas para identificar o perfil do/a visitante que chega até o município, não existindo nenhuma base de dados sobre o fluxo de turistas. Os agentes envolvidos com a atividade turística agem de maneira independente, divulgando os atrativos e demonstrando uma necessidade de propagandear Nhá Chica, como um produto a ser consumido pela prática do turismo religioso.

O plano de marketing no turismo organiza os interesses do poder econômico baseado na reprodução do capital. Lefebvre (2008b) analisa a reprodução do capital em três níveis distintos e complementares dialeticamente. Assim, baseado no autor, podemos associar a maior vinculação de propagandas, objetivando maior divulgação de Nhá Chica, a um nível global, no qual a lógica da troca é valorizada atendendo aos interesses dos grupos que possuem o poder, utilizando a mídia para despertar o desejo de se conhecer o local divulgado interferindo no nível misto, que, segundo Lefebvre (2008b), é representado pelo momento em que o global se projeta na realidade; como ocorre em Baependi, quando a divulgação dos atrativos incentiva a circulação do visitante até o local do consumo, reproduzindo o espaço como mercadoria.

Esses níveis interligados vão impactar o nível do privado em uma relação dialética, analisada por Lefebvre (2008b), contendo as relações do dia a dia, dos usuários do espaço, os que convivem e sentem os impactos positivos ou negativos decorrentes da organização realizada em outros níveis. Entende-se a relação entres esses níveis em Baependi justamente por haver agentes atuando na divulgação do espaço (nível global), impactando na realidade do município (nível misto), não havendo, neste caso específico, a preocupação com o interesse e o envolvimento do morador e do visitante do espaço (nível privado).

O/a morador/a que, como demonstrado pelas entrevistas realizadas *in loco*, não se sente envolvido/a nas práticas da atividade turística, soma-se aos/as visitantes que percebem problemas na estrutura de Baependi podendo contribuir para uma reprodução de negação com relação ao que as propagandas divulgam.

Dialeticamente, pautado em Lefebvre (2006), o espaço é ao mesmo tempo um produto e um condicionador das relações sociais; não no sentido de determinar as ações e sim, no sentido de abarcá-las, incluindo os agentes envolvidos no processo.

Os templos religiosos de Baependi, analisados como parte de um processo de totalização, nos oferecem uma noção a respeito do espaço no qual estão inseridas as atividades do turismo, do tipo religioso, contendo os agentes que turistificam, habitam e convivem nele. Uma vez produzido esse espaço, divulgá-lo ajuda a atrair mais visitantes a contribuir em sua reprodução, estabelecendo, assim, uma ceia turística, para qual todos são convidados.

4 BENGUELA: A SEMENTE QUE SANTIFICOU

Por um navio negreiro, chegou ao Brasil uma escrava africana de nome Roza que trazia consigo o sangue das mulheres benguelenses. Segundo Vasconcelos (1974), a mulher chamada Roza, vinda de Benguela, desembarcou no Mercado do Valongo⁸¹ juntamente com outros cativos, onde fazendeiros mineiros os esperavam para a negociação. Não há como precisar a data da chegada de Roza ao Brasil. Como será visto, logo em seguida, na década de 1780 ela teve uma filha em terras brasileiras; donde conclui-se que sua chegada pelo Valongo deu-se em finais do século XVIII.

Roza foi comprada por Custódio Ferreira Braga, um fazendeiro da zona rural de São João Del-Rey em Minas Gerais, que pertencia à Comarca do Rio das Mortes. Localizada na região centro-sul da província de Minas Gerais, essa Comarca, “tinha como sede a Villa de São João Del-Rey. (ANDRADE, 1996, p. 45).

Seguindo o destino da maioria das mulheres escravas, Roza de Benguela ficou grávida e, na década de 1780, deu a luz a Izabel. Conforme Seda (2013, p. 41), “Izabel, filha de Roza de Benguela, foi batizada em 13 de outubro de 1782, na Capela de São Miguel do Cajuru. Nascida sob o domínio da escravidão, tendo o mesmo amo e senhor que sua mãe”. Nessa data, Roza acrescentou Maria Egipcíaca ao nome de Izabel, homenageando uma santa cristã, Santa Maria Egipcíaca. (LEFORT, 1992).

Ao longo de sua vida, Maria Izabel Egipcíaca teve dois filhos, Theotônio Pereira do Amaral e Francisca de Paula de Jesus. À época do batizado de Theotônio em 1803, em sua certidão de nascimento, não constava a tradicional frase “escrava de”, referente à sua mãe; fato que era muito importante para atestar a posse sobre o escravo e validar a posse sobre o filho como mercadoria. (SEDA, 2013). Baseado nesse fato, constata-se que, aos 21 anos de idade, Maria Izabel Egipcíaca estava alforriada.

Em 1808, nasce Francisca de Paula de Jesus, primeira e única filha de Maria Izabel Egipcíaca. Os registros oficiais, como constam em Seda (2013), e os

⁸¹ Na cidade do Rio de Janeiro, entre 1758 e 1831 existiu o Mercado do Valongo, que tornou-se o maior centro redistribuidor de mão de obra cativa em todo o Brasil (HONORATO, 2008).

registros da paróquia de Nossa Senhora do Pilar no Município de São João del Rey, datam 1810 como o ano de seu nascimento, conforme certidão de batismo. A data anterior (1808) foi mencionada por Francisca de Paula de Jesus em entrevista ao Dr. Henrique Monat⁸², em 1892.

No livro de registros de batizados no período de 1810 a 1818, no verso da folha 300 consta que, aos 26 de abril de 1810, o reverendo Joaquim Jose Alves batizou e colocou os óleos santos em Francisca, filha natural de Izabel Maria (SÃO JOÃO DEL REY, 1810). Essa discrepância nas datas pode ser atribuída ao fato de que normalmente a certidão de batismo equivalia a uma certidão de nascimento (PASSARELLI, 2013), mas, para a Positio⁸³ (2001), 1808 consta como a data de nascimento e 1810 como a data de batismo.

Segundo Palazzolo (1973, p. 18), “Dona Izabel, mãe de Francisca de Paula de Jesus, possuía sólida formação cristã e era conhecedora das vantagens de uma vida em retiro, quase monástica”, o que foi passado à filha como formação, orientando-a para uma vida de servidão a Deus; o que era comumente estabelecido como papel das mulheres àquela época além do casamento.

Em 1814, Izabel muda-se com a família para Baependi, sul de Minas Gerais, levando seus dois filhos e a imagem de Nossa Senhora da Conceição, sua santa de devoção. Ao se instalarem em Baependi, numa casa simples na rua das Cavalhadas, Francisca passa a se dedicar a vida religiosa e seu irmão Theotônio começa os estudos na cidade (LEFORT, 1992). De acordo com Cadorin et al (2015, p. 43), “não se sabe o porquê da família de Nhá Chica ter deixado o arraial de Santo Antônio do Rio das Mortes, antigo distrito policial de São João Del Rey e passado a residir na Vila de Baependi”. Algumas justificativas são apresentadas pelas pessoas entrevistadas ao longo deste trabalho, mas nada de oficial foi registrado. Há os/as que alegam que a mãe veio junto com uma família abastada, que buscava em Baependi, vila recém-instaurada, maiores condições para investimentos. Outros/as afirmam que Maria Izabel veio com os filhos tentar uma nova vida em Baependi, uma vez que encontrava-se liberta.

⁸² Entrevista concedida ao médico e hidrologista Dr. Henrique Monat no ano de 1892 em Baependi. Em uma viagem ao sul de Minas para pesquisar as águas minerais daquela localidade, o médico visita Caxambu e Baependi. Na sua estada em Baependi realiza uma entrevista com Francisca de Paula de Jesus, transformando-se em um capítulo de seu livro intitulado Caxambu. (MONAT, 1894).

⁸³ Documento integrante do processo de beatificação.

Em 1818, data baseada na entrevista ao Dr. Henrique Monat, morre Maria Izabel Egipiciáca, deixando órfãos seus dois filhos. Durante levantamento documental, constatou-se a inexistência do registro de óbito de Maria Izabel Egipiciáca, fato que figura como uma lacuna na história de Nhá Chica.

Antes de morrer, Izabel recomendou à filha uma “vida solitária, para melhor praticar a caridade e conservar a fé cristã”, e assim Francisca o fez, dedicando-se às orações e à ajuda aos necessitados.⁸⁴ Após a morte de sua mãe, em 1818, Francisca, em acordo com seu irmão, decidiu continuar sua vida naquela casa e passou a viver sob votos de pobreza e, seguindo os conselhos da mãe, manteve-se solitária para melhor praticar a caridade e o cristianismo. (BRASIL, 2011).

Percebe-se nas narrativas sobre a vida de Nhá Chica a criação de uma atmosfera romanceada, na qual alguns fatos tendem à ficção, uma verdadeira história como idealização. Como uma criança de 10 anos pôde sustentar-se sozinha? O que aconteceu em sua fase de adolescência? Como manteve a postura de viver solitária para praticar caridades, sendo ela uma necessitada de ajuda?

Veremos no decorrer deste capítulo a preocupação da Igreja Católica em beatificar, ou até mesmo, canonizar uma lenda ou um mito. O mito, como representação da verdade elaborada pela mente humana, pode criar fatos que atendam ao interesse comum, pois ele surge da necessidade de explicação sobre a origem, forma e função de algo⁸⁵. A história de Nhá Chica apresenta lacunas documentais referentes a um período de sua vida, o qual pode ter sido preenchido por mitos ou lendas.

O item 4.4 deste capítulo apresenta nova descoberta sobre a vida da beata, a qual aponta caminhos para explicar essa fase de sua vida. Verdade... mito... ou uma nova releitura para sua história?

4.1 VIDA E OBRA DE NHÁ CHICA

Com o passar dos anos, Francisca de Paula de Jesus, uma mulher negra, estatura mediana e analfabeta adquiria o conhecimento sobre as escrituras quando

⁸⁴ A origem de Nhá Chica. Disponível em: <<http://aorigemdenhachica.blogspot.com.br/p/historia.html>>. Acesso em 25 out. 2015.

⁸⁵ Sobre este assunto ver: Chauí, 2010; Cascudo, 2002; Eliade, 1991.

alguém lia a bíblia para ela. Seda (2013) comenta alguns hábitos e interações de Francisca, ao afirmar que

em sua participação na missa ou em seu caminhar tranquilo pelas ruas de Baependi, levava comida aos mais necessitados, remédios caseiros aos doentes, sempre pronunciando uma oração, distribuindo graça e bondade... tinha Francisca como nome de batismo, mas o povo simples começou a chamá-la de Nhá Chica. (SEDA, 2013, p. 87)

Ainda jovem era procurada para dar conselhos, fazer orações e dar sugestões para os mais variados tipos de negócios. Segundo relatos, muitos não tomavam decisões sem primeiro consultá-la, sendo considerada, por estes, uma santa.⁸⁶ Sua fama de santidade foi se espalhando e pessoas de outras localidades começaram a visitar Baependi para conhecê-la, conversar com ela, falar-lhe de suas dores e necessidades e, sobretudo, para pedir-lhe orações.

Sempre fazia as preces diante da imagem da Imaculada Conceição. Imagem que se encontrava nos aposentos íntimos de Nhá Chica e, quando necessária, para orações junto com o grupo de fiéis que frequentavam sua casa, a imagem era transportada em um oratório até a sala de visitas da casa onde a devota habitava.... a sala com chão de terra batida era o lugar de encontro das orações. (PELÚCIO, 1942a, p. 145).

Segundo relatos, em sua casa, como seu monastério, não havia hora para o atendimento aos que a buscavam. A todos atendia com alimentos e orações. Aconselhava-se com sua santa e falava com propriedade sobre os assuntos consultados. “Vou ouvir Nossa Senhora” (PELÚCIO, 1942a, p. 146), dirigindo-se à imagem da Imaculada Conceição. A exceção se dava às sextas-feiras, nas quais Nhá Chica se recolhia em oração pela Paixão de Cristo e nesse dia não recebia ninguém. A imagem da santa encontrava-se nos aposentos de Nhá Chica e era transportada até a sala em um oratório nos momentos de oração. Na sala de aspecto simples reuniam-se pessoas que oravam à Virgem em cultos (PELÚCIO, 1942a). Nota-se nos apontamentos do autor a importância que Francisca de Paula possuía e o papel de líder espiritual que desenvolvia naquela época em Baependi, uma vez que atraía pessoas a sua casa e coordenava as orações à sua santa de devoção.

⁸⁶ História de Nhá Chica. Disponível em: <http://www.nhachica.org.br/sobre-a-nha-chica-historia.php>. Acesso em 26 de out. de 2015.

Em 1861, Theotônio, irmão de Nhá Chica, faleceu. Seu irmão teve uma vida dedicada aos estudos tornando-se advogado. “Theotônio escalou os altos graus do poder judiciário, militar, político e comercial em Baependi”. (SEDA, 2013, p. 118). Sua importância na sociedade pode ser notada em Passareli (2013, p. 75) ao afirmar que “o tenente Theotônio começou a ter um papel importante na vida política e econômica da cidade, tornando-se conselheiro (vereador) da Câmara Municipal e arrecadador de impostos”. Nota-se que Theotônio possuía influência na esfera política, sendo um representante desse poder em Baependi. Ao longo de sua vida, Theotônio acumulou bens e uma quantia em dinheiro que foram repartidos entre sua esposa e sua irmã, Nhá Chica, em conformidade ao seu testamento (CADORIN et al, 2015; PELÚCIO, 1942a; SEDA, 2013).

Francisca reverteu a maior parte de sua herança em ouro... muito ouro. Demorou bastante tempo, meses e meses no intuito de mandar dourar o altar-mor da matriz de Baependi. Primeiro foram feitos os entalhes do altar, todo em madeira de lei. Quando pronto, em 1862, foi a vez da talha dourada. O douramento do altar-mor da igreja matriz de Baependi foi um generoso donativo de “Francisca de Paula de Jesus, conhecida como Nhá Chica”. (PELÚCIO, 1942a, p. 13).

Com base nos apontamentos do autor, registra-se que Nhá Chica ofertou ouro à sua santa de devoção, mandando dourar o altar da igreja matriz de Baependi. Percebe-se, nesse fato, uma contradição em relação à vida da beata. Para uma pessoa preocupada com os mais necessitados, a herança do irmão lhe seria útil para ajudá-los, então, gastar uma soma expressiva de dinheiro para dourar o altar de uma igreja não condiz com sua conduta assistencialista.

Segundo Pena (1951), em um sonho, Nossa Senhora da Conceição demonstrou o desejo de ter uma capela na cidade de Baependi. “Um dia, Nhá Chica recebeu uma manifestação da Mãe de Deus mediante a qual pedia que lhe fizesse uma capela. Como isso requeria muito dinheiro, saiu Nhá Chica pelas vizinhanças em busca de auxílio, que não lhe faltou”. (PENA, 1951, p. 06). Como lhe restava apenas uma parte da herança de seu irmão, afinal havia gastado a maior parte no douramento do altar-mor e da talha da igreja matriz, Nhá Chica buscou autorizações na prefeitura, pagou taxas e saiu pela vizinhança pedindo auxílio para a construção.

Aos poucos a notícia correu e logo começou a receber de várias partes esmolas para esse fim, justificando, desta forma, a construção da igreja ter sido

realizada por uma senhora sem posses para tal. Assim, a capela foi erguida entre 1867 a 1898.⁸⁷

Lá no alto da Rua das Cavalhadas, um singelo templo obedecia a história miraculosa de sua construção. É uma capelinha branca, de telha vã, cheia de andorinhas e situada num dos pontos mais altos da cidade. Chama-se a Igreja de Nhá Chica, do nome da humílima mulher do povo, que a edificou com esmolas advindas em gratidão dos favores que espalhava em torno de si. (NOGUEIRA, 1918 *apud* SEDA, 2013, p. 152).

Está registrado no documento sobre a licença para a construção da capela de Nossa Senhora da Conceição que, em 1º de maio de 1865, Nhá Chica pagou 2 mil réis à Câmara Municipal de Baependi para iniciar a construção de uma capela em devoção à Imaculada Conceição. No documento consta a assinatura de João Evangelista de Souza Guerra, seu procurador (BAEPENDI, 1865).

Interessante destacar que não há registros com relação à data de finalização da obra, patrocinada por Nhá Chica, na igreja matriz. Em 1862 concluíram o douramento do altar-mor e partiram para o douramento da talha. Há registros de que, em 1865, Francisca de Paula de Jesus pagou taxas na prefeitura para a construção de uma igreja em homenagem à Nossa Senhora da Conceição para fazer cumprir um sonho no qual recebia da santa essa ordem; obra que teve início em 1867. Nota-se que há uma lacuna de informações entre a finalização da obra da matriz, o possível sonho, e o pagamento das taxas na prefeitura. Se, em sonho, foi pedido a construção de uma igreja em homenagem à sua santa de devoção, por que ela gastou parte da herança de seu irmão para dourar a igreja matriz e teve de sair em busca de doações para construir a igreja prometida?

De acordo com o exposto, nota-se que, tanto Nhá Chica como seu irmão Theotônio, possuíam uma relação de poder estabelecida em Baependi. De um lado uma senhora negra, analfabeta, possuidora de uma fé inabalável, atraindo pessoas ao seu encontro, estabelecendo sua autoridade carismática católica; de outro lado, um advogado envolvido com questões políticas e comerciais, ou seja, uma autoridade política administrativa. Ora, não seria uma união perfeita? O poder político e o religioso atrelados à mesma família?

⁸⁷ História de Nhá Chica. Disponível em: <http://aorigemdenhachica.blogspot.com.br/p/historia.html>. Acesso em 26 de out. de 2015.

A compra do órgão para a capela marca um episódio na vida de Nhá Chica que, como consta em Cadornin et al (2015); Pasarelli (2013); Pelúcio (1942a) e Seda (2013), mesmo sem saber do que se tratava, para atender a mais um desejo de sua santa, fez uma grande movimentação na cidade para que o instrumento fosse comprado e instalado na capela. O relato desse fato demonstra como era a atmosfera em torno da beata.

Não seria um desejo da própria Nhá Chica instalar um aparelho musical em sua capela? Nota-se que, ao justificar suas necessidades como pedidos, em forma de sonhos ou não, realizados por Nossa Senhora da Conceição, Nhá Chica sensibilizava a sociedade, que a atendia prontamente e, mais uma vez, firmava sua autoridade carismática católica. Contribuir com doações para as obras não seria uma forma de agradar a beata e manter boas relações com seu irmão, ou seja, agradar a ambos poderes instalados em Baependi?

O jornal O Baependiano em 1878 trazia uma reportagem sobre o milagre do órgão e relatava o segundo ano da festividade da Imaculada Conceição (O BAEPENDIANO, 1878). O referido “milagre do órgão” diz respeito à compra do aparelho por Nhá Chica. O órgão foi transportado até Baependi em lombo de animais e, ao ser instalado na capela de Nossa Senhora da Conceição, não emitiu som algum durante a missa destinada à sua inauguração. Segundo relatos, Nhá Chica pediu que todos voltassem na sexta-feira próxima, às três horas da tarde, horário da agonia de Jesus Cristo, que, segundo lhe informou sua sinhá, o órgão iria tocar. Na data e horário marcado o aparelho funcionou de forma correta (CADORIN et al, 2015; PASSARELLI, 2013; SEDA, 2013).

A relação de Nhá Chica com os pobres, que encontravam nela um refúgio material e espiritual, deu a ela o título “Mãe dos pobres”. A todos que perguntavam quem ela realmente era respondia: “É porque rezo com fé” (LEFORT, 2010; PASSARELLI, 2013; SEDA, 2013), deixando claro que os méritos eram de sua “sinhá” (Nossa Senhora da Conceição) e não dela. De acordo com Sacramento (2006, p. 141), “Com o tempo a fama de virtuosa cresceu e a tornou por demais conhecida, pela sua clarividência e virtuosismo”, passando a ser procurada por pessoas de outros estados brasileiros.

Os fatos a seguir são baseados em relatos de pessoas que conviveram com Nhá Chica e foram transmitindo-os por gerações até serem registrados por diversos autores. Na visão de Marx (1975), para uma sociedade produtora de mercadorias, o

mundo religioso não passa do reflexo do mundo real. Desta forma, para Marx (1975, p. 102), “é apenas a relação social determinada dos próprios homens que para eles reveste a forma fantástica de uma relação entre as coisas”, relação essa que foi construindo, e continua a construir, o perfil da beata Nhá Chica e na qual os produtos das ideias ganharam, e continuam ganhando vida, em um fetichismo que liga as mercadorias à produção.

Sua passagem pela terra envolve fatos como o caso do fazendeiro que havia perdido seu melhor boi e pensava encontrá-lo morto. Em orações juntamente com Nhá Chica, sob os conselhos da Senhora da Conceição, foi a ele informado que o boi estava vivo e dentro do curral da fazenda. (LEFORT, 2010; PASSARELLI, 2013; SEDA, 2013). Após uma missa na capela de Nossa Senhora da Conceição, pai e filha procuraram Nhá Chica para saberem sobre o futuro da menina. Após se aconselhar com sua “sinhá”, a previsão dizia que a menina se casaria, teria filhos e logo depois seria somente de Deus. Previsão concretizada plenamente, a mulher quando viúva tornou-se irmã de caridade. (PASSARELLI, 2013; SEDA, 2013).

Em busca de respostas aos problemas, Nhá Chica era muito procurada por suas previsões e orações, que ora acalmavam, ora elucidavam problemas, como a família que a procurou para saber notícias de um familiar comerciante que frequentemente viajava para São Paulo e havia meses que não dava notícias. Ao consultar sua “sinhá”, veio a resposta que tal parente não daria notícias nem vivo e nem morto. (PASSARELI, 2013).

Segundo Pelúcio (1942a), um baependiano foi nomeado presidente de uma província distante e a viagem seria longa. A mãe do nomeado foi ter com Nhá Chica e obteve como resposta que o filho tomaria posse, mas não regressaria vivo a Baependi. Esse rapaz, enfermo, de viagem de volta a Baependi, não resistiu e morreu no caminho.

Analisando tais relatos pelo viés materialista, esses fatos demonstram situações presentes no cotidiano; extraordinário seria encontrar o boi em um local extremamente diferente de um curral ou, em pleno século XIX, uma senhora viúva ter outro destino que não, dedicar-se à vida religiosa.

Havia também os/as que a procuravam para testar sua clarividência. Foi o caso de três moças que ao questionarem sobre suas vidas, começaram com risadas irônicas, sendo colocadas para fora da casa de forma ríspida. (LEFORT, 2010; SEDA, 2013). O mesmo tratamento foi dado a dois rapazes em férias pela região,

que, ao procurarem por Nhá Chica, começaram a desafiar suas virtudes querendo saber o endereço de trabalho de um e nome da noiva do outro. Pacientemente, a senhora lhes informou que para ela se tratava de um desempregado e de um rapaz solitário. Ambos riram mais ainda e dias depois receberam a notícia da demissão do trabalho e do término do namoro, respectivamente. (LEFORT, 2010; SEDA, 2013).

Certa vez, uma família de Baependi havia perdido um filho de 7 anos, uma criança com problemas mentais. Depois de dias de buscas, foram ter com Nhá Chica que, após aconselhar-se com sua santa de devoção, indicou-lhes o local onde estaria a criança. Seguindo as orientações, o corpo foi encontrado e pôde ser sepultado (PELÚCIO, 1942a).

Em outra passagem, um rapaz procurou Nhá Chica para pedir-lhe laranjas, sendo o fruto distribuído por ela a todos que por ali passassem. Certo de que seu quintal continha um enorme pomar, o rapaz ficou surpreso ao encontrar apenas uma pequena árvore, na qual Nhá Chica pediu que ele subisse e retirasse o quanto achasse necessário. Quando notou, Nhá Chica estava levitando próximo à árvore. (LEFORT, 2010; PASSARELLI, 2013). Ao rezar a salve Rainha, sua oração favorita, no seu momento de entrega e êxtase, Nhá Chica ficava suspensa do chão em uma levitação que durava o tempo de seu encontro com sua santa de devoção. (SEDA, 2013). Os relatos de levitação possuem testemunhas como José Isalino Ferreira Campos, um baependiense; seu cunhado, Rosendo Ferreira Pena, sua filha, Diva Ferreira de Paiva, juntamente com Maria de Lourdes Pereira Pelúcio Mângia, Cesar Salomé e Clélia de Castro Pereira (POSITIO, 2001). Esses casos citados, entre muitos outros, demonstram como era a atmosfera mítica criada em torno de Nhá Chica.

Cabe, neste momento, indagar a veracidade dessas informações. Elas fazem parte de relatos romanceados que foram registrados por diversos autores, inclusive na Positio, documento integrante do processo de beatificação, tema a ser discutido no item 4.2. Mesmo tratando-se de um documento oficial, a organização da Igreja Católica concede a prerrogativa de escolha com relação aos depoimentos nele contidos, ou seja, não há depoimentos ou fatos que indiquem dúvidas sobre as virtudes da beata.

Ao sentir-se doente, em 1888, Nhá Chica resolveu realizar um testamento. Nele ela pedia que seu enterro fosse realizado dentro da Igreja de Nossa Senhora da Conceição com funeral e missa. Pedia também, que por sua alma, fossem

rezadas vinte e três missas. Os poucos bens que possuía foram relacionados juntamente com suas dívidas. (LEFORT, 2010; SEDA, 2013).

Nhá Chica faleceu em 14 de junho de 1895 em consequência de anemia geral por causa de afecções gástricas (SACRAMENTO, 2006; SEDA, 2013). O jornal A Gazeta da Varginha em sua edição de 07 de julho de 1895 noticiava sobre a morte de Nhá Chica e afirmava que “considerada quase uma santa foi sempre seu nome repetido com profundo respeito em todas as classes sociais, pobres e ricos, por ignorantes e sábios. (...) A notícia da morte dessa virtuosa velhinha causou, como era justo, o mais profundo e santo pesar” (A GAZETA DA VARGINHA, 07/07/1895).

Passareli (2013, p. 177) esclarece sobre o funeral, destacando que “passaram-se três dias até que o doutor Manoel Joaquim voltasse para a liberação do corpo e celebração do funeral”. Neste período, o corpo de Nhá Chica não deteriorou e os que o acompanhavam sentiam um perfume de rosas no ar (LEFORT, 2010; PASSARELLI, 2013). “Seu corpo ficou insepulto por três dias sem se decompor” (PENA, 1951, p. 33), justificando mais uma referência a Nhá Chica: ser associada ao perfume de rosas. Fato já comentado pela própria Nhá Chica: “vou morrer, mas ainda ficarei na terra por três dias” (SEDA, 2013, p. 298). Em uma publicação, realizada 22 anos após a morte de Nhá Chica, o jornal de Baependi, O Patriota, relatou que a morte da beata causou comoção geral na sociedade baependiana e seu corpo ficou exposto para veneração no período de três dias (O PATRIOTA, 1917). O fato de o corpo ter ficado exposto por alguns dias consta na declaração de óbito na página 46 do livro de óbitos da matriz

Aos 14 de junho de 1895 pelas 5 horas da tarde, com todos os sacramentos, faleceu nesta cidade D. Francisca de Paula de Jesus, solteira (...). No dia 16 do mesmo mês foi solenemente encomendada, acompanhada da matriz à capela de Nossa Senhora da Conceição pelas irmandades do Santíssimo Sacramento Nossa Senhora da Boa Morte e das moças da comunidade do Rosário. E no dia 18 do mesmo mês foi paroquialmente encomendada e sepultada no recinto da nave da mesma igreja de nossa Senhora da Conceição. Para constar faço este assento que assino, Vigário Marcos Pereira Gomes Nogueira (ABNC).

Conclui-se que o corpo da beata não foi sepultado de forma imediata, ficando exposto do dia 14 ao dia 18 do mês de julho de 1895, quando foi sepultado, como consta no documento da declaração de óbito. O motivo para tal fato, como citado anteriormente, tem duas explicações: a primeira, baseada em relatos e publicada

por vários autores, é embasada na falta de um médico para atestar o óbito de Nhá Chica; e a segunda explicação, baseada em reportagem publicada no jornal O Patriota, tem na comoção popular e na veneração do corpo da beata o motivo para o ocorrido. A certidão de óbito confirma o prazo que o corpo ficou insepulto, mas não cita o motivo. Desse ocorrido surgiu, segundo relatos, o odor de rosas que o corpo da beata exalou durante o período de exposição.

Os relatos de levitação e o possível odor de rosas exalado de seu corpo nos remete a ideia do mito como forma de criar fatos e explicações para atender a um interesse comum.

Com sua morte, a fama da “santinha de Baependi” começou a se espalhar. Os relatos de graças alcançadas e milagres realizados por seu intermédio começaram a avolumar-se e a capela erguida por obra de Nhá Chica passou a receber um número maior de visitantes, atraídos pela fé na beata.

Muitos devotos ao adentrar o recinto e penetrar nessa capela, hoje reformada, é como respirar uma atmosfera toda impregnada do sobrenatural, porque saturada de lembrança de quem ai viveu entre o céu e a terra, recebendo comunicações divinas. (PALAZZOLO, 1973, p. 121).

Além da capela que se tornou um santuário, podemos atribuir à história de Nhá Chica outro legado, um abrigo construído em 1958, quando foi oficializado o Estatuto da Fundação Nhá Chica, e consta como finalidades: “a) abrigar e instruir crianças desprotegidas, proporcionar-lhes meios de se tornarem úteis a si e a sociedade; b) abrigar a velhice desamparada; c) praticar assistência social em geral, através de ambulatórios, creches, etc.” (PALAZZOLO, 1973, p. 140-141). Em 2003 o abrigo Nhá Chica passou à categoria “Associação Civil Beneficente”.

Talvez a resposta para o investimento, realizado por Nhá Chica, no douramento do altar-mor da Igreja Matriz de Baependi esteja, justamente, na busca do legado como forma de perpetuar seu nome na história. Francisca de Paula de Jesus não poderia imaginar que entraria para a história como beatificada e com vistas à canonização. Então, investir na obra da igreja matriz, como forma de inscrever e deixar marcada na história de Baependi sua liderança carismática católica, como um processo concebido em pensamento, participando da representação do espaço, assim ela o fez.

As modificações continuaram em 2015, ano no qual a ABNC - Associação Beneficente Nhá Chica deu início à obra de ampliação da quadra da Associação Nhá Chica. Nesse local, além de salas de atendimentos diversos para o setor pedagógico e social da ABNC, também estará disponibilizado espaço para eventos culturais e celebrações.⁸⁸ Nas celebrações religiosas, como constatado *in loco*, é recorrente o destaque ao fato de que o maior legado da beata foi a fé, reafirmando a já exposta crítica à religião ao entendê-la como uma produção do próprio homem.

4.2 EM BUSCA DA BEATIFICAÇÃO: UMA HISTÓRIA EM CONSTRUÇÃO

O início da campanha pela canonização de Nhá Chica deu-se pela primeira vez em 1952. Nesta época um conjunto de devotos baependianos, estabelecendo uma ordem local, organizou e promoveu o início da Campanha Pró-canonização. Um livro foi elaborado com documentos em favor da causa e nele consta a data do início do processo em julho de 1952 (BAEPENDI, 1952). É importante destacar que nesta época a campanha não contava com apoio das autoridades eclesiásticas. O Jornal O Baependiense, em sua edição de 26 de outubro de 1952, trazia uma matéria intitulada: Nhá Chica Izabel – sua vida e seus milagres. Essa matéria tratava sobre a ideia de santidade de Nhá Chica divulgando a campanha pró-canonização. Nessa reportagem a foto da beata foi publicada e havia um pedido para que os relatos de graças alcançadas fossem divulgados (O BAEPENDIENSE, 1952).

Depois de alguns anos, com reuniões na Cidade de Campanha, diocese da qual Baependi faz parte, foi instalada a Comissão em prol da Beatificação, que teve início em 1989 e instalada em definitivo em 14 de janeiro de 1992, sob orientação do relator padre José Luís Gutiérrez com experiência nas canonizações de Frei Galvão, na Cidade de Guaratinguetá, no Estado de São Paulo, e Madre Paulina, na Cidade de Nova Trento, no Estado de Santa Catarina.

Segundo Cadorin et al (2015), no Encontro Nacional dos Bispos do Brasil, ocorrido em 1990, o Bispo Dom Roque Oppermam apresentou a intenção do Processo de Beatificação de Francisca de Paula de Jesus, sem haver objeções.

⁸⁸ Ampliação da quadra da ABNC em Baependi. Disponível em: <<http://www.correiodopapagaio.com.br/regional/ampliao-da-quadra-da-abnc-em-baependi>> Acesso em 31 de out. de 2015.

Em 1991, durante o período de abertura do processo, o bispo Dom Roque Oppermam solicitou à Congregação das Causas dos Santos o “nada consta”, que foi conseguido no mesmo ano, ocasião em que Nhá Chica recebeu o título de “Serva de Deus” (CADORIN et al, 2015), configurando, desta forma, a intervenção de uma ordem distante no processo de beatificação.

A Congregação para as Causas dos Santos institui uma série de etapas pelas quais passa cada processo da beatificação, a saber: 1- Causas de beatificação e canonização, 2- Fase preliminar da causa, 3- Instrução da causa, 4- Recolha das provas documentais, 5- Recolha das provas testemunhais, 6- Clausura do inquérito, 7- Reconhecimento canônico dos restos mortais de um Servo de Deus.⁸⁹

Em julho de 1993, foi instaurado o Tribunal pela Causa de Beatificação de Nhá Chica, em Campanha-MG, e a documentação referente ao processo foi enviada a Roma em 1995 tendo como postulador o Monsenhor José do Patrocínio Lefort, da diocese de Campanha (CADORIN et al, 2015). O Processo Informativo Diocesano começou em 16 de julho de 1993, tendo sido encerrado em 1995. Conforme Seda (2013, p. 320), “a causa ficou parada até 1998, por questões técnicas, quando assumiram: o postulador Frei Paolo Lombardo e a vice postuladora Irmã Célia Cadarin”. No encerramento do processo de Beatificação o Postulador foi Dr. Paolo Vilotta.

Em 18 de junho de 1998, foi feito o reconhecimento dos restos mortais de Nhá Chica na presença de autoridades eclesiais, do Tribunal Eclesiástico pela Causa de Beatificação e médicos legistas. Ainda em 1998, o Tribunal apresentou à Diocese de Campanha um provável milagre para ser analisado pelo Vaticano.⁹⁰

No dia 18 de junho de 1998, 103 anos depois do sepultamento de Nhá Chica, foi aberto o túmulo onde se encontravam os restos mortais da Santinha de Baependi; estavam presentes: autoridades eclesiais, membros do Tribunal Eclesiástico pela Causa da Beatificação de Nhá Chica e os pedreiros. Segundo as declarações de dom Diamantino Prata de Carvalho, bispo de Campanha, que estava presente à exumação de Francisca de Paula de Jesus, “um perfume como de rosas provinha do túmulo dela”. O que foi sentido por todos que estavam no recinto (SACRAMENTO, 2006, p. 145).

⁸⁹ Congregação para as Causas dos Santos. Disponível em: http://www.vatican.va/roman_curia/congregations/csaints/documents/rc_con_csaints_doc_20070517_sanctorum-mater_po.html#_ftnref18 Acesso em: 01 de nov. de 2015.

⁹⁰ A beatificação. Disponível em: <http://www.nhachica.org.br/sobre-a-nha-chica-a-beatificacao.php> Acesso em 01 de nov. de 2015.

Consta no livro sobre a exumação de Nhá Chica o testemunho do Monsenhor Geraldo Junqueira relativo a essa etapa do processo de beatificação. Segundo o Monsenhor, foram dez horas de escavações até encontrar o caixão com os restos mortais da beata. A grande profundidade encontrada deve-se às várias reformas que a capela sofreu, mas o túmulo permaneceu intacto no lugar originalmente instalado (JUNQUEIRA, 2000).

A exumação do corpo de Nhá Chica ocorreu em 18 de junho de 1998 e compôs a fase final do processo de beatificação. Estavam presentes no momento da escavação o postulador Pe. Paolo Lombardo, a vice-postuladora Ir. Célia S. Cadornin, o bispo diocesano, Dom Diamantino Prata de Carvalho, os representantes do Tribunal Eclesiástico, os representantes da Comissão Histórica, o Pároco Monsenhor Geraldo Junqueira, as Irmã Mirian Scalioni, diretora da Associação Beneficente Nhá Chica, e Irmã Jorgina de Matos, de padres de cidades circunvizinhas, dois médicos peritos, de Belo Horizonte-MG, além do engenheiro Ubirajara Rocha de Castro e de pedreiros que trabalharam na abertura do túmulo (CADORIN et al, 2015, p. 104-105).

A publicação da “Positio”, documento que reúne todos os dados e testemunhos recolhidos durante a fase Diocesana, corresponde à primeira etapa do processo de beatificação e aconteceu no dia 30 de outubro de 2001. O documento seguiu para o Vaticano para ser apreciado pela Congregação das Causas dos Santos. (PASSARELLI, 2013; SEDA, 2013).

Em 30 de abril de 2004, os religiosos brasileiros reunidos na 42ª Assembleia Geral de Bispos do Brasil (CNBB) assinaram um documento pedindo pela beatificação de Nhá Chica. O documento reuniu 204 assinaturas de Bispos de 25 estados brasileiros e foi encaminhado pela Diocese de Campanha ao Papa João Paulo II⁹¹.

Em 2005 foi inaugurado o Memorial de Nhá Chica, requisito fundamental ao Processo de Beatificação (CADORIN et al, 2015). Esse memorial, juntamente com a casa de Nhá Chica, transformada em museu, são constantemente visitados pelos/as visitantes que chegam ao santuário. O memorial expõe documentos, livros, vídeos, utensílios da beata e o museu abriga o mobiliário e a imagem original de Nossa

⁹¹ A beatificação. Disponível em: <http://www.nhachica.org.br/sobre-a-nha-chica-a-beatificacao.php> Acesso em 01 de nov. de 2015.

Senhora da Conceição que Izabel, mãe de Nhá Chica, trouxe para Baependi. Em um cômodo do museu está instalada a sala de ex-votos.

No dia 8 de junho de 2010, no Vaticano, deram parecer favorável às Virtudes da Serva de Deus Nhá Chica, e no dia 14 de janeiro de 2011, o Papa Bento XVI aprovou as suas Virtudes Heroicas: castidade, obediência, fé, pobreza, esperança, caridade, fortaleza, prudência, temperança, justiça e humildade.

A graça⁹² atribuída à Nhá Chica e reconhecida pelo Vaticano como um milagre⁹³ refere-se à professora Ana Lúcia Meirelles Leite, moradora de Caxambu, Minas Gerais. A professora e dona de casa foi curada de um problema congênito grave no coração, sem precisar passar por cirurgia, apenas pelas orações e pedidos a Nhá Chica. O fato se deu em 1995, sendo apresentado ao Tribunal Eclesiástico em 1998. De acordo com Cadorin et al (2005, p. 106), “a aprovação do milagre registrado por Ana Lúcia Meirelles Leite, por intercessão de Nhá Chica, finalmente veio em 14 de outubro de 2011, quando a Comissão dos Médicos do Vaticano, reconheceu que a cura não tinha explicação científica”. A comissão médica da Congregação das Causas dos Santos analisou o milagre ocorrido por intercessão de Nhá Chica em favor da senhora Ana Lúcia e todos os 07 médicos deram voto favorável: a cura não tem explicação científica.⁹⁴ Esse fato é divulgado por todos os canais de comunicação e marketing relacionados a Nhá Chica. Graça e/ou milagre? Teria acontecido a confirmada cura mesmo sem a professora ter recorrido em orações e pedidos à beata?

Em Marx (1975), entendemos o homem como um ser dotado de carências ou necessidades, na busca de um “Deus” transcendente que fornecerá apoio para as dificuldades. Neste sentido, a busca pelas religiões e tudo o que nelas está contido, como as graças e os milagres, pode ser compreendido como alienação, o “ópio” para amenizar as mazelas cotidianas.

⁹²A graça é compreendida como uma ajuda divina por merecimento pelo êxito das atividades do homem. Essa ajuda, todavia, não se exprime como perturbação das leis naturais, mas como um suplemento no seio da própria natureza, uma assistência particular que Deus concede intensificando as potencialidades naturais (MARTINS, 2006).

⁹³O milagre diz respeito a um acontecimento que se distingue do habitual desenvolvimento da realidade e possui particularidades. O Discatério (departamento do governo da Igreja Católica que compõem a Cúria Romana) examina, nas causas dos santos, as curas e os milagres. Há a necessidade da intercessão de um servo de Deus para que o pedido seja atendido (Idem).

⁹⁴A beatificação. Disponível em: <http://www.nhachica.org.br/sobre-a-nha-chica-a-beatificacao.php> Acesso em 01 de nov. de 2015.

O Papa Bento XVI promulgou o Decreto da Beatificação de Nhá Chica, sendo que a cerimônia oficial aconteceu aos 04 de maio de 2013, em Baependi.

No Brasil, foi proclamada Beata Francisca de Paula de Jesus, chamada Nhá Chica. A sua vida simples foi inteiramente dedicada a Deus e à caridade, a tal ponto que lhe chamavam «mãe dos pobres». Uno-me à alegria da Igreja no Brasil por esta luminosa discípula do Senhor.⁹⁵

Percebe-se a satisfação da Igreja Católica na promoção de mais um beatificado, na busca de eleger mais discípulos.

O processo de beatificação, como visto, parte de uma ordem local, de interesses intrínsecos de uma comunidade e só conseguiu atingir seu objetivo com a intervenção e aprovação de uma ordem distante. Estabelece-se neste momento uma relação dialética na produção espacial de Baependi, na qual as práticas sociais que a compõem e a produzem estão influenciadas e, ao mesmo tempo, influenciando as ações, ou seja, a representação do espaço, uma ideologia, contém a prática social, com as produções e reproduções, e atua na ordem próxima, interferindo no modo de vida de quem usa esse espaço.

Desta forma, o processo de beatificação de Nhá Chica contribui nessa produção sócio-espacial ao conter, dialeticamente, a ordem intrínseca na representação do espaço e a produção representada na prática espacial que culminaram na apropriação e produção dos espaços da representação.

O item 4.2.1 deste trabalho dedica-se a investigar as facilidades criadas pela Igreja Católica para a criação de um santo e questiona a importância deste símbolo para a manutenção da religião.

⁹⁵ No original: In Brasile è stata proclamata Beata Francisca de Paula De Jesus, detta «Nhá Chica». La sua vita semplice fu tutta dedicata a Dio e alla carità, tanto che era chiamata «madre dei poveri». Mi unisco alla gioia della Chiesa in Brasile per questa luminosa discepola del Signore. Disponível em: <http://w2.vatican.va/content/francesco/it/angelus/2013/documents/papa-francesco_regina-coeli_20130505.html>. Acesso em 01 de nov. de 2015.

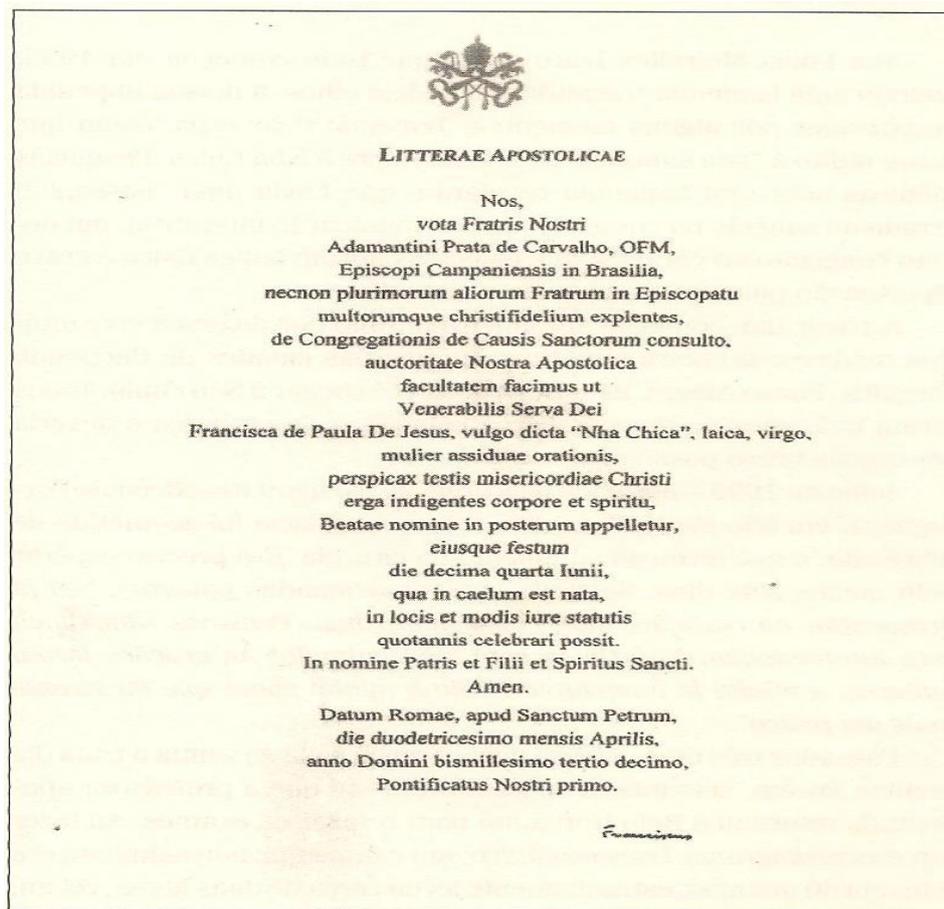


Figura 60- Decreto de Beatificação⁹⁶
 Fonte: Cadorin et al, 2015

Interessante destacar que a data da festa de Nhá Chica, 14 de junho, data de sua morte, foi mantida, não prevalecendo a data da beatificação como data festiva.

A festa, segundo Lefebvre (2010), é uma forma de se fazer uso dos espaços, ou seja, das ruas e praças da cidade, inserindo neles a realidade social, concretizando sentido para a vida. Percebe-se nas observações do autor que a dimensão cultural da festa evidencia o caráter sócio-espacial como uma experiência coletiva, fazendo dela um lugar de trocas. A festa, então, transformada em mercadoria, estabelece a relação de consumo inserida na lógica de acumulação

⁹⁶ Nós, acolhendo o pedido de nosso irmão, Diamantino Prata de Carvalho, ofm, Bispo da Diocese de Campanha, no Brasil, de muitos irmãos no Episcopado e de muitos fiéis, após termos consultado a Congregação das Causas dos Santos, com nossa Autoridade Apostólica, concedemos que a Venerável Serva de Deus Francisca de Paula de Jesus, conhecida como "Nhá Chica", leiga, virgem, mulher de assídua oração, perspicaz testemunha da misericórdia de Cristo para com os necessitados do corpo e do espírito, doravante seja chamada Beata e que se possa **celebrar sua festa, todos os anos, no dia 14 de junho**, dia de seu nascimento, nos lugares e segundo as regras estabelecidas pelo direito. Em nome do Pai e do Filho e do Espírito Santo. Amém. – Papa Francisco (grifo nosso).

capitalista em uma relação dialética entre sua realização e o espaço reproduzido cotidianamente.

O cotidiano na concepção de Lefebvre está estruturado em dois quadros: a miséria e a grandeza. O primeiro quadro diz respeito aos trabalhos repetitivos, as relações básicas que envolvem necessidades e dinheiro, a penúria, a escassez, enfim, as relações diárias que pesam na cotidianidade. Não estabelecendo um contraponto, mas sim, possibilidades, o segundo quadro, aponta para o lugar do nascimento das contradições, o lugar das lutas, dos antagonismos, em suma, a possibilidade de fazer da vida cotidiana uma obra (LEFEBVRE, 1991).

Pode-se elencar a festa de Nhá Chica como um elemento constituinte da cotidianidade, uma vez que o que se realiza nela faz parte de materialidade do cotidiano. Para Costa (2010, p. 54), as festas como obras do homem, “sempre foram momentos de alegria e exageros permitidos, de trocas e usos diferentes daqueles que marcam a luta pela sobrevivência cotidiana; são a alteração dionisíaca da rotina”, o que pode sinalizar uma ruptura, mesmo que momentânea. Garcia Canclini (1983) não caracteriza as festas como eventos alheios ao cotidiano, uma vez que as diferenças sociais e econômicas se repetem em suas realizações, mas destaca sua potencialidade como “possibilidade de mudanças”, o que aponta para o estabelecimento de um movimento de ruptura. Lefebvre (1991) afirma que a festa não desaparece na cotidianidade e que, em uma sociedade marcada pelo fim da penúria, a restituição da festa adquire um sentido novo; de ruptura do cotidiano.

Para compreender essa ruptura, resgataremos o método regressivo-progressivo estabelecido por Lefebvre (1979), o qual busca entender o presente, partindo do momento atual em direção ao passado, não somente para explicá-lo, mas como forma de esclarecer os processos que tendem a apontar para o futuro. Assim, ao estudar o objeto no contexto atual (dimensão sincrônica), e na coexistência de processos históricos diferentemente datados (dimensão diacrônica), o autor tende a compreender o objeto de forma aberta ao devir estabelecendo relações com a prática concreta, que modifica-o, estabelecendo rupturas.

Percebe-se que a festa de Nhá Chica, mesmo como parte da materialidade do cotidiano, estabelece rupturas, em diferentes perspectivas, na cotidianidade de Baependi: a primeira diz respeito à organização da Igreja Católica. Pelo Informativo da ABNC, uma publicação mensal, pode-se confirmar que há cerimônias religiosas ao longo de todo o ano em homenagem a Nhá Chica, como sempre ocorreu desde o

momento em que houve a procura por essa personagem, mas a existência da festa de Nhá Chica, sempre aos 14 de junho, além de marcar o calendário festivo religioso do município, promove mudanças no ritmo cotidiano da Igreja Católica em Baependi. A programação da festa inclui uma novena de preparação, no santuário às 19:00 horas; na véspera do “Dia da Santa” acontece uma vigília eucarística e no dia 14 de junho, missas são celebradas às 9:00, 11:00, 16:00 e 18:00 horas, sendo essa última seguida de procissão pelas ruas da cidade. Como constatado *in loco*, a Igreja Católica direciona toda a sua atenção a essa data e a valoriza como o ponto alto das celebrações de aniversário da beata. Fica claro para os/as que visitam Baependi nesse dia, o poder e a influência que a Igreja Católica possui, uma vez que há grande mobilização em torno dos eventos e a cidade se enfeita com bandeiras e faixas contendo a imagem da “santa”. Para Maia (1999), os representantes religiosos fazem parte dos vários agentes relacionados à produção do espaço das festas, sendo “os principais organizadores/coordenadores dos rituais a serem realizados nas festas sagradas e, conseqüentemente, dos modos de apropriação do espaço” (MAIA, 1999, p. 208).

A segunda ruptura está relacionada à prática da atividade turística em torno da fé na beata. Dentro da sazonalidade que é inerente a toda a atividade turística, mesmo no segmento religioso, no qual o movimento se faz constante, destaca-se a Festa de Nhá Chica, na qual as cerimônias religiosas são o ponto alto da celebração, atraindo grande número de visitantes. Neste período de festividades, a feirinha fica instalada no entorno do santuário de Nossa Senhora da Conceição contribuindo para o acontecer turístico. Segundo Garcia Canclini (2008, p.220), nas festas, percebe-se que “os fenômenos culturais *folk* ou tradicionais são hoje o produto multideterminado de agentes populares e hegemônicos, rurais e urbanos, locais, nacionais e transnacionais”; justificando-as, desta forma, como atrativo turístico.

Nos dias da Festa de Nhá Chica (2015/2016) foram entrevistados 53 visitantes⁹⁷ e constatamos que 54% são mulheres e 46% são homens. Desse total, 60% são casados, 42% apresentam escolaridade relativa ao ensino fundamental e 71% dos entrevistados estão na faixa de renda entre 1 a 3 salários mínimos. As faixas etárias entre 36 e 55 anos são as mais representadas.

⁹⁷ Esse número de entrevistados/as nas edições da festa (2015/2016) está incluído no total de entrevistados ao longo do trabalho de campo para a elaboração desta dissertação de mestrado.

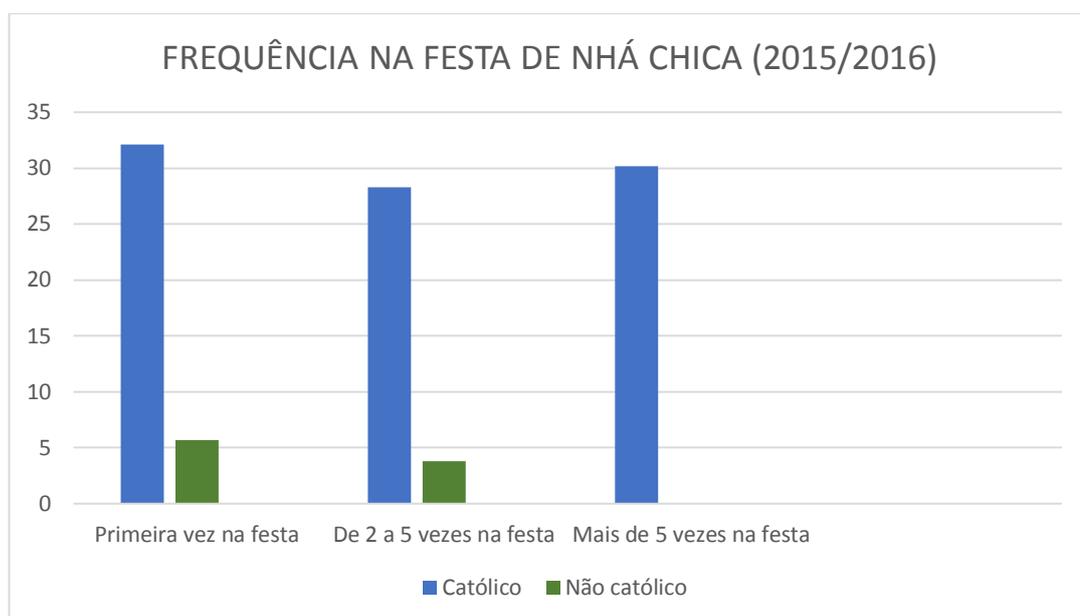


Figura 61- Frequência na festa de Nhá Chica.
 Fonte dos dados: Trabalho de campo – 2015/2016
 Organização: dos autores

O gráfico nos dá a dimensão de quem participa da referida festa pela primeira vez e quem participa mais de uma vez. De acordo com as entrevistas, é grande o número de visitantes que frequentam a festa de Nhá Chica mais de uma vez.

Os/as visitantes católicos/as que retornam à festa, entre 2 a 5 vezes, representam 28,3% do total e os/as que estavam ali, por mais de 5 vezes, representam 30,2%. Já o/a visitante não-católico/a, frequentador da festa entre 2 a 5 vezes, representa 3,8%.

Os/as visitantes que estavam na festa pela primeira vez totalizaram 32,1% de católicos/as e 5,7% de não-católicos/as. Nota-se um aumento percentual de visitantes participantes pela primeira vez na festa; isso pode estar relacionado ao aumento percentual na quantidade dos/as que se dizem devotos/as da beata.

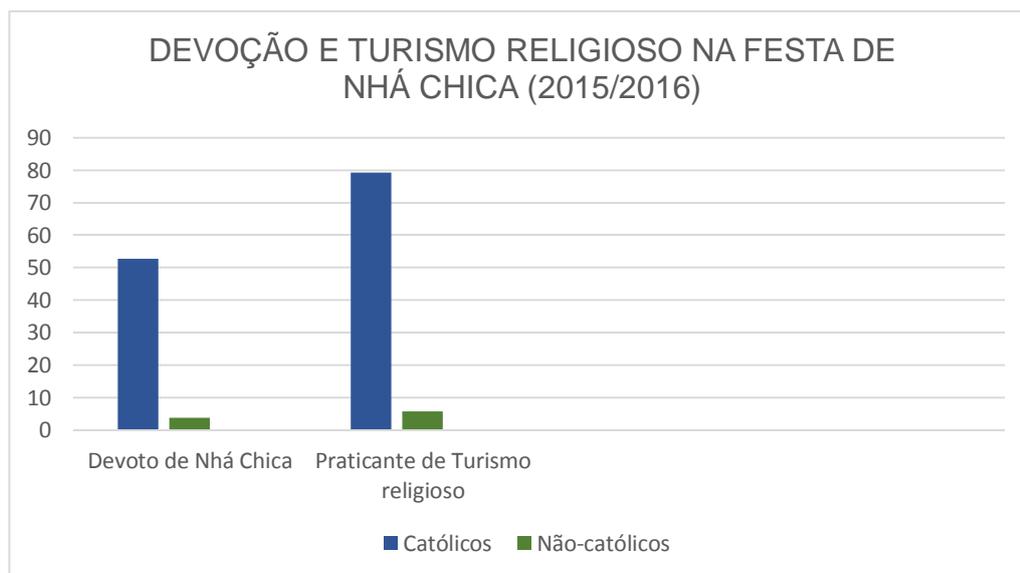


Figura 62- Devoção e turismo religioso na festa de Nhá Chica.
 Fonte dos dados: Trabalho de campo – 2015/2016
 Organização: dos autores

Afirmar-se como devoto/a de Nhá Chica representa 52,8% dos/as visitantes católicos/as que frequentam a festa. Fato que está diretamente relacionado à quantidade de visitantes que se identificam como praticantes de turismo religioso. Essa relação é condizente mesmo com o/a visitante não-católico/a. Quanto aos/as turistas religiosos/as, podemos afirmar que os/as que assim se identificam são atraídos por Nhá Chica, não sendo necessariamente devotos. O fato de haver muitos/as visitantes católicos/as justifica o tipo de turismo religioso em questão.

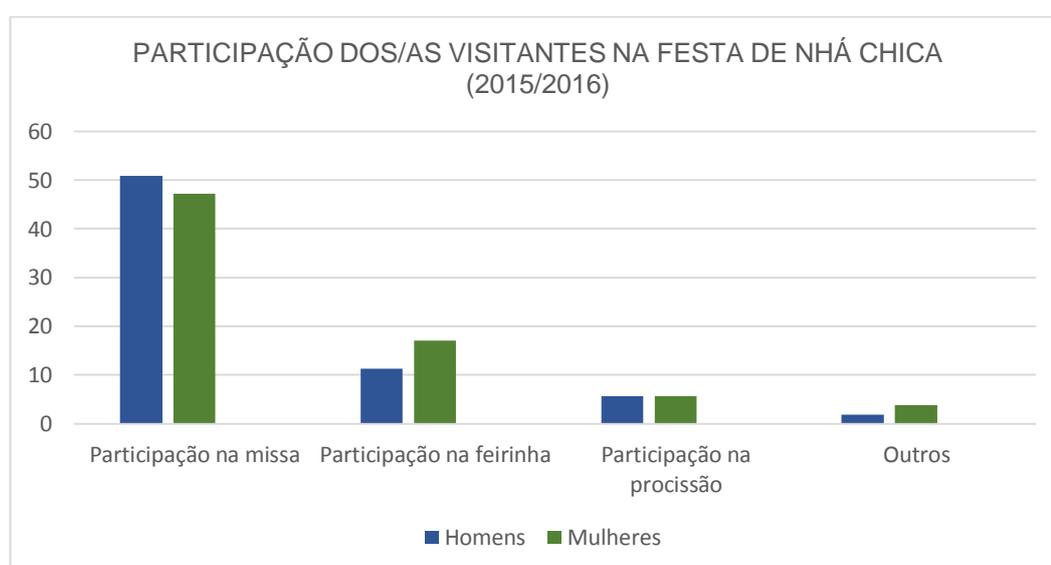


Figura 63- Participação dos/as visitantes na festa de Nhá Chica.
 Fonte dos dados: Trabalho de campo – 2015/2016
 Organização: dos autores

Quando perguntado ao/à visitante sobre quais eventos iria participar no dia da festa, a maioria, 98,1%, indicou a missa. A participação na feirinha, na busca de lembrancinhas relacionadas à beata foi indicado por 28,3% dos entrevistados/as e, com 11,4%, a participação na procissão foi indicada. De acordo com as entrevistas, pode-se afirmar que houve aumento entre os/as visitantes que participaram da feira, contribuindo para a movimentação do comércio no dia da festa. Os bares, praças e o forró, integrantes da categoria “outros”, representaram 5,7%. Destaca-se que os/as visitantes elegeram mais de uma resposta para essa questão.

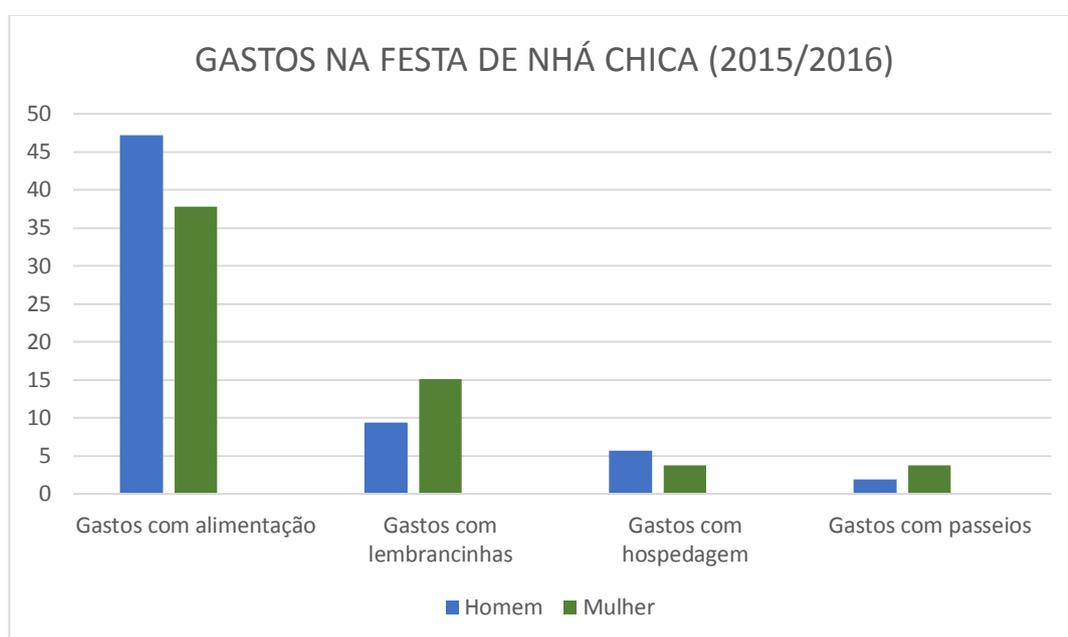


Figura 64- Gastos na festa de Nhá Chica.
 Fonte dos dados: Trabalho de campo – 2015/2016
 Organização: dos autores

Com base no gráfico, constata-se que o dia da festa atrai o/a visitante do tipo “bate e volta”, que não se hospeda no local visitado, mesmo que tenha havido um aumento em comparação às duas edições. Esse aumento aponta para um maior consumo da rede hoteleira e pode estar associado também ao aumento no número de hotéis na cidade. Com relação aos/as que se hospedam, destacamos que a maioria faz um pernoite, retornando para seu local de origem ao final das celebrações do dia da festa.

O maior gasto realizado pelos/as visitantes está relacionado com alimentação, apontando o consumo nas lanchonetes e restaurantes da cidade. Destacam-se também as compras de produtos relacionados a Nhá Chica, sendo que 11%

compram para o próprio consumo, 33% para presentear e a maioria, 56% compram para o consumo e para presentear. As compras de produtos relacionados à beata apresentaram crescimento quando comparadas as duas edições. Pode-se explicar esse fato pelo aumento no número de visitantes pela primeira vez no dia da festa (conforme figura 61, p. 174) e também, pelo aumento em residências no entorno do santuário que se transformaram em lojas de produtos religiosos relacionados a Nhá Chica.

O fato do turismo religioso ser o mais divulgado no momento em Baependi influencia diretamente no tipo de turista que o município está recebendo, retratando, desta forma, o tipo de consumo por ele gerado. Por se tratar de uma festa litúrgica, a missa continuou a ser o evento apontado como o de maior participação pelos/as entrevistados/as. Em 2015 comemorou-se os 120 anos da páscoa da beata e, segundo dados do site oficial de Nhá Chica, mais de cinco mil pessoas de diversas cidades do sul de Minas Gerais e de outros estados brasileiros estiveram presentes na missa solene⁹⁸.

Constata-se, desta forma, que a data da festa ser atribuída à data de morte da beata, aponta para uma organização, na qual aliou-se o motivo religioso como atrativo, e a lógica do interesse mercadológico. Conforme o exposto, pode-se apontar uma série de agentes relacionados à produção do espaço da festa. Para Maia (1999), o poder público, os representantes religiosos, a mídia e os patrocinadores são representativos neste sentido.

Segundo Lefebvre (2006), o espaço deve ser analisado dentro das variadas relações que o produzem e o reproduzem incessantemente. Assim, o objeto de análise é o seu processo de produção estabelecido no tempo. Esse processo de produção abarca elementos políticos, econômicos e culturais, citados por Gottdiener (2010) como interseccionais, ao abranger as várias dimensões da vida social.

Como verificado *in loco*, os dias da festa são os mais movimentados em Baependi, contando com a presença de romarias e excursões, o que acarreta concentração de ônibus na cidade, apresentando problemas com trânsito de veículos, não existindo estacionamento reservado, restando-lhes as ruas próximas ao santuário para tal. Há grande concentração de pessoas nas ruas da cidade, principalmente no entorno do santuário; as missas no dia da beata contam com

⁹⁸ Missa Solene celebra a Beata Nhá Chica: Disponível em: < <http://www.nhachica.org.br/fique-sabendo-noticias.php?codDetalhe=529>> Acesso em 25 de junho de 2015.

lotação máxima e há filas para visitar a casa de Nhá Chica e para registrar graças na ABNC. No adro da igreja encontram-se banheiros químicos para uso dos/as visitantes. Nota-se a falta de envolvimento do poder público, não havendo ações por parte da prefeitura em um evento de destaque para o município. Nas duas edições analisadas não foi encontrado nenhum tipo de receptivo turístico relacionado a orientações. Assim, aspectos positivos e também negativos podem ser apontados, confirmando que a produção do espaço envolvido na festa apresenta contradições, estas que são inerentes a todo processo de produção espacial, como visto em Lefebvre (2006).

O processo de beatificação de Nhá Chica, iniciado em 1992, contem ações que impactam em mudanças espaciais, ao atribuir novos valores de uso a espacialidade de Baependi. Conforme já constatado, o fluxo de visitação aumentou após a beatificação alterando a dinâmica sócio-espacial do município e implicando em transformações decorrentes do aumento da prática turística como visto até aqui.

Conforme registrado em Cadorin et al (2015), o dia 04 de maio de 2013, data da beatificação de Nhá Chica, entrou definitivamente para a história do município de Baependi. A cidade foi enfeitada para receber os/as 45 mil visitantes juntamente com o Cardeal Ângelo Amato, o Cardeal Raymundo Damasceno Assis, o bispo diocesano de Campanha-MG, Dom Frei Diamantino Prata de Carvalho, o pároco da cidade e os 19 bispos e arcebispos de várias partes do Brasil juntamente com o Postulador da Causa de Beatificação de Nhá Chica, Paolo Vilotta. Em uma missa com duração de três horas, músicos de Baependi, Caxambu, São Lourenço e Lambari compuseram o Coro e a Orquestra de Câmara que acompanhou a cerimônia assistida pelos que estavam no espaço reservado para o evento e os que acompanharam pelas emissoras de televisão ou pelos quatro telões espalhados pela cidade. A cobertura contou com emissoras de televisão, católicas e comerciais, jornais regionais e emissoras de rádio. Durante a cerimônia foi realizada a leitura do Decreto de Beatificação e apresentação da imagem oficial de Nhá Chica. Ana Lúcia Meirelles, personagem reconhecida pelo Vaticano como milagre de cura, trouxe para o altar da celebração um relicário, contendo um fragmento de osso do antebraço da beata. A cerimônia contou com a participação do Governador de Minas Gerais, Antônio Anastasia, o Ministro Gilberto Carvalho, representando a Presidente Dilma Rousseff, o Prefeito e vereadores do Município de Baependi, prefeitos de cidades vizinhas, além das Irmãs Franciscanas do Senhor, guardiãs do acervo da beata.



Figura 65- Fotografia da Cerimônia de Beatificação
 Fonte: Coletânea Fotográfica – Beatificação de Nhá Chica/2013



Figura 66- Fotografia dos/as visitantes no dia da beatificação
 Fonte: Coletânea Fotográfica – Beatificação de Nhá Chica/2013

Durante a fase de entrevistas com os/as moradores no Bairro Centro, bairro do santuário de Nossa Senhora da Conceição, segundo o depoimento de uma moradora, foram dias de grande movimentação em Baependi. A moradora destaca a grande circulação de ônibus, carros e de pessoas. Fato que, segundo ela, já era esperado pelos/as moradores/as, pois muitos/as montaram barraquinhas na varanda de suas casas para vender lanches, lembrancinhas da beata e cobrar para uso do banheiro (20/07/16). Nota-se como os/as moradores/as alteraram a ordem ao se apropriarem do espaço e dele buscarem uma forma de lucro.

Como visto na figura 66, p. 179, pode-se afirmar que a divulgação sobre a cerimônia de beatificação foi bem realizada, atraindo visitantes de várias partes de Minas Gerais e também do Estado do Rio de Janeiro.

No domingo, 05 de maio de 2013, às 10:00hs, uma Missa de Ação de Graças foi realizada no local da celebração da beatificação e às 18:00hs uma procissão percorreu as ruas da cidade até o santuário de Nossa Senhora da Conceição para entronizar a imagem oficial e a urna com os restos mortais de Nhá Chica à esquerda do altar principal (CADORIN et al, 2015).

O final de semana, 04 e 05 de maio de 2013, configura-se como a terceira ruptura a ser analisada em Baependi. Nota-se nos registros de Cadornin et al (2015), freira que acompanhou todo o processo de beatificação, e nas entrevistas com os/as moradores/as, o impacto que as festividades da beatificação causaram. Mesmo já havendo um movimento turístico religioso rotineiro, que contabiliza aumento em sua demanda pelo apelo religioso e comercial do dia da festa de Nhá Chica, a data da beatificação figurou como uma ruptura na cotidianidade do município. Desta forma, a data da beatificação entrou para a história, marcando o dia de maior movimentação de visitantes, sejam turistas, romeiros, peregrinos ou devotos. A festa religiosa da beatificação foi a maior registrada até então, algo que pode ser superado com o possível evento da canonização.

Em entrevista noticiada pelo site Paróquia do Divino Espírito Santo⁹⁹, o bispo Dom Diamantino, da diocese de Campanha, que acompanhou o processo de beatificação, diz esperar com confiança pela santificação de Nhá Chica. Segundo o bispo, “Precisamos de um milagre que não tenha explicação científica, como foi o de

⁹⁹ 'VAMOS MANTER A ESPERANÇA', DIZ DOM DIAMANTINO SOBRE CANONIZAÇÃO DE NHÁ CHICA. Disponível em: < <http://paroquiadodivino.com.br/site/noticias/vamos-manter-esperanca-diz-dom-diamantino-sobre-canonizacao-de-nha-chica-saiba-mais>>. Acesso em 28 de dezembro de 2016.

Ana Lúcia, mas que tenha acontecido depois da beatificação de Nhá Chica”. Se a Igreja Católica conseguir provar mais um milagre com a intercessão de Nhá Chica, a beata poderá se tornar a terceira santa brasileira (Frei Galvão e Madre Paulina são os religiosos brasileiros já santificados pela Igreja)¹⁰⁰.

Caso seja consumada a canonização, o fluxo de visitação deverá aumentar, devido à divulgação e marketing a serem realizados sobre o fato. Desta forma, mudanças deverão ocorrer na estrutura de Baependi, proporcionando uma nova organização espacial, fruto da relação dialética entre as ações e estrutura.

4.2.1 A beatificação como resgate da fé

De acordo com o Censo demográfico de 2010, a Igreja Católica no Brasil está encolhendo em número de fiéis. Como o número de beatificações vem aumentando com o passar dos anos, questiona-se se esse fato está associado a um processo de tentativa de resgate desses fiéis afastados.

Estará a Igreja Católica apostando, na atualidade, em números maiores de beatificações numa tentativa de resgatar seus fiéis, atrair mais adeptos, ou estaria produzindo novas referências e símbolos para ocorrer maior identidade com a religião católica?

A beatificação de Nhá Chica, ocorrida em maio de 2013, contribuiu para uma maior divulgação da “Santa do Sul de Minas”. De acordo com dados oficiais da Associação Beneficente Nhá Chica, o número de visitantes aumenta a cada ano, juntamente com o número de devotos e graças alcançadas. Segundo funcionário da ABNC¹⁰¹, aos 26 de abril de 2015, foi aberto o livro de número 86 para registro de graças alcançadas, que totalizam aproximadamente 30 mil já registradas (08/12/2016). Conforme constatado *in loco*, há um balcão com uma atendente para registro de romarias que chegam ao santuário e também, para registrar as graças alcançadas. O primeiro livro de registro de graças por intercessão de Francisca de Paula de Jesus data de 1911. (CADORIN et al, 2015). Em pesquisa realizada nos dias da festa de Nhá Chica¹⁰², foi constatado que 56,6% dos/as visitantes consideram-se devotos/as da santa, destes/as, 37,8% estavam conhecendo o

¹⁰⁰ Idem.

¹⁰¹ Funcionário da ABNC. Depoimento. [08 de dezembro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

¹⁰² Pesquisa realizada nos dias da festa de Nhá Chica 2015/2016.

santuário pela primeira vez e 62,3% estavam visitando a cidade por mais de duas vezes. Dados que podem contribuir para entendermos a importância de um símbolo, reconhecido pelo Vaticano, para a Igreja Católica na atração de fiéis que estavam afastados, na conversão de novos e também na manutenção dos já existentes, principalmente os/as fiéis do Município de Baependi, uma vez que os/as moradores/as enfeitam suas casas de branco e amarelo, as cores do Vaticano, para expressar sua fé e o orgulho de pertencerem à Terra de Nhá Chica, como a cidade passou a ser conhecida. Percebe-se, desta forma, a influência do Vaticano, confirmando a presença de uma ordem distante na concepção do espaço, impactando no espaço vivido do morador e do visitante que chega ao município.

Diante de uma atualidade em que o religioso torna-se cada vez mais plural e complexo, esse religioso compete entre si, tornando-se um “mercado”, e pode levar a uma maior busca pelas igrejas, pelos rituais, como um elemento de atração.

Marx já anunciava o fim das religiões, não como lutas contra elas, mas como uma transformação da sociedade agindo conscientemente e no controle de seu movimento social (MARX, 2014). Desta forma, a religião juntamente com o conhecimento ditado pelo religioso passa a ser questionado ou recusado.

Com a célebre frase, “religião é o ópio do povo”, Marx tece uma crítica à forma como o homem busca a religião para aliviar e suportar a realidade. A religião para ele atuaria como uma ideologia, um reflexo ilusório das relações de dominação de classe, criando uma falsa consciência. A crítica de Marx é justamente ao fato do homem religioso buscar o acalento do sofrimento no paraíso, no além e justamente pela religião “dominar” a sociedade e conformá-la frente à exploração do momento (MARX, 2014; STROMBERG, 1979).

Segundo Santos (1992, p. 96), “os sistemas lógicos evoluem e mudam, os sistemas de crenças religiosas são recriados paralelamente à evolução da materialidade e das relações humanas e é sob essas leis que a natureza vai se transformando”. Essa transformação está em curso e pode afetar o papel de influência das igrejas na sociedade, principalmente a Igreja Católica no Brasil.

Atualmente o catolicismo no Brasil encolhe. Fato constatado pelo Censo Demográfico do ano de 2010. Mais precisamente, ele aponta a continuidade do declínio do catolicismo de 73,8% em 2000 para 64,6% em 2010. Nota-se nas análises de Camurça (2013) sobre os dados religiosos do Censo, que pela primeira vez essa queda é de fato absoluta, pois a população total do país cresceu e a

população católica diminuiu. Essa queda, no entender de Fernandes (2013, p. 113), “resulta de uma persistente tendência que ameaça a hegemonia da Igreja Católica em um cenário de diversificação sociocultural e mudança nos modos de representar, aderir e/ou abandonar uma religião”. Diante dos dados, o declínio do catolicismo no Brasil é um fato demográfico progressivo.

Para Camurça (2013, p. 73), “é bom que se registre que ao longo da “última” década foram realizadas iniciativas e estímulos por parte da Igreja Católica no sentido de reverter a saída de fiéis [...] na busca de sintonia com os estilos da tecnologia e cultura (pós-)modernos”. Nessa tentativa de resgatar os seus fiéis, buscando praticar um catolicismo mais adequado à atualidade, inúmeros produtos são criados. Camurça (2013) destaca nesse movimento as redes católicas de TV, a atuação dos padres cantores, bandas de rock, os grupos de oração carismáticos, comunidades católicas adequadas a cada tipo de público, missas direcionadas a públicos específicos como motoqueiros ou surfistas, passando pelo mercado fonográfico e editorial, incluindo as práticas do turismo religioso.

A Igreja Católica, preocupada com o mundo moderno e a maneira de agir nele, conclamou o Concílio Vaticano II, anunciado pelo Papa João XXIII no dia 25 de janeiro de 1959. Conforme apontamentos de Maia (2002, p. 245),

com o falecimento de João XXIII, Paulo VI escolheu a continuidade do Concílio, de orientação pastoral, como tarefa fundamental de seu pontificado, determinando que o mesmo fosse reiniciado em Setembro de 1963. Na sua administração pontifical foram realizadas as sessões conciliares mais importantes, as quais versavam sobre a Doutrina Social da Igreja, o ecumenismo, os novos decretos da liturgia e a renovação.

Após a morte de João XXIII, o Papa Paulo VI, eleito em 21 de junho de 1963, teve a missão de coordenar e concluir o Concílio, o que aconteceu em dezembro de 1965. A intenção da convocação era mais com uma preocupação pastoral do que dogmática.¹⁰³ Decidiram assim, colocar a santidade ao alcance de todos no mundo e baseado no concílio facilitar o chamado universal à santidade. Desta forma, somente o papa João Paulo II canonizou 482 santos, ou seja, um número superior ao que fizeram todos seus predecessores somados, desde São Pedro até Paulo VI.

¹⁰³ O Concílio Vaticano II. In: <http://arqrio.org/formacao/detalhes/190/o-concilio-ecumenico-vaticano-ii>. Acesso em 16 de novembro de 2015.

Para facilitar esse aumento exponencial do número de servos de Deus beatificados e canonizados, João Paulo II realizou uma reforma radical das regras dos processos de canonização: reduziu de cinquenta para cinco os anos de espera para a abertura dos processos; reduziu de dois para um, os milagres requeridos para a beatificação e, depois, para a canonização e atribuiu ao próprio Promotor da Causa o encargo de evocar as objeções; permitiu ao citado Promotor fazer uma seleção das testemunhas, com a faculdade de descartar as pessoas que desejassem relatar eventos negativos sobre a personalidade em questão.¹⁰⁴

Até a conclusão e aprovação do Concílio Vaticano II, somente o Papa podia promover uma causa de canonização, mas hoje em dia, os bispos têm autoridade para isso. Portanto, em qualquer diocese do mundo pode-se iniciar uma causa de canonização.¹⁰⁵ Segundo Soares (2007, p. 129)

nos dias atuais, é somente o sumo pontífice que tem o poder para beatificar ou canonizar um servo de Deus. Existe sim um processo jurídico formal no qual trabalham muitos funcionários diferentes, desde teólogos, relatores, leigos, postuladores de causas, médicos até os próprios cardeais. Mas sem o aval do Papa, todo o trabalho de preparação e elaboração da “*Informatio*” (uma espécie de relatório sobre os milagres do candidato) e da “*Positio*” de determinado servo de Deus de nada vale.

Pode-se questionar essa nova forma de estabelecer um processo de beatificação, dado os números de beatificações na história da igreja comparados com a atualidade. O processo de beatificação de Nhá Chica insere-se nesse contexto, uma vez que, iniciado em 1992, alcançou a beatificação em 2013, ou seja, foi um processo relativamente rápido. Segundo a representante “B” da Igreja Católica, colaboradora no processo de beatificação, “Francisca de Paula de Jesus é a primeira mulher negra, neta de escrava e leiga que foi elevada à honra dos altares. Certamente é um momento especial para todos os brasileiros” (08/12/2016). Nota-se, nessa fala, a importância dada à beatificação de Nhá Chica, como também a importância da beatificação para os fiéis católicos. Importante frisar que por trás de toda a burocracia existe uma intensa produção de um santo que será valorizado na relação local-global, justamente interligando os espaços em uma tripla interação das

¹⁰⁴ O culto dos santos na Igreja Católica. In: < <http://santamariadasvitorias.org/o-culto-dos-santos-na-igreja-catolica/> > Acesso em 10 de novembro de 2015.

¹⁰⁵ As etapas de um processo de canonização. In: < <http://noticias.cancaonova.com/as-etapas-de-um-processo-de-canonizacao/> > Acesso em 14 de novembro de 2015.

relações sociais que encontram-se imbricadas pela tríade das práticas espaciais, das representações do espaço e dos espaços da representação.

Para Soares (2007, p. 01), “a santidade figura como mais um construto social em meio a tantos outros. Ela é um valor criado a partir da relação e interação de grupos que fazem uso de uma série de ações estratégicas de convencimento para que seus interesses se sobreponham aos dos outros”, demonstrando, assim, o interesse da Igreja Católica ao facilitar os processos de beatificação e lançar no “mercado religioso” cada vez mais beatificados em um processo de “produção social de um santo” (SOARES, 2007).

Para dar procedimento ao processo rumo à canonização, segundo Dom Diamantino¹⁰⁶, a igreja analisa um milagre que teria acontecido na semana da beatificação de Nhá Chica: uma mulher do Município de Lavras, no Estado de Minas Gerais, teria se curado de um câncer de mama antes que fosse realizada a cirurgia. A Igreja Católica espera a documentação e a análise médica ser encaminhada para Roma. Para Soares (2007, p. 08), “consequentemente, com o aumento do poder e da eficácia do santo, a Igreja Católica adquire mais legitimidade como fonte geradora e distribuidora de bens eficazes de salvação, podendo assim, produzir mais santos”, ampliando, desta forma, um mercado em torno do santificado, mercado esse que inclui e torna-se dinamizado pelas ações do turismo religioso.

4.2.2 As modificações da imagem de Nhá Chica: ideologia ou mercantilização?

Qual a figura de Nhá Chica?

Pelo exposto até aqui, deduz-se tratar de uma mulher negra, octogenária, vestes modestas e hábitos simples. A única fotografia da beata de que se tem registro está publicada no livro Caxambu, do médico Henrique Monat, estudioso de hidrologia que, em 1894, ao viajar pela região do Sul de Minas Gerais pesquisando as águas minerais, visitou e entrevistou Nhá Chica e a ela dedicou um capítulo de seu livro¹⁰⁷. Baseado nessa fotografia, a figura que há décadas povoa o imaginário dos conhecedores de Nhá Chica é a de uma senhora sentada em uma cadeira,

¹⁰⁶ 'VAMOS MANTER A ESPERANÇA', DIZ DOM DIAMANTINO SOBRE CANONIZAÇÃO DE NHÁ CHICA. Disponível em: < <http://paroquiadodivino.com.br/site/noticias/vamos-manter-esperanca-diz-dom-diamantino-sobre-canonizacao-de-nha-chica-saiba-mais>>. Acesso em 29 de dezembro de 2016.

¹⁰⁷ Não há referência ao local em que a foto foi realizada, uma vez que a casa da beata era de chão batido e não possuía escada em seu interior, como pode ser visto na figura 67, p. 186.

trajando um vestido floral simples, lenço na cabeça e usando como apoio a sua sombrinha. Figura que está representada na estátua que fica à esquerda na escadaria que dá acesso ao santuário de Nossa Senhora da Conceição (nº 02 do mapa 02, p.61) e em inúmeras imagens confeccionadas para representar a beata.



Figura 67- Fotografia de Nhá Chica
Fonte: Henrique Monat/1894

Esta figura da beata é vinculada constantemente na mídia, nas capas e ilustrações dos livros dedicados a ela, nas estampas das camisas das pessoas que circulam por Baependi, nas lembrancinhas vendidas nas barracas das feirinhas e nas lojas de artigos religiosos, enfim, a tudo relacionado a ela.

No evento religioso da beatificação, em maio de 2013, foi divulgada a imagem oficial da beata. Segundo a representante “A” da Igreja Católica ligada a Associação Beneficente Nhá Chica, o Vaticano decide pela imagem que irá representar o beatificado, padronizando sua representação em qualquer lugar que se queira venerá-lo no mundo (15/01/2016).



Figura 68- Fotografia da imagem oficial de Nhá Chica
Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016

Assim, em qualquer lugar do mundo em que houver culto a Nhá Chica, a imagem representada na figura 68 é a oficial a ser utilizada. Percebe-se que a beata está de pé usando vestido floral na cor rosa e lenço branco na cabeça; nas mãos um terço no lugar da sombrinha utilizada como apoio. Essa nova imagem retrata uma mulher mais jovem e o tom de pele foi clareado.

A nova imagem de Nhá Chica divide opiniões na cidade. A funcionária da Secretaria de turismo de Baependi classifica a nova imagem como “horrrível – em pé com roupinha rosa, cada vez mais branca e com este rosário que mais parece um laço de boiadeiro” (14/01/2016). A entrevistada alega que há interesse da Igreja Católica em clarear o tom de pele da beata e diz não saber o porquê da imagem estar de pé. Já para a representante “A” da Igreja católica ligada a Associação Beneficente Nhá Chica, em todo processo de beatificação, o Vaticano decide sobre a imagem oficial e nesse caso não foi diferente. Segundo ela, “somente os doutores da Igreja podem ser representados sentados e Nhá Chica, uma analfabeta, não poderia ser assim representada; isso está baseado no direito canônico” (15/01/2016).

Como constatado *in loco*, o mercado em torno da fé na beata rapidamente se adaptou à mudança. Nas barracas e lojas que comercializam artigos religiosos é possível encontrar a imagem de Nhá Chica de pé ou sentada na cadeira. A imagem é encontrada em vestidos de cores variadas e de tons de pele que variam de negra à branca. Segundo a barraqueira entrevistada, é comum encontrar turistas pedindo por uma imagem mais clarinha (20/07/2016).

Para Lefebvre (2006), o espaço é apropriado pelo homem quando transformado em obras pela técnica e por seu trabalho para atender as suas necessidades envolvendo o tempo e suas mudanças. Assim, entende-se essa apropriação como prática sócio-espacial ao transformar a natureza juntamente com os seus símbolos, projetos, projeções, utopias, atribuições de sentido e significados sobre os aspectos objetivos da realidade. Desta forma, a imagem representa mais um produto em que se transformou a beata, uma representação que é divulgada e vendida pelo mundo e dialeticamente demonstra o que é Nhá Chica, ou o que querem que ela seja, e o que as demais pessoas pensarão dela ao tomarem contato com a imagem oficial.

Em um encontro mundial da RCC (Renovação Carismática Católica), em Uganda, o historiador Cleiton Oliveira, representante da RCC Minas e coordenador diocesano do movimento na diocese de Campanha, apresentou a imagem oficial de Nhá Chica. Segundo Oliveira (2015), havia no encontro pessoas de 72 países, sendo 41 países africanos que na ocasião puderam conhecer mais sobre a história de uma neta de africanos que chegou aos altares no Brasil. Dada a sua identificação, a imagem da beata é importante na evangelização dos povos

africanos. Desta forma, na região de Benguela foi fundado um santuário com o nome de Santuário Beata Nhá Chica (OLIVEIRA, 2015).

Esta imagem oficial de Nhá Chica ficava localizada ao lado esquerdo do altar principal do santuário de Nossa Senhora da Conceição sobre uma urna de granito com os restos mortais da beata e ao lado direito do altar, ainda encontra-se a imagem de Nossa Senhora da Conceição. A partir do dia 3 de novembro de 2016 a imagem oficial da beata foi substituída por um esquite de vidro contendo o simulacro do corpo de Nhá Chica, como pode ser visto na figura 69.



Figura 69- Fotografia da nova urna e simulacro de Nhá Chica
Fonte: Informativo Nhá Chica – Ano IX/nº108/dezembro de 2016

O esquite contendo o simulacro do corpo da beata Nhá Chica foi apresentado em uma missa no dia 3 de novembro (INFORMATIVO NHÁ CHICA). A imagem

oficial foi instalada nos fundos do santuário em frente ao túmulo da beata, (figura 02, p. 23). Segundo um representante da diocese de Campanha, os restos mortais de Nhá Chica estão depositados embaixo da imagem deitada, dentro do esquife de vidro. Para ele, “toda pessoa querida merece uma maneira delicada, em descanso, para ser adorada” (08/12/2016) e afirmou que a imagem oficial continua sendo a estabelecida pelo Vaticano, ou seja, a imagem da beata de pé.

Segundo a representante “C” da Igreja Católica ligada à Associação Beneficente Nhá Chica, a nova imagem veio de Roma e o esquife foi construído no Município de Cruzília, no Estado de Minas Gerais. Para ela, “é uma forma de respeito a Nhá Chica ao representá-la em seu sono da morte, como se dormisse, sendo mais uma forma de adorá-la; sentada, em pé ou deitada” (08/12/2016). Nota-se que os/as representantes da Igreja Católica entrevistados/as, na diocese de Campanha ou na paróquia de Baependi, concordam e não se importam com as mudanças realizadas na forma de representar a beata. Para eles/as, as mudanças fazem parte de uma visão ideológica da igreja na busca da melhor representação para Nhá Chica.

Marx (1975, p.102) entende que “as novas condições mundiais não se formaram em função do cristianismo, mas que, por sua vez o cristianismo se transformou com cada nova fase destas condições mundiais”, ou seja, o mundo religioso se adapta para melhor se beneficiar do momento atual.

Constata-se, ao longo desta pesquisa, que a Igreja Católica vem alterando a forma de representar a beata. De uma representação fidedigna à única fotografia de que se tem registro, passando por uma representação imposta pelo Vaticano na época da beatificação, até a atual, repousando em um esquife de vidro, nota-se um processo de distorção da figura de Nhá Chica, afinal essa última imagem em nada se assemelha à fotografia de 1894. A imagem atual tem um tom de pele rosado, está trajada com um vestido bem cortado, calçando meias e uma sapatilha de aspecto delicado com lenço branco e uma coroa na cabeça. Em uma das mãos há um terço e na outra, um lírio. O esquife possui aspectos requintados com detalhes em dourado, fileira de lâmpadas de *led* em seu contorno, colchão, travesseiros e forramentos em floral vermelho. O esquife tem, como suporte, dois anjos dourados com grandes asas. Na parede há uma espécie de mandala dourada com o rosto da beata ladeada por dois anjinhos, conforme imagem 69, p. 188. Esses objetos descritos, em nada lembram a figura da beata de que trata esta pesquisa. Percebe-

se que houve uma valorização na forma de representá-la, atribuindo a ela valores que não condizem com o seu modo de vida. A referência mais próxima à história de vida da beata está escrita na base do esquife. Trata-se da frase que Nhá Chica, segundo relatos e registros bibliográficos, sempre repetia: 'Isto acontece porque rezo com fé'; reafirmando seu poder de liderança religiosa. Nota-se uma busca pela valorização da imagem, atribuindo-lhe novo valor de troca e novo valor de uso em uma relação que estabelece interesses de uma ordem distante, concebendo nova representação, para a proximidade com o espaço. Entendendo essas mudanças, como busca de um produto melhor adequado ao mercado, destaca-se, baseado em Lefebvre (1991), as mudanças na imagem da beata como rupturas, estabelecidas dentro de um processo de mercantilização.

Durante a fase das entrevistas e dos levantamentos documentais, não foram encontrados elementos que justificassem, de forma concreta, o motivo das várias mudanças pelas quais está passando a imagem da beata. Pode-se entendê-las como mudanças ideológicas, como citado pelos representantes da Igreja Católica, ou baseado em Marx (1975), compreendê-las como mudanças pertinentes ao mundo das mercadorias, como produtos das mãos humanas em uma relação dialética produção-consumo.

Afinal, qual a figura de Nhá Chica? Melhor questionar: qual figura se adequa aos interesses da Igreja Católica na construção dessa santa?

4.3 NHÁ CHICA COMO AGENTE DE TRANSFORMAÇÃO SÓCIO-ESPACIAL

O Código de Direito Canônico¹⁰⁸, no item relativo às beatificações, traz uma preocupação da Igreja Católica em beatificar ou até mesmo, ao concluir o processo, canonizar uma pessoa que seja uma lenda, isto é, não tenha passado de uma história que, contada por muitos, torne-se uma referência, registrada em várias obras, por vários autores sem ao menos ter existido. No caso de Nhá Chica, há um livro, intitulado Caxambu de 1894, de autoria do médico Henrique Monat que realizou uma entrevista com a beata e transformou-a em um capítulo. Baseado nessa entrevista e em outras publicações que tratam sobre o período da vida de Nhá

¹⁰⁸ Para tal acessar: http://www.vatican.va/archive/cod-iuris-canonici/portuguese/codex-iuris-canonici_po.pdf

Chica, pode-se apreender como era o cotidiano da beata e, a partir daí, analisar o impacto da mesma na produção sócio-espacial de Baependi.

Monat inicia o capítulo de seu livro¹⁰⁹ dedicado a Nhá Chica afirmando se tratar de uma celebridade em todo o Sul de Minas Gerais. Segundo ele

Nhá Chica não é a feiticeira, que magnetiza os passarinhos e cura bicheiras; também não é a curandeira, que faz milagres no tratamento das doenças das *ourinas*, a minha rival, que não consegui ver. (...) Ella não conhece nem de nome Papus, Allan Kardec, nem Mesmer; não cultiva a magia, a feitiçaria, a chiromancia, o esoterismo, as *sciencias occultas*, o magnetismo, nem o *hypnotismo* (MONAT, 1894, p. 91).

O autor descreve, desta forma, o aspecto intelectual da beata, procurando nela traços de um conhecimento que justifique o fato de ser tão procurada por pessoas da região. Fisicamente, segundo o autor, tratava-se de uma velhinha enrugada, morena, já encurvada, mãos endurecidas, secas, deformadas pelo reumatismo. Vestia-se com muita simplicidade; um lenço grande dobrado em triângulo na cabeça e sobre o pescoço (MONAT, 1894). Intrigado com o volume de pessoas que a procuravam, o autor conversou com o vigário da época e ouviu dele que Nhá Chica é simplesmente uma pobre mulher analfabeta, uma fiel serva de Deus cheia de fé e que a força de ser consultada e de ver aceitos seus conselhos o convenceu se tratar de uma inspiração dos céus (MONAT, 1894). Pela resposta do vigário, confirma-se a atração exercida pela beata sobre a população e, mais uma vez, nota-se seu poder de liderança religiosa. O relato do médico Henrique Monat é o único testemunho de como era a casa de Nhá Chica. Segundo o autor, tratava-se de uma casa com

uma sallinha de aspecto monacal, aceiada, bem caiada, sempre meio escura, porque a janella e a porta nunca se abrem de todo; o chão de terra batida; a mobília consta de seis cadeiras, dous bancos de páo, mesa, uma marquesa sem colchões nem lenções (...) 'é minha cella', afirmava Nhá Chica (MONAT, 1984).

A porta era mantida sempre aberta para receber a todos que ali chegassem, de perto ou até de outros municípios (PELÚCIO, 1942a; SEDA, 2013).

¹⁰⁹ A grafia original foi mantida.

Moça ainda, Nhá Chica já era a mãe dos pobres; pouco a pouco foi se estabelecendo sua fama, porque os seus conselhos eram sempre muito ajuizados. Para todos ela tinha palavras de consolação e de conforto, a promessa de uma oração, a predição do resultado de uma empresa ou um socorro espiritual (Pelúcio 1942a, p. 145).

Segundo relatos publicados em livros sobre a beata de Baependi, sua fama cresceu em vida, justamente por acertar os conselhos e as previsões que fazia. Pelúcio (1942a, p. 146) afirma que “à casinha humilde de Nhá Chica afluíam pessoas de partes várias, pedindo-lhe orações, conselhos, uma palavra de conforto”. Passarelli (2013, p. 17) relata que “ninguém se casava ou tomava alguma decisão sem primeiro ter ouvido a opinião de Nhá Chica”. Fatos que a colocam como uma líder carismática católica conforme já discutido.

Na Positio (2001) constam informações sobre as investigações para o processo de beatificação e afirma-se que nesta época foram interrogadas 12 testemunhas, entre elas uma mulher de 123 anos que teria visto Nhá Chica uma vez. Essa mulher enfrentou uma viagem a pé para pedir conselhos à beata, demonstrando, assim, a atração exercida por sua suposta fama de santidade e poderes carismáticos.

O professor José Divino de Oliveira, baependiense, conheceu Francisca de Paula de Jesus e afirmou que ela era clarividente, dotada de uma visão profética, não fazia alarde sobre suas visões e não vivia de especulação com elas. “Nhá Chica descobre animais fugidos, prognostica em caso de moléstia, prevê o resultado de demandas (OLIVEIRA, 1917 apud CADORIN et al, 2015, p. 66-67). Como já citado anteriormente, vários casos são contados a respeito dos dons de adivinhação e aconselhamento da beata. Para Monat (1894, p. 92) “Nhá Chica é uma visita obrigada quando se vae a Baependy, a todos ella recebe com bondade (...) É ahi que ella recebe a todos indistinetamente, sempre alegre”, justificando desta forma, a quantidade de pessoas que a procuravam doando-lhe esmolas. Fato que chamou a atenção do médico ao afirmar que “alguns visitantes deixam-lhes esmolas, que ella reparte com os pobres e sua igreja; a ninguém ella pediu ainda” (MONAT, 1894, p. 92). Passarelli (2013, p. 112) afirma que “todos falam de Nhá Chica em Caxambu”, demonstrando que sua fama atingia outros municípios.

Ao longo da entrevista, a beata narra casos que ajudou a solucionar, doenças que ajudou a diagnosticar, políticos da época que se aconselhavam e fala sobre as moças que a procuravam em busca de bons partidos para casamento. Entre um

caso e outro, segundo Monat (1894), a beata fazia uma pausa, estalava uma mão na outra e afirmava: “é porque eu oro com fé”.

Francisca de Paula de Jesus foi procurada por jovens da época para manter um relacionamento (PASSARELLI, 2013; SEDA, 2013). Ao ser questionada sobre esse assunto, Nhá Chica respondeu ao médico que rapazes de seu tempo pediram-na em casamento e ela recusou a todos, pois tinha uma missão a cumprir (MONAT, 1894).

O médico Henrique Monat manifestou vontade de conhecer a igreja construída pela velhinha de Baependi. Segundo Oliveira 1917 (apud Cadorin et al, 2015, p. 61),

esta tradicional capela, começada em 1867 por uma virtuosa matrona. (...) iniciados os trabalhos do pequeno templo, devido às esmolas da população local e, sobretudo de aquáticos que aqui vinham visitar a cidade e conhecer a velha Nhá Chica, cujos milagres eram atestados por centenas de crentes que recorriam a sua intercessão junto da Virgem, que é o orago de encantadora capela, foram eles ultimados, devido ao zelo e tenacidade da piedosa senhora, que levava uma vida santa, isolada do mundo e só cuidando de sua devoção, vivendo apenas com um velho liberto, chamado Félix, sacristão da capela.

Nota-se, na visita de Monat ao templo construído pela beata, que o negro Félix não estava mais com Nhá Chica, uma vez que ela deu as chaves da igreja ao médico e ninguém o acompanhou. Fato que demonstra o cansaço em que se encontrava a beata, pois não acompanhou Henrique Monat durante a visita a igreja, o que era motivo de orgulho para ela. Félix era como um faz tudo para Nhá Chica e o responsável por tocar o sino nas horas das celebrações (SEDA, 2013). O negro Félix nasceu em 1813 e sempre estivera a serviço de Nhá Chica como sacristão e ajudante no lar, uma vez que morava perto da igreja (POSITIO, 2001). A visita de Monat ocorreu após 20 de maio de 1893, uma vez que Félix faleceu nesta data e o médico não faz nenhum comentário sobre a sua presença (PASSARELLI, 2013).

Para Monat (1894, p. 98) “a igreja agrada muito pelo aceio e o zelo com que é conservada; quase toda a ornamentação, imagens, vasos, alfaias, órgão, lâmpadas, são ofertas feitas a Nhá Chica”, que fala e repete os nomes de todos que a ajudaram. Percebe-se nessa conduta da beata que, ao ajudá-la, a pessoa entrava para um seleto grupo referendado por ela, ou seja, figurava entre os benfeitores da obra de uma liderança religiosa no município.

Nota-se na entrevista o fascínio do médico com o desprendimento com que a beata trata de assuntos políticos, administrativos, científicos, religiosos e também, sobre as propriedades das águas minerais, o real motivo de sua pesquisa. A beata falava sobre o movimento do sol, da Terra; falava do Império e da República, e guerras e conflitos. Ao se despedir da entrevistada foi interrompido por várias mulheres que pediam a chave da igreja para pagarem promessas com velas e esmolas recolhidas pela cidade (MONAT, 1894).

Como já citado, Nhá Chica faleceu às 5 horas do dia 14 de junho de 1895. “Seu enterro tornou-se uma apoteose” (PELÚCIO, 1942a, p.164). O jornal “A Gazeta da Varginha” em sua edição de 7 de julho de 1895 noticiou o ocorrido destacando a crença religiosa e os sentimentos humanitários de Nhá Chica. A reportagem aludia ao fato da beata ser analfabeta e distribuir com fartura alimentos aos pobres, podendo ser chamada de santa, o que justificava tamanha comoção popular com sua morte. Monat (1984, p. 99) já anunciava: “há quem já anteveja sua beatificação e ulterior canonização”. Segundo Cadorin et al (2015, p. 101) “Nhá Chica faleceu com fama de santidade e, à medida que os anos passavam, a devoção do povo crescia em meio às inúmeras graças alcançadas”.

Este item apresentou o percurso existencial de Nhá Chica e busca-se apreendê-la como um agente de transformação sócio-espacial. Durante sua vida ela atuou de forma ativa na espacialidade de Baependi, interferindo em suas formas-conteúdo. Compreende-se assim, baseado em Lefebvre (2006), os espaços da representação vividos pela beata, que ao habitar o espaço participava da prática cotidiana dele, apropriando-o como espaço do vivido e, desta forma, impactando-o.

O douramento do altar da Igreja Matriz e a construção da capela, atual santuário de Nossa Senhora da Conceição, são exemplos de ações implementadas por Nhá Chica que contribuíram no conjunto de formas presentes em Baependi, isso como espaço percebido, no qual suas práticas espaciais colaboravam para a reprodução do espaço. O jornal “O Baependyano”, em 15 de dezembro de 1878, em uma reportagem intitulada “Solenidade Religiosa”, noticiou sobre a festa de Nossa Senhora da Conceição, a padroeira da capela de Nhá Chica e destacou a novena e as missas realizadas na igreja; fato que comprova a finalização da obra durante a vida da beata.

Nhá Chica pode ser considerada um agente na produção espacial de Baependi, uma vez que, em vida, atraía um grande fluxo de pessoas ao seu

encontro, implicando em transformações sócio-espaciais. Devido ao grande número de pessoas que a procuravam, no alto do antigo Morro das Cavalhadas, houve uma organização estabelecendo um certo dia da semana no qual os pobres e necessitados deviam se reunir em sua casa para rezarem juntos para a Virgem da Conceição. Após as orações, Nhá Chica dava de comer e enchia as vasilhas para levarem alimentos para casa (POSITIO, 2001). Passarelli (2013, p. 68) complementa ao afirmar que

sua casa era como um grande lago que recebia águas de vários afluentes para depois distribuí-las; assim, num dia estava cheia de gêneros alimentícios de suas terras e de algumas pessoas caridosas que os traziam como esmola, e depois se esvaziava completamente preenchendo as mãos e o estômago de quem tinha necessidade.

Constata-se, assim, que pobres ou ricos, moradores de perto ou de longe, afluíam para o bairro periférico de Baependi para encontrar a beata. Consta em Passarelli, (2013) que, em 1873, o conselheiro de Sua Majestade o Imperador Dom Pedro II e sua família juntamente com o capelão Padre Siqueira, visitaram Nhá Chica para aconselhamentos e palavras de estímulo e consolo.

Sua morte atraiu pessoas para homenageá-la, como visto anteriormente, mantendo dias de veneração ao corpo; e ao longo dos anos, continua essa atração como pode ser constatado no jornal “O Patriota”, de 09 de junho de 1945, que relembrou a morte de Nhá Chica ao comemorar 50 anos do ocorrido e convocou a todos para a missa de comemoração realizada no dia 14 de junho às 8 horas na capela construída pela beata. No decorrer dos anos, o dia 14 de junho, dia da festa de Nhá Chica, é comemorado com celebrações religiosas, tornando-se o dia de maior visitação turística. Conforme já analisado em Gottdiener (2010), a produção do espaço não é restrita à materialidade das formas, mas engloba-a juntamente com os aspectos econômicos, políticos e culturais, que perpassaram e se articularam com o período de vida de Francisca de Paula de Jesus, Nhá Chica, como agente contribuinte na reprodução espacial de Baependi.

4.4 BAEPENDI: NHÁ CHICA E TURISMO

As primeiras informações de que se tem registro, referentes ao Município de Baependi, datam do início do século XVII. Segundo Pelúcio (1942b), os homens que compunham a bandeira de André Leão partiram de São Paulo em 1601, seguiram o

curso do Parahyba até Cachoeira e, atravessando a Serra da Mantiqueira, chegaram à localidade onde hoje se encontra Baependi. A região da Mantiqueira, no início do século XVII, era muito procurada pelos sertanistas que buscavam prear os índios e escravizá-los. Assim, em 1691, tiveram registradas notícias sobre a localidade de Mbáépendi ou Maependi (CADORIN et al, 2015).

O topônimo do município tem diversas explicações. Uma delas diz respeito ao encontro de dois índios e da pergunta “que gente é essa tua?” (M Bae-pe-ndy?); ou interpretado como “é tua esta coisa?” (PELÚCIO, 1942b); e a mais divulgada diz respeito à língua Tupi, na qual Mbaé – a coisa e pindi – limpo faz uma referência à clareira aberta na mata para facilitar a passagem dos conquistadores (CADORIN et al, 2015). A partir daí, Baependi passou a fazer parte dos roteiros das minas de ouro.

Como a notícia sobre o ouro daquelas paragens começou a atrair outros colonizadores, Antônio da Veiga e família partiram de Taubaté para capturar índios e garimpar ouro em Baependi, isso na primeira metade do século XVIII. Entre os primeiros povoadores estavam Tomé Rodrigues Nogueira do Ó e sua esposa, que ergueram uma casa no “Engenho” e uma capela em homenagem a Nossa Senhora de Montserrat, sendo considerado o fundador da cidade (CADORIN et al, 2015). “Em 1726, Tomé Rodrigues já possuía terras em Baependi; tornando-se também, capitão-mor” (PELUCIO, 1942b, p. 22). Quando ocorreu a morte de Tomé Rodrigues, seus filhos repartiram as terras e fizeram a doação do terreno onde encontrava-se a capela para a Freguesia de Santa Maria de Baependy, local em que foi edificada a Igreja Matriz de Montserrat. A denominação freguesia, do ponto de vista eclesiástico, significava povoamento e Baependi já era paróquia desde 1723¹¹⁰.

A igreja matriz tornou-se um atrativo turístico para o município. Pode-se constatar tal fato nos registros de Pelúcio (1942a, p.55) ao citar o Jornal “O Imparcial”, em sua edição aos 4 de outubro de 1936, na parte consagrada ao turismo, ao afirmar que a cidade de Baependi possui motivos interessantes para a contemplação de todos os curiosos e “a Cathedral é um riquíssimo santuário cheio de esplendor; suas columnas, seu altar, seus aspectos internos constituem um

¹¹⁰ Baependi: um pouco de sua história. Disponível em: <<http://www.terradenhachica.com/baependi-um-pouco-de-sua-historia/>>. Acesso em 17 de fevereiro de 2017.

conjunto original que nos faz recordar os sentimentos, dos quaes era constituída a vida dos antepassados”.

Não há como precisar uma data para o início da prática do turismo religioso no Brasil. Em Dias e Silveira (2003) temos um mapeamento da atividade, baseado nos cultos religiosos, que encontravam-se dispersos pelo país; aborígenes na Amazônia, afro-brasileiros pelo litoral e, por todo o Brasil, o catolicismo originário dos portugueses. Com a proclamação da República e a separação Igreja/Estado há uma oferta de diversas agências religiosas e a Igreja Católica passa a ser mais uma concorrente no campo espiritual brasileiro. Com essa variedade de credos e cultos há, por parte das religiões, uma incorporação de símbolos, signos e estruturas que passam a atrair as pessoas. Assim, Aparecida (SP), o Círio de Nazaré (PA), o Divino Pai Eterno (GO), Nossa Senhora da Penha (RJ), o Vale do Amanhecer (DF), entre outros, proporcionam a integração turismo e religião. Para Vitarelli (2001, p. 20)

em nosso país o catolicismo adquiriu um teor singular devido à miscigenação de portugueses, africanos, indígenas e imigrantes de vários países do mundo. Cada cidade brasileira possui uma igreja, e esta é, geralmente, o principal monumento localizado na praça central. O turismo religioso é praticado informalmente em todo o país. Em todos os estados, as pessoas se deslocam por motivos religiosos e a potencialidade para o desenvolvimento da atividade é imensa.

Nota-se desta forma, a existência de atrativos para o turismo religioso em várias cidades brasileiras e, segundo Frossard (2013, p. 27) “esse cenário de pluralismo religioso incentiva a competição entre os diferentes interpretes da realidade numa lógica de mercado”. A atividade turística, como um desses intérpretes, beneficia-se dessa competição apropriando-se dos espaços ao reproduzi-los pelo seu interesse.

O arraial que deu origem a Baependi tornou-se distrito com a denominação de Santa Maria de Baependi, por alvará de 07 de agosto de 1752, e por lei estadual, subordinado à vila de Campanha da Princesa, (mais tarde Campanha) (IBGE). O distrito foi elevado à categoria de vila com a denominação de Santa Maria de Baependi, pelo alvará de 19 de julho de 1814, desmembrado de Campanha da Princesa, tendo sua sede no antigo distrito de Santa Maria de Baependi e constituído do distrito sede, instalado em 23 de outubro de 1814 (IBGE).



Figura 70- Fotografia da entrada do Rio das Mortes / São João del Rei

Fonte: <http://amochilaeomundo.blogspot.com.br/2015/06/rio-das-mortes-minas-gerais-historia-de-nha-chica-nascimento-batismo.html>

Neste ínterim, em 1808, nasce Francisca de Paula de Jesus em Santo Antônio do Rio das Mortes, distrito de São João del-Rei no Estado de Minas Gerais. Atualmente esse distrito vale-se da história da beata para atrair visitantes. Como pode ser visto na figura 70, há uma organização para divulgar sobre o local em que a beata nasceu e foi batizada.

No ano em que o distrito de Baependi foi elevado à categoria de vila, em 1814, Maria Izabel Egipcíaca chega com seus dois filhos, Theotônio e Francisca, ao morro das Cavalhadas, uma área periférica da Vila de Santa Maria de Baependi. Nesse lugar, em uma casinha no alto do morro, a família viveu até 1818, quando Maria Izabel falece e, a partir daí, somente Francisca de Paula passa a habitar tal moradia.

Nos relatos de Pelúcio (1942b), as minas de Baependi desenvolveram-se pouco, restando aos moradores a prática da agricultura e o pastoreio. A cultura do tabaco encontrou nas terras férteis de Baependi as condições ideais e, em pouco tempo, transformou-se em uma importante fonte de riqueza (CADORIN et al, 2015).

Segundo Pelúcio (1942b), havia urgência em organizar a vila e no artigo 07 da Câmara de Baependi, com data de 08 de outubro de 1829, ficou estabelecido que todos os possuidores de terrenos que não conseguissem erguer “edifícios de casas ou muros” no prazo de um ano da publicação do artigo, perderiam seus terrenos

para quem pudesse arcar com tais construções. Esse artigo fazia parte de um código de posturas instalado no município com o objetivo de alcançar organização; dele faziam parte normas referentes aos negros, alforriados e cativos, normas de conduta pública e fiscalização do ensino. A vila de Baependi, em 1855, passa a ser a sede da Comarca e, aos 02 de maio de 1856, foi elevada à condição de cidade com a denominação Baependi, pela lei provincial nº 759 (IBGE).

Em Baependi, aos 02 de abril de 1861, morre Theotônio Pereira do Amaral, o irmão de Nhá Chica, e em 1862, com recursos herdados do falecido, a beata inicia as obras de douramento do altar da Igreja Matriz de Montserrat.

Consta nos apontamentos de Pelúcio (1942b), citando o Jornal O Baependyano de 1877, a importância das águas minerais da região do Sul de Minas Gerais. Caxambu figurava entre os lugares mais procurados, sendo distrito de Baependi entre 1875 e 1901, quando se emancipou pela lei estadual nº 319 de 16 de setembro de 1901 (IBGE). Neste período ocorria a construção da capela em homenagem a Nossa Senhora da Conceição, realizada por Nhá Chica; obra que fora iniciada em 1865. Neste ínterim, em 1893, morre o negro que auxiliava a beata Nhá Chica nas tarefas diárias. No ano de 1888, Francisca de Paula de Jesus realiza o seu testamento e, em 1895 falece aos 85 anos de idade. Como já citado, a cidade de Baependi recebeu visitantes de várias partes para venerarem o corpo da beata. Nesta ocasião, o Município de Baependi era constituído do distrito sede e dos distritos de Encruzilhada (1873); Caxambu (1875) e Soledade (1893) (IBGE). Em 1901, os distritos de Caxambu e Soledade emancipam-se e, em 1920, Baependi agrega o distrito de São Tomé das Letras.

A fama de santidade de Nhá Chica passa a atrair visitantes para o município. Assim, em 1911, é iniciado o primeiro livro de registros de graças alcançadas (CADORIN et al, 2015). Com o aumento populacional e crescimento da diversidade religiosa, na década de 1940, Baependi possuía vários templos, nos quais desfilavam inúmeros crentes (PELUCIO, 1942b).

Para Dias e Silveira (2003, p. 77), “no extenso período de 1700 a 1930, diversas cidades de Minas Gerais, Goiás, São Paulo, dos estados do Sul e Nordeste conheceram um crescente fluxo de peregrinações caracterizadas pela espontaneidade do catolicismo popular”. Em Baependi, como não há, por parte dos órgãos públicos e religiosos, registros relacionados ao início da prática turística do tipo religioso, o livro de registros das graças alcançadas por intermédio de Nhá

Chica, serve-nos como uma referência para datar em 1911 a ocorrência de peregrinações ao município; entendendo, como já discutido, a peregrinação como uma atividade relacionada ao turismo religioso.

Conforme Pinto (2012), depois da morte de Nhá Chica, seus bens ficaram para a igreja. A princípio eles ficaram sob a responsabilidade da paróquia de Baependi e muitas peças do acervo de Nhá Chica se dispersaram. Em 1950, algumas irmãs franciscanas se instalaram na cidade e, mesmo não possuindo ordem registrada perante o Estado brasileiro e nem ao direito canônico, passaram a cuidar do acervo de Nhá Chica e a dar continuidade às suas obras assistenciais. Em 1954, as irmãs perceberam a necessidade de criar a Associação Beneficente Nhá Chica para organizar o acervo e dar continuidade às obras da beata. Em 1956, a ordem foi reconhecida e elas puderam construir o “Lar Nhá Chica” que foi inaugurado em 1958 (PINTO, 2012).

O início do processo de beatificação, organizado pela comunidade local, dá-se em 1952. Nesta época o Município de Baependi consta do distrito-sede e do distrito de São Tomé das Letras, o qual emancipa-se em 1962 (IBGE).

Vitarelli (2000, p. 25), ao destacar os pontos turísticos religiosos brasileiros, faz menção especial a Minas Gerais, estado no qual

[...] se comemoram datas religiosas como a Semana Santa, *Corpus Christi*, os jubileus, as festas de padroeiros e demais santos, que o turismo religioso pode conseguir um avanço condizente com uma de suas vocações. Atualmente, essa atividade vive um imenso desenvolvimento informal. Minas Gerais, além de ser o Estado onde se concentra o maior número de católicos, possui uma grande riqueza em manifestações religiosas, e por todo o Estado existem curandeiros, rezadeiras, médiuns, aparições de santas milagrosas, romeiros e demais manifestações místicas. No norte do estado existe uma forte presença de rezadeiras, curandeiros e credices em milagres atribuídos a Nossa Senhora e a outros santos; no leste, romeiros fazem penitência, carregando pedras na cabeça, pedindo chuva; no Triângulo, o médium Francisco Xavier é a expressão máxima do espiritismo, e a cidade de nome Romaria recebe inúmeros visitantes; no sul, encontram-se as várias seitas e dois religiosos indicados para beatificação, Nhá Chica e Padre Vitor; restando ainda as cidades históricas, onde ocorrem autênticas manifestações católicas [...].

Em 1992 o processo de beatificação foi aberto de forma definitiva culminando na beatificação aos 04 de maio de 2013, conforme exposto pelo item 4.2 deste trabalho. Neste período, conforme os dados da Prefeitura Municipal, a economia do

município sofreu alterações referentes à quantidade de alvarás liberados para atividades do setor terciário da economia, que tiveram um acréscimo de 252,3%, sendo esse o setor que abrange as atividades ligadas à prática do turismo¹¹¹; destacando entre eles, os 5 hotéis que foram inaugurados em Baependi nos últimos 15 anos, confirmando desta forma, aumento no fluxo de visitantes. Segundo dados do IBGE (2010), em Baependi, na década atual (2010 a 2016), a PEA no setor terciário teve um acréscimo de 2,81%, ou seja, aumentou o número de trabalhadores envolvidos no setor que abrange as atividades das práticas turísticas, fato que pode interferir na distribuição da população no município, uma vez que a taxa de urbanização saltou de 62,51% em 1990 para 72,4% em 2010. Neste período a população do município cresceu 10,1%.

De acordo com os/as moradores/as entrevistados/as no bairro centro, 66,7% deles/as perceberam modificações na cidade e o envolvimento da comunidade com a prática turística do tipo turismo religioso. Dos/as entrevistados/as, 6,7% afirmaram ter familiares que lucram financeiramente com o turismo religioso em Baependi. Vale destacar que é justamente nesse bairro que localizam-se as cinco residências transformadas em lojas de artigos religiosos. Segundo o IBGE (2010), a renda per capita média de Baependi cresceu 109,02% nas últimas duas décadas, passando de R\$ 237,88, em 1991, para R\$ 391,41, em 2000, e para R\$ 497,21, em 2010, estabelecendo o Índice de Desenvolvimento Humano (IDHM) em 0,681, em 2010, o que situa o município na faixa de Desenvolvimento Humano Médio.

A participação do turismo na economia brasileira já representa 3,7% do PIB. De 2003 a 2009, o setor cresceu 32,4%, enquanto a economia brasileira apresentou expansão de 24,6% e estima-se ainda que para o ano de 2022 o turismo seja responsável por 3,63 milhões de empregos. Estão incluídas como geradoras de empregos diretos as atividades relacionadas à hotelaria, agências de viagens, companhias aéreas, outros tipos de transportes de passageiros, restaurante e lazer. (PNT 2013-2016).

Para Teixeira e Romão (2013), o turismo religioso destaca-se na economia ao contar com peregrinos consumidores de bens e serviços em um fluxo praticamente ininterrupto. Ainda que o aspecto comercial não elimine o elemento religioso, no qual a fé mantém a peregrinação, as atividades paralelas às manifestações religiosas

¹¹¹ Para mais informações ver a tabela nº 01 deste trabalho.

ganham nova dimensão, como forma de atrair mais visitantes, criando fontes de diversão e prazer como um atrativo a mais, para entreter o visitante e prolongar sua estada e estimular o consumo.

Nesta lógica comercial, em Baependi, no pórtico da cidade há um *banner* informativo sobre os atrativos turísticos do município, como pode ser observado na figura 71, p. 204. Nele estão destacados os elementos naturais e os religiosos, valorizando seus atrativos referentes ao turismo de aventura e ao religioso. Esse pórtico foi construído na administração municipal 2013/2016 e contém, além do banner dos atrativos turísticos, outro banner com a imagem de Nhá Chica, um Centro de Informações Turísticas, um banheiro público e um posto de atendimento da polícia militar de Minas Gerais. Conforme constatado *in loco*, durante as idas a campo, o Centro de Informações Turísticas e o posto de atendimento da polícia encontravam-se fechados e o banheiro público depredado.

Em Baependi, além dessa forma de divulgação, os agentes da turistificação utilizam os sites da Prefeitura e da ABNC, com informações turísticas, imagens e vídeos, para atrair mais visitantes, contribuindo, desta forma, para o acesso ao turismo virtual. Esse tipo de turismo, conforme já discutido no item 3.3, baseia-se na divulgação de uma viagem virtual com passeio pelas informações, o que pode ser o início da viagem, despertando o interesse em conhecer o local posteriormente. Desta forma, a organização e a divulgação realizada pelos sites, seja da Prefeitura ou da ABNC, em Baependi, encaixam-se nessa realidade, uma vez que os sites proporcionam informações diversas sobre a localidade, os atrativos, os elementos do receptivo e fornecem opções de comércio, de artigos relacionados à beata e opções para doações em dinheiro, como já detalhado no item 3.3 deste trabalho.

Mas o turismo virtual compreende também a realidade virtual, que inclui “uma interface entre os sentidos humanos e os equipamentos tecnológicos que simulam sensações de experiência” (FIGUEIREDO, 2009, p. 526), o que não acontece nos sites de Baependi.



Figura 71- Foto do banner fixado no pórtico do Município de Baependi – MG
 Fonte: Kelmer, trabalho de campo, 2016
 Organização: Magno Angelo Kelmer

Mesmo perante tamanha tecnologia, a viagem ao local não se iguala à viagem virtual. Esta por sua vez contribui na divulgação dos atrativos como um *marketing* dos lugares. Nessa realidade, a organização em torno da atividade turística intensificou o investimento nos centros de peregrinação através das ações diretas sobre a realidade local e do uso da mídia e do *marketing* para incentivar o fluxo de visitantes, investindo em planejamento e obras para ampliar sua capacidade de recepção e proporcionar alternativas de lazer aos turistas fazendo com que os visitantes permaneçam mais tempo nos locais de visitação (TEIXEIRA e ROMÃO, 2013).

Para Lefebvre (2006), o espaço deve ser compreendido de maneira ativa como uma entrelaçada rede de rela oes que o produzem e o reproduzem constantemente. Assim, o objeto de análise   o seu processo ativo de produ o que acontece no tempo. Entende-se, desta forma, o espaço como um produto inacabado, constantemente produzido ao longo do tempo, como uma ordem diacr nica, um processo histórico da produ o espacial.

A própria história de Francisca de Paula de Jesus, a Nh  Chica, está em processo de constru o. A documenta o de que se tem registro foi utilizada para esta pesquisa e, como já apontado, a falta da certidão de óbito de Maria Izabel Egipcíaca deixa uma lacuna no histórico de vida da beata. No final do ano de 2015, o pesquisador Antônio Clarét Maciel Santos, em levantamento de dados documentais para elabora o de um livro sobre a família Maciel, da qual faz parte, encontrou no Livro de Registro de óbitos da Igreja Nossa Senhora do Montserrat, Paróquia de Baependi, o assento de óbito e o testamento de Isabel Maria. De acordo com o pesquisador¹¹², consta no livro de óbitos o registro da morte de Isabel Maria da Silva aos 01 de novembro de 1843 e no seu testamento, datado em 04 de novembro de 1843, a sua filia o   Maria Joaquina Felisarda e a existência de seus três filhos: Theotônio Pereira do Amaral, Maria e Francisca de Paula. Com base nesses documentos, o pesquisador afirma tratar-se da mãe de Nh  Chica com o nome correto de Isabel Maria da Silva, filha de Maria Joaquina Felisarda e não de Rosa de Benguela, como afirmado até então por várias publica oes, inclusive a "Positio". Outros elementos apontados para dar legitimidade às suas descobertas

¹¹² Não há publica o sobre esta pesquisa. O próprio pesquisador elaborou um material impresso de forma particular e distribuiu pela cidade. O exemplar utilizado para este trabalho foi retirado na Secretaria de turismo de Baependi em julho de 2016.

dizem respeito ao mesmo nome do irmão e a caixa grande herdada por Francisca de Paula ser a mesma que consta no testamento de Nhá Chica. Assim, conforme essa possível versão para a história da beata, Nhá Chica não descende de escravos africanos e não ficou órfã aos dez anos de idade como informado por ela mesma em entrevista ao Dr. Henrique Monat.

O Informativo da ABNC, em sua edição número 96 em dezembro de 2015, noticiou sobre tal pesquisa relatando os passos que o pesquisador Antônio Clarét seguiu até encontrar a documentação referente à certidão de óbito e o testamento de Isabel Maria. A reportagem enaltece a descoberta alegando tratar-se de novas fontes que enriquecem a biografia da beata.

Para a representante “A” da Igreja Católica ligada a Associação Benficiente Nhá Chica (ABNC), a descoberta traz uma nova visão sobre a história de Nhá Chica e afirma que “a pesquisa só veio enriquecer a história e responder interrogações relativas aos anos de sua adolescência e juventude, já que não se sabia como uma criança viveu sozinha, após a morte da mãe” (15/01/2016). Mas a entrevistada não havia percebido que a nova descoberta desvincula a beata de sua origem africana. Quanto a isso, ela não soube responder.

Oliveira (2015) vê essa descoberta histórica como um fato interessante mas conta que, em sua viagem missionária à RCC em Uganda, divulgou a história oficial da beata reafirmando o seu vínculo com as raízes benguelenses.

O representante da Diocese de Campanha disse que a descoberta engrandece o caráter da beata, como “uma pessoa que viveu em família e era uma boa filha, como citado no testamento. Fatos que enriquecem sua biografia” (08/12/2016). Para ele, nada altera a fama de santidade de Nhá Chica e nada muda com relação ao processo de beatificação e possível canonização. Nota-se que, para esse representante da Igreja Católica, um dos responsáveis pelo processo de beatificação, as descobertas históricas sobre a beata tem importância como elemento a valorizar sua conduta não prejudicando no processo de canonização. Em seu depoimento não há a preocupação com relação às suas raízes, se angolana ou brasileira, o importante é não interferir na sua fama de santidade.

No material elaborado por Antônio Clarét, o pesquisador faz críticas à forma como a história da beata foi tratada até então; alegando tratar-se de afirmações sem provas materiais. A fase de vida da beata compreendida entre a data em que ficou órfã, aos dez anos de idade, até sua fase adulta é tida como uma lacuna. Não há

registros de como foi criada e de como administrou uma casa sozinha. Mas as afirmações realizadas pelo pesquisador são baseadas em uma certidão de óbito com o nome de Isabel Maria da Silva, que não é o mesmo nome da mãe de Francisca de Paula de Jesus como também no testamento que faz menção aos filhos Theotônio Pereira do Amaral, nome completo do irmão da beata; Maria, sem menção ao sobrenome e Francisca de Paula, também sem o registro do sobrenome. Outro indício, segundo o pesquisador, trata-se de uma caixa grande deixada como herança para Francisca de Paula e que consta no inventário de Nhá Chica como uma caixa grande no valor de dez mil reis. Nota-se o quão frágil são as afirmações dessa nova descoberta, uma vez que Francisca de Paula, a beneficiária no testamento, pode ser um homônimo de Francisca de Paula de Jesus, um nome muito comum para a época e, basear-se em um objeto descrito simplesmente como uma “caixa grande”, traduz-se em uma prova vaga.

Pinho (2015), secretária da Comissão Histórica da Beatificação de Nhá Chica, afirma que, após muito procurar por essa certidão, não há dúvidas referentes à maternidade de Nhá Chica e de seu amor filial. Para ela, o testamento deixa claro sua opção de pobreza para ajudar os desvalidos e termina seu depoimento comemorando a futura santa de Baependi. Nota-se nesse depoimento o entusiasmo da secretária da Comissão Histórica ao comemorar tal descoberta sem ao menos questionar sobre a origem africana da beata e a fidedignidade dos dados descobertos, referentes ou não, a Nhá Chica.

Mesmo mudando a história de Nhá Chica, seu nome já figura como uma marca e como um produto consolidado fazendo-se presente no município em nome de ruas e praças e em marcas registradas como: Usina Nhá Chica (1911); TV e Rádio Nhá Chica (2008); Gráfica Nhá Chica (2014) instalados em Baependi, e Café Nhá Chica (2014) empresa instalada no Município de Três Corações no Estado de Minas Gerais.

Nota-se que Nhá Chica configura-se como um produto em constante modificação, seja na forma de ser representada ou em sua própria história, apropriado pelas práticas da atividade turística do tipo religioso. Desta forma, a mudança em sua história de vida, como já divulgada pelo informativo da ABNC, não alterou o fluxo de visitação, ou seja, não interferiu no comércio realizado em torno da fé na beata. A atividade turística se traduz na mercadificação dos lugares, uma vez

que, a mercadoria vem mediando todas as relações no espaço-tempo dessa atividade.

A produção da santa implica na materialidade e nos aspectos interseccionais que se encontram em Baependi e, ao serem apropriados pelas ações que envolvem a prática do turismo religioso, contribuem na reprodução sócio-espacial do município.

CONSIDERAÇÕES

Em uma análise sobre produção do espaço, elaborar uma síntese, remete-nos a um recomeço, afinal, o espaço apresenta-se como movimento do acontecer. Investigar a reprodução do espaço traduz-se em uma tarefa desafiadora, uma vez que trata-se de um objeto de pesquisa vivo, interagindo e sofrendo interações na sua produção, escapando-nos como algo em transformação. O espaço apresenta-se dinâmico, não estático, movimentando-se em um devir constante. Ele não existe em si mesmo e requer que seja produzido social e materialmente alterando seus padrões de uso.

Baependi, gentilmente serviu-nos de área para estudos, apresentando a cada ida a campo novas formas para seu processo de reprodução espacial. Nestes dois anos de pesquisa, hotéis foram inaugurados, restaurantes foram criados, residências transformaram-se em lojas de artigos religiosos, construções erguidas, novas leis estabelecidas, novos valores atribuídos a antigos espaços. O espaço valoriza-se como mercadoria, consumido em uma relação dialética valor de uso - valor de troca; na qual, ao se atribuir novos usos ao espaço, este valoriza-se e passa a ter novos valores para troca, o que atende aos ideais capitalistas.

Centenas de visitantes chegaram e se foram, trocando experiências, trazendo e levando informações, fornecendo e consumindo do banquete turístico ali estabelecido. Os/as moradores/as participaram dessa ceia turística, direta ou indiretamente, ao estabelecer, ainda que mínimo, contato com o/a visitante. Informações foram oferecidas para orientações solicitadas, comércios variados foram realizados e a troca foi estabelecida. A troca é um elemento integrante do modo de produção capitalista, no qual o espaço produz-se e reproduz-se incorporando-a e a reprodução espacial de Baependi insere-se nela, estabelecendo novas relações de produção nas quais tudo é passível de consumo.

A reprodução desse consumo, envolvendo o capital, vai acontecer em níveis diferentes e interligados, impactando na produção do espaço. Atendendo a um grupo que detém o poder, o nível global interfere no nível misto, no qual o global se projeta na realidade, reproduzindo o espaço, interferindo no cotidiano, o nível do privado. Neste momento, o espaço passa a participar de uma relação dialética, na qual ordens distantes e locais articulam-se, afinal o espaço é compreendido como

um produto e um condicionador das relações sociais; não determinando as ações, mas no sentido de absorvê-las juntamente com os agentes envolvidos no processo.

Vários agentes da turistificação fizeram-se presentes em Baependi. Poder público, poder religioso, representantes do *trade* turístico, moradores/as e visitantes. Eles, ao promoverem a turistificação, contribuíram para a produção da atividade turística e conseqüentemente para a reprodução do espaço. As ações implementadas nesse sentido, adequam-se à tríade dialética proposta por Lefebvre (2008): representação do espaço, prática espacial e espaços da representação, na qual o concebido, como planejamento, impacta no espaço do vivido nos remetendo à materialidade do espaço percebido que contém as ações sobre as estruturas.

As estruturas compreendidas como mudanças na organização, nas relações de produção, nos aspectos econômicos, políticos e sócio-culturais e não somente nos aspectos físicos, materiais. As estruturas são participantes da produção do espaço ao sofrerem mudanças proporcionadas por ações de aspectos econômicos, políticos e sociais. Assim, ações e estruturas participam de uma articulação dialética entre a sociedade e o espaço.

As obras e os produtos são contribuintes nessa articulação dialética entre ações e estruturas. As obras estão relacionadas às ações que a sociedade, em um determinado período histórico, implementa no espaço; e os produtos, aos resultados de tais ações. Em Baependi, nossa área de estudo, constata-se que as ações a impactar seu processo de produção espacial estão ligadas diretamente à prática do turismo religioso que orbita em torno da fé em Nhá Chica.

O espaço, como conjunto de formas representativas da sociedade, é resultado das ações por ela implementada, reproduzindo-se como produto e condição da dinâmica sócio-espacial. O papel das obras, coordenando as transformações dos produtos, torna-se primordial, uma vez que o homem exerce ação sobre a natureza, modificando-a. Assim, a cada transformação no espaço surgem novas formas como “produtos contingentes da articulação dialética entre a ação e a estrutura” (GOTTDIENER, 2010); como se dá em Baependi, com as ações interligadas à prática turística, alterando sua espacialidade.

Na perspectiva abordada neste trabalho, necessário se faz compreender o processo de reprodução do espaço além de suas formas, entendendo seu processo de reprodução sócio-espacial, o qual mantém, reproduz e incorpora transformações sociais dialeticamente com/no espaço. Assim, entende-se essa reprodução como

prática sócio-espacial ao transformar a natureza juntamente com os seus símbolos, projetos, projeções, utopias, atribuições de sentido e significados sobre os aspectos objetivos da realidade.

Os avanços tecnológicos chegaram ao Santuário, anunciando as boas novas da beata por meios digitais em diversos tipos de plataformas. O espaço ganha status de ciberespaço e a atividade turística apropriou-se de mais essa forma de turistificação. Surge assim, uma nova produção do espaço, a virtual, que merece ser pesquisada em um outro momento, com maior profundidade e rigor metodológico.

Diante do exposto, aspectos econômicos, políticos e culturais perpassaram a reprodução espacial de Baependi estabelecendo interseccionalidades e negociações nas relações cotidianas. Essas relações produzem e reproduzem incessantemente o espaço estabelecendo seu processo de produção no tempo.

O espaço deve ser compreendido de maneira ativa como uma entrelaçada rede de relações que o produzem e o reproduzem constantemente. Assim, o objeto de pesquisa é o seu processo de produção. Entende-se, desta forma, o espaço como um produto inacabado, constantemente produzido ao longo do tempo.

Para tal, elaboramos uma análise buscando apreender o presente, partindo do momento atual em direção ao passado. A abertura do processo de beatificação de Nhá Chica serviu-nos como referência. A partir de 1982, data de abertura do processo até 2016, pôde-se constatar mudanças na estrutura, no processo, nas formas e nas funções que culminaram nas características do Município de Baependi atualmente.

Nhá Chica realmente marcou seu nome na história. A beata atraiu centenas de visitantes e esse contingente está em constante crescimento. Baependi torna-se cada vez mais, a “Terra de Nhá Chica”!

Este trabalho evidenciou a existência das contradições inerentes ao processo de produção espacial. Algumas contradições reafirmadas e outras estabelecidas no processo atual sinalizam um espaço contraditório, ou melhor, dialetizado. As contradições surgem exatamente no momento em que a produção não atende a todos os envolvidos, uma vez que os interesses não são unânimes. Ou de outra maneira, quando a produção do espaço dá-se no desencontro entre temporalidades e espacialidades, no qual cada prática social tem sua organização, podendo, justamente, traduzir-se em negação do real. A produção do espaço é uma relação

social, e, desta forma, articula interesses diversos envolvendo contradições da realidade.

Baependi consolida-se como destino de turismo religioso, contendo as ações articuladas aos produtos permeados pela prática turística. Algumas modificações são visíveis e podem agradar, ou não, aos usuários desse espaço. Outras transformam o espaço de maneira transitória e lenta, em formas de leis, organizações, usos e práticas. Percebe-se uma insatisfação por conta desse segundo grupo de transformações e surgem questionamentos como: “Quando seremos Aparecida?”, “Quando desenvolveremos economicamente como o Município de Aparecida?”, “Quando teremos uma visitação como o Santuário Nacional de Aparecida?”, “Quando veremos as mudanças econômicas por conta da ‘Santa’ Nhá Chica”?

Cabem, neste momento, algumas comparações: o Santuário de Aparecida, no Estado de São Paulo, é o segundo maior templo católico conhecido mundialmente, está associado a uma história de 300 anos e os investimentos, no que se tornaria turismo religioso, podem ser datados à época da inauguração da Basílica Velha, em 1745. Outro exemplo para comparação é o Santuário de Nossa Senhora de Fátima, em Portugal, que recebeu em 2014, visitantes de 83 países e que completa, em 2017, 100 anos da aparição da Virgem. Baependi tem em Nhá Chica seu maior atrativo turístico na atualidade, contando, em 2017, com 122 anos de sua morte, mas os investimentos realizados no processo de turistificação são recentes e mal organizados, faltando justamente, o entrosamento entre o poder público e a iniciativa privada. Pode-se afirmar que a organização para a atividade turística remonta a data da abertura do processo de beatificação, com maiores investimentos por conta da beatificação em 2013, ou seja, ainda não há um planejamento eficaz para o acontecer turístico. A comparação entre esses três destinos de turismo religioso, estabelecendo uma relação dialética entre o local e o global, aponta para a necessidade de novos estudos. Como se dá a produção do espaço em cada nível? Que contradições permeiam cada produção espacial? Quais as semelhanças e as diferenças existentes em processos distintos e, ao mesmo tempo, semelhantes?

Nota-se, em Baependi, a existência de agentes trabalhando na construção da “santa”. O interessante a destacar é o fato de buscarem uma identidade ou perfil ideal, sem manchas ou ranhuras, uma imagem perfeita, dentro dos padrões religiosos e/ou econômicos, para essa nova beatificada. Desvincular a origem

africana de Nhá Chica é algo que deve ser combatido, como também, as mudanças em sua representação.

Mesmo com tais arranjos, a atividade turística continua apropriando-se da história da beata e dos atrativos do município e a prática do turismo religioso se faz presente, reafirmando-o como mais um destino desse segmento. Destino que se apresenta sem uma organização condizente com o fluxo de visitação que recebe. Os agentes da turistificação, sejam públicos ou privados, não se comunicam, e as ações ocorrem de forma desordenada, dificultando o desenvolvimento, tão esperado, para Baependi. Intrigante é o fato desses agentes apostarem alto nas benesses da atividade turística como se fosse uma panaceia e não se organizarem para tal.

Com base nesta pesquisa, afirma-se que a espacialidade de Baependi, contendo as ações da prática do turismo religioso, encontra-se em evolução, apontando para maior dinamicidade no futuro, já que há possibilidade de ocorrer a produção social da santa por intermédio de uma canonização.

Ao concluir este trabalho, Baependi terá se transformado novamente, em um processo dinâmico, vivo, contraditório e móvel contendo suas transformações sócio-espaciais.

REFERÊNCIAS

ACERENZA, Miguel Angel. **Administración del turismo**. Cidade do México: trillas, 1984.

ANDRADE, José Vicente. **Turismo: Fundamentos e dimensões**. 8. ed. São Paulo: Ática, 2000.

ANDRADE, Marcos Ferreira de. **Rebeldia e Resistencia: As revoltas escravas na Província de Minas Gerais**. Dissertação de Mestrado em História, cap. IV. UFMG, 1996.

ÁNGULO, Jorge Jesús Garcia. Marxismo e religión, sin dogmas. **Islas**. Universidad Central de Las Villas. ISSN 0047-1542, vol. 42, nº 124. 2000, págs. 113-121.

ARAÚJO, Serafim Fernandes. Nhá Chica – Leiga consagrada, mulher eucarística. **Informativo Nhá Chica**. Baependi, ano IX, nº 99, 2016.

BAEPENDI. Livro de tombos (1998). Conselho consultivo municipal do patrimônio cultural de Baependi. Livro 1, 1998.

Barraqueira da feirinha. Depoimento. [20 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 13. ed. São Paulo: Papirus, 2003.

_____. As ciências sociais aplicadas ao turismo. In: SERRANO, Célia; BRUHNS, Heloisa Turini, LUCHIARI, Maria Tereza D.P. (orgs). **Olhares contemporâneos sobre o turismo**. 3. ed. São Paulo: Papirus, 2004.

BENI, Mario Carlos. **Análise estrutural do Turismo**. 6. ed. São Paulo: Editora Senac, 2001.

BRANDÃO, Paulo Roberto Baqueiro; CASTILHO, Claudio Jorge Moura. Notas para um estudo comparado sobre a formação de territórios turísticos em balneários do Nordeste brasileiro. **Revista de Geografia**, v. 25, n. 2. 2008, p. 81 - 88.

BRASIL, Luciana Leão. Deslizamento de sentidos por efeito metafórico: o discurso de uma fotografia. In: **RUA – Revista do Laboratório de Estudos Urbanos Núcleo de Desenvolvimento da Criatividade**, nº7, vol. 02, 2011.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

_____. **Turismo Cultural: Orientações básicas**. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010a.

_____. **Segmentação do turismo e o mercado**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010b.

_____. **Plano Nacional de Turismo: 2013-2016**. Brasília: Ministério do Turismo, 2013.

CADORIN, Irmã Célia S.; NICOLIELLO, Maria José Turri; PINHO, Maria do Carmo Nicolielo. **Nhá Chica: a pérola da Baependi**. 2. ed. Baependi: ABNC, 2015.

CALDEIRA, Altino Barbosa. Cultura e Turismo. In: ARANHA, Raphael de Carvalho; GUERRA, Antonio José Teixeira. (orgs.) **Geografia aplicada ao turismo**. São Paulo: Oficina de textos, 2014.

CAMPOS, Leonildo Silveira. Evangélicos de Missão em declínio no Brasil: Exercícios de demografia religiosa à margem do Censo de 2010. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata. (orgs.) **Religiões em movimento: O Censo de 2010**. Petrópolis: editora Vozes, 2013.

CAMURÇA, Marcelo Ayres. O Brasil religioso que emerge do Censo de 2010: consolidações, tendências e perplexidades. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata. (orgs.) **Religiões em movimento: O Censo de 2010**. Petrópolis: editora Vozes, 2013.

CARA, Roberto Bustos. El turismo y los procesos de transformacion territorial. IN: RODRIGUES, Adyr A. B. **Turismo e Geografia: reflexões teóricas e enfoques regionais**. São Paulo: Hucitec, 1996.

CARDOSO, Polyanna Marques. **Turismo religioso em Trindade: uma análise dos impactos para o desenvolvimento local**. Goiânia. 2015. 121p. Dissertação (mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiás. 2015.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **A (Re) produção do espaço Urbano**. São Paulo: Edusp, 1994.

_____. **O Lugar no/do Mundo**. São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. **A Condição Espacial**. 6. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

CASCUDO, Luís da Câmara. **Geografia dos mitos brasileiros**. 2. ed. São Paulo: Editora Global, 2002.

CHAUI, Marilena de Souza. **Convite a filosofia**. 13. ed. São Paulo: Ática, 2010.

CHEPTULIN, Alexandre. **A dialética materialista: categorias e leis da dialética**. Trad. Leda Rita Cintra Ferraz. São Paulo: Editora Alfa-omega, 1982.

COBRA, Marcos. **Marketing de Turismo**. São Paulo: Editora Atlas, 2001.

COLETÂNEA FOTOGRÁFICA. **Beatificação de Nhá Chica**. Baependi: Editora Nhá Chica, 2013.

COMPIANI, M. & CARNEIRO, C. D. R. Os papéis didáticos das excursões geológicas. Enseñanza de las ciencias de la tierra: **Revista de la Asociación Española para la Enseñanza de las Ciencias de la Tierra**. ISSN 1132-9157, Vol. 1, Nº. 2, 1993, págs. 90-97

COOPER, Chris; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen; GILBERT, David; SHEPHERD, Rebecca. **Turismo**: princípios e prática. Trad. Roberto Cataldo Costa. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

CORIOLOANO, Luzia Neide Menezes Teixeira; SILVA, Sylvio C. Bandeira de Mello. **Turismo e Geografia**: Abordagens Críticas. Fortaleza: UECE, 2005.

CORRÊA, Roberto Lobato. Espaço, um conceito-chave da Geografia. In. CASTRO, Iná Elias; GOMES, Paulo Cesar da Costa; CORRÊA, Roberto Lobato. **Geografia**: Conceito e temas. 7.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

COSTA, Carmem Lúcia. **Cultura, Religiosidade e comércio na cidade**: a festa em louvor à Nossa Senhora do Rosário em Catalão – Goiás. 2010. 223 f. Tese (Doutorado em Geografia Humana) – Universidade de São Paulo, São Paulo. 2010.

COTRIN, G. **Fundamentos de Filosofia**. 13ª ed. São Paulo: Saraiva, 1997.

CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Introdução à Geografia do turismo**. 2.ed. São Paulo: Roca, 2003

_____. **Geografias do turismo**: de lugares a pseudo-lugares. São Paulo: Roca, 2007.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia do turismo**. São Paulo: Atlas, 2003.

_____; SILVEIRA, Emerson José Sena da (org.). **Turismo Religioso**: ensaios e reflexões. Campinas: Alínea, 2003

DOUZET, Frédéric. La géopolitique pour comprendre le cyberspace. In: **Hérodote**, nº 152- 153, La Découverte, p. 3-21, 2014.

ELÍADE, Mircea. **Mito e realidade**. 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 1991.

FERNANDES. Silvia Regina Alves. Os números de católicos no Brasil: mobilidades, experimentação e propostas não redutivistas na análise do Censo. In: **Religiões em movimento**: O Censo de 2010. Petrópolis: editora Vozes, 2013.

FIGUEIREDO, Silvio (Org.). **Turismo, lazer e planejamento urbano e regional**. Belém: NAEA, 2008.

FIGUEIREDO, Silvio Lima. Turismo virtual?. In. ANSARAH, Marília Gomes dos Reis; NETTO, Alexandre Panosso. **Segmentação do Mercado Turístico**: estudos, produtos e perspectivas. São Paulo: Manole, 2009.

FIORES, Stefano; MEO, Salvatore. **Dicionário de Mariologia**. São Paulo: Paulus, 1997.

FRATUCCI, Aguinaldo César. **Os processos de turistificação do espaço e atuação dos seus agentes produtores**. X ENTBL, 2007, João Pessoa – PB.

Disponível em:

<http://www.academia.edu/869796/Os_processos_de_turistifica%C3%A7%C3%A3o_do_esp%C3%A7o_ea_atua%C3%A7%C3%A3o_dos_seus_agentes_produtores>. Acesso em 08/10/2016.

FROSSARD, Miriane Sigiliano. “**Caminhando por terras bíblicas**”: religião, turismo e consumo nas caravanas evangélicas brasileiras para a Terra Santa – Juiz de Fora. 2013. 416 f. Tese (Doutorado em Ciência da Religião) – Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora. 2013.

Funcionária da Associação dos Artesãos de Baependi. Depoimento. [19 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Funcionária da Prefeitura Municipal de Baependi. Depoimento. [18 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer

Funcionária da Secretaria de turismo de Baependi. Depoimento. [14 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Funcionária da Pousada Cachoeirinha. Depoimento. [14 de junho de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Funcionário da ABNC. Depoimento. [08 de dezembro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Funcionário do Hotel Zé Lota. Depoimento. [14 de junho de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Funcionário do Hotel Nhá Chica. Depoimento. [14 de junho de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Funcionário do Cataguá Hotel. Depoimento. [14 de junho de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Funcionário da Pousada Camping Itaúna. Depoimento. [20 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Funcionário da Pousada Angélico Lipáni. Depoimento. [08 de dezembro de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Funcionário da Pousada Recanto da Mata Park Hotel. Depoimento. [20 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Funcionário do Hotel Pousada São Miguel. Depoimento. [08 de dezembro de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Funcionário do Centro de Lazer Topada. Depoimento. [20 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

GARCIA CANCLINI, Néstor. **As Culturas Populares no Capitalismo**. S. l.: Brasiliense, 1983.

_____. **Culturas Híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade**. 4 reimp. São Paulo: EdUSP, 2008.

GIL, Angeles Rubio; CURIEL, Javier de Esteban. Religious Events as Special Interest Tourism. A Spanish Experience. **PASOS**. Revista de Turismo y Patrimônio Cultural, ISSN 1695-7121, vol.06 nº3. 2008, págs. 419-433.

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

GOTTDIENER, Mark. **A produção social do espaço urbano**. Trad. Geraldo Gerson de Souza. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2010.

HARVEY, David. **A produção capitalista do espaço**. Trad. Carlos Szlak. 2.ed. São Paulo: Annablume, 2006.

HESS, Remi. O Momento do Diário de Pesquisa na Educação. **Ambiente e Educação**. vol. 14. nº 01. Rio Grande: Universidade Federal do Rio Grande, 2009.

HONORATO, Claudio de Paula. **Valongo: o mercado de escravos no Rio de Janeiro 1758-1831**. Niterói. 2008. 166p. Dissertação (mestrado) – UFF – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2008.

IBGE. **Enciclopédia dos municípios brasileiros**. Brasil, 1957. Vol. XXVIII.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. São Paulo: Thomson, 2003.

INFORMATIVO NHÁ CHICA: notícias da igreja e do INC. Baependi. Ano VIII, nº 96. 2015.

_____. Baependi. Ano IX, nº 107. 2016.

_____. Baependi. Ano IX, nº 108. 2016.

JUNQUEIRA, Monsenhor Geraldo. **Beatificationis et Canonizationis** Ven. Servae Dei Francisca de Paula de Jesus: Nhá Chica. Campanha, 2000.

KAISER, Bernard. O geógrafo e a pesquisa de campo. **Boletim Paulista de Geografia** / Seção São Paulo - Associação dos Geógrafos Brasileiros. nº 84 - São Paulo: AGB, 2006.

KNAFOU, R. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. In: RODRIGUES, Adyr B. R. **Turismo e Geografia: Reflexões teóricas e enfoques regionais**. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001.

KONDER, Leandro. **O que é dialética**. 28. ed. São Paulo: Brasiliense, 1998.

KUASAKUI, Edmir. **Marketing turístico e hospitalidade**. São Paulo: Makron Books, 2000.

LEÃO, Lucia. **Derivas: cartografias do ciberespaço**. São Paulo: Annablume, 2004.

LEFEBVRE, Henri. **Lógica formal, lógica dialética**. Trad. Carlos Nelson Coutinho. **2.ed.** Rio de Janeiro: Civilização brasileira, 1979.

_____. **A vida cotidiana no mundo moderno**. Trad. Alcides João de Barros. São Paulo: Ed. Ática, 1991.

_____. **A produção do espaço**. Trad. Doralice Barros Pereira; Sérgio Martins. (do original *La production de l'espace*. 4ª Ed. Paris Éditions Anthropos, 2000). Primeira versão – fevereiro de 2006.

_____. **Espaço e Política**. Trad. Margarida Maria de Andrade; Sérgio Martins. Belo Horizonte: UFMG, 2008a.

_____. **A revolução urbana**. Trad. Sérgio Martins. 3ª reimpressão. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2008b.

_____. **O direito à cidade**. Trad. Rubens Eduardo Frias. 2ª reimpressão. São Paulo: Centauro Editora, 2010.

LEFORT, Monsenhor J.P. **Francisca de Baependi**. Campanha, 1992.

_____. **Nhá Chica: Francisca de Paula de Jesus Isabel**. 6. ed. Baependi: ABNC, 2010.

LEMOS, Leandro de. **O valor turístico na economia da sustentabilidade**. São Paulo: Aleph, 2005.

LÉVI, Pierre. **O que é o virtual?** Trad. Paulo Neves. 6ª reimpressão. São Paulo: Editora 34, 2003.

LEVITT, Theodore. **A imaginação de marketing**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.

LOPES, Patrícia Frangelli Bugallo. **Gestão de um epicentro católico no Brasil: o Circuito Turístico Religioso do Vale do Paraíba Paulista/SP**. 2015. 239p. Tese

(Doutorado em Geografia) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 2015.

MAIA, Carlos Eduardo Santos. Ensaio interpretativo da dimensão espacial das festas populares: proposições sobre festas brasileiras. In: ROSENDAHL, Zeny; CORRÊA, Roberto Lobato. (orgs.). **Manifestações da cultura no espaço**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

_____. **Enlaces geográficos de um mundo festivo – Pirenópolis**: a tradição cavaleiresca e sua rede organizacional – Rio de Janeiro. 2002. Tese (Doutorado) – UFRJ, Rio de Janeiro. 2002.

MANZINI, E. J. **A entrevista na pesquisa social**. Didática, São Paulo, v. 26/27, p. 149-158, 1991.

MARTINS, José Saraiva. **Como se faz um santo**. Lisboa: Alêtheia Editores, 2006.

MARX, Karl. **Textos filosóficos**. Trad. Maria Flor Marques Simões. São Paulo: Editorial Estampa, 1975.

_____; ENGELS, Friedrich. **Obras escolhidas**. Vol.3. São Paulo: Ed. Alfa-Omega, [19..].

_____; ENGELS, Friedrich. **A Ideologia Alemã**: Feuerbach, a oposição entre as concepções materialistas e idealistas. São Paulo: Martin Claret, 2006.

_____. **O Capital**: Crítica da economia política. 32.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2014.

MASSEY, Doreen B. **Pelo espaço**: uma nova política da espacialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MAZÓN, Tomás. **Sociología del turismo**. Madri: Cento de estudos Ramón Areces, 2001.

MOESCH, Marutschka Martini. **A Produção do Saber Turístico**. São Paulo: Contexto, 2000.

MOLINA, Sergio. **Turismo**: metodologia e planejamento. Trad. Carlos Valero. Bauru: EDUSC, 2005.

MONAT, Henrique. **Caxambu**. Rio de Janeiro: Oficinas da Casa da Moeda, 1894.

MOURA, Antônio Márcio Ferreira. Turismo, meio ambiente e espaço rural. In: FUNARI, Pedro Paulo; PINSY, Jaime. (orgs.). **Turismo e patrimônio cultural**. São Paulo: Contexto, 2011.

Obreira da Igreja Universal do Reino de Deus. Depoimento. [16 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

OLIVEIRA, Cleiton. **Contato em Baependi**. [Mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <magnokelmer@gmail.com> em 30 dez. 2015.

OLIVEIRA, Christian Dennys Monteiro. A Monumentalidade do templo e da romaria. Uma periodização geográfica das peregrinações à Basílica de Aparecida. In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (org.). **Turismo e Geografia: Reflexões teóricas e enfoques regionais**. 3. ed. São Paulo: Editora Hucitec, 2001.

_____. **Turismo Religioso**. São Paulo: Aleph, 2004.

OSORIO, Maribel Garcia. Hacia la constuccion del objeto de studio del turismo desde una perspectiva materialista critica. **PASOS**. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, ISSN 1695-7121, vol. 3, nº1. 2005, ps. 41-61.

PALAZZOLO, Padre Frei Jacinto de. **Nhá Chica: a Pérola Escondida**. Rio de Janeiro: Ed. do autor, 1973.

Pastor A responsável pela igreja evangélica A. Depoimento. [15 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Pastor B responsável pela igreja evangélica B. Depoimento. [15 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Pastor C responsável pela igreja evangélica C. Depoimento. [18 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Pastor D responsável pela igreja evangélica D. Depoimento. [17 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

PASSARELLI, Gaetano. **Nhá Chica Perfume de Rosa: vida de Francisca de Paula de Jesus**. Trad. Cacilda Rainho Ferrante. São Paulo: Paulinas, 2013.

PELÚCIO, José Alberto. **Templos e crentes: Baependi**. São Paulo: Gráfica Paulista, 1942a.

_____. **Baependi**. São Paulo: Gráfica Paulista, 1942b.

PENA, Helena Ferreira. **Francisca de Paula de Jesus – Nhá Chica: sua vida e seus milagres**. Belo Horizonte: ed. O Lutador, 1951.

PETROCCHI, Mario. **Turismo: Planejamento e gestão**. 5.ed. São Paulo: Futura, 2001.

_____. **Marketing para os destinos turísticos: Planejamento e gestão**. São Paulo: Futura, 2004.

PIERUCCI, Antônio Flávio. "Bye bye, Brasil": o declínio das religiões tradicionais no Censo 2000. **Estudos Avançados**. ISSN 1806-9592, vol. 18, nº52. 2004, ps. 17-28.

PINHO, Maria do Carmo Nicoliello. Depoimentos. **Informativo Nhá Chica**. Baependi, ano VIII, nº 96, 2015.

PINTO, Liliane Faria Correa. A beata Nhá Chica como patrimônio cultural de Baependi – MG: um estudo de caso. In: **Anais dos Simpósio da ABHR**, Vol. 13. 2012.

PINTO, Andrei Guimarães. **O turismo religioso em Aparecida (SP): aspectos históricos, urbanos e o perfil dos romeiros**. 2006. 97 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Geociências e Ciências Exatas de Rio Claro, 2006.

POSITIO, Campanien. In Brasilia, **Beatificationis et Canonizations Servae Dei Franciscae de Paula de Jesus dictae “Nhá Chica”, laicae (1810-1895)**, Positio super vita, virtutibus et fama sanctitatis, Romae, 2001.

PREFEITURA MUNICIPAL DE BAEPENDI. Decreto nº299, de 29 de março de 1994. Dispõe sobre concessão de título de cidadania honorária, em homenagem póstuma.

_____. Lei 1731/95, de 05 de abril de 1995. Dá denominação a praça e contém outras providencias.

_____. Lei municipal 1984/98, de 02 de fevereiro de 1998. Estabelece a proteção ao patrimônio cultural de Baependi – MG.

_____. Lei 2192/00, de 22 de fevereiro de 2000. Dispõe sobre nomes de ruas e logradouros.

_____. Lei 2374/01, de 08 de agosto de 2001. Institui nas escolas da rede municipal de ensino de Baependi – MG, o conteúdo programático de turismo.

_____. Lei 2472/02, de 06 de agosto de 2002. Dispõe sobre o ingresso como sócio fundador na Associação de Integração Regional do Circuito das Águas.

_____. Lei 2545/03, de 03 de setembro de 2003. Dispõe sobre feriado municipal.

_____. Lei 2582/04, de 01 de dezembro de 2004. Dispõe sobre denominação de logradouro público.

_____. Lei 2613/05, de 27 de junho de 2005. Institui o dia oficial das Igrejas Evangélicas de Baependi MG.

_____. Lei 2890/13, de 22 de abril de 2013. Dispõe sobre a autorização de parcerias e realização de despesas no evento de beatificação de Nhá Chica.

RAMOS, Aluísio Wellichan. Espaço-tempo na cidade de São Paulo: historicidade e espacialidade do “Bairro da Água Branca”. **Revista do departamento de Geografia**, nº 15. 2002, p. 65-75.

Representante da Diocese de Campanha. Depoimento. [08 de dezembro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Representante A da Igreja Católica ligada a Associação Beneficente Nhá Chica (ABNC). Depoimento. [15 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Representante B da Igreja Católica colaboradora no Processo de Beatificação. Depoimento. [08 de dezembro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Representante C da Igreja Católica ligada a Associação Beneficente Nhá Chica (ABNC). Depoimento. [15 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Representante do Centro Espírita Ressureição e Vida. Depoimento. [14 de janeiro de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Representante da Pousada Chalés de Minas. Depoimento. [20 de julho de 2016]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

Responsável pelo Maris Hotel. Depoimento. [14 de junho de 2015]. Baependi: Entrevista concedida a Magno Angelo Kelmer.

RUSCHMANN, Doris. **Turismo e planejamento sustentável**: A proteção do meio ambiente. 14.ed. Campinas: Papirus, 2008.

SACRAMENTO, José Antônio de Ávila. Nhá Chica, a Santa do Rio das Mortes. In: **Revista da Academia de Letras de São João del Rei**, 2006. p. 141-161.

SANTOS, Milton. 1992: a redescoberta da natureza. In: **Estudos Avançados**. 1992, nº6, vol. 14, 95-106.

_____. **A natureza do espaço**: Técnica e tempo. Razão e emoção. São Paulo: Hucitec, 1996.

_____. **Espaço e método**. São Paulo: Nobel, 1997

_____. **Pensando o espaço do homem**. 5. ed. São Paulo: Edusp, 2004.

SEDA, Rita Elisa. **Nhá Chica**: mãe dos pobres. 1ª edição. São José dos Campos: Editora ComDeus, 2013.

SILVA, Carlos Alberto F. da; TANCMAN, Michéle. A Dimensão Socioespacial do Ciberespaço: Uma nota. In: **GEOgraphia**, Vol. 1, Nº 2, 1999.

SOARES, Hugo Ricardo. **A Produção Social do Santo**: Um estudo do processo de beatificação do Padre Rodolfo Komórek. 2007. 225 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Campinas, 2007.

SOUZA, Arminda e CÔRREA, Marcus Vinícius M. **Turismo: Conceitos, Definições e Siglas**. Manaus: Editora Valer, 2000.

STROMBERG, Roland N. Marxismo e Religião. in **Studies in Soviet Thought**. USA: D. Reidel Publishing Co, 1979, vol 19, 209-217.

SOUZA, Marcelo Lopes. **Os Conceitos Fundamentais da Pesquisa Sócio-espacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

_____. Como pode o turismo contribuir para o desenvolvimento local? In: RODRIGUES, Adyr Balastrieri (Org.). **Turismo e desenvolvimento local**. São Paulo: HUCITEC, 2002.

SUERTEGARAY, Dirce Maria Antunes. Pesquisa de campo em Geografia. **GEOgraphia**, nº7, v.4, 2002.

TAVEIRA, Marcelo da Silva. A turistificação de São Miguel do Gostoso: a internacionalização da “Cidade dos Ventos”. **Revista Turydes: Turismo y Desarrollo**, nº. 19. 2015.

TEIXEIRA, Faustino. O Censo de 2010 e as religiões no Brasil: esboço de apresentação. In: TEIXEIRA, Faustino; MENEZES, Renata. (orgs). **Religiões em movimento: O Censo de 2010**. Petrópolis: editora Vozes, 2013.

TEIXEIRA, Maria do Socorro Gondim; ROMÃO Jr, Manoel Cícero. **Turismo religioso: uma alternativa econômica para municípios do Seridó - RN** [Internet]. 2013. Disponível em: <http://docente.ifrn.edu.br/marcosaraujo/disciplinas/geografia-do-rio-grande-do-norte/material-complementar/turismo-religioso-no-serido>.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia**. Trad. Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1998.

TRIVIÑOS, A. N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.

TUCH, David Lord; SPOLON, Ana Paula Garcia. Planejamento hoteleiro. In: ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Turismo: como aprender, como ensinar**. 2.ed. São Paulo: Editora Senac, 2001.

TURATO, E. R. **Tratado da metodologia da pesquisa clínico-qualitativa**. Petrópolis: Vozes, 2003.

VALCUENDE DEL RÍO, José María; MURTAGH, Chantelle y RUMMENHOELLER, Klaus. Turismo y poblaciones indígenas: espacios, tiempos y recursos. **Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**. [En línea]. Barcelona: Universidad de Barcelona, 10 de agosto de 2012, vol. XVI, nº 410. Disponível em: <<http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-410.htm>>. [ISSN: 1138-9788].
VASCONCELOS, Diogo de. **História Antiga das Minas Gerais**. Belo Horizonte. Ed. Itatiaia, 1974.

VITARELLI, Flávio. O turismo religioso da Mesopotâmia a Minas Gerais. **Revista Sagarana** – turismo e cultura em Minas Gerais: Belo Horizonte, n. 5, ano II, 2001.

XAVIER, Herbe. **A percepção geográfica do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2007.

WADA, Elizabeth Kyoko, Turismo de negócios: viagens corporativas, eventos e incentivos. In. ANSARAH, Marília Gomes dos Reis; NETTO, Alexandre Panosso. **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri: Manole, 2009.

WAINBERG, Jacques. **Turismo e comunicação: A Indústria da Diferença**. São Paulo: Contexto, 2003.

YÁZIGI, Eduardo. **Turismo: Uma esperança condicional**. 2. ed. São Paulo: Global, 1999.

ZARDO, Eduardo Flávio. **Marketing aplicado ao turismo**. São Paulo: Roca, 2003.

Jornais

A Gazeta da Varginha, 07/07/1895. (Arquivo ABNC).

O Baependiense, 26/10/1952. (Arquivo ABNC).

O Baependiano, 1878/1952. (Arquivo ABNC).

O Patriota, 1917, 1945. (Arquivo ABNC).

Documentos

ABNC. Certidão de óbito de Francisca de Paula de Jesus, livro de óbitos nº12, fls. 46 – 46. (Arquivo ABNC).

LICENÇA PARA CONSTRUÇÃO DA CAPELA DE NOSSA SENHORA DA CONCEIÇÃO, Baependi, 1865. (Arquivo ABNC).

LIVRO DA CAMPANHA DE PRÓ-CANONIZAÇÃO. Baependi, 1952. (Arquivo ABNC).

LIVRO DE ASSENTAMENTOS DE BATIZADOS, Tomo II, verso da folha 300, Catedral Basílica de Nossa Senhora do Pilar de São João Del Rey.

ANEXOS

ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA OS TURISTAS

- 1) Sexo: Masc. Fem.
- 2) Idade: anos
- 3) Estado civil: 4) Escolaridade: 5) Ocupação:
- 6) Renda: 1 à 3 salários 3 à 5 salários 5 à 10 salários mínimos
- 7) Religião: Praticante: Sim Não
- 8) Local de origem:
- 9) Como viaja: Sozinho Família Grupos Outros:
- 10) Tempo de estadia na cidade, quantos pernoites?
- 11) O que o motivou a visitar BAEPENDI-MG?
- 12) O que mais o atraiu?
- 13) Primeira vez na cidade? Sim Não
Se não, quantas vezes? Em que época do ano visita a cidade?
- 14) Conhece Nhá Chica? Sim Não
- 15) É devoto? Sim Não
- 16) Já recebeu graças/milagres: Sim Não Conhece alguém que já recebeu?
- 17) Como tomou conhecimento de Nhá Chica?
- 18) Considera-se turista? Sim Não
- 19) Considera o que faz um turismo religioso? Sim Não
- 20) Faz turismo religioso em outros lugares? Onde?
- 21) Durante sua estadia em Baependi - MG:
 - Se hospeda na região? Sim Não
Se sim, onde se hospeda?
 - Qual o meio de transporte utilizado até a cidade?
 - O que você consome na cidade durante sua estadia?
 - Qual sua média de gastos na cidade?
- 22) A estrutura de Baependi- MG correspondeu a sua expectativa?
- 23) O que destacaria de positivo:
- 24) O que destacaria de negativo:
- 25) Por que o dia da Festa de Nhá Chica foi escolhido para sua visitaçao?
- 26) De quais eventos vai participar: Missa Feira Procissão Outros
- 27) Os moradores locais o receberam bem? Sim Não
Por quê?
- 28) Comprou algo relacionado à Nhá Chica? Sim Não
Se sim: para seu consumo para presentear
- 29) Já ouviu falar da Caminhada de Nhá Chica? Sim Não
- 30) Recomendaria este passeio a outras pessoas? Sim Não

ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA A REDE HOTELEIRA

- 1) Tipo de estabelecimento: _____
- 2) Ano de fundação do estabelecimento: _____
- 3) Número de leitos: _____
- 4) Possui registro no Sistema Brasileiro de Classificação de Meios de Hospedagem (SBClass) _____
- 5) Classificação do empreendimento:
 Hotel Resort Hotel Fazenda Cama e café
 Pousada Flat/Apart-Hotel Hotel Histórico
- 6) Número de funcionários: _____
- 7) Época do ano de maior movimento: _____
- 8) Época do ano de menor movimento: _____
- 9) Percebe movimento relacionado ao Turismo Religioso? _____
Por quê? _____
- 10) Tipo de turista que mais atende?
 De aventura
 Religioso
 De negócios
 Outros
- 11) Como o turista se hospeda:
 Sozinho
 Em família
 Em grupos
 Outros:
- 12) Origem deste hóspede? _____
- 13) Qual a média de pernoites por hóspede? _____
- 14) Que dia ocorre maior fluxo de hóspedes na semana? _____
- 15) Valor da diária: _____
- 16) O que é oferecido na diária? _____
- 17) Características do lugar: _____

**ROTEIRO DE ENTREVISTAS PARA OS REPRESENTANTES DAS
IGREJAS**

- 1) Nome do templo:
- 2) Data de fundação:
- 3) Endereço:
- 4) Líder espiritual responsável:
- 5) Conhece a história de Nhá Chica:
- 6) Percebe movimentação do Turismo religioso na cidade:
- 7) Como analisa o uso da fé em torno de Nhá Chica como atrativo turístico:
- 8) Como analisa este aumento no número de visitantes na cidade:
- 9) Para vocês (não católicos) Como veem esta situação? Em uma cidade chamada de Terra de Nhá Chica: (mostrar a foto da placa na estrada).
- 10) Como vê o processo de beatificação de Nhá Chica?
- 11) O que é a figura de um santo?
- 12) De onde vem os fiéis? Classe social?
- 13) Como o templo se sustenta financeiramente?
- 14) No semana/dia da festa de Nhá Chica, 14 de junho, há algum comentário na sua igreja, alguma manifestação?
- 15) Comentam sobre Nhá Chica nos cultos/celebrações? Como?

Roteiro de entrevistas para os moradores - Baependi – MG

- 1) Morador em Baependi há quanto tempo? _____
- 2) Reside nesta residência há quanto tempo? _____
- 3) Quantos moradores na residência? _____
- 4) Religião: _____
- 5) Idade: _____
- 6) Escolaridade: _____
- 7) Profissão: _____
- 8) Percebe a presença da atividade turística em Baependi? _____
Se sim, de qual tipo de turismo? _____
Se sim, como vê a presença dos turistas na cidade? _____
- 9) Na sua opinião, o que atrai o turista à Baependi? _____
- 10) Percebe mudanças na cidade com a prática do turismo? _____
Se sim, quais? _____
- 11) Percebe que a comunidade está envolvida com o turismo? _____
Se sim, como? _____
- 12) Você atribui alguma mudança no seu dia a dia com a presença da atividade turística em Baependi? _____
Se sim, quais? _____
- 13) Percebe a presença do Turismo religioso em Baependi? _____
Se sim, como? _____
- 14) Quando ocorre maior movimento do Turismo religioso na cidade? _____
- 15) Na sua casa há alguém que lucra com o Turismo religioso? _____
Se sim, como? _____
- 16) Percebe valorização financeira do seu imóvel por estar localizado próximo ao santuário? _____
Se sim, como? _____
- 17) Sua família frequenta o Santuário? _____
Se sim, com qual frequência? _____
- 18) Qual sua opinião sobre Baependi ser tratada com "Terra de Nhá Chica"? _____

Rua/nº: _____

Comentários: _____
