

A MONUMENTALIZAÇÃO NO CONTEXTO DO TURISMO RELIGIOSO NO BRASIL

Anderson Sartori¹

Resumo: Uma tendência do século XXI, no Brasil, é a construção de complexos turísticos e religiosos com grandes estátuas, o que chamamos neste trabalho de monumentalização, que passam a modificar a paisagem religiosa, com o turismo sendo uma das principais motivações nesses novos espaços religiosos. A existência de espaços religiosos arquitetônicos grandiosos, como também estátuas, não é algo recente na história humana, mas a busca por ser considerado o maior do mundo, é ainda um título que os empreendimentos buscam alcançar nos projetos. Desta forma, o objetivo geral foi identificar e compreender este processo de monumentalização, suas relações com o turismo (em especial, religioso) e os novos significados turísticos nas concepções entre o sagrado e o profano. O objeto desta pesquisa foram as estátuas religiosas com mais de 15 metros de altura. Templos religiosos de grandes dimensões arquitetônicas não foram incluídos, devido as perspectivas teóricas e metodológicas propostas. Esta pesquisa pode ser considerada qualitativa, exploratória, com os dados coletados através da documentação indireta (pesquisa bibliográfica) e acesso a sites e outras fontes virtuais sobre os espaços monumentalizados no Brasil e o levantamento das avaliações de visitantes em plataforma virtual. Os dados da pesquisa apontam um resultado importante, que a partir do início do século XXI a monumentalização ganha espaço, com o aumento do fluxo de turistas pelo Brasil. Ceará e Santa Catarina possuem quatro estátuas monumentais cada, todas de referência católica, sendo que dos 15 objetos do estudo, somente um, localizado no Espírito Santo, é de outra denominação religiosa, no caso o budismo. Os sites, aplicativos e plataformas que permitem a avaliação e o compartilhamento de experiências dos turistas não somente antes e depois, mas também durante a estadia, modificaram as formas do fazer turístico, juntamente com o imediatismo das redes sociais. Os espaços religiosos também vivenciaram estas transformações e a monumentalização é uma das estratégias para diferenciação no mercado turístico e contribuir tanto para disseminação da fé como para agregar o turismo como fonte de renda e manutenção das estruturas existentes nos espaços sagrados. O turismo religioso necessita de estudos aprofundados para avaliar a importância do segmento dentro do quadro turístico nacional e regional. Compreender as formas como estão sendo trabalhados os atrativos religiosos monumentalizados neste contexto é uma das lacunas identificadas como resultado da pesquisa e que proporciona possibilidades de novas análises e estudos para atendimento das necessidades e expectativas diversas dos sujeitos que buscam no religioso a aproximação com sua fé ou querem ter novas experiências ao conhecer a cultura do outro. A pesquisa apresenta dados que podem ter implicações práticas para a compreensão da monumentalização e suas relações com o turismo religioso no Brasil, principalmente pela dispersão por diferentes regiões e as potencialidades já existentes de atrativos e serviços que podem ser incrementadas para atender esta demanda. Os resultados da pesquisa têm implicações teóricas contribuindo com a discussão sobre as potencialidades e a diversidade do turismo religioso com o olhar específico sobre a monumentalização no Brasil, devido a reduzida produção bibliográfica dentro das perspectivas turísticas.

Palavras-chave: Turismo. Turismo Religioso. Monumentalização. Religiosidade.

INTRODUÇÃO

Uma das características da religiosidade no Brasil, principalmente no catolicismo, são os complexos religiosos e as estátuas em grandes proporções, como forma de receber os fiéis, bem como ser uma forma de aproximação com o sagrado. Cristo Redentor (Rio de Janeiro) e Padre Cícero (Ceará) são dois

¹ Doutor em Turismo e Hotelaria (UNIVALI) e professor do Instituto Federal Catarinense (IFC) – Campus Sombrio. Pesquisador nas áreas do turismo religioso, cicloturismo e governança turística.
E-mail: anderson.sartori@ifc.edu.br

exemplos e pioneiros nesse processo no país. No século XXI, temos a construção de estátuas monumentais (conforme identificado e analisado neste trabalho a seguir), que se espalham por diferentes regiões do país, atraindo turistas e fiéis, como por exemplo a estátua de Frei Bruno, com 37 metros de altura (Joaçaba/SC) em 2018, Santa Rita de Cássia com 56 metros de altura (Santa Cruz/RN) em 2010 e Nossa Senhora de Fátima, 45 metros de altura (Crato/CE) em 2014. Em comum, a referência em superar a altura do Cristo Redentor, no Rio de Janeiro. São três exemplos, mas a quantidade destas construções alcança as dezenas neste século.

Um exemplo deste fenômeno é recente, com a inauguração para visitação, no dia 06 de abril de 2025, do “Cristo Protetor”, na cidade de Encantado (RS), que com seus 43,5m de altura (estátua com 37,5 m e o pedestal com 6m) tornou-se o maior “Cristo” do Brasil. Para Giumbelli e Lima (2023), a temática dos monumentos é pertinente e ainda pouco explorado, com a possibilidade de análises sobre a inserção destes objetos monumentalizados na paisagem e os modos de interação com o público que são almejados ou propostos para sua criação e visitação.

Ainda segundo estes autores, a visibilidade é um elemento importante para análise, seja pela localização espacial, seja pelo tamanho (normalmente grandes escalas) e o recurso do pedestal, que tem no visual a forma de contato com o monumento, dificultando outras formas de acesso (Giumbelli e Lima, 2023). No “Cristo Protetor”, projetado para fins turísticos, como o Complexo Nossa Senhora de Lourdes e do Louvor (também com grandes estátuas) em Ituporanga (SC), a entrada ocorre mediante pagamento de ingressos, demarcando novas formas para o turismo religioso contemporâneo.

A característica desse processo é a relação direta com a atividade turística, envolvendo assim o fenômeno do sagrado e do profano nestes espaços. Diferentemente de santuários ou espaços de peregrinação que surgiram por motivos religiosos e ao longo das décadas o turismo passou a acontecer, estes espaços de monumentalização possuem estruturas planejadas para recebimento dos turistas, independente da religião, modificando as paisagens geográficas e religiosas no Brasil.

Partindo desse contexto, esta pesquisa teve por objetivo identificar e compreender este processo de monumentalização, suas relações com o turismo (em especial o religioso) e os novos significados turísticos nas concepções entre o sagrado e o profano. Desta forma, a pesquisa busca também contribuir com este

campo de conhecimento ainda com poucas produções no fazer teórico e metodológico do Turismo.

Ao construir grandes estruturas, a iniciativa privada ou as instituições religiosas, procuram atrair turistas e/ou fiéis, não somente mais de sua região, mas em nível nacional, nesse disputa pelo maior monumento de fé (Rocha; Barbosa, 2020). Estes destinos e atrativos são um fenômeno novo dentro do turismo brasileiro, ao oferecer novas instalações para visitação e não mais somente a adaptação de patrim nios de décadas para o recebimento de milhares de pessoas.

REFERENCIAL TEÓRICO

O turismo religioso é uma experiência cultural e espiritual ao mesmo tempo, pois desenvolve-se em um lugar considerado sagrado pelos fiéis, sendo que estes espaços são lugares de peregrinação, que foram transformados em destinos e atrativos turísticos, abrangendo assim vivências e experiências muito diferentes, dependendo o interesse do visitante (Gonzalo, 2006). Existem na literatura científica, conforme o levantamento realizado, diferentes concepções sobre os conceitos de peregrino e turista no turismo religioso (Serrallonga; Hakobyan, 2011; Rocha; Belchior, 2016 e Adam, 2018).

Para Torres, Barqu n e Garcia (2017), na pesquisa realizada com as principais publicações sobre turismo (comparativo entre as perspectivas teóricas, na produção científica em língua inglesa e espanhola), os autores concluem que na literatura em língua inglesa, existe uma distinção entre o turismo como sendo secular e a peregrinação envolvendo o sagrado, enquanto na literatura em espanhol, o turismo religioso é concebido como sendo ligado a elementos da cultura. Dependendo do contexto cultural, o turismo religioso tem suas concepções nas diferenças entre ser peregrino e ser turista.

Segundo Choe (2024), nos últimos cinquenta anos, o turismo com motivação religiosa experimentou um crescimento significativo, com o turismo religioso transformando-se diversos contextos e locais com há tendência crescente de indivíduos viajarem para locais religiosos e de peregrinação que tenham significado pessoal ou significado para eles. No contexto pós-pand mia, continua Choe (2024), deve-se buscar atender aos aspectos de bem-estar dos turistas e peregrinos, incluindo os benefícios para a saúde mental, física e espiritual, bem como o turismo

religioso, especialmente em regiões em desenvolvimento e áreas remotas, é cada vez mais percebido como parte de estratégias de diversificação econômica.

O turismo religioso refere-se a padrões contemporâneos de viagem a lugares sagrados e assumiu muitas formas devido às diferentes motivações dos visitantes, conforme Shinde (2020). Ao analisar a importância das práticas religiosas para os arranjos espaciais em cidades de peregrinação hindu, na Índia, Shinde (2020) aponta quatro temas que emergem nas análises: o engajamento de responsáveis religiosos em rituais e cultos religiosos no espaço define os limites e territórios do sagrado; a área de atuação da prática religiosa foi reduzida da paisagem de peregrinação tradicional para rotas específicas que fornecem acesso à atração principal, que é estrutura construída, como um santuário ou templo); a religiosidade também é mantida por atividades comerciais não religiosas e aparentemente "profanas"; e sem a expressão explícita da religiosidade não há oportunidade para o turismo religioso ou qualquer outra forma de turismo. Embora sejam elementos que não podem ser generalizados, mas oferecem possibilidades para analisar as diferentes formas que o turismo religioso vem ganhando nas primeiras décadas do século XXI.

Para Montero, Silva e Sales (2018) a religião-monumento, envolve espaços religiosos de grandes proporções arquitetônicas, como o caso de Templo de Salomão (São Paulo/SP) da Igreja Universal do Reino de Deus (inaugurado em 2014) que reivindicam publicamente dois aspectos: primeiro, sua função religiosa, inserindo-se na paisagem urbana e ao tipo de visibilidade que produz em contraste com a paisagem circundante; e a segunda, que aborda a atenção às formas de ação social a partir das quais se apresenta como religião, que requer a compreensão do desempenho e alcance fora do âmbito estritamente dos preceitos religiosos.

Segundo Godoy (2023), sendo objeto de análises a Basílica Nacional de Aparecida (Aparecida/SP), este edifício religioso é abordado como um novo tipo de objeto e triunfo da visualidade, caracterizado principalmente pela grandiosidade das suas formas, que se projetam na paisagem local, sendo considerada referência material e espacial do catolicismo brasileiro. O autor afirma que “o tamanho e a monumentalidade da Basílica de Aparecida são emblemáticos para compreender os embates públicos da Igreja Católica na sua busca por protagonismo religioso e político, sobretudo frente a outras denominações religiosas” (Godoy, 2023, p.6). A forma de expressão da fé nas grandes construções se torna a disputa simbólica para

as visibilidades do sagrado se confrontem com o profano, produzindo ao mesmo tempo, novos atrativos turísticos, frente a midiatização e a comercialização destes espaços para além dos aspectos religiosos.

Guissoni *et al.* (2023), utilizando da análise semiótica para o turismo sobre um monumento, no caso o Cristo Redentor (Rio de Janeiro/RJ), apontam essas mudanças nas formas de interação com o sagrado, identificando nos discursos das imagens produzidas, signos de beleza paradisíaca, signos sacros, signos da tipicidade e signos da autenticidade turística. Para estes autores, o Cristo Redentor, enquanto atrativo, transfigura-se em uma entidade espiritual (essência e fé) e real (materialidade da escultura), porém em segundo plano por ser um cenário para os turistas e visitantes.

Prabnok (2018) identifica essa mudança na construção da identidade cultural dos templos budistas para fins turísticos na Tailândia, que mudaram seu papel estritamente religioso, para se adequar à nova tendência social, passando de templos que concentravam o estilo de vida comunitário e o centro da prática de atividades religiosas para se tornarem locais turísticos religiosos. Com esse novo papel, ainda segundo Prabnok (2018), os templos têm buscado estabelecer novas identidades culturais com o objetivo de melhor atender ao turismo, aumentando o valor do capital cultural, e chamando a atenção dos turistas por meio da apresentação de monges, combinando crenças budistas com as crenças locais, estabelecendo um marco turístico e construindo a relação entre o templo, o turismo e a comunidade.

Dentro dos dogmas da religião muçulmana, a representação de imagens humanas não é algo usual ou aceito. Tan, Fu e Lee (2020) analisaram o caso da construção de uma réplica do Cristo Redentor do Rio de Janeiro, em assentamento português, em 2017, na cidade de Malaca (Malásia) que é de maioria muçulmana, o que causou polêmica devido à sua temática. Nas suas conclusões, estes autores destacam a tentativa de uma comunidade minoritária (católicos) de se autoidentificar com a réplica de um ícone cultural estrangeiro, levantando questões sobre simbolismo e autenticidade em torno de como uma construção nova e importada pode representar determinada cultura e torna-se um exemplo de como monumentos controversos podem ser protegidos devido ao seu potencial turístico.

Analisando as estátuas monumentais em diferentes lugares do mundo, Wahba (2024) argumenta que essas obras de arte carregam diversos símbolos e

histórias, sejam históricos, religiosos ou culturais, tornando-as uma parte notável do cenário global, sendo que o propósito da construção de cada estátua varia de acordo com o contexto cultural, histórico e religioso do local onde é erguida. Em suas pesquisas, Wahba (2024) apresenta alguns exemplos que contribuíram para um salto significativo no turismo cultural, com as grandes estátuas como ferramenta importante para a promoção do turismo, tornando-se mais populares e interativas com o público nos últimos anos, por meio de desenvolvimentos em forma e tamanho, contribuindo para a atração turística com vários objetivos.

Sendo objeto a estátua de Santa Rita de Cássia, com 56 metros de altura, no município de Santa Cruz/RN, Rocha e Barbosa (2020) em sua pesquisa apontam ser este um exemplo típico da utilização da paisagem como recurso turístico religioso, com a estátua compreendida como forma simbólica que ultrapassa os elementos materiais de sua estrutura e consegue projetar, seja em nível local e regional, dinâmicas socioculturais, simbólicas religiosas, devocionais e econômicas. Destaca-se que a estátua de Santa Rita de Cássia é a maior do catolicismo no mundo, conforme os dados levantados, até este momento. Ao mesmo tempo, na cidade de São Miguel Arcanjo (SP), está sendo construída a estátua em homenagem a São Miguel Arcanjo, que terá segundo o projeto, 70 metros de altura, se tornando assim a maior do catolicismo no mundo, com a previsão de inauguração em 2026.

Observa-se a crescente tendência no século XXI de grandes construções religiosas no Brasil, objeto deste trabalho, seja de templos, santuários ou complexos religiosos com estátuas, na perspectiva de apropriação do espaço e da paisagem pública, não voltados mais somente ao sagrado, mas com objetivos turísticos. A midiaticização da sociedade, com o imediatismo na divulgação de imagens durante as viagens, proporcionam a utilização destes cenários religiosos em pano de fundo para a produção visual de turistas e visitantes, que não necessariamente possuem no sagrado seu principal objetivo de visita. A construção destes novos espaços do sagrado é um elemento que necessita de atenção nas pesquisas científicas, pela própria modificação dos sentidos no fazer do turismo religioso, em especial.

METODOLOGIA

Este trabalho tem por características ser uma pesquisa qualitativa e exploratória (Marconi; Lakatos, 2017, p. 303). Os dados foram coletados através da documentação indireta (pesquisa bibliográfica), como teses, dissertações e artigos científicos e acesso a sites e outras fontes virtuais sobre os espaços monumentalizados.

A pesquisa se dividiu em dois momentos: quantificação e revisão da bibliografia e o levantamento das avaliações dos visitantes na plataforma TripAdvisor (<https://www.tripadvisor.com.br/>), considerada a maior do mundo na avaliação de acomodações, restaurantes, experiências, companhias aéreas e cruzeiros. Para Silva *et al.* (2019) o TripAdvisor é uma fonte de relevantes *feedbacks* sobre pontos turísticos numa dinâmica em que é possível que se depreendam aspectos como à qualidade, à segurança, ao acesso ou à comodidade da atração, dependendo do modo como os consumidores avaliam e escrevem seus comentários, levando em conta os vários atributos dos atrativos turísticos.

Os dados foram analisados através da análise de conteúdo e estabelecidas inter-relações com os dados tabulados e o cruzamento das informações com os atributos que tiverem maior frequência no levantamento dos dados. A análise de conteúdo, enquanto procedimento de pesquisa, desempenha papel significativo nas investigações das pesquisas sociais, com análise de profundidade sobre a subjetividade, ao reconhecer a não neutralidade entre pesquisador, objeto de pesquisa e contexto, mas mantendo o aspecto da validade e do rigor científico, conforme Cardoso, Oliveira e Ghelli (2021).

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A pesquisa bibliográfica foi realizada na base de dados Redalyc (<https://www.redalyc.org/>), que é a Rede de Revistas Científicas da América Latina e Caribe, Espanha e Portugal. Esta base de dados foi escolhido por hospedar 12 revistas específicas de estudos em turismo, 19 de estudos multidisciplinares, além de revistas das áreas de ciências sociais e humanas, possibilitando um escopo significativo, dentro dos objetivos da pesquisa.

Neste levantamento, foi utilizado o termo “turismo religioso” para pesquisa, no período compreendido de 2019 a 2024, resultando em 536 artigos. Após a leitura dos títulos e resumos, o total de artigos que abordam especificamente o turismo religioso foram de 50 artigos. Importante destacar que na pesquisa utilizando o

termo “monumentalização”, foram encontrados 188 artigos, sendo somente 4 com a temática em turismo, mas nenhum destes abordando o turismo religioso.

Os artigos que tratam sobre monumentalização são: Chou e Andrade (2006), analisam como as intervenções arquitetônicas influenciam na formação de produtos turísticos e contribuem para a formação das imagens dos produtos turísticos; Sousa (2011), referente a transformação de patrimônio mundial em atrativo turístico; Gimenes-Minasse (2013), sobre a patrimonialização alimentar e suas relações com o turismo gastronômico; e Del Puerto e Baptista (2020), abordam o contexto histórico dos cemitérios, a utilização na atividade turística e as alterações provocadas pela pandemia de Covid-19;

Desta forma, a pesquisa identificou esta lacuna na produção científica em turismo, sendo um campo de estudos que é indicação futura para novas investigações, principalmente pelo crescimento de atrativos e destinos turísticos religiosos no pós-pandemia, mais um resultado encontrado na pesquisa

Na análise das produções científicas selecionadas, identificou-se a tendência, contemporânea, no Brasil como em outros países, um crescimento na busca por novas experiências de espiritualidade, desvinculadas das religiões tradicionais, o que se dá pela manifestação de crenças, rituais e práticas alternativas, que se fundem ao misticismo, ao esoterismo e a aproximação com a natureza, este último influenciado diretamente pelas práticas de isolamento social devido a pandemia da Covid-19.

Neste contexto, distribuídos em diferentes comunidades e interesses diversos, este movimento tem revelado potencial para a organização de cursos, encontros, seminários, inclusive em locais de interesse turístico e ecológico. Destaca-se o patrimônio cultural material e imaterial da religião cristã católica, que o turismo religioso tem encontrado os atrativos e as oportunidades de desenvolvimento no Brasil pelas formas de expressão artística e arquitetônica, por exemplo, aliado a centros de devoção e peregrinação/romarias em diferentes regiões do país (Rocha; Belchior, 2016). O turismo religioso independe da religião, com os destinos frequentados de acordo com os interesses dos turistas em ter contato com o diferente, ter novas experiências ou vivências.

O turismo religioso é um segmento que se diferencia dos demais por estas peculiaridades, que envolvem elementos culturais variados e movimentam diferentes aspectos psicossociais, neste contraste entre o sagrado e profano, dependendo da

fé de cada sujeito. O desafio das gestões e do planejamento nos destinos é proporcionar as condições de visitação, sem impactar diretamente as práticas religiosas, e ao mesmo tempo garantir a infraestrutura necessária para atender as expectativas e necessidades de diferentes públicos, como Choe (2024) identificou também está preocupação no contexto pós-Covid19.

Caracteristicamente o que envolve sujeitos católicos no turismo religioso, (mas que pode ocorrer em outras formas de religião), o turista pode ser também peregrino ou devoto, e nestes casos há uma tendência de retornar ao lugar sagrado com certa frequência, o que gera uma demanda frequente neste segmento. Outro aspecto associado à relação de pertencimento do fiel católico à determinada comunidade religiosa, ou lugar de devoção, é que sua presença não se dá apenas como espectador, e sim como um componente, que compartilha de sentimentos e busca por alguma graça ou agradecimento, bem próximos daqueles que produzem aquele espaço-tempo sagrado (Costa; Ferreira, 2020).

Segundo os dados, do total de 17,7 milhões de viajantes motivados pela fé no Brasil, 10 milhões fizeram viagens sem pernoitar no destino (MTUR, 2014), podendo ser considerado como demanda regional de fluxo turístico, com a prática de excursões ou viagens familiares em fins de semana, que normalmente, conforme o identificado na bibliografia, é o período da semana que concentra o maior fluxo do turismo religioso.

Partindo destes elementos identificados, foi realizado um levantamento, através de cruzamento de dados entre sites oficiais, referências bibliográficas e plataforma de avaliação turística (TripAdvisor) sobre os principais monumentos religiosos do Brasil, que atraem turistas, em especial pela monumentalização, termo proposto nesta pesquisa. Neste cruzamento, o Cristo Redentor, no Rio de Janeiro, foi a referência para início da pesquisa, por ser um ícone em diferentes sentidos no país e atrair milhões de pessoas por ano para sua visitação, acompanhado do potencial do turismo carioca, reconhecido em nível internacional. A estátua do Cristo Redentor foi inaugurado em 12 de outubro de 1931 e possui 38 metros de altura, que é a referência utilizada nas demais construções como a marca a ser superada.

Neste cruzamento de dados, foram identificados os maiores monumentos religiosos do país, que tem potencial de atração turística, seja em escala regional, nacional ou internacional. Destaca-se que não é uma pesquisa definitiva, ou seja, um refinamento pode identificar outros monumentos. Importante frisar que o objeto

da pesquisa são as estátuas monumentais, excluindo-se assim templos ou outras construções com fins religiosos, como o Templo de Salomão ou a Basílica de Aparecida, citadas anteriormente.

No que se refere as estátuas, o tamanho mínimo de 15 metros no total (ou seja, pedestal mais estátua) foi o estipulado, devido à existência de uma enormidade de estátuas religiosas pelo país com mais de 5 metros que foram identificadas e o levantamento deste quantitativo demanda uma pesquisa exaustiva e muito específica. Foram identificadas 15 estátuas acima do tamanho estipulado (incluídas as citadas anteriormente na Introdução), sendo somente uma não sendo católica, no caso o “Grande Buda”, em Ibirapu/ES, com 35 metros de altura. Segue o quadro com as informações coletadas, para ilustrar o contexto em análise:

Quadro 1: Estátuas monumentais religiosas no Brasil

Nome	Cidade/Estado	Altura das estátuas
Estátua de Santa Rita de Cássia	Santa Cruz/RN	56 metros
Estátua de Nossa Senhora Aparecida	Aparecida/SP	50 metros
Estátua de Nossa Senhora de Fátima	Crato /CE	45 metros
Estátua do Cristo Protetor	Encantado/RS	43,5 metros
Estátua de Nossa Senhora de Lourdes	Ituporanga/SC	40 metros
Estátua do Cristo Redentor	Rio de Janeiro/ RJ	38 metros
Monumento de Frei Bruno	Joaçaba/SC	37 metros
Estátua Grande Buda	Ibirapu/ES	35 metros
Memorial Frei Damião	Guarabira/PB	34 metros
Estátua do Cristo Luz	Baln. Camboriú/SC	33 metros
Estátua de São Francisco de Assis	Canindé/CE	31,2 metros
Estátua do Padre Cícero	Juazeiro do Norte/CE	27 metros
Estátua Nossa Senhora de Fátima	Guaramiranga/CE	27 metros
Estátua Nossa Senhora Aparecida	Maracajá/SC	26,6 metros
Estátua Nossa Senhora de Fátima	Fortaleza/CE	15 metros

Fonte: O (s) autor (es), 2025.

Com exceção do Cristo Redentor (RJ), da estátua de Padre Cícero (CE) inaugurada em 1978, e do Cristo Luz (SC), de 1997, as demais todas são obras do século XXI. O estado do Ceará e Santa Catarina possuem cada 4 destas estátuas

que conferem a monumentalização no turismo religioso, demonstrando a relação da fé e do turismo como potenciais a serem explorados, por diferentes perspectivas.

Além disto, a Estátua de Nossa Senhora de Lourdes (40 metros) é parte de um complexo turístico em Ituporanga (SC), com a temática religiosa, com outras obras monumentais, sendo cobrado ingresso para acesso, algo inédito nos destinos de turismo religioso. Conta também, por exemplo, com o maior Terço suspenso do mundo, com 40 metros de altura e este complexo busca a divulgação turística como ecumênico em alguns de seus atrativos. Este aspecto, pela busca de desvincular estes novos complexos turísticos e religiosos do catolicismo foi identificado por Giumbelli e Lima (2023) na divulgação midiática do Cristo Protetor, o que demarca novas perspectivas para o turismo religioso nessa ressignificação dos espaços do sagrado e do profano, no caso o turismo, quando o religioso é pensado para o turista, rompendo a lógica anterior de templos organizados somente para os rituais do sagrado.

Os dados da pesquisa apontam um resultado importante, que a partir do início do século XXI a monumentalização ganha espaço, com o aumento do fluxo de turistas pelo Brasil. O aprimoramento das tecnologias de comunicação e informação e as melhorias viárias, contribuem com este processo de disseminação de novos destinos e atrativos, na perspectiva apontado por Monteiro, Silva e Sales (2018), da religião-monumento, com a monumentalização transformando as paisagens e territórios do sagrado e do profano. Ressalta-se que a predominância de estátuas monumentais serem do catolicismo deve-se a questões dogmáticas, que outras formas de religião já não possuem, em especial na representação de pessoas consideradas santas ou divinas, como as diferentes expressões de nomes que “Virgem Maria” é reconhecida pelo mundo.

Os sites, aplicativos e plataformas que permitem a avaliação e o compartilhamento de experiências dos turistas não somente antes e depois, mas agora também durante a estadia, modificaram as formas do fazer turístico. Os espaços religiosos vivenciaram estas transformações e a monumentalização é uma das formas de chamar atenção dos turistas, principalmente com a publicização advinda com as redes sociais e como estas paisagens monumentalizadas se tornam cenários para fotografias e vídeos, conforme as análises de Guissoni *et al.* (2023).

Quanto ao turismo, o Cristo Redentor (RJ) possui o maior número de avaliações no TripAdvisor, com notas de 1 a 5, sendo uma das possibilidades de

fonte para consulta no processo de organização e planejamento de viagens. O Cristo Redentor foi avaliado por 65.771 pessoas, com a média 4,5. A estátua de Nossa Senhora Aparecida (SP), que fica no Santuário do mesmo nome, em comparação, foi avaliado por 5.069 pessoas com média 5,0, embora as avaliações seja em sua maioria de todo o complexo e não precisamente do monumento em si, vale destacar.

Observa-se que devido a demanda turística do Rio de Janeiro ser muito maior que Aparecida (SP), esta discrepância nos números é esperada, mas que também possibilita a interpretação de como os visitantes do Cristo não compreendem como turismo religioso somente sua visita, por terem a estátua como um “símbolo” do Brasil, para além do santuário católico que está inserido.

As demais estátuas possuem número muito baixo de avaliações ou nem sequer são avaliadas na plataforma. Chama atenção a estátua do Grande Buda em Ibirajuba (ES), que possui 4,6 de média, com 443 avaliações, sendo que os aspectos da visita aos atrativos são o ponto principal avaliado, especialmente pelos praticantes desta religiosidade no país serem minorias, o que torna, por si só, o espaço de contato com outra cultura, no qual o religioso é parte dessa curiosidade sobre as formas do outro lidar com o sobrenatural. Prabnok (2018) aborda essas mudanças na construção da identidade cultural nos templos budistas que passam a se preparar para o recebimento de turistas, sendo uma realidade internacional que identifica-se nesta prática em específico no Brasil.

Identificou-se na divulgação que Cristo Redentor (RJ) e o Santuário de Nossa Senhora Aparecida (SP) são destinos indutores em esfera nacional e internacional, enquanto nos demais monumentos pesquisados, sua abrangência é regional e local, não atingindo assim a importância turística para além de seus territórios. Isto generalizando os casos, pois a presença de turistas de outros estados e países é identificada, mas são visitantes que não fizeram sua viagem com objetivo a visitar o destino, mas buscarem conhecer por estarem na região e terem conhecimento sobre.

A monumentalização é uma realidade no turismo religioso nacional, embora ainda a repercussão deste processo precisa de estudos e pesquisas sobre demanda e as potencialidades destes destinos. Esta pesquisa trouxe algumas possibilidades de análise e apontamentos para investigações futuras, de uma temática ainda pouco pesquisada nas produções científicas em turismo e com o enfoque do conceito de

monumentalização no turismo religioso, este processo recente no contexto brasileiro.

Compreender este fenômeno religioso e turístico no Brasil contemporâneo possibilita identificar as representações sobre a monumentalização, seja pela presença de turistas e peregrinos, pela importância simbólica e econômica e pelas formas que o sagrado vem ganhando nestas ressignificações das formas de ser e viver a religiosidade. A mudança nas paisagens e a tendência destes monumentos ser tornarem cenários para divulgação das experiências de viagem é parte deste processo do turismo religioso contemporâneo.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

A pesquisa apresenta dados que podem ter implicações práticas para a compreensão da monumentalização e suas relações com o turismo religioso (embora não só) no Brasil, principalmente pela dispersão por diferentes regiões e as potencialidades já existentes de atrativos e serviços que podem ser incrementadas para atender esta demanda, bem como novas possibilidades a serem desenvolvidas. No contexto da monumentalização observa-se investimentos em complexos ou espaços religiosos com objetivos primeiramente turísticos, com a cobrança de ingressos para o acesso, diferentemente do que vinha ocorrendo.

O Cristo Redentor (RJ) já possui esta prática a décadas e o Complexo do Louvor em Ituporanga (SC), recentemente inaugurado, é um exemplo dessa nova perspectiva para o turismo religioso, que busca atender as diferentes religiosidades, com a experiência espiritual e a aproximação com a natureza como suas principais estratégias de marketing. A pretensão do ecumenismo nestes novos espaços é a forma de ampliar as possibilidades de experiências de sujeitos não católicos, abordando o sagrado como um conceito que transcende as denominações religiosas.

Os resultados da pesquisa têm implicações teóricas contribuindo com a discussão sobre as potencialidades e a diversidade do turismo religioso com o olhar específico sobre a monumentalização no Brasil, devido a reduzida produção bibliográfica dentro das perspectivas turísticas. O uso do conceito de monumentalização, que pode ser aplicada as grandes estátuas ou templos religiosos também ser considerada contribuição, bem como originalidade nesta pesquisa, ao se comparar com as demais produções científicas analisadas no referencial teórico.

A produção científica internacional tem avanços nas análises sobre a monumentalização, em especial no Oriente, devido as tradições de diferentes religiões e as pesquisas no Brasil podem contribuir com este processo com as transformações, em especial pós-pandemia, no qual a busca pela espiritualidade e a natureza se tornaram uma crescente. Os novos atrativos turísticos com fins religiosos, com a monumentalização presente como elemento religioso e paisagístico, são potencialidades para pesquisas e compreensão do fenômeno do turismo religioso em novas perspectivas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao realizar a revisão da bibliografia, estabeleceu-se o estado da arte sobre o objeto da pesquisa, contribuindo para a produção científica no turismo religioso e o desenvolvimento de novas interpretações para este processo turístico. Com a pesquisa e análise dos dados, foi possível compreender como o sagrado e o profano vem sendo abordados nas estratégias dos destinos em mobilizar os desejo da demanda em conhecer estes locais, tanto no que se refere ao apelo religioso ou de lazer ao buscar atrair não fiéis.

Novos sentidos para o turismo que a monumentalização dos espaços religiosos vem proporcionando em diferentes regiões do Brasil, com as modificações das paisagens e a ampliação dos complexos turísticos e religiosos, alterando a perspectiva de adaptação dos espaços sagrados para o turismo, que era a tendência anteriormente, como se pode observar em Juazeiro do Norte/CE, com a estrutura em volta da estátua do Padre Cícero, por exemplo.

O turismo religioso necessita assim, cada vez mais, estudos aprofundados para avaliar a importância do segmento dentro do quadro turístico nacional e regional. Compreender as formas como estão sendo trabalhados os atrativos religiosos monumentalizados neste contexto é uma das lacunas identificadas como resultado da pesquisa e que proporciona possibilidades de novas análise e estudos para atendimento das necessidades e expectativas diversas dos sujeitos que buscam no religioso a aproximação com sua fé ou querem ter novas experiências ao conhecer a cultura do outro.

Analisar como surgem ou surgiram, as demandas de complexos turísticos com a temática religioso é outra possibilidade de estudos, junto a seus impactos nas

populações no entorno e a capacidade de atração de praticantes da fé ou turistas, com a busca por experiências culturais para além da fé.

REFERÊNCIAS

ADAM, J. C. Entre peregrinação, turismo e liminaridade: a busca por lugares. **Horizonte**, v. 16, n. 49, p. 66-87, jan./abr. 2018.

ARDIGÓ, C. M.; CAETANO, L.; DAMO, L. P. (2016). O turismo religioso e o processo de comunicação de marketing: um estudo do Santuário de Santa Paulina em Nova Trento – SC. **Revista Turismo - Visão e Ação**, v. 18, n. 2, 353-377.

CARDOSO, M. R. G.; OLIVEIRA, G.S.; GHELLI, K. G. M. Análise de conteúdo: uma metodologia de pesquisa qualitativa. **Cadernos da Fucamp**, v. 20, n. 43, p.98-111, 2021.

CHOE, J. Religious tourism. **Tourism Geographies**, p. 1–10, 2024.

CHOU, J. W. T.; ANDRADE, J. R. L. Intervenção arquitetônica e produto turístico. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 6, n. 4, p.17-25, 2006.

COSTA, S.; FERREIRA, H. Perspectivas para o desenvolvimento de Turismo Religioso em Armação dos Búzios – RJ. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 19, n. 3, p. 1-14, 2020.

DEL PUERTO, C. B.; BAPTISTA, M. L. C. Necrópoles frente à pandemia Covid-19: cenário turístico. **Rosa dos Ventos**, v. 12, n. esp.3, p. 1-7, 2020.

GIMENES-MINASSE, M.H.S.G. Comida como cultura? Notas sobre a patrimonialização alimentar e sua relação com o turismo gastronômico. **Gestión Turística**, n. 19, p.41-56, 2013.

GIUMBELLI, E.; LIMA, G. Cristo, Bíblia e Iemanjá: monumentos e diversidade religiosa no Brasil. **Religião & Sociedade**, v. 43, n. 3, p. 201-228, 2023.

GODOY, A. Uma basílica grande e bela como o Brasil: a fabricação de um catolicismo monumental. **Revista Antropolítica**, v. 55, n. 1, p. 1-30, jan./abr., 2023.

GONZALO, M. C. P. Turismo cultural, turismo religioso y peregrinaciones em Navarra. Las Javieradas como caso de estudio. **Cuadernos de Turismo**, v.18, p. 103-134, 2006.

GUISSONI, R. et al. (2023). A semiótica do turismo para análises visuais. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 17, e2632, p.1-17, 2023.

MARCONI, M. A; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

MONTERO, P.; SILVA, A.; SALES, L. Fazer religião em público: encenações religiosas e influência pública. **Horizontes Antropológicos**, ano 24, n. 52, p. 131-164, 2018.

PEREIRA, R. M. F. do A.; CHRISTOFFOLI, A. R. A evolução dos santuários católicos brasileiros: os casos de Aparecida-SP, Iguape-SP e Nova Trento-SC e a caracterização dos seus visitantes. **Cultur - Revista de Cultura e Turismo**, v. 7, n. 2, 87-110, 2013.

PRABNOK, P. The cultural identity construction of temples for tourism. **European Journal of Social Science Education and Research**, v. 5, n. 2, p. 19-26, 2018.

ROCHA, M. DA S.; BARBOSA, J. M. O hipertotem Santa Rita de Cássia na dinâmica paisagística do turismo em Santa Cruz/RN. **Revista Eletrônica da Associação dos Geógrafos Brasileiros, Seção Três Lagoas**, v. 1, n. 31, p. 372-395, jun. 2020.

ROCHA, T. V. C.; BELCHIOR, M. H. C. S. A Intersecção entre Peregrino e Turista Religioso: os diferentes caminhos ao sagrado. **Turismo em Análise**, v.27, n. 2, p. 274-298, ago. 2016.

SERRALLONGA, S. A; HAKOBYAN, K. Turismo religioso y espacios sagrados: una propuesta para los santuarios de Catalunya. **Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 1, n. 1, p. 63-82, 2011.

SHINDE, K. The spatial practice of religious tourism in India: a destinations perspective. **Tourism Geographies**, p. 1-22, 2020.

SILVA, M. B. O *et al.* Como os turistas percebem os atributos de atrativos turísticos em Bonito (MS)? Uma análise com base em comentários publicados no Tripadvisor. **Turismo: Visão e Ação**, v. 21, n. 2, p. 150–172, 2019.

SOUSA, C. Mozambique Island: transform a world heritage site in a touristic destination. **Tourism & Management Studies**, v. 2, p. 1134-1137, 2011.

TAN, K. K. H.; FU, Y. H.; LEE, S. E. A new statue to proclaim an old culture: reactions to and intentions of the statue of ‘Christ the redeemer’, Melaka. **Journal of Tourism and Cultural Change**, v. 19, n. 3, p. 295–314, 2020.

TORRES, V. M. M; BARQUÍN, R. DEL C. S; GARCÍA, M. O. El vínculo turismo-peregrinación. Un acercamiento desde la producción científica en inglés y en español. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 26, p. 86-106, 2017.

WAHBA, M. The role of giant statues in enhancing cultural identity & tourist attraction. **Journal of Arts & Architecture Research Studies**, v. 5, n. 9, p. 322-343, 2024.