



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL
UNIDADE CAMPO GRANDE
CURSO DE TURISMO
EMPREENDEDORISMO E POLÍTICAS PÚBLICAS

LINDSEI CHAVES RAMOS

A IMPORTÂNCIA DA “MARCHA PARA JESUS”
NO FORTALECIMENTO DO TURISMO RELIGIOSO
EM CAMPO GRANDE – MS NA VISÃO DA COMISSÃO ORGANIZADORA
(2015)

BIBLIOTECA
UEMS

CAMPO GRANDE-MS

2015

LINDSEI CHAVES RAMOS

**A IMPORTÂNCIA DA “MARCHA PARA JESUS”
NO FORTALECIMENTO DO TURISMO RELIGIOSO
EM CAMPO GRANDE – MS NA VISÃO DA COMISSÃO ORGANIZADORA
(2015)**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Turismo - Ênfase em Empreendedorismo e Políticas Públicas da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul como parte das exigências para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Esp. Robison dos Santos Oliveira

CAMPO GRANDE-MS

2015

Biblioteca UEMS

Tombo: _____
Classif.: _____
Proc.: _____
Data: _____

R144i Ramos, Lindsei Chaves

A importância da “marcha para Jesus” no fortalecimento do turismo religioso em Campo Grande – MS na visão da comissão organizadora (2015)/ Lindsei Chaves Ramos. Campo Grande, MS: UEMS, 2015.

22p. ; 30cm.

Artigo (Graduação) – Turismo – Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, 2015.

Orientador: Prof. Esp. Robison dos Santos Oliveira.

1.Eventos 2.Comunidade evangélica 3.Religião 4.Turismo religioso. I.Título.

CDD 23.ed. 659.29

ANEXO 12



UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MATO GROSSO DO SUL

UNIDADE UNIVERSITÁRIA DE CAMPO GRANDE

CURSO DE TURISMO

Ficha de Aprovação de TCC

TERMO DE APROVAÇÃO

A IMPORTÂNCIA DA “MARCHA PARA JESUS” NO FORTALECIMENTO DO
TURISMO RELIGIOSO PARA CAMPO GRANDE – MS NA VISÃO NA

COMISSÃO ORGANIZADORA (2015)

por

LINDSEI CHAVES RAMOS

Este Trabalho de Conclusão de Curso em formato de Artigo Científico intitulado “A importância da Marcha para Jesus no fortalecimento do turismo religioso para Campo Grande – MS na visão da comissão organizadora (2015)” foi apresentado (a) em 20 de novembro de 2015 como requisito parcial para a obtenção parcial do título de Bacharel em Turismo. A acadêmica foi arguida pela Banca Examinadora composta pelos professores abaixo assinados. Após deliberação, a Banca Examinadora considerou o trabalho Aprovado.

Prof. Esp. Robison dos Santos Oliveira
Prof.(a) Orientador(a)

Prof. Dr. Djanires Lageano Neto de Jesus
Membro titular

Prof. Msc. Rodrigo Minohara
Membro titular

Dedico aos meus avós Estéla e Octaviano Ramos e meu pai Ronalde de Barros Ramos que sempre me incentivaram nesta jornada acadêmica e minha filha Giovanna Valentine, meu maior presente, pelos momentos de ausência.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus que, sobretudo esteve comigo me direcionando e me capacitando, me possibilitando viver o que diz o profeta Samuel no capítulo 7 versículo 12, parte b, “EBENÉZER, até aqui me ajudou o Senhor”. Obrigada a minha família que me apoio, ajudou e me sustentou em oração para que eu pudesse chegar a essa conquista, em especial ao meu esposo Wilton Arantes que cuidou de nossa herança, filha amada, nos momentos em que não pude estar por me dedicar a essa pesquisa.

Aos professores, a palavra que expressa à admiração, respeito e carinho por meus professores é agradecimento, pela paciência, pela partilha de conhecimento, pelos ensinamentos para a vida, professor não somente ensina matérias, professor disciplina alunos, aconselha, gerencia atividades, planeja o futuro e principalmente é formador de opinião.

Ao meu orientador que teve muitos motivos para me deixar pelo caminho, mas que decidiu confiar a mim este papel de vencedora, eu pude sentir teu “segurar de mãos” quando pensei que já estava caindo você estava lá para me amparar.

Aos meus amigos... Na verdade nunca estive só. É bom saber que tenho amigos em quem pude confiar. Pessoas que me apoiaram e me acolheram com tanto carinho. É certo que tenho passado momentos muito difíceis. E comigo estiveram vocês, sempre os amigos, dando-me palavras de conforto e ânimo. Sou grata a Deus por ter conhecido tantas pessoas boas, de coração aberto e firme.

Dedico este trabalho para todos que de alguma forma fizeram que este momento outrora existente em sonhos, pudesse ser hoje algo concreto e palpável.

Obrigado minha família, queridos professores e amados amigos!

**A IMPORTÂNCIA DA “MARCHA PARA JESUS” NO FORTALECIMENTO DO
TURISMO RELIGIOSO EM CAMPO GRANDE - MS NA VISÃO DA COMISSÃO
ORGANIZADORA (2015)**

THE IMPORTANCE OF THE “MARCHA PARA JESUS” IN STRENGTHENING
RELIGIOUS TOURISM IN CAMPO GRANDE – MS ON THE ORGANIZING
COMMITTEE OF VISION (2015)

RAMOS, Lindsei Chaves¹

OLIVEIRA, Robison dos Santos²

¹ Acadêmica do curso de Turismo – Ênfase em Empreendedorismo e Políticas Públicas, Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Unidade Universitária Campo Grande. Rua Major Juarez Lucas de Jesus, nº 668, Bairro: São Conrado, Campo Grande-MS. CEP: 79091-220. E-mail: lindsei_ramos@hotmail.com.

² Professor Especialista do curso de Turismo – Ênfase em Empreendedorismo e Políticas Públicas, Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Unidade Universitária Campo Grande. Rua Aluizio de Azevedo, nº 712, Bairro: Jardim Monte Líbano, Campo Grande-MS. CEP: 79004-050. E-mail: robison@uemms.br.

RESUMO

O Turismo religioso pode ser entendido como uma atividade desenvolvida por pessoas que se deslocam por motivos religiosos ou para participar de eventos de significado religioso. O turismo é um segmento da atividade econômica que possibilita a valorização e a preservação de hábitos e práticas religiosas. A sustentabilidade do turismo religioso pode ser enfocada sob dois aspectos: um é para que a cultura religiosa não venha perder o sentido e outro é para se fazer entender que a espiritualidade pode e deve andar em consonância com o entretenimento. Por sua vez eventos são fatos ou acontecimentos que podem gerar sensação, celebração ou comemoração com data e local definido. Quando eventos e turismo religioso são unidos a perspectiva é de crescimento econômico, social e cultural, potencializando o segmento junto à comunidade evangélica local. A pesquisa foi desenvolvida no município de Campo Grande – MS, com o objetivo geral de analisar a importância da “Marcha para Jesus” no fortalecimento do turismo religioso para a cidade, na visão da Comissão Organizadora (2015). Para tal, foram feitas coletas de dados através de: levantamentos documentais sobre histórico do evento; pesquisas *in loco* junto à comissão organizadora; por fim entrevistas orais com os principais organizadores da Marcha. O evento a Marcha para Jesus atendeu aos objetivos da pesquisa tanto na quantidade de público recebido quanto na repercussão que o evento conquistou, evidenciando que a religião está em conformidade com o lazer e entretenimento.

PALAVRAS-CHAVE: Eventos; Comunidade Evangélica; Religião.

ABSTRACT

The Religious tourism can be understood as an activity developed by people moving for religious reasons or to attend religious significance of events. The tour is a follow up of economic activity that enables the appreciation and preservation of customs and religious practices. The sustainability of religious tourism can be approached in two ways: one is that religious culture will not lose the sense and to be understanding that spirituality can and should go in line with the entertainment. In turn events are facts or events that may cause sensation, celebration or celebration with date and location set. When events and religious tourism are united is the prospect of economic, social and cultural growth. The research was conducted in Campo Grande - MS, with the primary purpose of showing the importance of the "Marcha para Jesus" in strengthening the religious tourism to the city, increasing the follow-up with the local evangelical community, in view of the Organizing Committee (2015). For such, data collection was done through: documentary surveys of historical event; research in loco by the organizing committee; finally oral interviews with key organizers of the March. The event "Marcha para Jesus" reached the research objectives in both the amount of public received as the impact that the event has achieved, showing that religion is in accordance with leisure and entertainment.

KEYWORDS: Events; Evangelical Community; Religion

1. Introdução

Num tempo em que as culturas se criam e desintegram, a religião está sendo reinventada como o desabrochar de uma firme identidade e pode-se dizer que a ela não se perde na sociedade atual, não se finda com a globalização, mas adquire novos “designs” e formas. Geertz (1989) afirma que a religião como um sistema cultural não se esgota já que sofre mudanças, inovações e continua a estar presente tanto na vida quanto na visão de mundo das sociedades, mesmo sem ocupar um lugar central nas sociedades modernas.

Ao se observar o cenário das igrejas evangélicas nas últimas duas décadas, quando então emergiu com força o movimento gospel no Brasil e com ele a mídia e o mercado evangélico, constata-se que tal crescimento marcou o cenário religioso contemporâneo nacional (COSTA, 2010). Eduardo Berzin Filho, organizador da Expo Cristã, afirma que o comércio de produtos cristãos movimenta cerca de 1,5 bilhões de reais por ano. Cooper (2001, p.35) afirma que “o mercado evangélico movimenta no Brasil cerca de três bilhões de reais e gera dois milhões de empregos diretos” se consolidando a cada dia por sua representatividade em estados importantes como Espírito Santo e Rio de Janeiro, respectivamente com 24,96% e 21,98% de evangélicos (IBGE, 2000).

Por questões religiosas e culturais os evangélicos muitas vezes deixam de participar de shows “seculares”, como são chamados eventos de natureza não evangélica, fica então clara a necessidade de se apropriar desse grande crescimento dos chamados “movimentos gospel” em Campo Grande, capital do Estado de Mato Grosso do Sul.

Sabe-se que Eventos é um instrumento de comunicação e sua importância para o Turismo vai além dos aspectos econômicos, está também associado aos aspectos sociais e culturais. Segundo Bahl (2004, p.17) “os eventos envolvem uma gama muito ampla de possibilidades para a formatação do produto turístico e para a promoção ou resgate de atividades sociais e culturais de uma cidade”.

A importância da elaboração e conseqüentemente do acontecimento de um evento, seja ele de pequeno, médio e grande porte, pode desenvolver, consolidar como destino turístico e aumentar o fluxo de capital em uma determinada localidade, faz-se então necessário projetos, ideias e ações para que todos os públicos possam ser alcançados. É nesse contexto que o turismo faz relação também com a religião, já que esta tem profunda influência na vida cotidiana e social de um grupo, podendo determinar sua moral e modelar sua ordem social.

Ao tratar eventos como parte do turismo evangélico, que se configura pelo deslocamento para fins de participação em festas e comemorações religiosas, entende-se evento religioso turístico como atividade turística em espaços e celebrações relacionados às religiões institucionalizadas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa, inclusive da evangelização de fiéis. (COSTA, 2010).

O turismo, como atividade econômica e social, também representa um papel importante na cultura, no imaginário coletivo, e participa da vida das pessoas mesmo nas diferenças de classes, grupos, etnias, nações (BAHL, 2003). Ele está associado ao descanso, ao lazer, ócio e a descoberta de si mesmo, por isso foi arraigado na última década como um setor que pode atingir quase todas as atividades terciárias e muitas das primárias e secundárias, tanto direta e indiretamente.

Com mais evidência, depois de 1950 na sociedade brasileira, os evangélicos passaram a representar um segmento novo no que concerne o mercado musical (COSTA, 2010). O evangélico passou a ser gospel, um exemplo claro na mudança dessa representatividade comercial.

Uma pesquisadora no segmento de turismo religioso evangélico Miriane Frossard, da Universidade Federal de Juiz de Fora, que em seus primeiros estudos desenvolvidos no espaço mineiro de Belo Horizonte como dissertação de mestrado em Ciências da Religião em 2006 diz que:

O turismo evangélico se estrutura em torno, especialmente, de viagens a locais sagrados, geralmente acompanhados por algum pastor ou ministro de renome. Outro tipo de turismo evangélico que tem movimentado o mercado turístico é o de eventos religiosos – grandes encontros, concentrações e congressos –, sejam denominacionais ou interdenominacionais, que envolvem milhares de fiéis em suas atividades. Além disso, existem outros dois tipos de viagens realizadas pelos evangélicos em todo o país: as viagens de intercâmbio entre igrejas de diferentes cidades e as viagens missionárias, que movem pessoas aos mais diversos pontos do país e do mundo com intuito proselitista (FROSSARD, 2006, p.59).

A pesquisa em questão consiste em analisar a priori a importância da Marcha para Jesus, fortalecendo a atividade turística e tornando-a um atrativo para a capital evidenciado o aumento considerado do público participante, caracterizando como fator cultural, social e econômico para o município de Campo Grande.

O objetivo geral desta pesquisa foi analisar a importância da Marcha para Jesus no fortalecimento do turismo de evento religioso em Campo Grande. Os específicos foram analisar se o evento

atendeu o número de público esperado para a edição de 2015 e levantar informações através de fontes documentais do evento junto à comissão organizadora sobre o histórico do evento.

Essa pesquisa trouxe como problemática um ponto importante discutido: sendo a população evangélica a segunda maior de Campo Grande e a promoção desses “acontecimentos” do “mundo” gospel um meio de atrair esse público, de que forma então a Marcha para Jesus pode fomentar o turismo religioso e de eventos em Campo Grande?

Quanto à metodologia, esta pesquisa foi baseada por meio de coleta de dados através:

- Levantamentos de documentos junto a Associação das Igrejas Evangélicas com históricos de edições já realizadas da “Marcha para Jesus” em Campo Grande;
- Durante a pesquisa *in loco* junto à comissão organizadora nas reuniões iniciais de pré-evento foram visualizadas e pontuadas as expectativas sobre a realização do evento, obtendo informações por meio de aplicação de entrevista oral. Durante estas reuniões foram estabelecidas as divisões de trabalhos e responsabilidades;
- Após o evento foram feitas entrevistas orais com seis perguntas relacionadas sobre os pontos positivos e negativos na realização do evento, aos os três principais envolvidos na organização a fim de analisar se os resultados antes proposto foram realmente alcançados.

Envolvendo a coleta de informações o artigo é de caráter exploratório qualitativo em sua forma empírica. Segundo Vilela (2008) os objetivos da pesquisa qualitativa são a observação, a descrição, a compreensão e o significado e não existe “suposta certeza”; suas hipóteses são construídas após a observação.

A pesquisa foi ainda bibliográfica, através de levantamento e seleção de textos e acervos, que como afirma Dencker (1998, p.125), “permite um grau de amplitude maior economia de tempo e possibilita o levantamento de dados históricos”, visando à elaboração de um suporte teórico para análise da realidade à luz de referenciais de pesquisa e de experiências.

2. Turismo Religioso: Histórico e suas relações

2.1 Surgimento das Igrejas Evangélicas no Brasil

A partir da colonização pelos portugueses em 1500, o Brasil iniciou o seu processo de cristianização com o catolicismo. Em 1827, o catolicismo tornou-se a religião do estado brasileiro e só mudou oficialmente no final do séc. XIX, quando a República Velha separou juridicamente a igreja católica do estado nacional. Surgiu a liberdade religiosa que nascera da separação entre Igreja e Estado como consequência a também liberdade de imigração estrangeira, principalmente, de 51 alemães protestantes. Esta inserção ocorreu de duas maneiras. Na primeira delas, o protestantismo de imigração, a Igreja foi totalmente trazida da Europa para o Brasil, como na comunidade luterana alemã de Nova Friburgo – RJ, de 1824 (VELASQUES FILHO, 1990). São representantes a Igreja Episcopal Anglicana do Brasil, a Igreja Evangélica de Confissão Luterana no Brasil e a Igreja Evangélica Luterana do Brasil.

O protestantismo de origem missionária, segunda forma de inserção, é representado pelas igrejas reformadas de origem europeia e norte-americana, instaladas no Brasil no século XX, aonde o missionário vindo do exterior procurava realizar a obra missionária (PRANDI, 1997). Dentro dessa perspectiva, citando a Igreja Congregacional (com o missionário escocês Robert Kalley, em 1855, no Rio de Janeiro), a Igreja Presbiteriana (com o missionário norte-americano Ashbeel Green Simonton, em 1859, também no Rio de Janeiro) e a Igreja Batista (com Willian Bagby e Zacharias Taylor, em Salvador - BA, em 1882), conforme Mendonça (1990).

O protestantismo de imigração e o de missão configura o protestantismo histórico do qual fazem parte as seguintes denominações: Luterana, Presbiteriana, Congregacional, Batista, Metodista, Anglicana e Episcopal. Os batistas chegaram ao Brasil depois dos Presbiterianos, Congregacionais e Metodistas, em 1882, conforme Cunha (2007).

Os pentecostais também vieram dos Estados Unidos no início do século XX, mas pregavam o batismo do Espírito Santo e a reprodução de milagres contidos na Bíblia, como curas, profecias (CUNHA, 2007).

O primeiro grande movimento foi responsável pela fundação da Igreja Evangélica Assembleia de Deus, no norte do Brasil em 1911, e da Congregação Cristã do Brasil, em São Paulo, junto à colônia

italiana, em 1910. São elas as duas maiores igrejas pentecostais do Brasil. Já as igrejas Deus é Amor e Evangelho Quadrangular foram criadas em meados do século XX (CUNHA, 2007).

O segundo movimento pentecostal ocorreu a partir dos anos de 1950. Os pentecostais de “cura divina”, fazendo dos milagres e do falar em línguas, suas principais ênfases, além do evangelismo de massa e do uso de música mais popular (com ritmos nacionais) durante os cultos, Mariano (1999) a denomina de “neopentecostal”. Onde se encaixam hoje a maioria das igrejas evangélicas do Brasil.

2.2 Relação entre o turismo e a religião

Colocando em contato duas dimensões opostas ao pronunciarmos a expressão “turismo religioso” – uma é ação do lazer, sem compromisso e cheio de leveza e a outra uma atitude de fé, rito, valores relacionados à identidade. Pode-se dizer que hoje essa expressão se caracteriza num negócio em crescimento e essa ascensão gera uma nova tendência, pois o “turismo religioso” derivou-se do mercado turístico. Segundo Oliveira (2005) os estudos sobre a relação turismo-religiosidade no Brasil iniciaram-se em 2000.

O Turismo Religioso como recorte do Turismo Cultural é entendido pelo Ministério do Turismo Brasileiro como:

(...) “atividades turísticas decorrentes da busca espiritual e da prática religiosa em espaços e eventos relacionados às religiões institucionalizadas”, diferenciando-se do Turismo Místico/Esotérico que seria caracterizado — pelas “atividades turísticas decorrentes da busca da espiritualidade e do autoconhecimento em práticas, crenças e rituais considerados alternativos” (MINISTERIO DO TURISMO, BRASIL, 2004).

Para Oliveira (2000) “é possível identificar o peregrino como um agente consumidor do sagrado, enquanto o turista um cliente usuário da religião”. O turista é diferente do peregrino principalmente no que se refere à motivação, já que não estaria imerso na devoção religiosa instaurada. Os peregrinos, segundo ele, devem ser considerados consumidores do turismo, mas não turistas religiosos, pois apenas utilizam equipamentos e serviços com gastos de turistas reais.

Para que o turismo religioso possa ser entendido é necessário ultrapassar a interpretação exclusivamente religiosa e alcançar os fatores sociais, este é o desafio que tem colocado os estudiosos da religião diante da pluralidade de experiências religiosas no Brasil. Para Cunha (2007),

(...) o que alimenta a compreensão das raízes religiosas é um conjunto de crenças e valores religiosos pautados na compreensão de Deus; compreensão da relação com Deus; compreensão da oposição das divindades positivas vs. negativas; compreensão da fé e a relação com as instituições religiosas.

Ao identificar uma possível compreensão sobre os fatores intrínsecos na religião, cuja fé é a principal guia de princípios e ações, encontra-se a real motivação de pessoas que se deslocam em busca de uma realização espiritual.

2.3 Turismo religioso e sua relação com Eventos

Eventos, diferentemente do que muitos acreditam, é algo que vai além de planejamento e organização, ultrapassa a dimensão da programação, execução e monitoramento de atividades continuadas destinadas a um público específico.

Para Melo Neto (1999) em seu estudo sobre o Marketing do Turismo, afirma que é necessário idealizar uma atividade econômica que gera uma série de benefícios ao se falar de eventos. Esses benefícios atingem não somente as empresas patrocinadoras, mas também a cidade que promove o evento, o comércio local, restaurantes e hotéis e conseqüentemente a comunidade local.

Sobre eventos Zanella (2012) conceitua:

Evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e/ou entidades realizada em data local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos comerciais, culturais, esportivos, sociais, familiares, religiosos, científicos etc. (ZANELLA, 2012, p.1).

Ao compreender evento como todo e qualquer acontecimento, programado e organizado com intenção de interação e socialização, a fim de comemorar datas comemorativas, conquistas e realizações, torna-se possível conectá-lo de forma eminente ao turismo religioso, o qual busca celebrar o sagrado.

Para que o turismo de eventos aconteça é preciso que haja parcerias entre Estados e Municípios, instituições patrocinadoras, mídia e claro também os organizadores do evento. Isso significa muito trabalho, iniciativa, competência e criatividade para quem organiza.

A importância dos eventos ainda vai além, pois eles colaboram também para garantir a estabilidade na atividade econômica, porque, aumentam a taxa de ocupação e claro como consequência aumentam as receitas das empresas de transportes e hotéis até mesmo nos períodos de baixa temporada com isso dar-se-á a geração de novos empregos e aproveitamento da mão de obra local.

Quando o turismo de eventos é associado à religião, surge um termo novo, porém que já é marcante na história da sociedade, o turismo religioso. É notória e real a necessidade do ser humano deslocar-se pela Terra em busca do sagrado, da fé e da devoção, quer seja ela a verdadeira intenção: conhecê-lo ou festejá-lo.

Exemplo dessa necessidade é Jerusalém, que segundo os relatos bíblicos recebia uma grande multidão de pessoas que se dirigiam aos santuários para oferecer sacrifícios em agradecimento ou remissão de pecados, como consequência de toda essa visitação, o fortalecimento do comércio local, que apresentavam lucros significativos com a venda de animais, utilizados nesses sacrifícios que os peregrinos faziam.

Na Idade Média se estende esses deslocamentos pelo sagrado, onde peregrinações aconteciam em busca de relíquias de santos, que eram disputadas entre cidades, inclusive com o uso da força, e muitas cidades dependiam dessas peregrinações para movimentar a economia local (ABUMANSUR, 2003).

Pode-se hoje contemplar ao olhar para as paisagens das principais cidades brasileiras a grande quantidade de templos das mais diferentes crenças e movimentos religiosos, direcionando para novas formas de religião. Templos, conjuntos arquitetônicos e até mesmo o culto a determinados expressões e simbologias místicas, das mais variadas religiões, tem atraído cada vez mais turistas para as cidades.

Esse movimento religioso das peregrinações e devoções traz como consequência toda uma estruturação de hospedagem, transporte alimentação, e demais comercializações locais. É o que o turismo religioso tem como discurso ao aprofundar nessas viagens, se concentrar na necessidade que advém com esse quadro: o tempo do lazer emoldurando o ato da fé.

Exemplo de uma experiência ao ar livre com objetivos espirituais são os acampamentos evangélicos, onde estes buscam nos retiros, o esquecimento temporário dos problemas pessoais de seu cotidiano, para que haja uma busca mais profunda com Deus. Nesse contexto, existe a

oportunidade de firmar os eventos como principal forma de turismo religioso no meio evangélico, pois eles podem alcançar todas as classes socioeconômicas, pois a fé transcende a realidade financeira.

3 **Marcha para Jesus: origem e significado**

A Marcha para Jesus é um evento internacional que ocorre anualmente em milhares de cidades do mundo e também interdenominacional (realizado conjuntamente por diversas denominações evangélicas) com objetivo de defesa aos valores cristãos. A Marcha para Jesus é herdeira direta da *City March*, realizada em Londres em 1987. Desde o início, a música era a forma privilegiada para o evangelismo, mas uma música que extrapolava “as paredes dos templos” (COOPER & FARRANT, 1997).

A franquia chegou ao Brasil por meio da Igreja Renascer em Cristo em 1993. Articulada com importantes setores da indústria fonográfica gospel. Na verdade, a Marcha é parte de um processo que constitui uma indústria fonográfica evangélica. Logo várias denominações aderiram à ao evento, começando um grande movimento internacional em busca da unificação das igrejas evangélicas (CUNHA, 2004).

O caráter ao mesmo tempo religioso do evento é afirmado em toda a sua clareza na fala do Pastor Silas Malafaia (2013), presidente do COMERJ e importante nome da organização da Marcha do Rio de Janeiro em 2015, “a marcha é uma manifestação profética da Igreja para o Estado e para o país, é também a celebração da unidade do povo de Deus conquistada no calvário e também uma manifestação para o mundo de que a Igreja tá marcando presença na sociedade”.

Segundo o Conselho de Pastores de Campo Grande (AEVB), 2015, a marcha, molda-se em uma cultura tradicional onde os ensinamentos bíblicos são trabalhados dentro de uma expectativa tradicional, cultural, social e espiritual visando à transformação do homem e a preservação dos valores da vida e da família.

4 A Marcha para Jesus em Campo Grande – MS

Em Campo Grande, MS os dados estatísticos do IBGE (2000) permitem a confirmação do crescimento da religião evangélica com os seguintes dados: Católica – 424.370; Evangélica – 137.170; Espírita – 17.073; Umbanda e Candomblé – 2.193; Judaica – 113; Orientais (Budista, hinduísmo, Islamismo e Marikari) – 3.799; Outras – 13.470; Sem Religião - 2.578; Não Determinada – 1.409 permitem a confirmação do crescimento da religião evangélica, ocupando assim o 2º lugar na predominância religiosa na Capital.

É possível afirmar que nessa nova configuração surgem novas necessidades espirituais que tragam relação direta com o mundo contemporâneo, firmando na arte uma ligação estreita com a realização de eventos de significados religiosos.

Em Campo Grande - MS, a marcha para Jesus é realizada pelo Conselho de Pastores de Campo Grande/AEVB e com o apoio da CONCEPAB (Confederação dos Conselhos de Pastores do Brasil) e igrejas evangélicas, que defendem os valores cristãos. Contando com a presença de diversas autoridades eclesiásticas e políticas, é a maior movimentação religiosa – evangélica na capital.

A Marcha para Jesus já entrou no calendário turístico e de comemoração de aniversário da Capital Sul-Mato-Grossense, pois a data de realização é dia 26 de agosto, aniversário do Município.

Com duração de aproximadamente oito horas, o evento é realizado a partir das 14 horas na Praça do Rádio Clube no centro da capital, com apresentação de bandas locais, oração e clamor pelas famílias, pela cidade, pelo país e seus governantes. Segundo o pastor Clodoilson dos Santos Pires (responsável pela Igreja Evangélica em Campo Grande), que está envolvido desde a primeira edição do evento esse acontecimento é um ato profético, onde após duas horas de concentração, a multidão sai em marcha pela principal avenida da capital, um percurso de aproximadamente 6 quilômetros, sendo guiados por trios elétricos onde o primeiro é “puxado”, pela principal atração musical do evento, terminando nos “Altos da Avenida Afonso Penna”, com apresentações culturais, shows e atrações de cunho religioso.

Segundo a comissão organizadora, a previsão e expectativas para o evento é de receber cerca de 70 a 80 mil participantes, contando com caravanas de vários municípios do estado de Mato Grosso do Sul. Isso porque o Gospel, como é chamado o movimento da música e arte evangélica, tem deixado de ser algo religioso e passando a ser produto cultural para a comunidade cristã- evangélica que se

bem captado pode gerar um efeito multiplicador e apostaram na ideia de que a Edição de 2015 seria a maior já realizada, pois a divulgação foi feita por meio de vários segmentos da mídia.

5 Resultados e Discussões

Tendo em vista a pesquisa realizada frente à visão da comissão organizadora 2015, pode-se considerar que a Marcha para Jesus atendeu dentro dos pontos pesquisados, considera-se que o objetivo geral da pesquisa fora atendido bem como os específicos em suma com algumas peculiaridades decorrentes do processo organizacional de um evento de grande porte.

A comissão organizadora é formada por diversos voluntários, são todos líderes religiosos evangélicos de diferentes denominações. Porém são três os principais responsáveis pelo processo organizacional e a quem foram aplicadas entrevistas orais, gravadas em áudio com seis perguntas, são eles: Wilton Acosta (presidente da comissão organizadora e principal idealizador do evento), o apóstolo Silvio Paes Sandim (responsável pela divulgação, envio de convites, reuniões e contatos de pré - evento) e pastor Clodoilson dos Santos Pires (responsável pela programação e cerimonial).

Durante as entrevistas de pré-evento fora identificado que a comissão, tinha como objetivo atingir um público estimado de 70 a 80 mil pessoas. A quantidade mensura fora atingida e superada com base nas informações de mídias locais que cobriram a realização da Marcha para Jesus. Podendo evidenciaras essas informações, com o noticiado divulgado pelo Diário Digital (2015):

Uma multidão tomou a Avenida Afonso Pena, em Campo Grande, nesta quarta-feira, 26 de agosto, na já tradicional Marcha para Jesus, que é realizada nesta data todos os anos. A concentração na Praça do Rádio teve apresentações musicais. A expectativa dos organizadores era de reunir 100 mil participantes, repetindo número do ano passado. A Polícia Militar ainda não repassou a estimativa oficial de público.

Já o noticiário divulgado pelo Campo Grande News (2015), a respeito da Marcha, trás:

A Marcha para Jesus, nesta quarta-feira (26), foi marcada pela indignação do público com a situação política de Campo Grande. O que se mais observava entre a multidão de 100 mil fiéis, era o incômodo com as recentes acusações de corrupção na prefeitura da Capital, que hoje completa 116 anos de idade.

As imagens abaixo, extraídas de jornais online locais trazem uma rasa visualização sobre a quantidade de público recebido pelo evento:

Figura 1: Multidão na Marcha para Jesus



Fonte: Reprodução/Facebook-Marcha para Jesus, 2015.

Figura 2: Em Marcha para Jesus, 100 mil oram por novo cenário político na Capital.



Fonte: Reprodução/Facebook-Marcha para Jesus, 2015.

Com este contingente de participantes é possível dizer que o evento Marcha para Jesus 2015, possibilita na íntegra o fortalecimento da atividade do turismo religioso em Campo Grande, na revista *Roteiros da Fé Católica no Brasil*, publicada pela Embratur em 2000, o cardeal do Rio de Janeiro, Dom Eugênio Sales, conceitua o turismo religioso, não como uma passeio ou uma excursão, mas como uma viagem inspirada pela fé.

Em consonância a isto se vê a necessidade das pessoas na busca pelo sagrado, pela fé e pela procura do perdão, fortalecendo assim o turismo religioso, conforme define Felipe (2001, p.12) “o termo turismo religioso é cada vez mais usado e possui uma base empírica: as manifestações de fé e religiosidade tornam-se, na sociedade de consumo atual, espetáculos artísticos, culturais e turísticos”.

Apóstolo Silvio Paes Sandim, responsável em fazer os contatos, fazer os convites e pela divulgação em todos os setores da mídia, quando questionado a respeito dos pontos positivos e negativos da realização da Marcha para Jesus, diz na entrevista oral gravada em áudio: “Minhas expectativas tanto quanto à quantidade de público que esperavam e quanto à repercussão que teve dentro e fora do município de Campo Grande foram atingidas”. Como também é o responsável pelos contatos realizados e convites entregues e enviados às caravanas, o Sandim pontua a importância da Capital em receber visitantes de várias cidades do estado de Mato Grosso do Sul, pois segundo ele todas as caravanas que haviam confirmado presença, estiveram de fato no evento.

Em contraponto diz que o efeito colateral do evento foi quanto à logística, pois o posicionamento do palco principal, concomitante com a quantidade de público recebido impossibilitou a chegada dos agentes de segurança para atender às pessoas que passavam mal, isso porque devido ao número elevado de pessoas, o Samu, os Bombeiros e enfermeiros demoravam a chegar aos locais, pois não conseguiam passar. Termina dizendo que este será o ponto principal para melhora na realização da próxima Marcha para Jesus.

O posicionamento do palco foi também a principal preocupação na visão do pastor Clodoilson dos Santos Pires, responsável pela programação e cerimonial, em suas palavras expõe a necessidade de uma possível mudança do local da realização da Marcha, para que a questão logística não seja mais um “fator problema”. Mas assim como os demais membros da comissão organizadora (2015), o pastor Pires acredita que no geral o a realização do evento foi expressivamente positiva.

Segundo Wilton Acosta, presidente da comissão organizadora, diz em entrevista que a pesquisa em questão vai possibilitar de forma documental o registro da Marcha para Jesus em Campo Grande, tendo em vista a não existência de fontes bibliográficas a cerca do evento: “Vejo como de grande valia, a iniciativa dessa pesquisa, pois até o momento ainda não há um registro oficial bibliográfico, tudo o que há são relatos e pequenos projetos de pessoas que participaram da organização da Marcha nos anos anteriores”.

Acosta termina a entrevista enfatizando a necessidade de o poder público, analisar a Marcha para Jesus no fortalecimento do segmento do turismo religioso em Campo Grande, pois para ele a quantidade de participante recebida pelo evento, mostra por si mesma, as possibilidades de se explorar o turismo religioso e de eventos na Capital Sul-Mato-Grossenses.

6 À guisa de conclusão

É propício dizer que a pesquisa em questão está em consonância e naturalização de algumas terminologias aplicada às relações feitas em torno do turismo religioso. Isso de fato estabeleceria uma “zona de contato” complexa, pois envolve toda uma estrutura mercadológica acerca do setor turístico (agências, meios de hospedagens, transporte, serviços, etc.) em todas as localidades em especial Campo Grande, intrinsecamente a Marcha para Jesus – 2015, na ótica da Comissão Organizadora.

Para explanação sobre os resultados da realização da Marcha para Jesus, foram marcadas reuniões de pós-evento, através de *coffee break* com a participação dos principais envolvidos na organização, onde foram discutidos os mais variados acontecimentos do dia X. Neste momento foram expostas sobre os pontos positivos e negativos, metas alcançadas, colocaram em comparação tudo o que foi mensurado, junto ao que realmente aconteceu, de forma a possibilitar resposta ao objetivo da pesquisa.

A opinião unanime de todos envolvidos diretamente com o evento é de que os resultados foram significativamente positivos, tanto a quantidade de público recebido, quanto à repercussão que o evento obteve frente à mídia estadual e municipal.

A perspectiva de alcançar o desenvolvimento da Capital Sul-Mato-Grossense a partir de seus recursos advindos de um processo organizacional do setor de eventos e do turismo é concretizada pelas oportunidades possibilitadas pelo fenômeno do local, permitindo ações de inovação onde estruturas econômicas, sociais e culturais são restruturadas sob uma visão contemporânea do sagrado e da busca do divino por meio da fé. Para que isso possa ser tangível, a pesquisa traz a importância do apoio à realização da Marcha para Jesus como um dos fatores de fortalecimento do turismo religioso para Campo Grande por meio da visitação de um público de número expressivo.

Esta pesquisa pode vir a ser base para estudos futuros acerca da Marcha para Jesus e o fomento do turismo religioso, em um fluxo que se reinicia, semântica continua e de um paradorsal, solene e indomável.

Apêndices

Apêndice A: Roteiro de entrevista oral pré- evento aplicado à comissão organizadora (2015):

1. Qual o real motivo de seu envolvimento com o evento?
2. Em quantas edições esteve envolvido na organização da Marcha para Jesus?
3. Em que atividade está envolvido dentro da organização do evento?
4. Qual a expectativa de público pretende atingir com a realização da Marcha para Jesus 2015?
5. De que forma o evento está sendo divulgado?
6. Quais oportunidades você busca com sua participação na organização deste evento?

Apêndice B: Roteiro de entrevista oral pós – evento aplicado à comissão organizadora (2015):

1. Qual a sua opinião geral sobre a realização da Marcha para Jesus 2015?
2. O evento atingiu as expectativas da Comissão Organizadora?
3. Se sim em quais aspectos?
4. Durante a realização do evento as ações decorreram da forma antes programada e proposta?
5. Quais os pontos negativos na visão de um dos organizadores da Marcha para Jesus?
6. Analisando cada atividade do evento que inicia com a Marcha, contando com apresentações culturais por meio da arte, finalizando com um grande show gospel, o que deveria ser repensado para a próxima edição da Marcha para Jesus, na ótica do organizador do evento?

Referências

- ABUMANSUR, Edin Sued. **Turismo Religioso: Ensaio antropológico sobre religião e turismo**. Campinas, SP: Papirus, 2003. - (Coleção Turismo).
- BAHL, Miguel (Org.). **Turismo: enfoques teóricos e práticos**. São Paulo: Roca, 2003.
- BAHL, Miguel. **Turismo e eventos**. Curitiba: Protexito, 2004.
- BRASIL. **Microdados da Amostra Censo Demográfico 2000**. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) Disponível em: www.ibge.gov.br. Acesso em: 14 de Março de 2014.
- BRAYNER, Natália Guerra. **Patrimônio cultural imaterial: para saber mais**. Brasília, DF: IPHAN, 2007
- BUARQUE, Sergio C. **Construindo o desenvolvimento sustentável** 4 ed. Rio de Janeiro Garamond, 2008
- CASTILHO, Maria Augusta de. **A re-territorialização do sagrado no contexto urbanístico de Campo Grande - MS**. Campo Grande: Revista Brasileira de História das Religiões – Jan. 2009.
- CESCA, Cleuza G. Gimenes. **Organização de eventos: manual para planejamento e execução**. 9. ed. rev. e atual. São Paulo: Summus, 2008
- COOPER, Simon e FARRANT, Mike. **Fire in our hearts: the story of the Jesus Fellowship/Jesus Army**. Multiply Publications, Northampton, 1997.
- COSTA, Flávia Roberta. **Turismo e patrimônio cultural: interpretação e qualificação** São Paulo Editora: SENAC 2009.
- COSTA, Luciane Cunha da. **Evangélicos em Ilhéus - BA: identidade e potencial turístico**. Ilhéus, BA: UESC 2010. 145 f.: il.
- CUNHA, Magali. **A explosão gospel no Brasil: Um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico no Brasil**. Manuad X: Instituto Mysterium, 2007.

CUNHA, Magali. **Vinho Novo em Odres Velhos. Um olhar comunicacional sobre a explosão Gospel no cenário religioso evangélico no Brasil.** Tese. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Universidade de São Paulo, 2004.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos de Pesquisa em Turismo.** São Paulo: Futura, 1998.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Turismo como aprender como ensinar: Metodologia Científica 3ª Ed.** São Paulo Editora SENAC 2003.

DIÓGENES, Alan. **Em Marcha para Jesus, 100 mil oram por novo cenário político na capital.** Jornal eletrônico Campo Grande News. Ago. 2015. Disponível em: www.campograndenews.com.br/cidades/capital/em-marcha-para-jesus-100-mil-oram-por-novo-cenario-politico-na-capital. Acesso em: set. 2015.

FELIPE, Carlos. 2001. **A fé que atrai e emociona os visitantes.** Estado de Minas, Turismo, 5 abr., p.12.

FROSSARD, Miriane S. **Diante do Altar: um estudo sobre O turismo religioso evangélico em Belo Horizonte – MG.** UFJF, Juiz de Fora: 2006.

GARCIA, Daniela Sottili; **As contribuições da nova Geografia cultural na Atividade Turística:** Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo. v 5, n.1 , p.23-44, abr. 2011.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das Culturas.** Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

MELO NETO, Francisco Paulo de. **Marketing de Eventos.** Rio de Janeiro- Sprint 2ª edição - 1999.

MENDONÇA, A. G.; VELASQUES FILHO, P. **Introdução ao Protestantismo no Brasil.** São Paulo: Edições Loyola, 1990.

OLIVEIRA, C. D. M. **Turismo religioso no Brasil: construindo um investimento sociocultural.** In Trigo, L.G. (ed) *Analises Regionais e Globais do Turismo Brasileiro.* São Paul: Roca; 2005.

OLIVEIRA, C. D. M. **Viagens a santuários: uma modalidade de turismo religioso ou de religiosidade turística.** Boletim Turístico de Administração Hoteleira, Out., 2000.

OMT. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

PRANDI, R. **Perto da magia, longe da política**. Novos Estudos, São Paulo: Cebrap, 1992.

SANT'ANA, Raquel. **Estrutura de sentimento: reflexões conceituais e metodológicas a partir da análise da "Marcha para Jesus"**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ 2013.

VEAL, A. J. **Metodologia de pesquisa em lazer e turismo** tradução Gleise Guerra, Mariana Aldrigui – São Paulo: Aleph, 2011.

VILELA, Junior, G. B. A. **Pesquisa Qualitativa**. Disponível em www.guanis.org/metodologia/a_pesquisa_qualitativa.pdf. Acesso em: 05 de agosto de 2015.

ZANELLA, Luiz Carlos. **Manual de eventos: planejamento e operacionalização**. 5. Ed. – São Paulo: Atlas, 2012.

Instruções aos autores

Instruções iniciais

- Todas as contribuições devem ter na primeira página apenas as informações relativas ao(s) autor(es): Nome(s) completo(s) do(s) autor(es), título acadêmico mais alto, instituição a que pertence, endereço postal completo, e-mail, telefone para contato e minicurrículo com no máximo 5 linhas.
- As contribuições para publicação devem ter como **tema central o turismo**, sendo priorizados os trabalhos que tratem da interface com cultura e áreas afins.
 - Não serão publicados artigos cujos estudos estão em andamento.
 - Não serão publicados artigos de revisão, exceto os que apresentarem alto conteúdo de inovação e ampla contribuição para a área de estudo.
 - Os artigos devem ser **inéditos** e não poderão ser publicados e nem submetidos para apreciação em outra revista até o recebimento do parecer.
 - São aceitos artigos em **português, inglês e espanhol**, sendo publicados na língua que os trabalhos forem enviados.
 - Todos os artigos serão submetidos à apreciação anônima de pelo menos dois pareceristas (**sistema double blind review**). No caso de pareceres contraditórios, o desempate resultará da submissão do artigo a um terceiro parecerista.
 - Os autores serão notificados sobre o conteúdo dos pareceres.
 - **Os artigos devem ser enviados apenas por e-mail**

para: revistacult@hotmmail.com

Formatação

- Modelo de papel A4 (210 x 297 mm);
- Editor de texto: Microsoft Office Word 2007 ou superior;
- Fonte: Times New Roman, tamanho 12;
- Espaçamento: 1,5;
- Alinhamento: justificado;
- Margens: Superior: 3 cm, Inferior: 3 cm, Esquerda: 2 cm, Direita: 2 cm.;

- Tamanho máximo do documento: 5.000 KB.

ORIENTAÇÕES SOBRE ESTRUTURA DO ARTIGO E CARACTERÍSTICAS DO ARQUIVO

As orientações aqui apresentadas estão baseadas nas seguintes normas da ABNT:

NBR 6023:2002 - estabelece os elementos a serem incluídos em referências
 NBR 6022:2003 - estabelece um sistema para a apresentação dos elementos que constituem o artigo em publicação periódica.
 NBR 6028:2003 - estabelece os requisitos para redação e apresentação de resumos.

"Artigo científico: Parte de uma publicação com autoria declarada, que apresenta e discute ideias, métodos, técnicas, processos e resultados nas diversas áreas do conhecimento." (ABNT. NBR 6022, 2003, p. 2)

"Artigo de revisão: Parte de uma publicação que resume, analisa e discute informações já publicadas." (ABNT. NBR 6022, 2003, p. 2)

"Artigo original: Parte de uma publicação que apresenta temas ou abordagens originais." (ABNT. NBR 6022, 2003, p. 2)

Estrutura

A estrutura de um artigo é constituída de elementos pré-textuais, textuais e pós-textuais.

1.	Elementos	pré-textuais
a)	título, e subtítulo (se houver) na língua do texto e em inglês;	
b)	nome (s) do (s) autor (es);	
c)	resumo na língua do texto;	
d)	palavras-chave na língua do texto;	
e)		abstract
f)	keywords	

2.	Elementos	textuais
a)		introdução;

- b) desenvolvimento;
c) conclusão.

3. Elementos pós-textuais
Referências.

Orientações e Regras gerais de apresentação

Título e subtítulo

O título e subtítulo (se houver) devem figurar na página de abertura do artigo, diferenciados tipograficamente ou separados por dois-pontos (:) e na língua do texto.

Autor(es)

Nome(s) do(s) autor(es), acompanhado(s) de breve currículo que o(s) qualifique na área de conhecimento do artigo. O minicurrículo, bem como o email, devem aparecer em rodapé indicado por asterisco na página de abertura.

Resumo na língua do texto

Elemento obrigatório, constituído de uma sequência de frases concisas e objetivas e não de uma simples enumeração de tópicos, **não ultrapassando 250 palavras**, seguido, logo abaixo, das palavras representativas do conteúdo do trabalho, isto é, palavras-chave e/ou descritores, conforme a NBR 6028.

Palavras-chave na língua do texto

Elemento obrigatório, as palavras-chave devem figurar logo abaixo do resumo, antecedidas da expressão Palavras-chave:, separadas entre si por ponto e finalizadas também por ponto. Exemplo: Palavras-chave: Referências. Documentação.

Orientações sobre os elementos textuais

Introdução

Parte inicial do artigo, onde devem constar a delimitação do assunto tratado, os objetivos da pesquisa e outros elementos necessários para situar o tema do artigo.

Desenvolvimento

Parte principal do artigo, que contém a exposição ordenada e pormenorizada do assunto tratado. Divide-se em seções e subseções, conforme a NBR 6024, que variam em função da abordagem do tema e do método.

Conclusão

Parte final do artigo, na qual se apresentam as conclusões correspondentes aos objetivos e hipóteses.

Elementos

pós-textuais

Referências

Elemento obrigatório. As referências devem ser apresentadas em ordem alfabética no final do artigo. Todas as referências a autor(es) devem ser citadas no corpo do texto de acordo com o sistema alfabético (autor-data).

Em caso de dúvida consultar a ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas - NBR 6023.

Observações importantes

- Serão priorizados os trabalhos oriundos de pós-graduação.
- Para garantir o anonimato no processo de avaliação do artigo o(s) autor(es) não deve(m) se identificar no corpo do artigo.
- Os trabalhos devem ter no máximo 25 laudas, incluindo ilustrações e referências.
- As seções devem ser divididas usando fonte negrito (somente a primeira letra maiúscula) e numeradas com algarismos arábicos.
- Os trabalhos aceitos para publicação serão formatados no estilo adotado pela revista.
- Os trabalhos aceitos somente serão publicados após o(s) autor(es) preencher(em) a declaração de consentimento, que lhe será enviada.