

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

PRISCILA VIGIANO LIMA

**HOSPITALIDADE COMO COMPLEMENTO PARA O TURISMO RELIGIOSO NA  
CIDADE DE CURITIBA**

CURITIBA

2016

PRISCILA VIGIANO LIMA

**HOSPITALIDADE COMO COMPLEMENTO PARA O TURISMO RELIGIOSO NA  
CIDADE DE CURITIBA**

Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo II  
apresentado ao Curso de Graduação em Turismo da  
Universidade Federal do Paraná, como requisito à  
obtenção do grau de Bacharel em Turismo.

Orientador: Prof. Dr. Carlos Eduardo Silveira.

CURITIBA  
2016

*Ao Criador dos céus, do mar, da terra e de tudo que nele existe. Ao meu Abba, o qual em grande graça me alcançou me escolheu e separou para ser sua filha. Ao irmão mais velho que fez tudo isso possível através do maior gesto de amor: A cruz. À razão do meu viver, do meu respirar, o maior interessado nesse projeto. Aquele que fez tudo isso possível e ainda me concedeu o privilégio de apresentar esse projeto para concluir o grau de Bacharel em Turismo. O senhor, meu Deus, sabe que esse trabalho, mais do que qualquer outro feito durante esses quatro anos, é seu.*

## AGRADECIMENTOS

À Deus, por ter me dado a ideia e o privilégio de melhor preparar a sua igreja para transmitir o amor através da hospitalidade.

À minha família, que tanto me apoiou e me aguentou nesse ano, passando madrugadas em claro, momentos de choros e desesperos, momentos de alegrias e também conquistas! Obrigada Mãe por me acalmar e me orientar quando foi necessário, por ter dado ideias e também ter demonstrado tanto orgulho quando terminei minha pesquisa! Obrigada mesmo por falar com tanto orgulho do trabalho que eu realizei. Isso é, de fato, muito motivador! Sua ajuda e seu apoio foram essenciais para finalizar esse projeto. Obrigada Anna pelos momentos de descontração, por segurar as pontas e me cobrir nas minhas obrigações durante esse um ano. Por me emprestar seu computador, por me aguentar surtando e também me acalmando dizendo que ficaria tudo bem e que essa fase um dia passaria. Olhe só, não é que passou e eu sobrevivi? Obrigada pelo seu apoio, não teria conseguido sem você. Obrigada vó por ter proporcionado, e se interessado a conhecer e entender um pouco mais de turismo para me auxiliar no que era necessário. Obrigada Pai, por ter me escutado, dado ideias orientado e também se preocupado. Sua ajuda foi importante demais.

Aos meus amigos, que aguentaram todos os desabaços nas redes sociais, por se preocuparem e entenderem em cada “role” perdido para ficar em casa trabalhando nesse projeto. Obrigada Elaine e Giovanna, nossos momentos de desabaço foram essenciais. Obrigada por me ouvirem, por se indignarem comigo, e também por torcerem por mim! Obrigada Nicolli por ter realizado toda a parte gráfica do meu trabalho, tornando meu sonho palpável! Obrigada por seu coração sensível ao espírito, e por ter demonstrado tanto carinho e atenção durante esse ano. Obrigada pelos momentos de desabaço! Você sabe como foram essenciais. Caminhar com você é leve, é bom. Obrigada às manas! Graciele, Nicolie, Natália Fonseca e Natalia Leoni. Meus momentos de “esfriar a cabeça” nos sábados à noite, o partilhar o coração e dividir a caminhada tornou esse ano muito mais leve! Obrigada.

Ao meu orientador, Carlos Eduardo Silveira, por me orientar quando tudo parecia nebuloso, por incentivar as ideias quando elas começaram a vir e por botar

meus pés no chão quando as ideias iam além do necessário. Obrigada por se preocupar não apenas com o meu trabalho, mas também com o meu bem estar emocional. Obrigada Professor por ter acreditado e mesmo com o meu desleixo e também procrastinação, ter paciência para me colocar de volta aos trilhos, como o Senhor mesmo disse, talvez nossa parceria não fosse de grande proveito, mas agradeço por cada orientação sua, foi do jeito que deveria ser.

Às minhas cavalas preferidas, que não sei o que aconteceu, mas o amor desse ano compensou toda a falta nos anos anteriores. Obrigada por cada madrugada passada em claro para terminar esse projeto, por cada palavra de apoio e também cada desabafo! Obrigada Natasha, Caroline, Jenyfer, Viviane e também Letícia. Obrigada por tornarem esses quatro anos mais especiais! Obrigada pelas grosserias, pelos “QUES”, pelas visitas técnicas, pela parceria. Eu amo vocês e sei que a nossa amizade não acaba com o nosso diploma.

À Igreja Presbiteriana Republica, obrigada! Obrigada pelo amor, pelo cuidado e também por todos os ensinamentos. Obrigada por ser a família que Deus separou para mim, onde nós crescemos em graça e estatura. É bom demais ser santificada com vocês.

Ao curso de Turismo, aos professores, e aos meus colegas. Obrigada por cada palavra ensinada, por cada conteúdo aplicado. Obrigada porque por vocês nós nos tornaremos bacharéis em Turismo melhores, que visam além do benefício monetário, mas se preocupando e buscando dentro de cada contexto o seu bem social, econômico e também cultural.

“Nós amamos porque ele nos amou primeiro.”

1 João 4:19

## RESUMO

O presente projeto descreve um estudo sobre Hospitalidade como complemento para o Turismo Religioso na cidade de Curitiba. Analisando qual a preocupação e também o que evidencia a hospitalidade nos atrativos religiosos. Constatou-se que por se tratar de um local onde o Turismo não é objetivo principal, existe a necessidade de uma atenção redobrada quanto à divulgação desses locais como atrativos turísticos, assim como seus costumes e a sua cultura. Acredita-se que as informações repassadas de forma simples e direta amenizam possíveis conflitos e também acrescentam à experiência do turista. Projeto idealizado como parte conclusiva do curso de graduação em Turismo pela Universidade Federal do Paraná. Para a realização desse projeto foram utilizadas pesquisas de caráter exploratório qualitativo baseado em bibliografias a partir de leituras e estudos de materiais publicados, tais como livros, artigos de periódicos e aprofundamento dos estudos oferecidos pelas aulas presenciais.

Palavras-chave: Hospitalidade, Turismo, Turismo Religioso, Curitiba, Religiões.

## **ABSTRACT**

This project describes a study on Hospitality as a complement to Religious Tourism in the city of Curitiba, analyzing the concerns and also what shows hospitality in the religious attractions. It was found that as the city does not have Tourism as a main objective, there is a special need for more attention in the dissemination of these places, customs and culture as a touristic attraction. It is believed that when information is sent in direct and simple forms, it softens conflicts and also improves the experience of the tourist. This Project was conceived as a conclusive part of the graduation course of Tourism at the Federal University of Paraná. For the accomplishment of this project, qualitative exploratory researches were used. They are based on bibliographies, the deepening of the content offered in the presential classes, and also the reading and study of published materials such as books and articles from periodicals.

Keyword: Hospitality, Tourism, Religious Tourism, Curitiba Religion.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 - CATEDRAL BASÍLICA NOSSA SENHORA DA LUZ DOS PINHAIS....	46
FIGURA 2 - PRIMEIRA IGREJA PRESBITERIANA INDEPENDENTE DE CURITIBA .....	47
FIGURA 3 - FEDERAÇÃO ESPÍRITA DO PARANÁ.....	48
FIGURA 4 - MESQUITA IMAM ALI IBN ABI TALIB.....	49
FIGURA 5 - ISKCON – TEMPLO HARE KRISHNA DE CURITIBA .....	50
FIGURA 6 - CAPA DO FOLDER.....	58
FIGURA 7 - APLICATIVO CURTA CURITIBA.....	59

**LISTAS DE TABELAS**

TABELA 1 - CRONOGRAMA DAS ETAPAS .....	57
TABELA 2 - ORÇAMENTO DO PROJETO .....	61

**LISTA DE ABREVIATURAS**

MTUR	-	Ministério do Turismo
OMT	-	Organização Mundial do Turismo
IBHE	-	Instituto Brasileiro Hospitalidade Empresarial
IBGE	-	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
ISKCON	-	Sociedade Internacional da Consciência de Krishna

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO</b> _____	<b>14</b>
<b>2</b>	<b>MARCO TEÓRICO</b> _____	<b>17</b>
2.1	TURISMO RELIGIOSO: PERSPECTIVAS E ATRATIVOS _____	17
2.1.1	Definições e características do Turismo _____	17
2.1.2	Mercado turístico _____	18
2.1.3	Segmentação no turismo _____	20
2.1.4	Turismo Religioso _____	22
2.2	VISITANTE, VISITADO E A HOSPITALIDADE. _____	24
2.2.1	Hospitalidade, a sua relação como conceito de Dádiva e conceito Comercial _____	26
2.2.2	A Influência e impactos da Hospitalidade _____	27
2.3	RELIGIÃO _____	29
2.3.1	Cristianismo _____	30
2.3.2	Islamismo _____	34
2.3.3	Hinduísmo _____	36
2.3.4	Espiritismo _____	39
<b>3</b>	<b>PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS</b> _____	<b>41</b>
3.1	TIPOS DE PESQUISA _____	41
3.2	TÉCNICAS DE PESQUISA _____	42
<b>4</b>	<b>APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS</b> _____	<b>45</b>
4.1	PESQUISA REALIZADA _____	45
4.1.1	Catedral Basílica Nossa Senhora Da Luz Dos Pinhais _____	45
4.1.2	Primeira Igreja Presbiteriana Independente De Curitiba _____	46
4.1.3	Federação Espirita Do Paraná _____	47
4.1.4	Mesquita Imam Ali Ibn Abi Talib _____	48

		13
4.1.5	Iskcon – Templo Hare Krishna De Curitiba _____	49
4.2	INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS _____	51
4.2.1	Resultados sobre A Catedral Basílica Nossa Senhora Da Luz Dos Pinhas _____	51
4.2.2	Resultados sobre A Primeira Igreja Presbiteriana Independente De Curitiba _____	52
4.2.3.	Resultados sobre A Federação Espirita Do Paraná _____	52
4.2.4	Resultados da Mesquita _____	53
4.2.5	Resultados Templo ISKCON – Hare Krishna. _____	53
<b>5</b>	<b>PROJETO EM TURISMO _____</b>	<b>55</b>
5.1	ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO _____	56
5.1.1	Descrição de Etapas para execução do projeto _____	57
5.1.2	Cronograma das Etapas: _____	57
5.1.3	Descrição de Recursos Humanos _____	60
5.1.4	Descrição do Orçamento e dos desembolsos por etapa _____	61
5.1.5	Avaliação do retorno de Investimento _____	62
<b>6</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS _____</b>	<b>64</b>
	<b>REFERÊNCIAS _____</b>	<b>67</b>
	<b>APÊNDICE 1 – IMAGENS DO FOLDER _____</b>	<b>70</b>
	<b>APÊNDICE 2 – QUESTIONÁRIO _____</b>	<b>72</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O Brasil é um país onde o turismo se destaca pelas belezas naturais, pelo clima tropical, pela variedade cultural notada na gastronomia, no folclore e também no próprio povo brasileiro. Essa identidade cultural permanece nas lembranças dos turistas estrangeiros que por aqui passam. Segundo Holanda (1995), a identidade cultural é o produto da influência da grande diversidade cultural gerada pela miscigenação de vários povos provindos de muitos continentes e é o conjunto de toda essa diversidade cultural que caracteriza o povo brasileiro como um povo alegre, receptivo aos turistas que o visitam.

Ao falar sobre a receptividade de um povo, busca-se entender a dimensão, a abrangência e também os impactos que essa prática gera aos que visitam o povo brasileiro. Dentro do turismo, essa receptividade é chamada de hospitalidade.

A hospitalidade é um processo que envolve pessoas e espaços, aplicados de diversas maneiras e também situações. Segundo Camargo (1998) ela pode ser compreendida por duas maneiras: como uma qualidade, também chamada de dádiva, a qual se trata de uma troca humana, sem estar ligada diretamente a fins lucrativos ou findado a um contrato finito, mas sim em um encadeamento de impressões e expressões que denotam um vínculo afetivo entre as partes e que podem se suceder infinitamente.

O outro aspecto refere-se à comercialização ou troca de hospedagens, a qual busca um fim lucrativo, dentro de um contrato finito em meios de hospedagem que possa vir exercer essa prática visando algum retorno financeiro. Essa prática é comumente explorada em locais para alojamento de turistas e visitantes em geral, onde pode-se ou não oferecer refeições, com a vasta diversidade de serviços oferecidos, distinguidos através da classificação de cada local de hospedagem. Quanto maior a classificação, melhor e mais completos são os serviços oferecidos pelo estabelecimento. Para os meios de hospedagem atuais, apenas possuir uma cama e um chuveiro para que os visitantes não é o suficiente.

Para gerar um impacto positivo, a hospitalidade é usada como uma característica de divulgação para os conhecidos (o famoso boca-a-boca) ou então influenciador na tomada de decisão para o retorno dos turistas. Isso gera para a

localidade maior movimentação econômica, como também a cada empreendimento criado, diversos empregos para a comunidade.

No Brasil, observamos que, o Turismo religioso também tem movimentado cada vez mais a economia do setor turístico (Ministério do Turismo – MTUR, 2009). Motivados pela fé, cerca de 1,7 milhões de viagens são destinadas a visitar monumentos e ambientes que simbolizam a fé de milhares de brasileiros (MTUR, 2009). Segundo o censo do IBGE (2010), cerca de 90% dos brasileiros declaram-se devotos a alguma religião.

Foi então, que surgiu o interesse em analisar a Hospitalidade como complemento da atividade Turística aplicado ao Turismo Religioso. Acredita-se que cada religião possui suas doutrinas e pilares que são diferentes, que influenciam na percepção do turista, assim como ela recepcionará o visitante. Deste modo, o trabalho teve como objetivo estudar como a hospitalidade complementa o atrativo turístico dentro do segmento religioso e quais são as ações de hospitalidade que esses locais religiosos praticam para recepcionar esses turistas. Desse modo, o objetivo foi identificar as evidências da Hospitalidade no Turismo Religioso na cidade de Curitiba, definindo a relação do visitante e do visitado no contexto religioso, dentro da própria cultura religiosa compreendendo qual é a hospitalidade e quais foram as evidências da hospitalidade no turismo religioso da cidade de Curitiba.

Os objetivos específicos desse trabalho tiveram como finalidade:

- Entender a relação de visitante e visitado no contexto do Turismo Religioso;
- Entender o que é hospitalidade pelo aspecto religioso;
- Analisar e evidenciar as práticas de Hospitalidade nos atrativos do Turismo Religioso em Curitiba.

Tendo em vista esses objetivos, o presente trabalho teve em vista aprimorar o conhecimento do Turismo Religioso sob a ótica da Hospitalidade. Buscou-se então, a necessidade de criar maneiras para acrescentar à receptividade e ao atendimento dos turistas no segmento Religioso. Para coletar essas informações foram necessárias pesquisas bibliográficas, de caráter exploratório, qualitativo. Aplicaram-se questionários semiestruturados em cinco atrativos religiosos definidos através de alguns parâmetros: Estar presente no Censo do IBGE (2010) como religião dominante em Curitiba, a presença no roteiro de Turismo Religioso de

Curitiba realizado em parceria da Paraná Turismo e do Instituto Municipal de Turismo, e também estar localizado estrategicamente no Centro Histórico de Curitiba, próximo ao Largo da Ordem. E do presente trabalho originou-se um projeto para melhor atender as questões levantadas nos objetivos desse trabalho, tal como a divulgação as informações recolhidas durante a aplicação dos questionários, e dessa forma, auxiliar a fomentação da hospitalidade nos meios religiosos.

Com tudo, o trabalho dividiu-se em marco teórico, Procedimentos metodológicos, levantamento e análise dos resultados da pesquisa realizada e a elaboração do projeto subsequente da pesquisa realizada. O Marco Teórico, então se subdividiu em três objetos de estudo: O Turismo Religioso, a Hospitalidade e a Religião.

## 2 MARCO TEÓRICO

O Marco Teórico estruturou-se a partir de três objetos de estudo: O Turismo, a Hospitalidade, as Religiões e as suas Raízes. Preocupou-se, então, buscar dentro de cada tópico uma base teórica, construído por autores influentes em seus respectivos temas, usufruindo dessa base teórica para desenvolver esse projeto.

### 2.1 TURISMO RELIGIOSO: PERSPECTIVAS E ATRATIVOS

O Turismo na sua essência abrange uma grande área de interesses, podendo assim mostrar quão grande é a sua expansão de conhecimentos e também de atuação. Preservar trechos territoriais, valorizar as essências culturais, históricas e artísticas, bem como as especificidades da natureza local, indicam que estas características contribuem para a construção de planos e projetos que visam o desenvolvimento turístico local. Para então poder compreender essa vasta essência, nesse tópico se visará discorrer sobre as definições e características do Turismo, o Mercado turístico, a Segmentação e o Turismo Religioso.

#### 2.1.1 Definições e características do Turismo

A definição de Turismo surgiu a partir de um aglomerado de definições. Segundo Barretto (1995) o turismo define-se por “a soma das operações, especialmente as econômicas, relacionadas diretamente com a entrada, a permanência e o deslocamento de estrangeiros para dentro ou fora de um país, de uma cidade ou de uma região.” (p. 26). E McIntosh, Goeldner e Ritchie. (2002) estabelece o Turismo como o produto das relações e fenômenos que surgem da interação de turistas, governo, prestadoras de serviços e comunidades receptoras no processo de atrair e alojar visitantes.

As definições acima apresentadas levam a entender que o Turismo é gerado através das interações pessoais ou profissionais, revelado na existência de incentivos entre entidades públicas ou privadas, com indivíduos. Esses indivíduos podem ser estrangeiros, de outras nações ou desconhecidos, provindos de outras regiões do mesmo país que por algum interesse ou motivação, se deslocam e

buscam explorar ou conhecer novos lugares e novas culturas. Ignarra, (2003) diz que o esse indivíduo sem distinção de raça, sexo, língua ou religião, ao sair da sua localidade de residência e ao ingressar em uma localidade diferente, é chamado de Turista e pode ser motivado realizar essa atividade por: lazer, recreio, esportes, estudos, assuntos familiares, incentivos religiosos ou peregrinações. Para ser considerado Turismo, as visitas duram no mínimo de vinte e quatro horas, ou no máximo de doze meses. Para Baptista (1997) a definição do que é turista não é algo fácil, pois se trata de um indivíduo em viagem, motivado por aspectos relativos e pessoais. Essa motivação pode ser definida pelos seguintes aspectos: de forma relativa e influenciada por motivações pessoais, restrições e incentivos que representam interesses de cunho psicológico, educacional, cultural, étnico, econômico, social, religioso e, ou político.

Essas motivações impulsionam o turista a se deslocar de suas casas, procurando locais que ofereçam esse conjunto de bens e serviços, para atender os seus interesses. Em contrapartida, a localidade oferta esses bens e serviços para atrair tipos de turistas com interesses comuns criando assim motivações de deslocamento. Esse movimento gera a dinâmica do mercado turístico, pois há a procura de bens e serviços (demanda) e também os locais que oferecem bens e serviços de certa característica (oferta).

### 2.1.2 Mercado turístico

Para conhecer sobre o mercado turístico é necessário entender um pouco sobre o conceito de mercado. Segundo Hall e Lieberman, o mercado pode ser definido por “grupo de compradores e vendedores que têm potencial para negociar uns com os outros” (2003, p. 56). Com bases nesses conceitos é possível encontrar esse potencial de negociação dentro do mercado turístico, pois a relação dentre a demanda (procura) e os bens e serviços oferecidos (oferta) prosseguem de maneira contínua, oferecendo e buscando o seu público interessado para consumo. No mercado turístico não existe um local específico para essa negociação ocorrer, pois não se define a uma loja, ou algum espaço físico de distribuição. Mas sim na interação entre o turista e o prestador de serviço, formando a oferta e a demanda. (BURKART; MEDLIK 1974, p.194).

Segundo a OMT (2001), toda e qualquer atividade que é decorrente do Turismo é chamada de atividade turística. A oferta e a demanda compõem dois dos quatro elementos básicos que auxiliam o desenvolvimento dinâmico da atividade turística e se inter-relacionam com o espaço geográfico. O terceiro elemento, é o local geográfico onde a oferta e a demanda acontecem, e como quarto elemento os operadores de mercado, sendo aqui no quarto elemento, que são caracterizadas pelas empresas e as organizações que mediam a oferta e a demanda.

A oferta é tudo aquilo que se oferece para o turista, “podendo ser definidos como o conjunto de recursos naturais e recursos culturais, que são, em suma, os grandes responsáveis pelos deslocamentos e permanência, durante um determinado período de tempo, de um público visitante.” ROSE (2002, p. 45). Rose (2002) ainda fala que a oferta pode ser dividida em dois grupos: tangíveis e intangíveis, ou seja, recursos turísticos, serviços e equipamentos turísticos, infraestrutura e serviços básicos. Com essas características, conclui-se também que é necessário o planejamento para que a oferta e a procura aconteçam de maneira real e equilibrada para não existir excessos, causando assim um mercado turístico disfuncional. A opinião de Ansarah (1999) confirma a ideia que oferta turística se difere em alguns aspectos da oferta geral. A autora discorre sobre a oferta turística pode ser oferecida de maneira material, ou seja, como um bem palpável, e podendo ser também imaterial, que nada mais são que os serviços que não podem ser palpáveis, porém, são desenvolvidos e ofertados dentro do cenário turístico.

Para que a localidade possa participar do mercado turístico existe a necessidade do próprio governo, ou das empresas interessadas buscarem um planejamento estratégico e também a realizar a divulgação de maneira segmentada para que o público desejado possa ser o público alcançado.

Para Beni (1998), quando falamos sobre a criação de fluxos turísticos, deve-se pensar que a oferta turística não é apenas o atrativo, mas é também o conjunto de equipamentos, bens e serviços de alojamento, de alimentação, de recreação e lazer, de caráter artístico, cultural, social ou de outros tipos, capaz de atrair a assentar numa determinada região, durante um período determinado de tempo, um público visitante.

A Demanda Turística pode ser definida, segundo Santana, Cerqueira e Freire (2008), com os bens e serviços que são oferecidos aos turistas que, como

consumidores, estão aptos a adquiri-los por certo valor. A Demanda, não se dá separadamente, mas sim pela a união de maneira completa desses bens e serviços.

Dias (2005) fala da demanda como um número de turistas que buscam no mercado turístico ofertas para consumo, “estão motivados por adquirir determinados produtos e serviços turísticos que atenderão às suas necessidades de descanso, recreação, entretenimento e cultura” (DIAS, 2005, p. 51). A Organização Mundial do Turismo - OMT (2000) classifica as motivações da visita (ou da viagem) sendo diferentes tipos de turismo como: lazer, recreação e férias; visitas a parentes e amigos; negócios e motivos profissionais; tratamento de saúde; religião/peregrinação; dentre outros.

Comparando Dias (2005) e a classificação da Organização Mundial do Turismo (2000) podemos visualizar a relação da demanda com a motivação das viagens, correlacionando e concluindo então, que cada viajante não sai de sua residência sem que haja algo motivando e incentivando esse deslocamento.

Para organizar melhor a ideia de oferta e a demanda turística, afim de entender as motivações de cada indivíduo a viajar, vê-se a necessidade de compreender o que é a segmentação Turística.

### 2.1.3 Segmentação no turismo

Uma das melhores estratégias de se estudar o mercado turístico é segmentá-lo. A segmentação baseia em uma análise estatística que permite organizar os indivíduos, separando-os em grupos homogêneos para que de maneira mais eficiente sejam identificados os potenciais consumidores. Em uma definição simplificada Vaz (1999, p. 12) descreve que a segmentação de mercado “é a divisão do público em agrupamentos homogêneos, com uma ou mais referencias mercadologicamente relevantes”.

Como acima citado, quando se define o mercado turístico, segmentação basicamente trata-se de oferta ou da demanda, quando não de ambas, pois nem todos os consumidores têm as mesmas preferências ou se dispõem a pagar sempre por apenas um tipo de experiência turística. Segmentar a demanda (de acordo com o tipo/perfil de turistas) é definir a parcela das pessoas que compartilham as mesmas características, necessidades e expectativas. Segmentar a oferta (tipos de

turismo/experiência – Aventura, Sol e Praia etc.) é definir uma oferta turística que tenha uma identidade comum, com base no tipo de experiência e que atenda às expectativas do segmento de demanda que se deseja atrair. (Ministério do Turismo, 2010 p. 17).

O Ministério do Turismo - MTUR (2010) utiliza da segmentação turística para que reconhecer essas tendências de consumo da sociedade atual para então unir a oferta, com o desejo da demanda. Tendências que, para Kotler e Keller (2006) como “como uma sequência de eventos com força e durabilidade e que podem revelar como será o futuro do consumo e quais oportunidades podem ser aproveitadas”. Sendo assim, para ocorrer essa segmentação, é necessário um estudo aprofundado de cada destino, analisando suas potencialidades e suas particularidades, tornando-os então como principais atrativos daquela região e atraindo o público certo de consumidores que realmente se interessarão oferta.

Assim, para tornar conhecidas essas potencialidades e particularidades, são necessárias estratégias de marketing diferenciadas para a satisfação das necessidades destes grupos, “quanto mais às características do mercado-alvo forem conhecidas, maior será a eficácia das técnicas mercadológicas de publicidade e de promoção” Ansarah (2001, p. 27).

A segmentação de mercado também serve para descoberta e exploração de novas oportunidades mercadológicas de potenciais ainda não explorados. Uma vez percebido o quadro mercadológico e suas implicações para o futuro da localidade no mercado turístico, outro aspecto a ser ativado é a sensibilidade para as oportunidades de negócios e expansão. (VAZ, 1999, p. 25).

Para Ignarra (1999) o mercado de turismo define os turistas de maneira geográfica:

- a) Turista que realiza turismo de curta distância e turismo de longa distância;
- b) Turistas locais, regionais, nacionais, continentais ou intercontinentais;
- c) Turistas de áreas urbanas ou áreas rurais;
- d) Turistas de regiões de clima quente e de clima frio;
- e) Turistas de pequenas e médias cidades e turistas de grandes metrópoles.

Em outra colocação o autor Castelli (1994) define que a segmentação pode ser classificada por critérios demográficos, sociológicos, econômicos e turísticos, sendo:

- Fatores demográficos: idade, sexo, crescimento, envelhecimento e dimensão da população;
- Fatores sociológicos: nível cultural, crenças religiosas, categoria sócio profissional e composição da família;
- Fatores econômicos: renda *per capita*;
- Fatores turísticos: meios de transporte utilizados, objetivo e duração da viagem, alojamentos e localidades preferidas e tipo de lazer procurado.

Assim pode se observar que, as motivações de viagem, dentro na atividade turística, por parte dos indivíduos estão fundamentalmente associadas às necessidades particulares de cada um destes, podendo assim a definição para segmentação turística ter diversas implicações.

No Brasil existe uma grande variação de turismo segmentado, os principais tipos, conforme o autor Dias (2005) são: o turismo de sol e praia, turismo urbano, o turismo cultural, ecoturismo, turismo rural, turismo de aventura, turismo de pesca esportiva, turismo de negócio e o turismo religioso.

Beni (1998) também discorre sobre definição de fluxos turísticos, ou seja, criar uma oferta específica para a demanda segmentada do turismo na região.

Na criação de fluxos, Beni (1998) afirma trazer então um tipo de visitante durante um período determinado, utilizando estratégias e ferramentas específicas para atrair esse tipo de turista. Essas segmentações podem ser realizadas através de interesses, de desejos, ou até incentivados e criados pelo destino.

Dentro dessas segmentações estabelecidas destaca-se o Turismo Religioso.

#### 2.1.4 Turismo Religioso

No Brasil, há uma grande diversidade cultural. Isso se dá devido às inúmeras etnias e descendentes de diferentes povos que, sejam por processos imigratórios ou pelos povos originários do país, compõem o cenário brasileiro. Kersten (2014) define o cenário brasileiro como Pluralidade Cultural, ou seja, é o

conjunto das diversas etnias, ocupando um território comum e se comunicando pela mesma língua.

Cruz, Menezes e Pinto (2008) defendem que essas etnias, quando vieram para o Brasil trouxeram a sua cultura, as suas tradições e seus costumes. Ainda é possível associar certos vestígios da cultura herdada. Isso repercute na gastronomia, na religião, nos costumes e tradições.

A origem da referência cultural remete pelo menos a três elementos históricos que constituem a vida social: experiência/sobrevivência, imitação e imaginação. (GADINI, 2007, p. 54)

Cada etnia trouxe a sua religião e devido à mistura das raças e das crenças, outras religiões foram criadas a partir de então. (HOLANDA, 1995). Segundo o Censo do IBGE (2010), cerca de 90% dos brasileiros se considerava religiosos, ou possuíam algum tipo de crença transcendental. E, ainda segundo o IBGE (2010) a religião tem movimentado em grandes proporções a economia brasileira.

Devido a esse grande número de fiéis no país, o *site* oficial do Ministério do Turismo do Brasil – MTUR (2009) publicou uma notícia informando que aproximadamente 1,7 milhões de viagens domésticas são geradas por meio da religião. No cenário turístico atual, isso representa dois por cento das viagens do país inteiro, movimentando em torno de seis bilhões de reais por ano.

Para entender melhor o porquê a religião incentiva às pessoas a viajarem, Silva (2007) apresentou, sob o ponto de vista antropológico, que a simbologia representada na religião e a sensação gerada através da busca com o transcendental desperta uma variedade de experiências que não podem ser ouvidas, apalpadas ou então enxergadas, tocando assim a esfera da emoção humana. Desde a igreja mais extravagante, até a gruta mais simples, podem influenciar deslocamento e a experiência religiosa. “A religião faz parte da mesma categoria, constrói uma série de símbolos para comunicar verdadeiros sentimentos e expectativas que se fazem presentes na esfera da emoção humana.” (SILVA, 2007, p.43)

Segundo o Ministério do Turismo (2006), a atividade turística religiosa pode ser caracterizada pelo deslocamento motivado pela busca espiritual e a prática religiosa podendo haver alteração dos seus ritos e práticas conforme a sua religião.

Mas são especificadas as seguintes práticas como características do Turismo Religioso:

Realizações de peregrinações e romarias, participações em retiros espirituais, participações em festas e comemorações religiosas, contemplação de apresentações artísticas de caráter religioso, participação em eventos e celebrações relacionados à evangelização de fiéis, visitação a espaços e edificações religiosas (igrejas, templos, santuários, terreiros), realização de itinerários e percursos de cunho religioso e outros. (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006, p.17)

Porém, o Ministério do Turismo (2006) também afirma que o Turismo Religioso pode ser também considerado uma vertente do Turismo Cultural, pois diversos locais onde ocorrem essas atividades turísticas religiosas possuem um legado arquitetônico e artístico para a cultura local. Sendo então definido como motivadores dessa viagem o interesse cultural e a apreciação estética desses fenômenos ou então espaços religiosos.

## 2.2 VISITANTE, VISITADO E A HOSPITALIDADE.

Para entrar no assunto de hospitalidade no atrativo turístico é necessário entender como funcionam as relações entre a comunidade receptora, com os turistas. Segundo Barretto (2004) para compreendermos as relações e o intercâmbio que ocorrem nesses contextos é necessário visualizar onde essa relação ocorre, sendo uma comunidade simples como um vilarejo, ou então em uma comunidade complexa onde existe o aglomerado das mais diversas pessoas, costumes ou então crenças. Por isso, começaremos com o conceito de comunidade segundo Kapeluz (1994) onde o termo comunidade é suposto por uma “associação de pessoas que tem fins ou interesses comuns, sujeitando-se as regras específicas” (KAPELUZ, 1994 p.393). Por isso, onde há um conjunto de pessoas, sendo eles da parcela onde está visitando ou da parcela que é visitado, são consideradas diferentes comunidades. Barretto (2004) também apresenta quais os critérios que facilitam a definição e a reconhecer qual o tipo de comunidade que é encontrado na certa localidade. Os critérios definidos podem ser geográficos, onde a comunidade é representada por limites territoriais, outros definidos pela cultura, onde há função

social ou então dentro das gerações anteriores. Comunidades rurais, caiçaras, empresários lojistas, religiosa ou política. Cada tipo de comunidade se desenvolve com a associação de pessoas com interesses comuns.

Ao aplicar o conceito de comunidade para o turismo, é possível compreender que existem diversas interações no meio turístico. Uma delas é quando a os residentes convivem, possuem a sua rotina, sendo eles envolvidos diretamente ou indiretamente com o turismo, existe também a comunidade de turistas, onde pode ser composta por pessoas desconhecidas que comprar o serviço da mesma prestadora, ou então que se encontraram por coincidência de visitar na mesma hor, e existe também a comunidade em que o visitante e o visitado interagem de maneira temporária, onde os interesses são momentâneos, de cunho comercial. Por isso, De Kadt (1979) uniu os turistas em três diferentes categorias de comunidades: Os turistas que compram bens, ou serviços, os turistas e residentes compartilham espaços ou quando os turistas procuram os turistas os residentes à procura de informações.

Com esses diferentes cenários onde o turista se relaciona com o residente local, nota-se um desgaste nessas relações, pois o turista na maioria das vezes não se preocupa em como deverá se portar, ou então lidar com respeito dentro dessas localidades, sem se preocupar em conhecer seus costumes, conhecer sua cultura ou então a preocupação com o indivíduo. Cohen (1984) apresentou um estudo onde percebeu uma mudança evolutiva nas atitudes em que a comunidade receptora reagia com os visitantes. De primeira estância ouve-se euforia, seguindo pela apatia e o tédio, e por fim, a resistência e também a rejeição.

Krippendorf (2003) apresenta como o turismo de massa intensificou e desgastou a relação entre o visitante e o visitado, gerando entre eles esse atrito e dificultando a relação dentro do próprio turismo. Ruschmann (1999) acrescenta dizendo “O desejo de conhecer modos de vida de outros povos nem sempre vem acompanhado com o devido respeito, da devida consciência do valor e do legítimo interesse por parte dos visitantes” (RUSCHMANN, 1999, p. 50).

Em contrapartida, quando observamos essa interação dentro do ponto de vista positivo, grandes efeitos ao realizados. À preservação do patrimônio histórico, a valorização do idioma local, das canções e também do folclore local são despertadas quando se percebe que há interesse dos visitantes por essas

características. Quando o planejamento, o trabalho com a comunidade para prepará-los a receber turistas, assim como delimitando e gerando um olhar proveitoso sob a participação na atividade turística é possível analisar que a maneira como o turista é atendido já sofre pequenos progressos. Dentro do turismo, quando se fala na maneira como o turista será recepcionado, entramos no espaço da hospitalidade.

### 2.2.1 Hospitalidade, a sua relação como conceito de Dádiva e conceito Comercial

A hospitalidade é um tema que é estudado por diversos autores, nacional e internacionalmente, dentro e fora do Turismo. O termo Hospitalidade, do Latim, *hospitalitate* significa o ato de hospedar; Adjetivo a quem se é hospitaleiro; o receber, alojar e hospedar alguém podendo ou não ser afetuoso.

Bezerra (2007) apresenta duas vertentes da hospitalidade que ele trata como Hospitalidade Comercial e a Hospitalidade Doméstica, sendo essa definida também como dádiva. Cada uma dessas definições, segundo a autora, é direcionada segundo a escola que as estudaram, sendo a hospitalidade comercial estudada pela escola norte americana e a hospitalidade como dádiva estudada pela escola francesa

A Hospitalidade comercial, ainda conforme Bezerra (2007) é onde se dá à remuneração de serviços e ações onde estão presentes: o receber, o hospedar, o alimentar e o entreter. Sendo essas, as ações que derivam por meio de vínculos empregatícios. Essa receptividade é gerada através de treinamentos e padrões de atendimento.

Dencker (2004) completa também que as atitudes que não se restringem apenas ao bem-estar daquele que o busca, mas também de atribuições morais ou de conduta, por acordos selados através de contratos na esfera privada. Esses acordos podem gerar padrões de serviços como também variações do valor cobrado, ou da categoria que o estabelecimento se pronuncia. A partir dessas ações e serviços secundários traçam um perfil de turistas que busca esse padrão diferenciado e este disposto ao valor proposto por esses serviços.

A hospitalidade doméstica, também definida como dádiva, sai da esfera comercial e apresenta um novo patamar, ela traz o relacionamento pessoal, mostrando a parte sociológica da receptividade. Segundo Oliveira e Santos (2010, p.

3) “O principal no sistema de dádivas é estabelecer relações, o vínculo social, a sociabilidade.” Essa interação se estabelece além dos bens materiais, prezando por relações de cunho pessoal e com valor sentimental pelos vínculos criados.

Dalpiaz *et al.* (2016), mostram uma hospitalidade como dádiva bem próxima de Oliveira e Santos (2010), pois Dalpiaz apresenta uma hospitalidade que está voltada aos sentimentos dos indivíduos presentes no meio turístico, indo também além da qualidade do serviço, mas preocupando-se com toda a satisfação do cliente. Seu conforto é principal e essencial.

Mauss (1974) apresenta três deveres que estão inclusos nas relações sociais da hospitalidade. São eles: o dar, o receber e o retribuir. O dar e o receber engloba toda a vida econômica, cultural e moral estabelecendo então uma relação entre o hóspede e o anfitrião. E o retribuir, define-se por um relacionamento que não é engessado gerando uma continuidade, um ciclo, onde o anfitrião pode um dia se tornar o hóspede, e vice-versa.

Camargo (2005) em um de seus textos afirma: “mais que o dom, a dádiva, o que importa é o vínculo social (a ser) criado. Dar é sacrificar algo que se tem em nome de algo, notadamente no plano ético. O sacrifício é, pois, um componente essencial da hospitalidade” (CAMARGO, 2005, p. 717). Camargo mostra ainda, que dentro da hospitalidade, o que tem de maior importância são os vínculos sociais e a atividade interpessoal, gerando assim ações semelhantes aos deveres que Mauss (1974) traz a essa hospitalidade mencionados anteriormente.

### 2.2.2 A Influência e impactos da Hospitalidade

Ao observar as vertentes da hospitalidade, é possível notar que em todo deslocamento de pessoas existe essa relação de hóspede e anfitrião, sendo elas motivadas por fins financeiros, ou não. Essa relação exige uma atenção especial, trata-se de pessoas de diferentes culturas, costumes, rituais, diferentes gostos e que compõem diferentes *backgrounds*, ou seja, diferentes contextos de vida que possuem diferentes referenciais de histórias pessoais.

Boccardo (2000) mostra uma grande importância com as condições sociais e as atitudes individuais que sempre estiveram presentes na ação de hospitalidade. Cada ser humano carrega consigo certos modelos mentais e imagens internas onde,

baseados em fatos vividos anteriormente, influenciam seus sentimentos, escolhas e também as pessoas com quem esse indivíduo interagirá durante a sua viagem.

Os modelos mentais, que cada pessoa carrega consigo, a respeito das satisfações e outros sentimentos em relação ao local e às pessoas com quem vai interagir durante sua estada que, por sua vez, também carregam consigo suas imagens internas, que compõem seus modelos mentais individuais de acordo com os usos e costumes do local onde vivem. (BOCCARDO, 2000, p. 34)

Entender o que o hóspede procura e descobrir qual é a melhor maneira de servi-lo, pode ser definitivo quando se preocupa com a experiência que ele procura. Lashley e Morrison (2004) apresentam a ideia que quanto melhor é o atendimento, onde o respeito e a generosidade são evidenciados, melhor será a eficácia na proposta de uma experiência turística positiva, o que leva a acreditar que o anfitrião tem o poder de influenciar nessa experiência.

O entendimento mais amplo a respeito da hospitalidade sugere, em primeiro lugar, que esta é, fundamentalmente, o relacionamento construído entre anfitrião e hóspede. Para ser eficaz, é preciso que o hóspede sinta que o anfitrião está sendo hospitaleiro por sentimentos de generosidade, pelo desejo de agradar e por ver a ele, hóspede, enquanto indivíduo. (LASHLEY; MORRISON, 2004, p. 21)

Dalpiaz *et al.* (2016) apresenta de maneira simples e objetiva como podemos observar a hospitalidade nas pequenas atividades que o turismo envolve. São elas:

Facilitação (ingresso, permanência, deslocamentos internos e saída dos visitantes), o desenvolvimento da infraestrutura (rodovias, portos, aeroportos, obras viárias, saneamento, energia, equipamentos sociais), os transportes e comunicações (terrestres, aéreos, marítimos, fluvial e telecomunicações), a educação e capacitação (formação de recursos humanos para o setor em níveis distintos) e prestação de serviços (alojamentos hoteleiros, transportadores, restaurantes e similares, diversão e entretenimento, agências de viagens e locadoras). (DALPIAZ *et al.* 2016, p. 2).

Boccardo (2000), afirma ainda ao receber um visitante, o contato pessoal que se estabelece entre visitante e visitado, permite uma troca saudável de valores, proporcionando, a ampliação do universo cultural de ambos, cujo intercâmbio favorece o desenvolvimento de laços de amizade e afetividade entre as partes.

Certamente esta “troca”, acrescentará novos conhecimentos aos modelos mentais já estabelecidos anteriormente, criando a possibilidade de modificar, satisfazer ou inibir novos comportamentos em relação ao modelo mental já existente, como consequência da nova experiência adquirida.

## 2.3 RELIGIÃO

De onde a humanidade veio, para onde ela irá, qual a missão e o propósito de tudo que a humanidade viveu durante o tempo aqui na terra? Existe algum lugar além dessa vida? Existe vida após a morte? Qual é a verdade e para onde a verdade aponta? Descobrir o sentido sobre a existência humana tem sido a busca de diversas pessoas ao passar dos anos. E ao buscar as respostas para as perguntas que surgiram as religiões, as passadas e as existentes. Antiga companheira das ciências naturais, a religião apresenta novos caminhos, hipóteses e pensamentos que mostram de onde a humanidade veio e para onde ela irá.

As religiões são conhecidas com comunidade de pessoas que compartilham práticas e crenças, de maneiras monoteístas ou politeístas, que se encontram em construções ou locais considerados sagrados para prestar cultos, meditar e dividir o viver de maneira conjunta e especial. Segundo Wilkinson (2001), as religiões normalmente se desenvolvem em torno de crenças baseados no momento em que elas surgiram, ou seja, o momento vivido ajudou a constituir os pilares daquela religião. Os homens primitivos adoravam deuses para ganhar bênçãos, ou então graças como chamavam, porque acreditavam que eles controlavam as forças da natureza, sendo assim, possível de obter um bom plantio e sobreviver a desastres naturais. O hinduísmo, por exemplo, está baseado em mitos antigos onde é contado histórias sobre deuses criadores poderosos e forças de destruição. Algumas outras religiões, diz Bowker (2000), não se baseavam em crenças, pois se encaixavam na sua realidade, elas cresceram através de importantes líderes espirituais ou profetas. Jesus, Maomé, Buda e os profetas judeus da Bíblia foram grandes exemplos que inspiraram seus fiéis ou seguidores, incentivando assim a disseminação de movimentos religiosos que até hoje, estão presentes através das culturas, realidades e mudanças na sociedade.

Ao falar sobre deuses, percebemos que algumas religiões se diferem de outras pela quantidade de deuses que elas cultuam e servem. Isso também é uma característica da região onde eles surgiram. O Judaísmo, o cristianismo e o islamismo, por exemplo, são religiões que cultuam apenas um Deus, o único criador e todo-poderoso. Todas nasceram e até hoje possuem maior força na sociedade ocidental. Essas religiões se desenvolveram no oriente médio e compartilham de festivais, ritos e também crenças. Um exemplo dessas características em comum é a Bíblia hebraica que se tornou importante parte da Bíblia cristã, usada até hoje pelos fiéis cristãos. Jesus também é uma figura comum nessas religiões, apesar de ser quem estabeleceu o cristianismo, também é considerado pelos muçumanos e pelos judeus um profeta.

As religiões que são consideradas politeístas possuem um deus para cada aspecto natural ou físico, baseados em interpretações ou então representações, e é característico da sociedade oriental. Normalmente, esses deuses são diferenciados conforme a vila ou local que são cultuados, pois o entendimento desse deus será específico de cada fiel. Entre as diferentes tribos podem-se encontrar deuses que possuem suas características e personalidades semelhantes, porém sendo elas representações diferentes. A única exceção é o hinduísmo que mesmo sendo considerados politeístas devidos seus diversos deuses e deusas, todos são expressões de uma força maior e absoluta. Há religiões que são consideradas ateístas, pois não acreditam em nenhum deus, que no caso o exemplo seriam os budistas, pois eles seguem apenas Buda, e seus ensinamentos.

Ao desenvolver esse projeto, foram aprofundados os estudos de seis religiões que se diferem entre si. Foram eles: Os Cristãos católico-romanos, os Cristãos protestantes (presbiterianos), os Islamistas (muçumanos), os Hinduístas (com principal foco os *Hare Krishnas*) e os Espiritas.

### 2.3.1 Cristianismo

O Cristianismo é a religião dos seguidores de Jesus Cristo, os quais acreditam que ele é o filho de Deus, o messias (“ungido” do hebraico), enviado

conforme prometido no Antigo Testamento para salvar e libertar o mundo da condenação. Segundo Wilkinson (2001) os cristãos acreditam em um único Deus, criador do mundo e tudo que nele há. Acreditam que Deus enviou o seu filho Jesus para salvar a humanidade do pecado que entrou no mundo por Adão e Eva (primeiros seres humanos) ao desobedecerem a uma ordem de Deus. Sendo assim, Jesus veio ao mundo de uma virgem chamada Maria, que estava prestes a se casar com José e receberam a visita de um anjo dizendo que Maria ficaria grávida de um menino, e que este deveria se chamar Jesus, pois ele era o filho de Deus e tiraria os pecados do mundo.

Segundo os cristãos, Jesus cresceu e se tornou um profeta itinerante, onde proclamava suas ideologias baseadas nas escrituras judaicas, porém, alguns dos seus ensinamentos discordavam e condenavam a própria ideologia judaica. Quando o mesmo se aproximava dos 30 anos, foi condenado por um tribunal judaico por blasfemar contra as escrituras que regiam a sociedade naquela época e assim foi condenado à morte por crucificação.

Apesar da ciência e a fé conflitarem entre si sobre a existência de Cristo, o que faz com que a morte de Jesus seja lembrada por mais de dois mil anos não foi como ele morreu, mas sim o porquê ele morreu. Segundo as crenças cristãs, Jesus era o filho do Deus vivo, o único que poderia tirar o pecado do mundo para que a humanidade pudesse ter um relacionamento com Deus novamente. Após os primeiros seres humanos terem desobedecido a Deus, a morte de Jesus foi considerada um sacrifício para a redenção dos pecados da humanidade, fazendo assim possível qualquer ser humano se aproximar de Deus.

Dois mil anos depois, a história, literatura, arquitetura, arte e filosofia derivadas do cristianismo continuam difundidas na sociedade e na cultura ocidental, estando tão presente a nossa sociedade que para melhor compreendê-la é necessário entender a história do cristianismo e suas propagações. A Bíblia é o livro que, segundo os cristãos, é a palavra de Deus e nela foi instruída todo o ensinamento necessário para levar uma vida que agrade a Deus, e hoje, seus versos são citados e utilizados em contextos diários. Ela não foi escrita por Deus, nem Jesus, porém versos da própria Bíblia afirmam que ela foi inspirada pelo próprio Deus.

Os cristãos nunca chegaram a um acordo sobre a fé e a prática que deveria ser realizada pelos fiéis, por isso, desde os primeiros séculos do cristianismo houve grandes divergências e segregação de doutrinas. Com base nas fundamentações bíblicas, Gaarder (2000) categoriza essas diferentes comunidades de duas maneiras: uma tradicional, que é rica em tradições e formalidades, e outra que dispensou ou perdeu parte dessas tradições eclesiásticas. Elas são chamadas por Gaarder (2000) de Católicos e os Protestantes. Outra distinção estabelecida é o significado do batismo para cada igreja. Uma delas batiza as crianças de maneira intrinsecamente aberta e inclusiva, ou seja, qualquer um, sem precisar de uma compreensão total dos ensinamentos e princípios pregado poderá participar oficialmente daquela comunidade. Já a outra, batiza seus fiéis somente quando adultos, pois acreditam que só poderão tornar-se membros oficiais dessa igreja os que compreendem e os que realizaram uma declaração pública de em que é baseada a fé.

A Igreja Católica é a maior de todas as igrejas cristãs, e suas organizações são mundialmente fortes e rígidas. Elas são governadas de forma hierárquica, onde começa pelo Papa, seguindo pelos bispos e padres, e então os leigos. Para os católicos, o Papa é sucessor do Apostolo Pedro, afirma Gaarder (2000), tendo assim autoridade para decidir se algum assunto está ciente com a Bíblia, e com as tradições eclesiásticas. Mas isso não o isenta de pecar, muito menos de introduzir uma nova doutrina. A Bíblia é onde a igreja católica está fundamentada, porém, há meios adotados da igreja implorar pelas bênçãos de Deus. Além de símbolos e objetos consagrados, existem cerimônias usadas para despertar essa devoção ao fiel. Como por exemplo, os crucifixos, o rosário, a água benta, as velas, as procissões, novenas e também as missas de 7<sup>o</sup> dia.

Na igreja Católica, os fiéis não dirigem suas orações somente a Cristo, mas também a Virgem Maria, e aos demais santos. Os santos são as pessoas que já estiveram próximos a Cristo, e acredita-se que hoje eles intercedem pelos fiéis. Por isso é comum na igreja católica honrar e reverenciar os santos, sendo assim, possível encontrar diversas imagens e estátuas dos santos junto com as de Jesus Cristo e da Virgem Maria.

Aproximadamente no século XVI, houve na Europa Ocidental uma grande revolução dentro da igreja católica que gerou diversas mudanças na esfera religiosa. Chamada de Reforma Protestante gerou uma revolução ideológica que teve impacto tanto político como religioso. Naquela época o clero era quem exercia maior autoridade causando insatisfação nos monarcas e em alguns teólogos. Ao comparar algumas práticas realizadas pela igreja, e o que de fato estava escrito na Bíblia, alguns desses teólogos começaram a questionar as tradições, pois acreditavam que havia divergências. Martinho Lutero foi um monge alemão que teve maior representação nesse conflito teológico. Foi ele quem iniciou os questionamentos sobre a doutrina e as práticas da Igreja. Segundo GOMES (2000, p.19):

O protestantismo excluiu quanto ao essencial todos os rituais mais sutis do Cristianismo católico tradicional: A missa, a confissão, grande parte da liturgia e a função do sacerdote como representante hierárquico de Deus. Em compensação, porém, com a perda da autoridade da igreja, o protestantismo reforçou a autoridade da Bíblia (GOMES, 2000, p.19)

Assim como Gomes (2000) abordou, a reforma protestante substituiu os grandes símbolos e os objetos consagrados, e buscou-se firmar na Bíblia, ou seja, na palavra. Com isso, a reforma teve maior influência nas camadas mais pobres, nos excluídos economicamente, pois como os mesmos não tiveram acesso ao sistema educacional, esses não possuíam intelecto para compreender todos os símbolos e os rituais impostos pela Igreja Católica. Com essa nova concepção de Cristianismo introduzido pela reforma, surgiu as principais denominações protestantes: a Igreja luterana, instruída por Martinho Lutero, e a igreja reformada, instruída por João Calvino na Suíça. Essas doutrinas protestantes defendiam, segundo Gaarder (2000), um rompimento mais radical com a igreja católica. Visavam à importância de uma reorganização da igreja do que as tradições e os ritos da igreja católica. A igreja começou a ser dirigida por representantes eleitos pelos fiéis, e não apenas um eleito (como o caso do Papa) e juntamente com os ministros, foi constituído a organização da igreja através de uma Assembleia Geral, ou então presbitério (palavra que vem do grego “Conselho de Anciãos”). Dessa maneira, a instituição que possui presbitério como forma de governo é chamada de Igreja Presbiteriana.

Dentro do Cristianismo, existe alguns locais que são grandes motivadores de viagens, pelo significado, pela história, por promessa entre outros. O principal local que é destino dos cristãos é Roma, local onde o Papa se encontra, movimentando inúmeros fiéis durante o ano, para simplesmente conhecer, ou então ver alguma celebração. É destino dos cristãos também Jerusalém, por ter sido o local onde Jesus nasceu e cenário de várias narrações bíblicas. No Brasil, o local que possui maior destaque dentro dos cristãos é Nossa Senhora de Aparecida, santuário localizado no interior de São Paulo. Esse santuário é o destino onde diversos fiéis cumprem promessas e buscam entregar as suas preces à Deus.

### 2.3.2 Islamismo

A cultura Islâmica teve origem na Arábia e até hoje está relacionado à cultura árabe. Ele está inserido nas regiões da África e da Ásia, e 15% da população mundial se consideram muçumano, ou seja, é considerada a segunda maior religião do planeta. A palavra “*Islam*”, segundo Gaarder (2000), significa submissão, o que está diretamente relacionada à essência do islamismo: O homem deve-se entregar a Deus e submeter-se a sua vontade. O islã não se refere diretamente à questão espiritual, mas também engloba toda a parte política e econômica da população muçumana. Isso significa que o Islã influencia nas leis, na economia e na política do povo que o segue. De uma maneira geral, o que rege o islã são basicamente três tópicos: o Credo muçumano, os deveres religiosos e o relacionamento interpessoal. Para compreender os tópicos e os pilares em que a religião islâmica está sustentada, precisamos conhecer Maomé, o influenciador e criador do islã.

Maomé nasceu em Meca (um dos principais centros comerciais e religiosos da Arábia) aproximadamente em 570 D.C., e nessa época os árabes viviam em tribos nômades, onde voltavam os seus cultos de maneira politeístas, cultuando os deuses tribais, porém, Meca era considerada sagrada pela pedra negra de Caaba. A transformação da Arábia de uma sociedade beduína nômade, como define Gaarder (2000), em uma sociedade urbana fez com que as religiões tribais, que permaneciam de maneira tradicional nessa sociedade, ficassem extintas. Com a

expansão do Cristianismo e do Judaísmo, a Arábia foi persuadida ao culto monoteísta e também pela noção do juízo final. Maomé viveu no meio dessa difusão, sendo assim, influenciado a possuir a crença monoteísta. Criado pelos tios, Maomé casou-se com uma rica viúva que mais tarde tornou-se a sua primeira seguidora.

Ao completar quarenta anos, enquanto realizava um retiro buscando maior conhecimento sobre Alá (Deus para os mulçumanos), um anjo apareceu e ordenou que ele comesse a recitar sobre Deus. Tendo assim a convicção de que ele havia recebido uma revelação de Alá, Maomé começou a se denominar profeta, escreveu suas revelações e fez discípulos por todo o Oriente Médio. Iniciou pregando em Meca, mas foi visto como uma ameaça pelas grandes famílias árabes, pois acreditavam que ele iria tomar o lugar de autoridade política na cidade. Sendo exilado de Meca, foi recebido em Medina, cidade vizinha, onde se tornou líder religioso e político. Dessa maneira, ele tomou Meca por meios diplomáticos e militares, unindo o país e determinando a religião Islâmica a mais importante da região.

Após a morte de Maomé, é que suas revelações foram coletadas em um grande livro chamado Alcorão, ou Corão, se tornando assim as escrituras sagradas do Islã. Foi também após a sua morte que o povo mulçumano se dividiu entre os *sunitas* e os *xiitas*, pois os dois grupos queriam eleger um sucessor de Maomé. Os *Sunitas* acreditavam que o sucessor deveria ser um de seus discípulos, que fossem devotos ao Islã, e os *Xiitas* acreditavam que deveria ser um sucessor da descendência de Maomé, que no caso seria o seu primo, Ali. Isso define diretamente o credo do Islã, sendo ele a devoção e submissão a um único Deus, Alá, e acreditar nas revelações que Maomé teve sobre Alá, o Alcorão.

As obrigações religiosas de cada mulçumano, um dos pilares do Islamismo, se resumem basicamente a acreditar no seu credo (citado acima), realizar suas orações cinco vezes por dia, todos voltados à direção de Meca. Outra obrigação é o jejum realizado no nono mês lunar do ano, chamado de *Ramadan*. Durante esse período é proibido comer, beber, fumar ou ter relações sexuais entre o nascer do sol, e o pôr-do-sol. E por fim, a peregrinação a Meca deve acontecer pelo menos uma vez na vida de um Mulçumano adulto. A caridade é também uma das

obrigações, porém, o povo mulçumano desconta 2,5% em cima de suas riquezas e propriedades para os mais necessitados, e ainda são incentivados a doarem mais, pois segundo o Alcorão, é um dever ordenado por Alá.

Em Meca está localizado Caaba que é um edifício quadrado coberto por um pano negro, e em um dos seus cantos tem incrustada na parede uma pedra enorme. Para os mulçumanos, Meca trata-se do centro do mundo islâmico, pois além de todas as suas orações serem voltadas a Meca, as mesquitas de todo o mundo têm o seu eixo voltando à mesma direção. Hoje, a grande mesquita foi reconstruída para abrigar 600 mil pessoas, e somente quem tem como provar que é mulçumano pode entrar na cidade.

### 2.3.3 Hinduísmo

Sem ter um credo fixo, ou um fundador, o Hinduísmo se difere das demais religiões. A palavra “hinduísmo” significa “Indiano”, e também é usada para definir as diversas religiões que são desenvolvidas na Índia. São encontradas aproximadamente entre o ano 1500 a.C., segundo Gaarder (2000) resquícios que apontam as possíveis raízes do Hinduísmo, chamados de Hinos védicos, que é derivado da palavra veda (“conhecimento”). Os hinduístas acreditam que a força espiritual em que o universo está baseado, chamam essa força de Brahman. Essa ideia foi introduzida pelos *Upanishads*, esses são os textos hinduístas mais lidos até hoje. Segundo os hindus, “Todos os seres vivos nascem do Brahman, vivem no Brahman e ao morrer, retornam ao Brahman”. (GAARDER. 2000, p.41).

Apesar das suas diferentes formas e ideias de culto, há três pontos que são comuns em todas as variações do hinduísmo. São elas as castas, as vacas e o carma. As castas são formas de distinção através de classes que, de maneira sistemática, divide o povo. Antigamente, as castas eram divididas em Sacerdotes, guerreiros, agricultores (comerciantes e artesãos) e os servos. Já no início do século XX, devido ao grande desenvolvimento da sociedade indiana, havia em torno de três mil divisões de castas. Cada casta tem sua própria regra de conduta e sua prática religiosa, definindo com quem a pessoa poderá se casar, se associar ou então com

o que trabalhar. Basicamente, o que rege as castas é uma noção de puro e impuro. Quando alguém de uma determinada casta tem relações com outro alguém de uma casta inferior, este é considerado impuro, necessitando de uma purificação. Existem, dentro da cultura indiana, diversas maneiras de purificação. A mais comum delas é o banho no Rio Ganges, o rio sagrado da Índia. Outro ritual de purificação é tocar em uma vaca.

A vaca é um animal sagrado para os indianos e ela é adorada durante certos festivais religiosos. Ela é símbolo de fertilidade, pois representa tudo o que pode sustentar a vida e é proibido matar qualquer vaca dentro do território indiano. Relacionado a um hino védico, todos os produtos derivados da vaca são utilizados para cerimônias de purificação. Além das vacas, existem outros animais considerados sagrados para essa sociedade, em especial são encontrados o macaco, o crocodilo e a cobra. Por não aceitarem o fato de tirar a vida de um ser vivo, que pode ser considerado sagrado, a maioria dos hinduístas se consideram vegetarianos.

Os hinduístas acreditam também que a alma do homem é imortal. Sendo assim, após a morte de um indivíduo, sua alma renasce numa outra criatura com vida. Ele pode renascer em um indivíduo de casta menor ou maior, ou até mesmo habitar num corpo de um animal. O que leva a reencarnação estar sempre em movimento é o que os hinduístas chamam de carma. O carma é o impulso que pode se referir a pensamentos, palavras e sentimentos de cada ser vivo, que serve como uma medida para definir se na reencarnação o indivíduo irá para uma casta maior, ou então para uma casta menor. Isso pode ser também considerado uma lei de ação e reação.

Ao analisar a adoração divina dos hinduístas, podemos observar que a multiplicidade também é manifestada, pois cada aldeia possui sua própria divindade, e presta seus cultos a ele. “Na religião védica, o divino era manifesto e alcançável em muitos aspectos da vida, podendo ser venerado como deuses ou deusas” (BOWKER, 2000, p.20). Porém, três desses deuses em particular que possuem raízes védicas, e as crenças hinduístas estão concentrados.

Esses três deuses são chamados de *Brahman*, *Shiva* e de *Vishnu*. Cada um deles é conhecido por uma característica forte, conectando-se entre si, e desenvolvendo um *Shiva* possui diversos nomes e representações, em uma das escrituras hinduístas o *Shiva Purana* ele tem mais de mil nomes, entre eles “o senhor do conhecimento”, “senhor da destruição” e também “senhor do tempo”. *Brahman*, como na história do hinduísmo, é considerado “o criador do universo”, o que controla e sustenta todo o universo em suas mãos. E *Vishnu*, também conhecido como “o protetor” possui 10 reencarnações, entre esses os mais importantes são *Rama* e *Krishna*. *Krishna* é, dentro dos mais populares “avatares” de *Vishnu* e normalmente é representado por um pastor de ovelhas, retratado com suas aventuras eróticas como uma simbologia do amor de Deus pelo homem, e foi quem escreveu uma das principais escrituras hinduístas, o *Bhagavad Gita*.

Há hoje, na sociedade ocidental um grande movimento chamado “*Hare Krishna*” onde, derivado do Hinduísmo propaga a consciência de *Krishna*. Segundo Bryant e Ekstrand (2004), um dos principais responsáveis desse movimento na sociedade ocidental foi Bhaktivedanta Swami Prabhupada, que na sua juventude, viajou a Nova Iorque, para disseminar os ensinamentos, fazendo discípulos e traduzindo versões das escrituras védicas para o inglês. Bhaktivedanta Swami ganhou o reconhecimento nos Estados Unidos, ao ensinar sobre os poemas do *Bhagavad Gita*, seus mantras e meditações. Além de ensinar as pessoas a terem a consciência, ou seja, conhecer a *Krishna*, o movimento *Hare Krishna* tem como propósito unir a sociedade, e leva-los para mais perto de *Krishna*, vivendo de maneira simples e desapegada de bens materiais e ajudando os mais necessitados. São conhecidos também como Sociedade Internacional para a Consciência de *Krishna* – ISKCON e eles possuem grande visibilidade onde eles atuam, pois, seus mantras são alegres, acompanhados de danças, músicas e também serviço de atendimento ao povo. O principal mantra entoado nas suas orações é o “*Mahamantra*”, que se dá pela repetição das palavras “*Hare Krishna, Hare Rama*” onde “*Hare*” é o vocativo de divino, “*Krishna*” e “*Rama*” conforme já citado na história do Hinduísmo, são os nomes das representações de *Vishnu*, um dos principais deuses hinduístas.

Além dos mantras, os devotos de *Hare Krishnas* separam três horários do seu dia para realizar suas meditações e orações, além de passarem parte do seu dia divulgando e falando de *Krishna* para as pessoas. Como também citado acima, um dos propósitos do Movimento *Hare Krishna* é ajudar os mais necessitados, e através disso, Bhaktivedanta Swami orientou que ao entorno dos templos *Hare Krishnas* não deveria ter pessoas famintas, por isso, uma das principais características dos templos é a distribuição de comidas vegetarianas gratuitas, tanto no almoço como no jantar. Sendo assim, suas atividades religiosas se iniciam às 4am, com a sua primeira oração, e finaliza-se após o jantar à comunidade.

Os Hare Krishnas possuem grandes festivais e também manifestações que movimentam um grande número de pessoas a locais específicos. Com duração de um final de semana, ou até mais, para celebração, meditação e também troca de experiências entre os templos Hare Krishnas. Além desses festivais, há também a viagem à Índia para conhecer o Rio Ganges.

#### 2.3.4 Espiritismo

O Espiritismo, apesar de já existir alguns anos, é bem mais recente que as religiões citadas acima. Basicamente, acredita-se que o mundo dos espíritos existe, e que existe a possibilidade de os vivos entrarem em contato com as pessoas que já morreram. Esse tipo de contato pode ser através de uma pessoa, chamada de *médium* que possa ver ou ouvir o espírito, ou então através da escrita automática ou psicografia, onde o espírito controla a caneta escrevendo assim o que gostaria de falar para os vivos, comunicando-se. A ideia que os mortos continuam a se comunicar com os vivos não surgiu apenas do espiritismo, outras religiões primitivas acreditavam que poderia haver essa conexão entre os dois mundos.

Quando analisamos as raízes do espiritismo, sob a ótica de Gaarder (2000) percebemos que há fundamentos e princípios do cristianismo e do hinduísmo fortalecendo e sustentando o espiritismo. A crença dos espíritas tem, basicamente, caráter monoteísta, ou seja, acreditam que um só Deus é o criador do universo, e que Jesus Cristo é o messias e profeta que veio ao mundo para tirar a escuridão e o

pecado do mundo. Porém, as únicas coisas que diferem é que os cristãos não acreditam que haja comunicação com os mortos, prática comum no espiritismo.

Os fiéis ao espiritismo acreditam também na vida após a morte, porém eles acreditam que antes de ir para a vida eterna, é possível voltar a terra em outras encarnações. E é através dessa doutrina que observamos que o espiritismo também tem raízes hinduístas, pois assim como eles, acreditam na reencarnação. Além da reencarnação, os espiritas utilizam da ideologia de carma para determinar em qual corpo você poderá reencarnar, ou seja, suas ações, pensamentos, atitudes influenciam não só na vida de agora, mas influenciar nas próximas vidas. Esse pensamento de realizar boas ações a sociedade leva os espiritas a terem uma grande influência em sociedades filantrópicas, assim como em ações de caridades e trabalhos voluntariados.

Desse modo, é possível identificar que todas as religiões possuem bases, fundamentos e também histórias que as sustentam até hoje. Cada religião, além de auxiliar na formação da opinião dos seus fiéis, foi possível identificar motivadores de viagens dentro de cada religião. Sendo ela para locais históricos, ou então representativos.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para realizar a pesquisa proposta no início desse projeto, foi necessário aprofundar com bibliográfica de caráter exploratório, e identificar o que os autores já publicados sobre esse assunto, também foram coletadas informações através de uma pesquisa qualitativa nos principais atrativos religiosos de Curitiba, e comparadas às informações coletadas na etapa bibliográfica com as informações coletadas em campo.

#### 3.1 TIPOS DE PESQUISA

Visando o aprofundar-se no conhecimento da Hospitalidade como complemento do atrativo turístico e cumprir os objetivos específicos estabelecidos no início deste projeto, foi então definido que o tipo de pesquisa que melhor se adequaria aos parâmetros estabelecidos seria a pesquisa de caráter exploratória qualitativa, que segundo Gil (2008) proporciona um conhecimento mais aprofundado e claro sobre o tema. Já para Dencker (2004), a pesquisa é necessária para que haja uma abordagem maior relacionada ao assunto, familiarizando o pesquisador, abrangendo e assim podendo trazer um novo ponto de vista em relação ao assunto.

Ao fazer um apanhado geral sobre o Turismo, a segmentação e também sobre a segmentação do Turismo Religioso é importante para compreender em que campo a pesquisa está sustentada. A hospitalidade, os diferentes posicionamentos e também como ela agrega a experiência do turista traz uma nova abordagem de compreensão da hospitalidade dentro do próprio atrativo turístico. E a religião será importante para compreender as raízes, as suas crenças, onde as suas práticas estão enraizadas e qual a abordagem que as religiões possuem com quem não é fiel, sendo assim, possível de visualizar a hospitalidade dentro do cenário religioso.

Dencker (2004) mostra também que nesses casos, o tipo de pesquisa exploratória exige além de um levantamento bibliográfico, a aplicação de entrevista com pessoas que praticaram ou experimentaram do problema levantado e uma análise de meios que facilitem a compreensão, sendo assim, fez-se assim

necessária a aplicação de pesquisas nos atrativos religiosos, buscando entender quais foram às atividades para recepcionar os turistas, quais foram às atividades que o turista poderia realizar em conjunto com os fiéis dos locais de culto e também como deveria ser a conduta desses visitantes para que não haja nenhuma ação considerada desrespeitosa.

Esse tipo de pesquisa é considerado com caráter exploratório, e pode ser definido por Goldenberg (1997) como um método de observação sistemática, que analisou uma lógica através das respostas, norteando pelos conhecimentos adquiridos através da bibliografia. Sendo assim, foi possível encontrar evidências que se assemelham entre si, ao observar a importância e também as motivações que direcionaram os turistas a buscar esse o Turismo Religioso. Sem a necessidade de uma grande amostragem, mas sim, evidenciando os principais aspectos da amostragem estabelecida.

### 3.2 TÉCNICAS DE PESQUISA

Por tratar-se de seres humanos que possuem capacidade de interagir com o meio em que estão inclusos, acredita-se que para aplicar uma pesquisa é necessário estipular uma técnica específica para coletar esses dados. Segundo Oliveira (2008) essas técnicas podem ser definidas pela maneira como é aplicado a Observação, a Entrevista e o Método de história de vida. Essas técnicas são aplicáveis para alcançar os objetivos deste trabalho a maneira como o pesquisador irá observar e também a entrevista realizada como forma de coletar os dados.

Para definir a maneira de observação, optou-se pela estratégia de entendimento do comportamento real, trazendo uma participação ativa dos sujeitos, entrevistas semiestruturadas e a análise documental dessas entrevistas (MOREIRA, 2002). A observação e aplicação das entrevistas precisam segundo Moreira (2002), ser realizadas de maneira intensiva, no ambiente que quer ser estudado. Ou seja, no caso desse trabalho, nos próprios atrativos religiosos.

Os autores Lüdke e André (1986, p.25) propõem que essa técnica de observação esteja com o foco bem definido e estruturado, pois ao tratar-se de pessoas, as respostas podem ser influenciadas por vários fatores. Como uma das propostas do trabalho é analisar a hospitalidade dentro do atrativo religioso, visando

às influências pessoais, como a bagagem cultural, histórica e emocional podem influenciar na receptividade e hospitalidade religiosa, acredita-se, então, que essa foi a melhor maneira de coletar os dados para essa pesquisa.

As escolhas dos locais onde a pesquisa foi aplicada deram-se a partir de três parâmetros. O primeiro parâmetro para a decisão a região geográfica, todos deveriam, especificamente estarem dentro do raio geográfico do Largo da Ordem, centro histórico de Curitiba. Sendo assim, com grande influência turística pela presença de feiras e outras atividades cujo principal intuito é o fluxo turístico para essa região. O segundo parâmetro para decisão foi, analisado através dos dados do Censo do IBGE (2010) as principais religiões da cidade de Curitiba, tendo o maior número de pessoas que se definem como fiéis a essas religiões, sendo elas a Católica, a Protestante e a Espirita, nessa ordem. E o terceiro parâmetro foi a presença desses locais de culto nas Rotas Religiosas, roteiro criado em parceria do Instituto Municipal de Turismo e o Paraná Turismo, órgão responsável pelo turismo no Paraná.

Os atrativos que se encaixaram nesses três parâmetros foram a Catedral Basílica Nossa Senhora da Luz dos Pinhais, como atrativo turístico da religião Cristã Católica, localizada na Praça Tiradentes. Para a Cristã Protestante, escolheu-se a Primeira Igreja Presbiteriana Independente de Curitiba, localizada na Rua do Rosário, e para a religião Espírita, escolheu-se a Federação Espírita do Paraná, localizada na Alameda Cabral. Após analisar essas regiões, percebeu-se a necessidade de incluir mais dois atrativos a essa pesquisa. Acrescentou-se a Mesquita Imam Ali Ibn Abi Talib - Mesquita de Curitiba, localizado na Rua Kellers, e o ISKCON - Templo Hare Krishna de Curitiba. O fato dessas duas religiões não estarem como principais religiões pelo Censo do IBGE (2010), ambas estão localizadas próximo ao Largo da Ordem, e estão presentes no roteiro criado pela Paraná Turismo de turismo religioso.

Um aspecto que possuiu grande influência na tomada de decisão para incluir esses dois atrativos foi o grande apelo turístico que elas possuem. Tendo em vista o grande fluxo turístico que essa região possui, por conta da Feira do Largo da Ordem realizado aos domingos, as culturas dessas religiões são grandes atrativos de turistas. Em especial a Mesquita, pois trata-se de uma religião onde seus costumes

são diferentes dos costumes da sociedade ocidental, e também o Tempo Hare Krishna por entoarem seus mantras em praças públicas, atraindo olhares curiosos de turistas e visitantes.

## 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Para a interpretação dos dados apresentados através da pesquisa de campo, fez-se necessária discussão sobre os atrativos turísticos religiosos, o melhor conhecimento do turismo religioso de Curitiba, visando entender qual o atendimento que eles oferecem aos visitantes dos templos, se eles são abertos para visitas, se há preocupação com a explicação da cultura e as tradições durante as visitas ou então se quem visita pode participar dos ritos, cultos e atividades. Observou-se também a interação dos visitantes com os locais, quais são os costumes que devem ser respeitados, e de que maneira deve-se portar nesses locais.

### 4.1 PESQUISA REALIZADA

Todos os questionários foram aplicados nos respectivos lugares escolhidos, com os principais responsáveis pelo atendimento ao turista. Em cada ambiente eles eram possuíam um setor responsável. Alguns deles era a administração do local, ou mesmo a recepção da instituição religiosa visitada. Os locais escolhidos onde a pesquisa foi realizada foram a Catedral Basílica Nossa Senhora da Luz dos Pinhais, Primeira Igreja Presbiteriana Independente de Curitiba, Federação Espírita do Paraná, a Mesquita Imam Ali Ibn Abi Talib e o ISKCON – Templo Hare Krishna de Curitiba.

#### 4.1.1 Catedral Basílica Nossa Senhora Da Luz Dos Pinhais

A catedral da Tiradentes (como é conhecida pelos moradores de Curitiba) é aberta para visitação diariamente dentro do horário comercial (sete horas às dezenove horas da noite). O único dia que não é aberto para visita em horário normal é na Segunda feira, onde é realizada a limpeza da catedral, por isso abre somente a partir das onze horas. Os visitantes podem participar das atividades realizadas junto com os demais fiéis. Percebe-se que a primeira estância, não há nenhum tipo de atendimento ao Turista, muito menos informações de caráter turístico. Porém, ao conversar com a secretária, foi informado que a Catedral

disponibiliza uma vez por mês um *tour* guiado, com informações sobre a história e também sobre a arquitetura. Por tratar-se de um *tour* esporádico, pede-se que liguem marcando a visita, pois as visitas acontecem em grupo. É permitido tirar fotos (porém sem *flash*) gravar e filmar também são permitidos. Para as pessoas que coordenam a atividade do *Tour*, a principal motivação para a visita a Catedral é a Cultura, a Arquitetura e também a Curiosidade por estar em uma região central (FIGURA 1).

FIGURA 1 - CATEDRAL BASÍLICA NOSSA SENHORA DA LUZ DOS PINHAIS



FONTE: A Autora (2016)

#### 4.1.2 Primeira Igreja Presbiteriana Independente De Curitiba

Conhecida também como IPIC, a Igreja Presbiteriana Independente não é aberta para visitação fora dos horários das atividades. Para poder visitar a igreja,

somente com autorização antecipada do pastor responsável pela igreja. As atividades que os visitantes podem participar são apenas os cultos aos domingos. Pede-se que para a participação dessas atividades, assim como uma atitude respeitosa para com os fiéis que lá se encontram. Porém, a própria igreja não possui nenhum atendimento especializado aos turistas, caso haja o agendamento da visita, poderá verificar a disponibilidade de algum trabalhador da igreja de participar da visita, explicando alguns detalhes da história, da cultura e então da própria religião. Para a secretaria da igreja, os principais motivos para a visita da igreja é a Fé, pois a maioria dos visitantes possuem a mesma fé praticada na igreja, e também, a arquitetura (FIGURA 2).

FIGURA 2 - PRIMEIRA IGREJA PRESBITERIANA INDEPENDENTE DE CURITIBA



FONTE: A Autora (2016)

#### 4.1.3 Federação Espirita Do Paraná

A Federação Espirita, possui uma grande biblioteca que está à disposição da população. Com um acervo bibliográfico com artigos espíritas, eles estão abertos de

Segunda a Sexta-feira para visitação, dentro do horário comercial (oito às dezoito da tarde). Os visitantes são convidados a participarem das atividades e das palestras disponibilizadas no local. É permitido tirar fotos, gravar e filmar, porém, pede-se que não usem o celular para não atrapalhar os demais presentes no local. Não existe material gráfico com informa es turísticas, mas, uma vez ao mês há um *tour* guiado para os visitantes. Há a necessidade de ligar para saber a data correta que ocorrerá o *Tour* Guiado, e assim, pede-se que cheguem com antecedência para não atrasar os demais interessados no *tour* (FIGURA 3).

FIGURA 3 - FEDERAÇÃO ESPÍRITA DO PARANÁ



FONTE: A Autora (2016)

#### 4.1.4 Mesquita Imam Ali Ibn Abi Talib

A mesquita é um dos maiores atrativos turísticos religiosos de Curitiba, sua diversidade cultural atrai muitos turistas. Ela é aberta ao público somente aos

domingos, das dez e meia da manhã às treze horas da tarde. Os visitantes são convidados a conhecer a mesquita, porém, é solicitado que retirem os sapatos ao entrar no local e que as mulheres vistam lenços para cobrir a cabeça. Esses lenços são oferecidos no local. É permitido tirar fotos e filmar no local, porém, é solicitado que não haja contato físico entre homens e mulheres por causa da cultura muçumana. A Mesquita é um dos poucos locais que possui informações turísticas, como por exemplo, uma placa informando a construção da mesquita, então o porquê de ela ser inteiramente de azulejos. Dentro da mesquita é possível encontrar informações sobre a fé muçumana, e também sobre atividades relacionadas ao Islã e a comunidade. Para informações históricas e também doutrinárias, é necessário ligar agendando um *tour* guiado. Esse *tour* poderá ser agendado qualquer horário desde que seja de segunda a sexta, durante os horários comerciais e que não coincida de ser nos horários das orações realizadas pelos fiéis na mesquita. Para o responsável por essa parte de recepcionar os turistas, o que mais atrai turistas à mesquita é a cultura, a arquitetura e a curiosidade (FIGURA 4).

FIGURA 4 - MESQUITA IMAM ALI IBN ABI TALIB



FONTE: A Autora (2016)

#### 4.1.5 Iskcon – Templo Hare Krishna De Curitiba

O Templo Hare Krishna, apesar de não ser muito divulgado tem uma grande visibilidade no centro de Curitiba. As atividades do templo são iniciadas às quatro horas da manhã, e finalizam após a janta, às vinte horas da noite. É permitido tirar fotos, e participar de todas as atividades do templo. Não possuem informações turísticas, ou então informações históricas sobre o próprio templo, porém, caso haja a participação dos momentos das orações, há um momento em que é aberto para perguntas e interpretações, levando assim possíveis explicações. Pede-se que as mulheres venham com roupas confortáveis sem muita exposição e que cubra a cabeça nos momentos em que serão realizadas as orações (os lenços são fornecidos no local). Além das atividades do templo, é disponibilizada a comunidade refeições vegetarianas no almoço e na janta. Essas refeições são oferecidas de forma completamente gratuita, chegando a aproximadamente duzentas refeições por dia. Acredita-se que a maior motivação para a visita ao templo Hare Krishna são as atividades (por conta das refeições), a cultura e também a fé (FIGURA 5).

FIGURA 5 - TEMPLO HARE KRISHNA - ISKCON



FONTE: A Autora (2016).

## 4.2 INTERPRETAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Ao analisar as informações coletadas nos atrativos religiosos, e verificar os dados bibliográficos colhidos no início desse trabalho, é possível afirmar que alguns dos templos possuem certos aspectos de hospitalidade quando vão recepcionar os turistas. Através dos horários de visitação, as informações, e a disponibilidade de *tour* guiados mostra que existe sim uma preocupação com quem está visitando, e o que deverá estar disponível quando a visita ocorrer. Porém, notou-se que essas informações continuam escassas, pois não são todos os turistas que têm acesso a essas informações, ou então, quando têm acesso, não é completamente satisfatória, pois há maneiras de complementar.

### 4.2.1 Resultados sobre A Catedral Basílica Nossa Senhora da Luz dos Pinhas

Ao visitar a Catedral de Curitiba, ou Catedral da Tiradentes, como é chamada, há uma grande movimentação de pessoas, pois os fiéis da igreja estão a todo o momento entrando para realizar suas orações e ritos ao seu Deus e aos Santos da igreja católica. Ao entrar na catedral, já há um aviso gráfico informando que não é permitido tirar fotografias no interior da mesma, mesmo a secretaria da catedral informou mais tarde que apenas não são permitidas fotografias com *flash*. Para encontrar a secretaria da catedral para obter maiores informações sobre os serviços oferecidos aos turistas, notou-se certa dificuldade, pois não havia informações para instruir o caminho. Após algumas informações, a secretaria da catedral informou sobre o *Tour* Guiado, e a necessidade de agendar uma visita. Foi então que se conclui que a Catedral já pratica a hospitalidade em alguns aspectos, porém, é necessário aprimorar as ações, deixando algumas informações uteis a mostra, acrescentando assim a visita do turista.

#### 4.2.2 Resultados sobre A Primeira Igreja Presbiteriana Independente De Curitiba

Conhecida também como IPIC, quando visitada, traz um tom reservado, pois seu templo está com as portas fechadas em maior parte do tempo. Não é fácil para obter informações sobre as atividades, pois não há nenhuma placa informando a existência da secretaria. Após descobrir onde a secretaria se encontrava, foi informado que não é permitido conhecer o templo fora do horário das atividades, ou seja, fora dos horários de culto. Caso haja interesse, a secretária informou que há a necessidade de ligar informando a curiosidade e o motivo pelo qual se deseja conhecer o templo, e solicitando uma autorização para que essa visita venha realmente acontecer. Percebe-se à IPIC, que o simples fato de a igreja não estar disponível para a visita fora do horário das atividades, não está preparada para receber turistas. Esses turistas necessitarão do aviso prévio sobre agendar uma visita, sendo assim, desperdiçar a oportunidade de permitir que a história da religião seja divulgada.

#### 4.2.3. Resultados sobre A Federação Espirita Do Paraná

A federação Espírita mostrou-se certa organização para o atendimento aos visitantes. Por possuir duas secretarias, uma delas do prédio da administração, quanto o prédio onde está alojada a biblioteca da federação. Essa biblioteca está aberta em horários comerciais para a realização de consultas e estudos do público interessado. Eles possuem livros da história do espiritismo, assim como livros escritos através da psicografia ao redor do mundo. A secretária informou que, mesmo não possuindo informações específicas sobre a religião, ela sabia como funcionava e indicou também pessoas as quais possuíam mais desenvoltura e conhecimento para explicar. O *tour* guiado também é muito proveitoso, além da palestra onde são contadas histórias da federação espírita, é realizado um *tour* guiado na própria federação para conhecer. Esses *tours* ocorrem no último domingo do mês, porém é necessário agendar por telefone.

#### 4.2.4 Resultados da Mesquita

Ao visitar a mesquita, percebeu-se que eles estão bem preparados para receber pessoas das mais diversas culturas, religiões e também costumes, pois o que é necessário e o que pode ou não fazer nos templos está bem visível e também é transmitido com uma grande naturalidade. Ao chegar na porta da mesquita, já é possível visualizar uma placa onde informa a necessidade de entrar sem sapatos, pois para a religião muçumana, não é permitido a entrada com sapatos. Há estantes no lado de fora para que os visitantes possam guardar os sapatos, sem tumulto. É necessário, para as mulheres, vestir o *Hijab*, nome que se dá ao véu para cobrir a cabeça, e no caso de mulheres de regatas, ou roupas que exibam o corpo, é fornecido um véu maior que cobre até os pés. Moças que são da própria religião ficam na porta, e antes mesmo das visitantes entrarem, elas já separam o véu. Isso ocorre de maneira muito respeitosa, e é visível o respeito que os visitantes possuem quando vão visitar a mesquita e se deparam com essas solicitações. No interior da mesquita, havia um senhor que estava à disposição para informar e tirar dúvidas em relação a própria mesquita, desde informações da arquitetura ou então da história da mesquita em Curitiba, quanto informações institucionais sobre a própria religião.

#### 4.2.5 Resultados Templo ISKCON – Hare Krishna.

À vista ao templo ISKCON teve uma abordagem diferente, pois foi notória a receptividade por todos os fiéis que lá estavam. O convite para participar do momento de oração do templo veio carregado de surpresa, porém com muito cuidado e anseio para que realmente participassem. Seus mantras na língua nativa hinduísta eram incompreensíveis, porém possuíam os mantras expostos na parede para que os visitantes possam participar e recitar corretamente. O altar era recheado de características e apetrechos com significados especiais. As mulheres e os homens realizam as orações em lados separados da sala, ou seja, homens de um lado e mulheres do outro, e segundo os fiéis isso é dado para que o desejo não atrapalhe o momento de adoração a Krishna. Durante a oração, vários rituais foram

realizados representados por purificação pelo fogo, por flores e também por incensos. Alguns instrumentos típicos também eram tocados pelos fiéis, ou seja, cada fiel era responsável por um instrumento para compor a oração. Após o momento dos mantras, iniciou-se a leitura do *Bhagavad Gita*, seguido por um momento de reflexão e também de discussão entre os fiéis. Ao finalizar o momento de leitura, os fiéis convidaram os visitantes para participar das refeições, e foram bem insistentes para que pelo menos um suco fosse tomado. Então, explicou uma das fiéis que para a religião dos *Hare Krishna*, existe a necessidade de servir o visitante, de alguma maneira, para que ele sinta bem vindo e bem recepcionado.

Ao visitar, primeiro o centro das atividades relacionadas, foi importante para acrescentar que a disponibilidade para visitação em horário comercial soma positivamente para a experiência do turista, pois saber  que dentro desse horário, será possível conhecer o local. É importante destacar também que, a Mesquita, por exemplo, que possui informações gráficas espalhadas pelo local acrescenta a visita, pois   necessário obter informações mesmo que algum frequentador, ou então fiel esteja disponível. Nenhum dos locais preocupou-se em deixar alguém responsável durante os horários de visita o para fornecer informações turísticas sobre o próprio o local, e mesmo sendo um lugar que, de primeira estância   religioso, ele também é divulgado como local turístico, deixando então a desejar esse tipo de atendimento.

Observa-se a diferença entre religiões quando o assunto   recepcionar os visitantes, por exemplo, no Templo *Hare Krishna*,   possível participar de qualquer atividade, incluindo ajudar no preparo dos alimentos das refeições oferecidas diariamente, inclusive, à cultura dos fiéis *Hare Krishna* que sirvam os visitantes de alguma maneira, nem que seja oferecendo um copo d'água, pois   através do atendimento ao público que eles desenvolvem uma consciência maior a *Krishna*. Porém, quando se visita o Templo da Primeira Igreja Presbiteriana Independente de Curitiba, não é permitido ao menos visitar o templo histórico, apenas tirar fotografias de fora.

## 5 PROJETO DE TURISMO

Com a pesquisa de campo observou-se os atrativos religiosos escolhidos, analisou-se a maneira como o turista é recepcionado, assim como a oportunidade que os visitantes possuem para participar das atividades, quais foram às solicitações para que a visita ocorra de maneira respeitável, usufruindo da cultura, a história e também a fé daquela comunidade. Verificou-se que os locais de turismo religioso possuem pouco preparo para recepcionar os turistas, pois não há divulgação das atividades disponíveis para participação e também não há divulgação das devidas orientações e informações sobre essas determinadas religiões, tais informações como a história e a cultura, que quando envolvidas à visita, geram uma experiência completa e íntima entre o visitante e o visitado, agregando à receptividade da visita ao atrativo.

Foi pensando nessa escassez de informações e na demanda que o turismo religioso tem proporcionado à Curitiba, foi proposto para o projeto de turismo uma maneira para viabilizar as principais informações sobre esses locais, suas atividades e também sua história e cultura, através de uma cartilha e de um aplicativo para *smartphones* contendo os horários onde esses locais estão abertos para visitação, se existe a possibilidade de realizar um *tour* guiado com as devidas explicações, havendo essa possibilidade, quais são os dias e os horários específicos para realizá-lo, deixando assim a disponibilidade do turista conhecer, aprender, partilhar da fé e da experiência religiosa. Sendo assim, viabilizando as informações úteis em um só lugar para facilitar a visita a esses locais e também munir os turistas com as informações corretas para que a visita possa ser realizada de maneira construtiva e respeitosa.

Esse projeto tem como público alvo os turistas, os visitantes (moradores de Curitiba), os fiéis que frequentam e os principais locais religiosos que são determinados atrativos do Turismo religioso na cidade de Curitiba, pertencentes ao Roteiro Rotas Religiosas que possuem interesse em divulgar as suas atividades, abrindo oportunidade para os visitantes. Nesse projeto, foi proposta a realização de um material impresso com as informações onde a distribuição ocorre nos próprios atrativos, possuindo também a possibilidade da extensão do aplicativo desenvolvido em parceria da Associação Brasileira de Bares e Restaurantes do Paraná –

Abrasel/PR, Instituto Municipal de Turismo – IMT, o Curitiba, *Convention & Visitors Bureau* e do Sebrae – PR, chamado de “Curta Curitiba” onde não traz apenas informações, mas também opções de roteiros, hospedagem, de entretenimento, compras e informações variadas. O aplicativo já possui uma aba separada para roteiros, onde é possível encontrar os mais diversos roteiros, sendo eles feitos a pé ou por bicicletas, dos mais diversos *city tours*, roteiros gastronômicos ou mesmo culturais em bairros específicos e cidades próximas à Curitiba. Para a proposta do aplicativo, seria basicamente inserir a opção onde há a categoria de roteiros, a inserção nos “Roteiros Religiosos”, onde aparecerão as informações coletadas em cada um dos templos e locais sagrados disponibilizados.

O motivo da realização desse projeto é primeiramente agir na escassez de informações turísticas dos locais denominados como atrativos religiosos, podendo assim, diretamente influenciar na percepção do visitante, pois ele terá um contato maior com o visitado e munido de maiores informações para visitar os locais sem desrespeitar a cultura e as doutrinas dessas determinadas religiões. Esse projeto influenciará também a comunidade local, pois incentivará o visitado a preparar-se para receber o turista, acolhendo e recepcionando como um anfitrião. Com cunho filantrópico, o projeto não visa gerar lucro financeiro, mas sim o lucro imaterial e intangível. Para tornar-se possível a realização desse projeto, conta-se com a Lei Municipal de Incentivo à Cultura, onde através do edital do programa “Edital Fundo Municipal da Cultura – Edital Livre” financia Projetos que possam desenvolver e instigar a propagação da Cultura, e suas diferentes manifestações na cidade de Curitiba.

## 5.1 ETAPAS PARA EXECUÇÃO DO PROJETO

A proposta do projeto precisa ser elaborada em etapas, para que todos os passos sejam bem estruturados e definidos, assim, desenvolvidos em bases sólidas, e coerente com as informações, na cultura e crença de cada religião.

### 5.1.1 Descrição de Etapas para execução do projeto

Para desenvolver esse projeto previu-se oito meses a um ano, pois se estimou quatro meses para a realização de toda a pesquisa, coleta das informações, para o desenvolvimento da cartilha com as informações simplificadas, elaboração do projeto visual e criação do material impresso. Aproximadamente dois meses para a distribuição do material nos atrativos e analisar a aceitação do material no contexto turístico, e, por fim, aproximadamente quatro meses para a elaboração do aplicativo disponível para o sistema operacional IOs, conforme quadro abaixo.

### 5.1.2 Cronograma das Etapas:

Para a realização das atividades propostas na elaboração do Projeto de Planejamento e Gestão em Turismo, foi definido que, ao decorrer de aproximadamente um ano as atividades serão realizadas como à tabela abaixo (TABELA 1).

TABELA 1 - CRONOGRAMA DAS ETAPAS.

	Coleta de Dados	Material Impresso	Distribuição/Feedback nos atrativos	Aplicativo
Julho	X			
Agosto	X	X		
Setembro		X		
Outubro		X		
Novembro			X	
Dezembro			X	
Janeiro				X
Fevereiro				X
Março				X
Abril				X

FONTE: A AUTORA (2016)

O material impresso, como já informado anteriormente, foi desenvolvido com o objetivo de facilitar o acesso dos turistas às informações dos atrativos religiosos de Curitiba. Nessa etapa deu-se a coleta das informações através de visitas aos locais

e entrevistas com os gestores e responsáveis pela administração dos atrativos, para entender a história e também as crenças, visando assim buscar as informações necessárias e suficientes para munir o turista de informações. Após a coleta das informações, elaborar-se-ia uma cartilha onde as informações serão disponibilizadas. A cartilha receberá o nome de “Expressões de Curitiba” visando atender o turista sobre a maneira singular que cada religião se expressa. Expressão, do dicionário Aurélio, significa “Ato ou efeito de exprimir. Maneira de exprimir; frase ou palavra. Manifestação de sentimento. Caráter, sentimentos íntimos, manifestados pelos gestos ou pelo jogo da fisionomia.” (FERREIRA, 2010). Dessa maneira, pode-se concluir que as expressões são meios de manifestações, sentimentos, gestos e também fisionomia usados para transmitir alguma mensagem, ou informação. Ao trazer essa definição ao contexto religioso, observaram-se as diversidades das expressões, ou seja, das maneiras de transmitir ou até mesmo receber mensagens e informações pessoal com o transcendental, trazendo o místico e também o incompreensível para o seu contexto de vida pessoal. A imagem que compõe a capa do material, transmite a ideia da relação interpessoal que a hospitalidade traz, fazendo a composição da delicadeza e a serenidade do contato com o próximo, com a convicção e intenção do aperto de mão (FIGURA 6).

FIGURA 6 - CAPA DO FOLDER

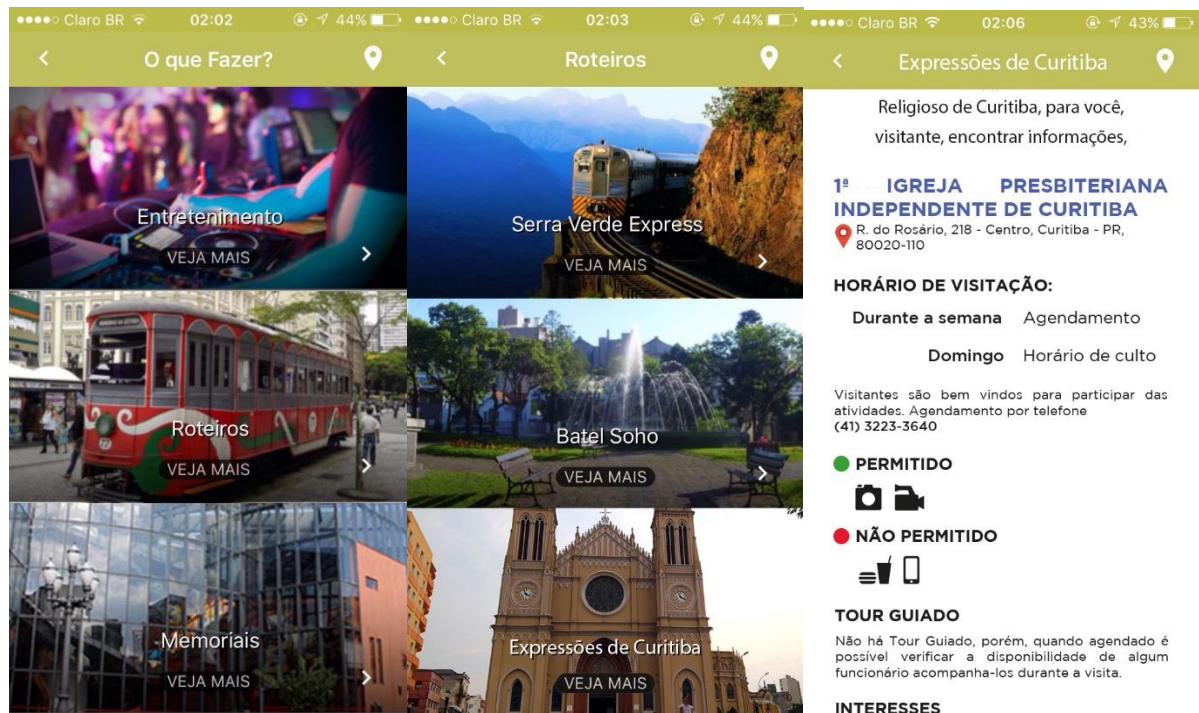


FONTE: A Autora (2016)

Após a elaboração do conteúdo e do *design* da cartilha, será necessária a aprovação de cada gestor, preocupando-se na validade das informações que constam no material, certificando-se que as informações informadas estão coerentes e de acordo com as atividades realizadas. Uma vez que ele for aprovado, irá para a impressão e então entregue em cada ponto de distribuição de materiais do Curta Curitiba e nos próprios atrativos religiosos.

Quanto ao aplicativo, analisando o que já existe, onde ele mostra a sessão específica apenas para os Roteiros o projeto propõe desenvolver nessa sessão para acrescentar um ícone com o nome “Expressões de Curitiba” onde trará informações recolhidas em cada local (as mesmas que estarão no material impresso) onde haverá os horários de funcionamento, opções de atividades que os visitantes podem participar, podendo direcionar ao *site* do próprio atrativo quando houver (FIGURA 7).

FIGURA 7 - APLICATIVO CURTA CURITIBA



FONTE: A Autora (2016)

O recolhimento das informações, nas visitas e o contato realizado com os locais escolhidos serão realizados pelo turismólogo, tendo sensibilidade e respeito ao coletar as informações, sabendo que apesar de divulgado como os atrativos turísticos, os locais religiosos são considerados sagrados, onde há normas de conduta e respeito com a fé do próximo. Através desse contato, já será possível verificar se os gestores de cada local estão preparados e equipados para receber o turista, não simplesmente tendo informações turísticas sobre a cidade, mas sabendo receber de maneira hospitaleira esses visitantes. Sendo assim possível de concluir a pesquisa e também a elaboração do material.

### 5.1.3 Descrição de Recursos Humanos

Conforme apresentado nas etapas anteriores, é necessário descrever os recursos humanos necessários para resolução do Projeto em Turismo. Quantos serão necessários, as suas responsabilidades e atribuições para a realização completa.

Como já citado acima, faz-se necessário um Turismólogo para colher as informações, entrar em contato com cada atrativo religioso, buscando possíveis parcerias, explicando o projeto e também para analisar o local, observando se eles estão aptos ou então buscam fornecer e recepcionar o visitante de maneira correta. Além do Turismólogo, será necessário um Designer para desenvolver a identidade visual e a cartilha como material impresso, com as informações coletadas durante as visitas do Turismólogo. Após o trabalho do Designer, a impressão na gráfica, será necessária a contratação da empresa para a distribuição do material nos locais onde esse material será distribuído ao público. Referente ao aplicativo será necessária à elaboração com os representantes de cada empresa parceira, assim como a contratação de Engenheiro da Computação para desenvolver esse novo espaço no aplicativo. Finalizando o aplicativo, será necessário então que o Turismólogo vá aos lugares que irão receber esse material para instruí-los a utilizar os materiais desenvolvidos, agregando o devido valor a visita do atrativo.

#### 5.1.4 Descrição do Orçamento e dos desembolsos por etapa

Para a realização do projeto, foi realizada a descrição da orçamentária dos recursos necessários para colocar em prática as etapas definidas anteriores (TABELA 2).

TABELA 2: ORÇAMENTO DO PROJETO.

ETAPA	DESCRIÇÃO DA ETAPA	RESPONSÁVEL DA ETAPA	GASTOS
1	Recolher as informações de horário de funcionamento, das atividades, o que é e o que não é permitido em cada local, sua história, cultura e princípios.	Turismólogo	R\$ 1500,00
2	Desenvolver a identidade visual, tanto quanto a diagramação e a montagem dos materiais impressos.	Designer	R\$ 1000,00

3	Realizar a impressão, o corte e a montagem do material	Gráfica	R\$ 500,00
4	Distribuição dos materiais pelos atrativos religiosos	Empresa de frete	R\$ 400,00
5	Desenvolver o aplicativo, viabilizar as novas “abas” de informações.	Engenheiro da Computação	R\$2500,00
		<b>TOTAL</b>	R\$ 6400,00

FONTE: A Autora (2016).

Ao observar cada etapa, facilita a visualização do processo de desenvolvimento e de criação que deverá ocorrer, suas atividades, os devidos responsáveis, o investimento aproximado que cada responsável cobrará para desenvolver essas atividades e também os gastos totais para realizar esse projeto. Como já informado anteriormente, o projeto será inscrito do Edital da Fundação Cultural, onde informa que há um programa para incentivo de projetos culturais segundo a Lei de Incentivo à Cultura. Segundo o Edital publicado em 2015, esse programa cobre os seguintes valores:

3.1 Com fundamento na decisão da Comissão do Fundo Municipal da Cultura, constante da Ata nº. 000/15, será disponibilizado para o presente Edital o valor (determinado na publicação / Edital em consulta pública) destinados à aprovação de projetos de valor mínimo de R\$ 5.000,00 (cinco mil reais), e de valor máximo de R\$ 50.000,00 (cinquenta mil reais), até o limite do recurso disponibilizado. (Fundação Cultural, 2015. p. 2)

Portanto, segundo o Edital acima informado, conforme o estimado, o valor do projeto “Expressões de Curitiba” está contemplado no valor definido para financiamento do projeto.

O Objetivo desse programa de incentivo da Fundação Cultura é viabilizar o acesso dos agentes culturais locais para fomentar a população através da implantação dos seus respectivos projetos através do financiamento, nas áreas das artes e da cultura (FUNDAÇÃO CULTURAL, 2015). O turismo Religioso, como também informado acima, é considerado uma ramificação do Turismo Cultural, sendo assim, possível de participar do presente edital.

#### 5.1.5 Avaliação do retorno de Investimento

Considerando a proposta acima informada, o projeto não visa os fins lucrativos. Optou-se, então, por um projeto com caráter filantrópico, realizado apenas para o fomento da população local e dos turistas, sobre as presentes religiões, acrescentando informações culturais e institucionais para esses visitantes, abrindo a oportunidade para que informações possam ser divulgadas e propagadas aos possíveis interessados, acrescentando à experiência turística, cultural, local e também religiosa. Nesses termos, o retorno de investimento será puramente qualitativo, ou seja, apenas a qualidade da experiência, visando o acréscimo imaterial para a cidade através de bens turísticos e culturais de maneira institucional.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Turismo religioso tem ganhado cada vez mais espaço no contexto turístico e o que se refere à atividade turística. Quando analisado sob a ótica da hospitalidade, é possível notar que as trocas relacionais, apesar de funcionar dentro da sua própria cultura e costume, existem em qualquer contexto religioso.

O trabalho em si, apresentou como problema qual o complemento que a hospitalidade apresenta ao turismo religioso, e quais ações que tornam evidentes a prática da hospitalidade ao recepcionar os turistas nesses locais. O objetivo específico definiu-se qual a relação do visitante e visitado no contexto religioso. Para concluir esse objetivo foi necessária à pesquisa bibliográfica para entender qual era a relação entre o visitante e visitado, compreendendo como as relações são estabelecidas e também quantos esses atrativos são respeitados pelos visitantes, sendo eles coparticipantes da mesma fé ou não. Após a pesquisa bibliográfica, a pesquisa realizada em campo pela observação e dos questionários semiestruturados observou-se que quando as informações acrescentam ricamente o relacionamento entre o visitante e o visitado, pois a partir da distribuição dessas informações, o preparo com o visitado para definir suas regras e limites. Desse modo, nota-se a importância de investir na área da receptividade, pois, quando informado ao turista (visitante) quais são as solicitações mínimas para que haja a visita nesses locais a cultura de respeito é instaurada, trazendo o entendimento que o local onde a visita está ocorrendo é sagrado para algumas pessoas, e necessita de zelo pela essa cultura a qual não é divulgada ou então considerada.

O segundo objetivo desse trabalho buscava entender como a hospitalidade está enraizada no turismo religioso e na sua cultura. Ao buscar pela bibliografia a história de cada religião, nota-se que há traços da hospitalidade na própria doutrina, ou então crença das religiões estudadas nesse projeto. A pesquisa aplicada nos locais religiosos também foi muito importante para verificar esse argumento, pois o atendimento nos locais notou-se como os turistas são recepcionados. Um dos exemplos é no templo *Hare Krishna*, os quais informam que como ensinamento básico da sua religião, o visitante não pode sair do templo sem ser servido de alguma maneira. Ou até mesmo os mulçumanos que estão tão preocupados com as

boas ações que realizam periodicamente ações beneficentes e se preocupam com os integrantes que buscam conhecer a Mesquita. Os cristãos, mesmo como católico como o protestante têm como ensinamento básico deles o amor ao próximo, sendo assim o cuidar, recepcionar, o servir deve ser feito com o amor e a vontade como se fosse ao próprio indivíduo.

Já como terceiro objetivo, foi proposto que possuísse uma análise e então levantar quais eram as evidências para identificar as práticas de hospitalidade que esses locais já possuíam. Cada localidade trata seu prédio e constituição da maneira como acredita que deva ser, porém, ao analisar o relacionamento com o turista, existem padrões de comportamento que acabam se repetindo. Essas evidências na maioria das vezes são notórias sem que haja qualquer incentivo, ou seja, sem ser perguntado, e em outros momentos foi necessário incentiva-los através de perguntas, tais como “O que é permitido” ou então “existe algum atendimento específico para quem é turista”. Através da aplicação da pesquisa que se verificou quais eram essas ações que evidenciassem assim como a programação que os turistas podem ou não participar. São essas ações: *Tour* guiados, atendimento aberto ao público, a preocupação para contextualizar visitantes de fora da comunidade a se portar nos locais de culto.

Como já informado nesse projeto, chegou-se à conclusão de que cada local religioso possui suas práticas, costumes e também sua cultura. Dessa maneira, para promover uma interação positiva entre a comunidade receptora e os turistas, há a necessidade de unir as informações necessárias para que os visitantes possam usufruir a melhor e mais respeitosa maneira os atrativos. Assim, foi então proposto a elaboração do projeto “Expressões de Curitiba” onde as informações como os atendimento ao turista, as atividades que podem ser realizadas em conjunto, e também o que é permitido ou não nesses locais através de um material impresso divulgado nos principais pontos de atendimento ao Turista, assim como nos próprios atrativos, e também o desenvolvimento de um novo segmento dentro do Aplicativo que já existe “Curta Curitiba”. Dessa maneira, o resultante dos turistas bem informados, e os atrativos bem preparados para receber os turistas será satisfatório para ambos os lados.

Observando, então, para uma nova estância, acredita-se que como complemento ao projeto aplicado, pode ser desenvolver novos empregos, tais como

as consultorias para melhor equipar os atrativos religiosos, tendo assim um atendimento mais completo e profundo aos turistas, ou então, a contratação de pessoas com o conhecimento necessário para o atendimento ao turista.

## REFERÊNCIAS

ANSARAH, M.G.R (org). **Turismo: como aprender – como ensinar**. São Paulo: SENAC, 2001, p. 68

BAPTISTA, Mario. **Turismo competitividade Sustentável**. Lisboa, Editorial Verbo. 1997.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 8. Editora Campinas: Papyrus, 1995.

BARRETTO, Margarita. **Relações entre visitantes e visitados: um retrospecto dos estudos sócio antropológicos**. Turismo em Análise, São Paulo, v. 15, n. 2, 2004.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 2. ed. São Paulo: Ed. SENAC, 1998.

BEZERRA, Sandra Regina Zúniga de Souza. **Apontamentos sobre hospitalidade, turismo e modernidade**. Maringá: Revista Cesumar, jul. /dez.2007, v. 12, n. 2, p. 335-345.

BOCCARDO, Fernanda Cartezani. **Aspectos psicossociais da hospitalidade**. Turismo Visão e Ação, Balneário Camboriú (SC), v. 3, n. 7, p. 31-46, 2000.

BURKART, Arthur John; MEDUK, S. **Turismo: Passado, Presente e Futuro**. London: Heinemann, 1974, p.366.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do turismo e o mercado**. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

\_\_\_\_\_, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

\_\_\_\_\_, Ministério do Turismo. **Milhares de brasileiros viajando pela fé**. 2009. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/últimas-notícias/3683-milhares-de-brasileiros-viajando-pela-fe.html>>. Acesso em: 30 mar. 2016.

CAMARGO, Luiz Octavio de Lima. **Hospitalidade**. In: TRIGO, L. G. G (Orgs.). Análises regionais e globais do turismo brasileiro. São Paulo: Roca, 2005.

CASTELLI, Geraldo. **Excelência em hotelaria: uma abordagem prática**. Qualitymark, Rio de Janeiro, 1994.

COHEN, Erik. 1984. **The sociology of tourism: approaches, issues and findings**. Annual Review of Sociology, v. 10, p. 373-392.

CURITIBA (PR). Prefeitura. 2014. **História**. Disponível em: <http://www.curitiba.pr.gov.br>. Acesso em: jan. 2014.

CRUZ, Mércia Socorro Ribeiro; MENEZES, Juliana Santos; PINTO, Odilon. **Festas Culturais: Tradição, Comidas e Celebrações..** 2008. Disponível em: <[http://www.uesc.br/icer/artigos/festasulturais\\_mercia.pdf](http://www.uesc.br/icer/artigos/festasulturais_mercia.pdf)>. Acesso em: 22 maio 2016.

DALPIAZ, Roni Carlos Costa et al. **A Hospitalidade No Turismo: O Bem Receber**. Disponível em: <[http://www.serragaucha.com/upload/page\\_file/hospitalidade-e-bem-receber.pdf](http://www.serragaucha.com/upload/page_file/hospitalidade-e-bem-receber.pdf)>. Acesso em: 22 maio 2016.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti (Org.). **Planejamento e Gestão em turismo e hospitalidade**. São Paulo: Pioneira Thonson Learning, 2004.

DE KADT, Emanuel. **Tourism, passport to development?** USA: Oxford University Press. 1979,

DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005.

FEDRIZZI, Valéria Luiza Ferreira. **Facetas da hospitalidade**. Revista Hospitalidade, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 96-114, 2009.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. **Dicionário da língua portuguesa**. 5<sup>o</sup> edição. Curitiba: Positivo, 2010.

FUNDAÇÃO CULTURAL. **Edital do fundo municipal da cultura 2015 - edital livre**. 2015.

GAARDER, Jostein. **O Livro das Religiões**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

GADINI, Sérgio Luiz; WOLTOWICZ, Karina Janz (Orgs). **Noções Básicas de Folk Comunicação**. Ponta Grossa (PR): UEPG, 2007, p. 107-112.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Editora Atlas S.A., 2008.

GOLDENBERG, Mirian. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em ciências sociais**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J. R. Brent; MCINTOSH, Robert Woodrow, **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. 8. ed Porto Alegre: Bookman, 2002. p. 478.

GOMES, Antônio Máspoli de Araújo. **Religião, Educação e Progresso**. São Paulo: Editora Mackenzie, 2000.

HALL, Robert Ernest; LIEBERMAN, Max. *Microeconomia: princípios e aplicações*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

HOLANDA, Sergio Buarque de. *Raízes do Brasil*. 26ª edição. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

IBGE. Censo Demográfico 2010: **Características gerais da população, religião e pessoas com deficiência**. Disponível em: <[http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/caracteristicas\\_religiao\\_deficiencia/default\\_caracteristicas\\_religiao\\_deficiencia.shtm](http://www.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/censo2010/caracteristicas_religiao_deficiencia/default_caracteristicas_religiao_deficiencia.shtm)>. Acesso em: 30 mar. 2016.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

INSTITUTO BRASILEIRO DE HOSPITALIDADE EMPRESARIAL IBHE. **O que é Hospitalidade**: Reflexões e Definições sobre Hospitalidade. Disponível em: <<http://www.ibhe.com.br/hospitalidade>>. Acesso em: 22 maio 2016.

KAPELUZ. **Diccionario de la lengua espanola y enciclopédico**. Buenos Aires. 1994.

KERSTEN, Márcia Scholz de Andrade. **Pluralidade Cultural: O Conceito De Cultura**. Disponível em: <[http://www.agrinho.com.br/site/wp-content/uploads/2014/09/42\\_Pluralidade-cultural.pdf](http://www.agrinho.com.br/site/wp-content/uploads/2014/09/42_Pluralidade-cultural.pdf)>. Acesso em: 22 maio 2016.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.

KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. São Paulo: Aleph. 2001.

LASHLEY, Conrad; MORRISON, Alison. **Em busca da Hospitalidade**. São Paulo: Manole, 2003.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E.D.A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: EPU, 1986.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre o dom e dádiva. Forma e razão da troca nas sociedades arcaicas**. Sociologia e Antropologia. São Paulo: Edusp, 1974. v. II.

MOREIRA, Daniel Augusto. **O método fenomenológico na pesquisa**. São Paulo: Pioneira Thomson, 2002.

OLIVEIRA, Ana Carolina; SANTOS, Marcia M. Cappellano dos. **No panorama conceitual da hospitalidade, a presença de novos aportes teóricos**. Caxias do Sul: 2010. Disponível em: <[http://www.uces.br/ucs/tplSeminTur2010/eventos/seminario\\_de\\_pesquisa\\_semintur/](http://www.uces.br/ucs/tplSeminTur2010/eventos/seminario_de_pesquisa_semintur/)>

anais/gt01/arquivos/01/No panorama conceitual da hospitalidade.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2016.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de, **Planejamento estratégico : conceitos, metodologia e práticas**. São Paulo: Atlas, 2007.

PARANÁ. PREFEITURA DE CURITIBA. (Org.). **História: Imigração**. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/historia-imigracao/208>>. Acesso em: 22 maio 2016.

ROSE, Alexandre Turatti. **Turismo, Planejamento e Marketing**. São Paulo: Manole Ltda, 2002.

RUSCHMANN, D. **Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente**. Campinas, SP: Papirus, 1997, p. 85.

SANTANA, Tarcizo Bitenourt. CERQUEIRA, Cristiane Aparecida de. FREIRE, Carla Regina Ferreira. **Relação entre a demanda e a oferta turística: uma reflexão teórica**. Santa Catarina: UESC. 2008.

SILVA, Wanda Audiane Salles da. **Religião e Sociedade Contemporânea: Uma análise da religião no mundo atual**. Aparecida de Taboado - Ms: Secretaria Municipal de Educação, Cultura, Desporto e Lazer. Aparecida de Taboado - Ms, 2007.

VAZ, Gil Nuno. **Marketing Turístico**. São Paulo: Pioneira, 1999.

WAQUIL, Paulo Dabdab. MIELE, Marcelo. SCHULTZ, Glauco. **Mercados e comercialização de produtos agrícolas**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2010.

WILKINSON, Phillip. **O Livro Ilustrado das religiões**. São Paulo: Publifolha, 2001.

## APÊNDICE 1 – IMAGENS DO FOLDER

Folder realizado como produto final do projeto proposto.

IMAGEM 1 – LADO EXTERNO DO FOLDER “EXPRESSÕES DE CURITIBA”



**MESQUITA IMAM ALI IBN ABI TALIB - MESQUITA DE CURITIBA**  
R. Kellers, 383 - São Francisco, Curitiba - PR, 80410-100

**HORÁRIO DE VISITAÇÃO:**  
Domingo 10h30 às 13h

Apenas fiéis participam das atividades, porém aos domingos é aberto ao público.

Pede-se que homens e mulheres fiquem separados, com roupas apropriadas, sendo elas leves e confortáveis, sem muita exposição. É solicitado que retire os calçados na entrada da Mesquita e que as mulheres cubram a cabeça (lenços são fornecidos no local).

**PERMITIDO**

**TOUR GUIADO**  
O tour guiado no último domingo do mês, agendar pelo telefone (41) 3223-6174

**INTERESSES**

- Cultura
- Arquitetura
- Cultura

### INFOS

Inspiração, fé e espiritualidade são encontrados pelas ruas da cidade de Curitiba. A diversidade religiosa, com uma pitada cultural traz aos templos sagrados à beleza e a singularidade. Desta forma, criamos o Guia Turístico Religioso de Curitiba, para você, visitante, encontrar informações, telefones e dados importantes para melhorar sua visita.

### LEGENDA

-  Localização
-  Uso de celular nos locais de culto
-  Ingestão de alimentos nos locais de culto
-  Filmar/gravar
-  Fotografar
-  Vestimenta informal - Chinelo e bermuda

### POSTOS DE INFORMAÇÕES TURÍSTICAS

**DISQUE-TURISMO**  
Atendimento 24 horas  
Ligações de Curitiba: 156  
Ligações outras localidades: +55 41 3350-6450

**INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO - CURITIBA TURISMO**  
Segunda à Sexta-Feira (exceto feriados) das 9 às 12h e das 14 às 18h  
R. da Glória, 362 - Centro Cívico +55 41 3250-7728

**AEROPORTO INTERNACIONAL AFONSO PENA**  
Segunda à Sexta-feira das 7 às 23h, Sábado e Domingo das 7 às 18h, Feriados das 8 às 17h  
Av. Rocha Pombo, s/nº - São José dos Pinhais +55 41 3381-1153

**TORRE PANORÂMICA**  
Terça-feira à Domingo e feriados das 10 às 19h (venda de ingressos até às 18.30)  
Rua Professor Lycio G.de Castro Vellozzo, 192 - Mercês +55 41 3339-7613

**RUA 24 HORAS**  
Segunda à Sexta das 9 às 18h  
Sábado e Domingo das 9 às 19h  
Entre R. Visc. de Nacar e R. Visc.do Rio Branco - Centro +55 41 3225-4336

**RODOFERROVIÁRIA**  
Av. Pres. Affonso Camargo, 330 - Jardim Botânico

## EXPRESSÕES DE CURITIBA

UM GUIA PRÁTICO SOBRE O TURISMO RELIGIOSO NA CIDADE DE CURITIBA



2017

FONTE: A Autora (2016)

IMAGEM 2 – LADO INTERNO DO FOLDER “EXPRESSÕES DE CURITIBA”

**CATEDRAL BASÍLICA NOSSA SENHORA DA LUZ DOS PINHAIS**

R. Barão do Serro Azul, 31 - Centro, Curitiba - PR, 80020-180

**HORÁRIO DE VISITAÇÃO:**

Terça à Domingo 7h às 19h

Segunda 11h às 19h

Visitantes são bem vindos para participar das atividades.

● PERMITIDO



● NÃO PERMITIDO



**TOUR GUIADO**

O tour guiado uma domingo por mês, verificar data pelo telefone (41) 3324-5136

**INTERESSES**

- Cultura
- Arquitetura
- Curiosidade



**ISKCON - TEMPLO HARE KRISHNA DE CURITIBA**

R. Duque de Caxias, 76 - São Francisco, Curitiba PR, 80510-200

**HORÁRIO DE VISITAÇÃO:**

Todos os dias 4h às 19h

Visitantes são bem vindos para participar das atividades.

Pede-se que homens e mulheres fiquem separados, com roupas apropriadas, sendo elas leves e confortáveis, sem muita exposição. As mulheres devem cobrir a cabeça (Lenços fornecidos no local).

● PERMITIDO



**TOUR GUIADO**

Não há Tour Guiado, porém os visitantes são convidados a participar dos almoços e jantares vegetarianos fornecidos de forma gratuita no local, assim como na rotina do Templo ISKCON.

**INTERESSES**

- Fé
- Cultura
- Curiosidade



**1ª IGREJA PRESBITERIANA INDEPENDENTE DE CURITIBA**

R. do Rosário, 218 - Centro, Curitiba - PR, 80020-110

**HORÁRIO DE VISITAÇÃO:**

Durante a semana Agendamento

Domingo Horário de culto

Visitantes são bem vindos para participar das atividades. Agendamento por telefone (41) 3223-3640

● PERMITIDO



● NÃO PERMITIDO



**TOUR GUIADO**

Não há Tour Guiado, porém, quando agendado é possível verificar a disponibilidade de algum funcionário acompanhá-los durante a visita.

**INTERESSES**

- Fé
- Arquitetura
- Cultura

FONTE: A Autora (2016)

**APENDICE 2 – QUESTIONÁRIO**

**1. Nome da Igreja:**

**2. Aberto a visitação?**

Sim

Não

**3. Horário de visitação**

**4. Os visitantes podem participar das atividades e cultos?**

Sim

Não

Alguns\*

Especifique

**5. Existem padrões de conduta para participar das programações da igreja?**

Não

Sim

Se sim, quais são?

**6. O que é permitido nos locais de culto**

	Sim	Não	Com Bom Senso
Tirar fotos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gravar, Filmar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Roupas de verão (Bermudas, Saias, Regatas, Chinelo)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Demonstração de afetos (Abraços, beijos)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Outros	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Quais são:

7. Existe atendimento personalizado para o Turista? (Material físico, tour Guiado ou informativos)

- Sim, a qualquer hora
- Sim, com horário marcado
- Não

8. Existe explicação sobre a cultura, tradições e história da igreja?

- Sim
- Não

9. Há controle de quem visita a igreja?

- Sim
- Não

10. Na sua percepção, o que atrai o turista para visitar?

Fé

Cultura

Arquitetura

Curiosidade

As atividades

A Receptividade

Outro