

CIBERESPAÇO E TURISMO RELIGIOSO: PERCEPÇÕES E REALIDADES EM NOVA TRENTO – SC E BAEPENDI - MG

Data de submissão: 19/06/2023

Data de aceite: 03/07/2023

Magno Angelo Kelmer

Doutorando em Geografia – UFG:
Universidade Federal de Goiás. Mestre
em Geografia pela UFJF - Universidade
Federal de Juiz de Fora.
Bolsista FAPEG – Fundo de Amparo à
Pesquisa do Estado de Goiás.
<http://lattes.cnpq.br/2552632089043382>

Carlos Eduardo Santos Maia

Professor Titular do Departamento de
Geociências da Universidade Federal de
Juiz de Fora e professor Permanente do
PPGEO/IESA na Universidade Federal
de Goiás. Mestre e Doutor em Geografia
pela Universidade do Estado do Rio de
Janeiro. Estágio Sênior (Pós-Doutorado)
EC/Sorbonne/Paris IV.
<http://lattes.cnpq.br/9080217578713778>

Artigo originalmente publicado no Anais do VIII
NEER - Das metamorfoses às Resiliências, p.
384. Disponível em: https://238ab3b5-c8a3-4a75-8257-ae9f978d1b8e.filesusr.com/ugd/3f3d74_aac5e4e0d0dc432aa4e7a58e07bc28d2.pdf

RESUMO: A atividade turística, prática socioeconômica presente na sociedade, ocorre em determinados espaços de acordo

com suas especificidades implicando em ações que seus agentes empreendem em contextos distintos. Ressalte-se que o turismo é produto e produtor daquelas ações sobre determinados objetos, incluindo as ações promovidas no ciberespaço, alterando os ritmos cotidianos nos espaços turísticos. A fim de constatar como esses espaços são divulgados, promovidos, produzidos e produzem ações virtuais e como realmente são percebidos pelos visitantes *in loco* nas cidades de Baependi – MG e Nova Trento – SC, ambos destinos de turismo religioso consolidados, são aqui investigadas situações no on-line e off-line, recorrendo-se às pesquisas bibliográfica, etnografia e netnografia em busca de compreender possíveis reduções narrativas.

PALAVRAS-CHAVE: Cotidiano. Ritmo. Ritmanálise. Redução narrativa.

CYBERSPACE AND RELIGIOUS TOURISM: PERCEPTIONS AND REALITIES IN NOVA TRENTO – SC AND BAEPENDI - MG

ABSTRACT: Tourist activity, a socioeconomic practice present in society, takes place in certain spaces according to their specificities, implying actions that their

agents undertake in different contexts. It should be noted that tourism is a product and producer of those actions on certain objects, including actions promoted in cyberspace, changing the daily rhythms in tourist spaces. In order to see how these spaces are disseminated, promoted, produced and produce virtual actions and how they are actually perceived by visitors in loco in the cities of Baependi - MG and Nova Trento - SC, both consolidated religious tourism destinations, situations in the online and offline, resorting to bibliographic research, ethnography and netnography in order to understand possible narrative reductions.

KEYWORDS: Daily. Rhythm. Rhythmanalysis. Narrative reduction.

1 | INTRODUÇÃO

Esse artigo faz parte da tese de doutorado intitulada Ciberespaço e turismo religioso: os ritmos do cotidiano nas terras das santas em desenvolvimento no PPGeo/IESA – Programa de Pós-graduação em Geografia do Instituto de Estudos Sócio Ambientais da UFG – Universidade Federal de Goiás com bolsa FAPEG.

Ao pesquisar sobre Baependi-MG, município situado na mesorregião do Sul/Sudoeste do Estado de Minas Gerais, com área de 750,554 km² e população aproximada de 18 mil habitantes, tendo Nhá Chica como atrativo turístico religioso; e Nova Trento-SC, com população de 12.190 habitantes e área de, aproximadamente 402,85 km², cidade referência para o Turismo Religioso de Santa Catarina e do Brasil, reconhecida como Capital Catarinense do Turismo Religioso¹ por conta de Santa Paulina, levantaram-se elementos para questionar a forma como esses espaços têm sido promovidos pelas ações desenvolvidas no ciberespaço e como são percebidos pelos seus/suas visitantes e ainda como são produtos e produtores de ações.

Metodologicamente, o texto baseia-se em revisão de literatura, trabalhos de campo e entrevistas. Partiu-se de ampla pesquisa bibliográfica abarcando temas como ritmo e ritmanálise em Henri Lefebvre e Maie Gerardot, cotidiano em Agnes Heller e Michel de Certeau, etnografia em Franz Boas e Clifford Geertz, netnografia em Robert Kozinets, Christine Hine e Katie Ward, ciberespaço em William Gibson, Pierre Lévy e Francisco Pires, turismo religioso em Reinaldo Dias e Emerson Silveira, redução narrativa em Vincent Berdoulay entre outros/as autores/as.

Os trabalhos de campo dividiram-se em duas frentes, uma on-line, em forma de netnografia, na qual os *sites* dos santuários foram acompanhados no período de fevereiro a junho de 2022, e a outra com idas presenciais a campo, buscando estabelecer relações próximas ao cotidiano com uma aproximação etnográfica ocorrida em Baependi entre 12 a 19 de junho de 2022 e em Nova Trento entre 09 a 18 de julho de 2022.

Entrevistas semiestruturadas foram direcionadas aos/às responsáveis pelas páginas dos santuários e aos/às visitantes a fim inquerir acerca do uso das possibilidades do ciberespaço e as percepções dos espaços, respectivamente. Os/as responsáveis pela

¹ Conforme Lei Estadual 15.184, de 2010

elaboração das páginas dos santuários foram entrevistados/as de forma presencial durante os trabalhos de campo off-line. Em cada município foi estabelecida a área de pesquisa; a saber: em Baependi – MG escolheu-se o Bairro Centro por nele estar localizado o Santuário de Nhá Chica e, em Nova Trento – SC, o Bairro Vígolo onde se situa o Santuário Santa Paulina.

A primeira parte do artigo apresenta, de forma sucinta, a geografia dos municípios, a produção social das santas, a presença da prática da atividade turística e os ritmos do cotidiano.

Na segunda parte, discute-se como a organização das igrejas, na qualidade de um dos agentes da turistificação, utiliza das possibilidades do ciberespaço para divulgar e promover os atrativos turísticos, fazendo do ciberespaço um produto das ações de interação com os participantes da página. Por outro lado, atenta-se também para o fato de que este ciberespaço produzido torna-se produtor de ações, sendo ambas as instâncias (espaço produto e espaço produtor) constitutivas de como as ações são percebidas pelos/as visitantes nos locais.

As pesquisas apontam que a forma como esses espaços turísticos de seus santuários é divulgada em páginas virtuais e os modos dos/as visitantes perceberem tais espaços têm distorções entre as realidades on-line e off-line, indicando possíveis reduções narrativas, uma vez que não configuram um projeto de reconhecimento ou descoberta “fidedigna”.

2 | AS CIDADES DAS SANTAS: RITMOS COTIDIANOS TURISTIFICADOS

O Município de Baependi está localizado a 382 km da capital do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, com acesso realizado pelas rodovias federais BR-267 e BR-354, que se ligam ao município pela rodovia estadual MG-383². Na sede tem-se uma cidade de pequeno porte, com vida pacata e pouco movimento diário, o que transmuda principalmente nos fins de semana com a chegada de ônibus de excursões, vans e carros de passeio trazendo visitantes motivados/as pela atividade turística. Estes/as são atraídos/as à Baependi devido ao fato desta cidade ter sido o palco de atuação de Nhá Chica.

Francisca de Paula de Jesus foi uma neta de escravos oriundos da região de Benguela que viveu na Cidade de Baependi. Sua beatificação ocorreu aos 04 de maio de 2013; com isso, a prática do turismo religioso, já existente, intensificou-se no município atraindo visitantes nacionais e internacionais. O processo de canonização está em curso e poderá dinamizar ainda mais a prática da atividade turística (KELMER, 2017).

Já Nova Trento está localizada a, aproximadamente, 80 quilômetros da capital do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, e a 65 quilômetros de Balneário Camboriú, destino turístico catarinense de destaque no cenário nacional.

Seu atrativo turístico está relacionado à Santa Paulina, imigrante italiana que viveu

² Baependi: Disponível em <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mg/baependi.html>. Acesso em: 20/06/2022.

e morreu no Brasil, desenvolvendo suas obras assistenciais a partir de Nova Trento. Após sua morte, passou a ser cultuada nos altares, culminando em sua canonização aos 19 de maio de 2002, tornando-a primeira santa do Brasil³.

De acordo com Dias e Silveira (2003), o turismo religioso, compreendido como o segmento que incentiva pessoas a se deslocarem por motivações religiosas, de fé ou para participação em eventos de caráter religioso, demonstra sua força de atração de visitantes, implementando transformações no espaço para que sua atuação ocorra de forma satisfatória.

Para Wainberg (2003, p.39) “o turismo apropria-se dos lugares, demandando territórios e paisagens, pois leva as pessoas a saírem de um lugar em busca de outros”, demonstrando, assim, a dinamicidade dessa atividade no espaço entendido como espaço social estreitamente correlacionado com a prática social a ele engendrada. Soma-se ao conjunto de transformações ocorridas para e pela atividade turística o fato desta impactar e trazer alterações nos ritmos cotidianos.

Dessa forma, o espaço é produzido social e materialmente, envolvendo a produção, o produto e o trabalho pertinente a ele, bem como envolvimento ou alheamento aos seus padrões de uso (CARLOS, 2011; GOTTDIENER, 2010), juntamente com as mudanças rítmicas que se fazem presentes no cotidiano, no caso, as alterações associadas ao acontecer turístico. O ritmo para Lefebvre (2013, p. 03), “é algo inseparável das compreensões do tempo, em particular da repetição. É encontrado no funcionamento dos lugarejos e das cidades, na vida urbana e no movimento através do espaço”⁴, fornecendo assim possibilidades privilegiadas de análise. Uma análise rítmica pode apontar questões relativas às mudanças e repetições, identidades e diferenças, contrastes e continuidades de elementos e variáveis que interferem no cotidiano e estabelecem rupturas e desigualdades ao longo do tempo.

Para Amanda Senna, funcionária responsável pelas plataformas digitais do santuário de Santa Paulina, “a cidade na segunda-feira é um dia calmo, pacato, você não vê ninguém, bem calmo. Os dias que ‘ferve’ de gente ‘é’ de sexta a domingo, que é o período do final de semana” (Informação verbal)⁵. Destarte, na percepção de quem convive diariamente no espaço, suas alterações rítmicas podem ser sentidas mesmo no decorrer de pequenos intervalos de tempo, como afirmado por ela ao notar que “você ouve caminhadas, peregrinações a partir das quatro e meia e cinco da manhã, pessoas caminhando para vir para cá. A partir das dezessete, dezessete e trinta, a cidade se acalma e aí a gente consegue a voltar a ouvir os passarinhos e tudo bem calmo” (idem). Nota-se na fala da entrevistada que, mesmo sem perceber, o cotidiano é relatado contendo a

3 Santa Paulina. Disponível em: https://www.ebiografia.com/madre_paulina/. Acesso em: 21/11/2022.

4 No original: Rhythm, for Lefebvre, is something inseparable from understandings of time, in particular repetition. It is found in the workings of our towns and cities, in urban life and movement through space.

5 Amanda Senna, funcionária responsável pelas redes sociais do Santuário de Santa Paulina em entrevista realizada no dia 14 de julho de 2022.

polirritmia que o constitui, ou seja, os ritmos do turismo sobrepostos aos ritmos do lugar, com seus componentes naturais e sociais, na composição daquilo que Lefebvre denomina de “ritmo público” (LEFEBVRE, 2013).

Em uma perspectiva ritmanalítica, o vivido está pleno de relações interiores e exteriores, nas quais o pessoal e suas relações se estabelecem (LEFEBVRE; RÉGULIER, 1985). Cada lugar apresenta ritmos distintos e analisá-los torna-se fundamental para o entendimento do seu cotidiano, sendo que, naquele ritmo público anteriormente mencionado, ressaltam-se o papel de “calendários, festas, cerimônias e celebrações” (LEFEBVRE, 2013, p.18).

Em Baependi, Vitória Guedes, funcionária responsável pelas redes sociais do Santuário Nhá Chica, afirmou que “aumentou a visitação muito, pois as pessoas querem visitar, querem conhecer a beata, querem vê-la, querem pedir uma intercessão dela”. A funcionária enfatiza a importância da divulgação que gera alterações no cotidiano com consequências diversas, tais como “enchem a rua aqui, enchem lá embaixo e só vai conseguir estacionar lá para fora” e “amanhã vai lotar por conta da festa” (informação verbal)⁶. Tais falas verbalizam o quanto as alterações rítmicas podem ser percebidas em diferentes aspectos.

As cidades de Baependi – MG e Nova Trento –SC, como exemplos de destinos religiosos consolidados no Brasil, fornecem elementos para a compreensão das relações estabelecidas entre a produção e o consumo dos espaços turísticos e suas alterações rítmicas, pois, como exara Lefébvre

Em toda parte, onde há interação entre um lugar, um tempo e um gasto de energia há ritmo. Portanto: (a) repetição (de movimentos, gestos, ações, situações, diferenças); (b) interferências de processos lineares e processos cíclicos; (c) nascimento, crescimento, pico, declínio e fim (2013, p.15)⁷.

Assim, no dia-a-dia das cidades mencionadas, mais ainda nos dias de festas e celebrações, notam-se repetições de falas, silêncios, roteiros e *selfies*; a linearidade da rotina entremeada de processos cíclicos; e crescimento do movimento que se inicia no alvorecer e declina à noite pela prática da atividade turística.

3 | ENTRE O CONCEDIDO E O PERCEBIDO: REDUÇÕES NARRATIVAS?

Várias atividades concorrem para atuar nos espaços modificando-os. A atividade turística, entre tantas outras, desempenha um papel fundamental de transformação onde atua. Mas não cabe repetir, como observa Lefebvre em crítica a Marx, que esta atividade realiza a “transformação da natureza bruta por meio do trabalho humano, da tecnologia e

6 Vitória Guedes, funcionária responsável pelas redes sociais do Santuário Nhá Chica em entrevista realizada no dia 13 de junho de 2022.

7 No original: Everywhere where there is interaction between a place, a time and an expenditure of energy, there is rhythm. Therefore: a) repetition (of movements, gestures, action, situations, differences); b) interferences of linear processes and cyclical processes; c) birth, growth, peak, then decline and end.

das invenções, do trabalho e da consciência” (LEFEBVRE 2013, p.7)⁸ e relegar os ritmos, como Marx o fez em sua “filosofia da mercadoria”. Essa atividade atrai investimentos para sua infraestrutura, concentra negócios empresariais, altera valores do espaço, mercantiliza a cultura ameaçando os hábitos da população local, busca o lucro em suas transações e, para além disso tudo, altera os ritmos cotidianos. Como toda atividade socioeconômica, a atividade turística pode gerar resultados diversos. Cada local possui sua especificidade e dentro da análise das relações estabelecidas entre ações e estruturas-formas, ritmos e conteúdos entenderemos o movimento e o processo de formação sócio-espacial realizado pela sociedade ou como nos lembra Knafou (2001, p. 70), pelos “agentes da turistificação”.

Os destinos de turismo religioso citados, objetos de análise neste estudo, se utilizam das possibilidades do ciberespaço para dinamizar a divulgação, a promoção e o consumo desses espaços pelas ações da atividade turística.

Lévy (1999, p. 92) define o ciberespaço como “o espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Para ele, os sistemas eletrônicos de comunicação, com suas redes e equipamentos, facilitam a transmissão de informações digitais; o que nos remete à compreensão das TIC’s (Tecnologias da Informação e Comunicação) como suporte para a ocorrência do ciberespaço. O modelo atual das TIC’s abrange o complexo universo dos computadores eletrônicos, seus componentes e programas, um conjunto de *hardware* e *software* para acesso e disseminação de dados geradores de informação e conhecimento (PEREZ, 2009; LAUDON e LAUDON, 2004). Dessa forma, as TIC’s participam das estruturas dos espaços ao fornecerem base para que o ciberespaço possa ocorrer.

Em Baependi, a Igreja Católica mantém uma profissional da área de comunicação para lidar com as redes sociais do santuário de Nhá Chica. O santuário possui um site oficial, página de Instagram, página de *Facebook*, rádio web e TV digital. A página do *Facebook*, <https://www.facebook.com/igrejaanhachica>, escolhida para a análise neste estudo por ser a oficial do santuário e conter expressivo número de participantes, contava no momento da elaboração deste artigo com 40.109 pessoas/seguidores/as.

A Igreja Católica foca suas postagens em missas, novenas, horas santas e terços online, nos quais as contribuições financeiras podem ser realizadas através de PIX, sempre em destaque nas publicações. Programações como a festa de Nhá Chica, o Caminho da beata, a TV Nhá Chica, as caminhadas e romarias, o aniversário da beatificação e a programação mensal do santuário são temas recorrentes em postagens, além de sempre comemorarem números de seguidores/as conquistados/as. Nas postagens há grande participação dos/as seguidores/as com *posts* de agradecimento, pedidos e comentários sobre a visita ao local; *posts* que são respondidos pelo santuário, o que pode ser confirmado na fala de Vitória Guedes ao dizer que as “pessoas das cidades entram em contato mesmo. Claro que,

⁸ No original: Marx insists on the transformation of brute nature through human work, through technology” and inventions, through labour and consciousness. Yet he doesn’t discover rhythms ...

além das respostas que nós temos nas mensagens do *Facebook*, tenho também respostas pelo WhatsApp das pessoas que eu convivo aqui dentro da cidade” (Informação verbal).

Na página, há imagens e vídeos referentes aos atrativos turísticos religiosos como o santuário, a casa museu onde a beata viveu, o centro de romeiros, as imagens da escadaria; além das missas realizadas no santuário, no centro de romeiros e em praça pública, todas com grande concorrência pública.

Já em Nova Trento, a equipe responsável pelas redes sociais do santuário é composta por dois profissionais da área de comunicação que administram as páginas do *Facebook* e do *Instagram*, o canal do *You tube* e o site oficial do santuário e, atualmente, são ainda responsáveis pela criação de uma página no *Twitter*. A página do *Facebook*, <https://www.facebook.com/santuariosantapaulina>, também escolhida para o estudo por ser a oficial e conter número elevado de participantes, serve na pesquisa de parâmetro comparativo com a página de Baependi apresentando no momento dessa escrita, 455.797 pessoas/ seguidores/as, ou seja, mais de 11 vezes o número de seguidores daquela destinada à Nhá Chica.

Na página, há interação entre as postagens dos participantes e os organizadores da mesma. Amanda Senna esclarece que “eles comentam na hora da missa, na hora da oração do terço, de uma *live* ... tem comentários em francês, em espanhol, tem gente de todos os lugares do mundo entrando em contato conosco” e acrescenta que

a gente tem que saber conversar, saber o que colocar, saber pisar em ovos, porque estamos falando com uma pessoa que está triste, que perdeu alguém ou está precisando de uma cura e a gente tem que saber conversar, saber lidar e por mais que a gente tenha problemas, temos que deixar de lado e focar nisso e ser muito empático (informações verbais).

A página publica missas, adorações ao santíssimo, mensagens de luz diariamente e mantém uma aba para doações financeiras. Há, durante as transmissões das missas, um *link* para doações financeiras em forma de estrelas. Ao adquirir determinado número de estrelas, o/a participante paga valores diferenciados. Dias de outros santos são divulgados juntamente às festividades de Santa Paulina.

A divulgação dos atrativos fica restrita à imagem da santa e do santuário, do restaurante e da loja de artigos religiosos, integrantes do Complexo Turístico Religioso, como o local é denominado.

Pedidos, agradecimentos, notícias de graças alcançadas são postagens recorrentes nas duas páginas acompanhadas, o que estabelece uma rotina de publicações que passa a ser quebrada quando ocorrem postagens de política e de sexo, o que gera comentários áspersos que não condizem com os “améns” que preenchem cotidianamente as interações.

Fica claro que os sítios do ciberespaço ocupados pelos santuários são produtos de ações dentro de um programa de divulgação proposto pelas pessoas responsáveis por “alimentar” a página e as redes sociais com informações. Mas a sua ação só se realiza

na dependência de ações de agentes externos e globais que atuam na produção das plataformas onde se encontram aqueles próprios sítios (*Facebook, Twitter, Instagram, Youtube*). Por outro lado, tais sítios do ciberespaço assumem concretude e tornam-se produtores de ações (*likes, unlikes, comentários, postagens, etc.*), demonstrando de forma patente sua composição dialética como produto e produtor de ações.

Acompanhados de forma semanal, os *posts* das páginas foram monitorados e os/as participantes classificados/as como os/as que mais postam, os/as que residem nas cidades e os/as que já as visitaram. Dessa forma, estabeleceu-se contato com esses/as participantes com curtidas e comentários em suas postagens e assim, a interação foi estabelecida nessas comunidades.

Tencionando-se compreender como esses/as participantes se integram no espaço virtual, em comunidades virtuais, como são geralmente chamadas, a observação e a participação ao longo de cinco meses foram fundamentais para perceber comportamentos, ritmos, rupturas e contradições nas suas interações. Pode-se denominar essa prática como netnografia, entendida como uma investigação que compreende a internet como um campo no qual se estabelecem relações sociais de forma on-line. Para Kozinets (1998) a netnografia realiza um vínculo com a etnografia ao estudar grupos e culturas e ao promover o envolvimento do pesquisador no ambiente on-line. Afinal, o ciberespaço é um meio a mais de socialização.

Em campo, na cidade de Baependi, baseado no envolvimento e entrevistas com os/as visitantes no dia a dia do fazer turístico, constatou-se que a impressão que a realidade causava não era a esperada por muitos/as entrevistados/as. Na fala da visitante A, pode-se confirmar tal fato. Para ela “no site imaginei tudo longe, umas coisas afastadas das outras e aqui é tudo apertado”. Já para o visitante B, “penso que vai sobrar tempo. Programei de ficar um dia inteiro, mas até o almoço já vi tudo”. A visitante C criticou o uso das redes afirmando que “não gosto de acessar nada antes, pois nunca é o que a gente espera”. Para a visitante D, “o que importa é a fé, o espaço meu filho, pouco importa” (Informações verbais)⁹. Para a maioria dos/as entrevistados/as, somente o Santuário corresponde ao divulgado na rede social.

Na cidade de Nova Trento, mantendo-se o mesmo padrão de envolvimento com os sujeitos, os/as visitantes entrevistados/as assinalaram uma contradição entre o divulgado e o percebido, mas de viés diferente daquele referenciado sobre Baependi. Para o visitante A, acompanhado da esposa e filhos, “precisaríamos de uns quatro dias para conhecer tudo”, sendo que eles questionaram “por que o santuário não mostra isso tudo nas redes sociais?”. Em vários contatos com os/as visitantes fica recorrente a afirmação “nossa, como isso aqui é grande”, referindo-se ao Complexo. A visitante B chegou a afirmar que, “se mostrassem todas as atrações ganhariam mais dinheiro” (Informações verbais)¹⁰. Existe no Bairro

⁹ Entrevistas concedidas entre os dias 12 a 19 de junho de 2022.

¹⁰ Entrevistas concedidas entre os dias 09 a 18 de julho de 2022.

Vígolo, um Complexo turístico religioso composto com 37 atrações. Santuário, Colina da benção, Monte calvário, Cenário da vida de Santa Paulina, Capelas, Museu colonial, Marco do milênio, entre outros. O bairro possui 121 estabelecimentos comerciais que funcionam para e pela atividade turística. Constata-se na fala dos/as visitantes entrevistados/as que “pela internet não dá para ter a dimensão do espaço e nem a variedade de atrações”. Tanto estes comentários de Nova Trento como aqueles de Baependi demonstram que o ciberespaço não é só produto, mas também produtor de ações que, no caso, implicam num projeto de visita que pode ser mais ou menos “fidedigna” àquilo que é dado no ciberespaço.

O envolvimento com os/as visitantes favoreceu o registro de outros tipos de respostas, como os elogios ao santuário, a dedicação dos padres, o clima das cidades, a receptividade, entre outros. Mas, para a análise proposta, destacam-se os citados acima.

Boas (2005) esclarece que é importante entender o presente para compreender os processos. Ele afirma ser fundamental “um estudo das dinâmicas na sociedade que podem ser observadas no tempo presente” (BOAS, 2005, p. 47). Entende-se, neste estudo, que a interação entre o on-line e o off-line, dinâmica atual das relações sociais, necessita ser analisada e interpretada por ser reveladora dos ritmos cotidianos das cidades e operar naquele plano crítico dialético que Lefebvre (2013) faz à “filosofia da mercadoria” de Marx. Ressalte-se ainda que, para Geertz (1999) as várias formas de buscar uma etnografia demonstram seu processo interpretativo.

Durante trabalhos de campo em Baependi e Nova Trento constatou-se que a forma como esses espaços são vendidos no meio virtual nem sempre correspondem à realidade, o que nos remete a compreensão de uma redução narrativa (BERDOULAY, 2005).

Em Berdoulay entende-se que a valorização da imagem turística é sustentada por narrativas, “produção de iconografias que são como um conjunto de símbolos variados, materiais ou abstratos, que exprimem crenças e os valores de uma coletividade, e que revelam uma organização simbólica” (BERDOULAY, 2008, p. 2).

Ao construir imagens a partir de significados, interesses e funções sociais, estas ocorrerão de forma seletiva atendendo a projetos que, por sua vez, estarão plenos de intencionalidades.

A partir do exposto, tornam-se interessantes as seguintes questões: quais discursos ou narrativas o planejamento é realizado? Busca-se integrar interesses da igreja, dos/as visitantes, dos/as moradores e da atividade turística ao mesmo tempo? Quais interesses se apresentam, ou se ocultam nas formas de divulgação?

4 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta viagem transportada às possibilidades do ciberespaço pôde-se registrar como estas são utilizadas pelos/as agentes da turistificação ao planejar, promover e divulgar seus espaços turísticos nas redes sociais, no “mundo virtual”, ou seja, o ciberespaço como

produto de ações que têm fundamento numa escala global. Mas, olhando atentamente ao pesquisar tanto os sítios virtuais visitados no ciberespaço, como os sítios reais das cidades sedes dos santuários nos trabalhos de campo, fica claro que o ciberespaço é também produtor de ações, como aquelas em que os/as visitantes o tornam orientador para o estabelecimento de um roteiro de turismo religioso em Baependi – MG e Nova Trento – SC.

As páginas do *Facebook* desses santuários foram acompanhadas buscando-se compreender em uma netnografia as posturas e interações estabelecidas. Idas a campo forneceram dados para identificar a percepção dos/as visitantes que chegam aos locais já os tendo visitado anteriormente pelo espaço virtual, nas redes sociais. O estudo indica que uma narrativa que não seja fidedigna não gera satisfação com o que se depara na realidade, seja para mais ou para menos do que foi divulgado.

Baependi e Nova Trento apresentaram resultados distintos. Respectivamente, quando o divulgado on-line é maior que o constatado off-line, sente-se por este último (off-line) insatisfação, ilusão e decepção; já quando o percebido off-line é maior que o divulgado, há surpresa, satisfação e encantamento com o off-line e sentimentos de insatisfação pelo on-line.

A ocorrência de redução narrativa pode apontar intencionalidades, ou falta de planejamento que abarque interesses de todos/as os/as agentes envolvidos/as no processo.

Destaca-se ainda, que o uso das possibilidades do ciberespaço é uma constante nos dois santuários. Necessário se faz que se criem ações conjuntas de planejamento para os espaços on-line e off-line, afinal, um está interligado ao outro dialeticamente.

REFERÊNCIAS

BERDOULAY, V. **Espaces Publics et Mise en Scène de la Ville Touristique**. Rapport Final de Recherche. Université de Pau et des Pays de L'Adour, 2005.

BERDOULAY, V; PAES, Maria Tereza Duarte. Imagem e Patrimonialização em Planejamento Urbano: Salvador (BA) e Boudeaux em perspectiva. **Revista Cidades**. v.5. n.7, 2008.

BOAS, Franz. **Antropologia Cultural**. Trad. Celso Castro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

CARLOS, Ana Fani A. **A Condição Espacial**. 6. ed. São Paulo: Contexto, 2011.

DIAS, Reinaldo; SILVEIRA, Emerson José Sena (org). **Turismo religioso: ensaios e reflexões**. Campinas: Alínea, 2003.

GEERTZ, Clifford. **Nova Luz sobre a Antropologia**. Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

GOTTDIENER, Mark. **A produção social do espaço urbano**. Trad. Geraldo Gerson de Souza. 2. ed. São Paulo: Edusp, 2010.

GOVERNO DO ESTADO DE SANTA CATARINA. LEI Nº 15.184, de 01 de junho de 2010. Reconhece o município de Nova Trento como Capital Catarinense do Turismo Religioso.

GUEDES, Vitória. Entrevista no Santuário Nhá Chica [13/06/22]. Entrevistador: Magno Angelo Kelmer. Baependi, 2022. Áudio digital (22:59 min.).

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades**: Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/mg/baependi.html>. Acesso em 20 junho 2022.

KELMER, Magno Angelo. **Turismo Religioso e Transformação Sócio-espacial em Baependi-MG**. 2017. 230 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Juiz de Fora, 2017.

KNAFOU, R. Turismo e território: por uma abordagem científica do turismo. *In*: RODRIGUES, Adyr B. R. **Turismo e Geografia**: Reflexões teóricas e enfoques regionais. 3. ed. São Paulo: Hucitec, 2001.

KOZINETS, Robert V. On netnography: initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. **Advances in Consumer Research**. v. 25, p. 366-371, 1998.

LAUDON, K. C.; LAUDON, J. P. **Sistemas de informação gerenciais**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

LEFEBVRE, Henri. **Rhythmanalysis**: space, time and everyday life. Trad. Stuart Elde; Gerald Moore. London: Bloomsbury, 2013.

LEFEBVRE, Henri; Régulier Catherine. Le projet rythmanalytique. *In*: **Communications**: L'espace perdu et le temps retrouvé, n. 41, p. 191-199, 1985.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

PEREZ, C. Technological revolutions and techno-economic paradigms. **TOC/TUT Working Paper**, Tallinn, n. 20, p. 1-15, 2009.

Prefeitura Municipal de Nova Trento. **Plano de desenvolvimento Territorial do Turismo de Nova Trento**. 2020.

SENNA, Amanda. Entrevista no Santuário Santa Paulina [14/07/2022]. Entrevistador: Magno Angelo Kelmer. Nova Trento, 2022. Áudio digital (37:15 min.).

WAINBERG, Jacques. **Turismo e comunicação**: A Indústria da Diferença. São Paulo: Contexto, 2003.