



# XIX SEMINÁRIO ANPTUR

28 A 30 DE SETEMBRO DE 2022 | RECIFE - UFPE

"ANPTUR 20 ANOS: PASSADO, PRESENTE E FUTURO DA PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL"

## **Paixão de Cristo de Nova Jerusalém: as mudanças estratégicas que transformaram um espetáculo artesanal em mega espetáculo**

**Luciana Araújo de Holanda<sup>1</sup>**  
**Viviane Santos Salazar<sup>2</sup>**  
**Isabela Andrade de Lima Morais<sup>3</sup>**

### **Resumo**

Esta pesquisa tem como objetivo principal entender como ocorreu o processo de formação estratégica que transformou a Paixão de Cristo de Nova Jerusalém em um mega espetáculo com atores globais. Para isso, a lente teórica usada foi a perspectiva do processo de formação de estratégias enfocando pontos como mudança estratégica e o papel da liderança na condução deste processo. A metodologia usada foi o estudo de caso qualitativo e as técnicas de coleta de dados foram entrevistas semiestruturadas realizadas com os líderes da organização e a análise de documentos. A análise de conteúdo categorial foi a técnica utilizada para proceder a análise dos dados. Os resultados demonstram que a trajetória do espetáculo da Paixão de Cristo pode ser dividida em quatro atos ou fases, a saber: espetáculo artesanal encenado nas ruas (1950 a 1962); a profissionalização do espetáculo na Cidade-Teatro (1968 a 1977); o espetáculo profissional (1978 a 1996) e por fim o mega-espetáculo (1997 - 2022). Ao longo destes 72 anos de história o espetáculo da Paixão de Cristo passou por duas grandes mudanças radicais: a construção do teatro e consequente cobrança de ingresso e a contratação de atores globais e muitas mudanças incrementais principalmente na parte operacional - som, imagem, figurino, cenários etc - e na parte de comercialização do espetáculo - promoção e venda de cotas de patrocínio. As duas primeiras fases se caracterizam pela formação da estratégia de modo empreendedor e empreendedor planejador, pois todas as decisões estratégicas dos líderes que centralizavam o poder e guiaram a organização em busca de crescimento foram impulsionadas pela busca de novas oportunidades. Nos dois últimos atos o modo de formação da estratégia é o planejado pois as decisões estratégicas estão integradas em todos os níveis e são tomadas de modo sistemático e estruturado. Por fim, as estratégias nos dois primeiros atos foram mais emergentes e a partir da profissionalização elas passam a ser mais planejadas nas linhas gerais e emergente nos detalhes.

1 Bacharel em Turismo. Mestre e Doutora em Administração. Professora do PPHTur – UFPE. <http://lattes.cnpq.br/3849123632217263>. [Luciana.holanda@ufpe.br](mailto:Luciana.holanda@ufpe.br)

2 Bacharel em Hotelaria. Mestre e Doutora em Administração. Professora do PPHTur – UFPE. <http://lattes.cnpq.br/0331772105868515>. [viviane.ssalazar@ufpe.br](mailto:viviane.ssalazar@ufpe.br)

3 Bacharel em História. Mestre e Doutora em Antropologia. Professora do PPHTur – UFPE. <http://lattes.cnpq.br/6479709721632696>. [isabela.morais@ufpe.br](mailto:isabela.morais@ufpe.br)



# XIX SEMINÁRIO ANPTUR

28 A 30 DE SETEMBRO DE 2022 | RECIFE - UFPE

"ANPTUR 20 ANOS: PASSADO, PRESENTE E  
FUTURO DA PESQUISA EM TURISMO NO BRASIL"

**Palavras-chave:** processo de formação estratégica; mudança estratégica; Paixão de Cristo; Nova Jerusalém.