

## Turismo religioso: análise e tendências

*Tatiane Morais Pereira<sup>1</sup>*  
*Luciane Cunha da Costa*  
*José Roberto Araújo dos Santos*  
*Roberto Pazos Ribeiro*

**Resumo:** O turismo religioso se apresenta como um dos segmentos que mais cresce atualmente no Brasil. Este estudo pretende corroborar esta afirmação por meio da análise e tendências do segmento religioso. Examina-se como o turismo evoluiu e como a demanda turística tem apresentado um aumento, com o passar do tempo, levando o mercado a segmentar-se e especializar-se em públicos diferenciados. Em seguida, analisa-se o surgimento do turismo religioso, sua evolução histórica, obras e autores relacionados a este segmento. Além de caracterizar a clientela do turismo religioso, analisa-se também a segmentação do mercado turístico religioso e espiritual, em três de suas correntes: o turismo religioso católico, o místico-esotérico e o evangélico. Por fim, são apresentadas tendências que se observam em relação a este recente segmento turístico.

**Palavras-chave:** Turismo; Turismo Religioso; Tendências.

### 1. Introdução

Na Idade Média, a defesa dos lugares sagrados e a profissão de fé eram os dois principais motivos para se viajar. No Renascimento, a viagem era de cunho cultural, no entanto, não se pode afirmar que era entendida como uma atividade econômica e turística. Somente no século XX é que, com essas viagens, houve o desenvolvimento e a consolidação do turismo como atividade econômica geradora de riqueza (MENEZES apud REJOWSKI, 2002). Estes tipos de deslocamentos se distinguem por sua finalidade dos outros tipos de viagens motivados por guerras, movimentos migratórios, conquista, comércio, etc. Nesse contexto, “a evolução dos acontecimentos econômicos e sociais do mundo moderno transformou o turismo em uma atividade bastante promissora e com possibilidades de se expandir às taxas permanentemente crescentes” (RABAHY, 2003, p.1).

---

<sup>1</sup> Universidade Estadual de Santa Cruz-UESC. E-mail: tatinhamp@hotmail.com

Segundo Mário Petrocchi (1998), embora parecendo uma atividade supérflua e irregular, o turismo, na realidade, vem crescendo regularmente no mundo. Em termos econômicos é tão constante quanto qualquer produto de primeira necessidade. “O homem precisa mudar de paisagem, especialmente o homem ocidental, e evadir-se da rotina de sua vida cotidiana” (ARRILLAGA, 1976, p.150). O que tem se percebido com o passar do tempo é que a demanda turística tem apresentado aumento, levando o mercado a segmentar-se e especializar-se em públicos diferenciados. No entender de Porter, citado por Mintzberg (2000, p.83), “ser tudo para todos” é uma receita para mediocridade estratégica e desempenho abaixo da média; as empresas precisam “fazer uma opção” para obter uma vantagem competitiva.

Nesse contexto, a segmentação pode ser definida como o processo de divisão de um mercado total, como todos os visitantes ou um setor de mercado. Em outras palavras, a segmentação é justificada com o pretexto de atingir maior eficiência na oferta de produtos que atendam à demanda identificada e maior eficácia em termos de custo no processo de *marketing* (MIDDLETON, 2002). Segundo Kotler (2003), é difícil fabricar um produto que satisfaça a todas as necessidades. É mais fácil desenvolver um produto que satisfaça plenamente apenas a alguns consumidores. Essa constatação levou as empresas a definir mini-mercados, facilitando, de forma geral, a personalização dos produtos para seu principal público-alvo.

O que se percebe é que a demanda turística é influenciada por vários fatores: preços do produto, dos produtos concorrentes e dos produtos complementares, a renda, a disponibilidade de tempo livre, as condições climáticas, o nível de investimentos em promoção do produto, o modismo e os fatores aleatórios, como catástrofes naturais ou artificiais (IGNARRA, 2003). Nesse cenário os fatores citados quando agrupados podem definir o que Porter (1986) chama de nicho de mercado que é um pequeno segmento que pode ser atrativo para uma empresa atender.

Através de alguns estudos, o Ministério do Turismo (2006) chegou à seguinte conclusão:

Com enfoque na demanda, a segmentação é definida pela identificação de certos grupos de consumidores caracterizados a partir das suas especificidades em relação a alguns fatores que determinam suas decisões, preferências e motivações, ou seja, a partir das características e das variáveis da demanda (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2006, p. 4).

É importante ressaltar que a segmentação não deixa de ser uma estratégia para atingir de forma mais rápida as necessidades e desejos dos clientes. A tendência nos últimos tempos tem sido segmentar para fazer melhor, mais direcionado e, conseqüentemente, proporcionar maior satisfação ao público. Assim, têm surgido diversos tipos de segmentação do turismo, como o ecoturismo, o turismo de aventura, o turismo rural, o turismo náutico, o turismo social, o turismo de saúde e o turismo religioso que se apresenta como um dos segmentos que mais cresce atualmente no Brasil, como veremos no decorrer deste instrumento.

## 2. Gênese do Turismo Religioso

O turismo religioso é um importante segmento do mercado turístico que envolve dois dos mais importantes fenômenos sociais do mundo contemporâneo: Turismo e Religião. Ao buscarmos as origens do turismo religioso, poderemos encontrá-lo nas mais antigas manifestações religiosas tanto cristãs quanto não-cristãs. Entre os cristãos, o movimento das cruzadas constatava na prática da peregrinação ao túmulo de Cristo: essa peregrinação fazia-se nas mais duras condições, num espírito de sacrifício e purificação. Já no segundo milênio, a esperança do retorno de Cristo a Jerusalém ainda reforçava, no espírito de muita gente, o desejo de alcançar a salvação. Jerusalém historicamente é considerada uma cidade santa tanto para os judeus quanto para os muçulmanos e para os cristãos. Ela é o destino de peregrinações e orações para os principais grupos religiosos da região de seu entorno: para os cristãos, o símbolo é o Santo Sepulcro; para os judeus, o Muro das Lamentações; e para os muçulmanos, a Esplanada das Mesquitas.

Meca, Benarés, Jerusalém, Belém, Roma, Santiago de Compostela, Lourdes, Fátima, Medjugorie, Assis, Aparecida do Norte, Juazeiro, Iguape, Pirapora do Bom Jesus, Nova Trento e muitos outros lugares, marcados por devoções oficiais ou populares de religiões, são núcleos receptores importantes em termos da fé e, conseqüentemente, em termos de turismo, cujas dimensões - pelo *merchandising* e pelo *marketing* - superam as manifestações de fé e as próprias motivações religiosas.

Para Maio (2004) os termos peregrinações e romarias, antecedentes do turismo religioso moderno, aparecem hoje como sinônimos. Contudo, na sua origem, encenavam significados e objetivos diferentes. Peregrino, etimologicamente, designa “o estrangeiro,

aquele que não pertence à sociedade local estabelecida” (STEIL *apud* ABMANSSSUR, 2003, p. 30). É, portanto, uma palavra que em sua origem se relaciona com os que percorrem caminhos por terras desconhecidas e inóspitas, arrostando heroicamente o desconhecido. Segundo Wernet (2000), “não é o homem que escolhe os lugares sagrados e os caminhos que a ele conduzem. Ele apenas o descobre”. O ato de peregrinar, sob a perspectiva externa, envolve o encontro com o outro e, sob o ponto de vista interno, envolve o encontro consigo mesmo.

As romarias, por sua vez, são uma realidade muitíssimo comum à estrutura e organização de todas as religiões e partem do pressuposto de que a divindade exerce, em determinado lugar, benefícios especiais para os que o visitam. Os colonizadores da América Latina as trouxeram da Europa, mas já encontraram aqui costumes semelhantes. Assim deu-se um intercâmbio entre tradições e crenças.

No catolicismo latino-americano, as peregrinações a locais sagrados tornaram-se, juntamente com as festas, uma expressão privilegiada da religiosidade do povo. Os santuários são em si mesmos lugares onde o povo, enquanto vivenciam a sua espiritualidade, atingem uma experiência do sagrado, que os toca e alimenta a sua devoção. Neles o sagrado se revela e marca o devoto de uma maneira original. Todo o ambiente é penetrado pela aura da presença direta ou indireta de Deus.

Associadas às transformações ocorridas na segunda metade do século XX, com a melhoria das estradas de rodagem e a popularização dos automóveis, as viagens aos santuários passaram a ser vistas como excursões religiosas. O caráter secular dessas atividades esvaziou o poder organizacional das entidades eclesiásticas oficiais, possibilitando que empresas turísticas ocupassem essa função nas viagens. Com isso, as antigas peregrinações e romarias se transformaram em turismo religioso. uma nova força, recobrar o espaço e a liberdade (ARRILAGA, 1976, p. 150).

### **3. Conceitos, Estudos e Autores do Turismo Religioso**

Antes de destacar os estudiosos é importante apresentar alguns conceitos de turismo religioso. De acordo com Dias (2003), o turismo religioso é uma viagem em que a fé é o motivo principal, mas que pode traduzir motivos culturais em conhecer outras manifestações religiosas. Dessa forma, o “turismo religioso é aquele empreendido por pessoas que se

deslocam por motivações religiosas e/ou para participarem em eventos de caráter religioso. Compreende romarias, peregrinações e visitação a espaços, festas, espetáculos e atividades religiosas” (DIAS, 2003, p.17).

Lanquar (2007, p.9) afirma que “deve-se buscar uma aproximação das idéias de turismo religioso e de turismo espiritual para utilizar os mesmos conceitos e os mesmos critérios (...) A investigação e a análise do turismo religioso exige a criação de grupos e redes de estudos acadêmicos, integrados também por profissionais do turismo, para a análise de sua demanda e de sua oferta” (tradução nossa). Um exemplo de busca dessa investigação e análise é o Curso de Especialização em Turismo Religioso, promovido pela PUC Minas Virtual, iniciado em março deste ano.

Em relação ao estudo sobre turismo religioso a produção tem sido muito incipiente. Dentre as muitas obras brasileiras publicadas sobre turismo, poucas se referem especialmente ao turismo religioso. Dentre elas estão Andrade (1999), Auon (2001), Beni (2000), Dias (2002), EMBRATUR (2000), Oliveira (2000). Destacam-se os estudos de Maio (2004) e Christoffoli (2007). Maio aponta alguns avanços e deficiências em relação ao turismo religioso enquanto fundamento para o desenvolvimento local. Christoffoli colabora com a compreensão do discurso dos autores de turismo sobre o deslocamento religioso e o turismo religioso na produção científica sobre turismo no Brasil.

Apoiados na sugestão de Lanquar sobre a necessidade de aproximação do turismo religioso como turismo espiritual (já citada), podemos subdividir o turismo religioso em vários contextos. Alguns deles seriam: católico, esotérico/místico e evangélico. Apesar de não estarem aqui abordados podem ainda ser destaque os contextos espírita e oriental. Podemos destacar no contexto católico os estudos de Steil (1996, 1998, 2003). Abumansur (2003) colabora com sua coletânea.

Dias e Silveira (2003) somam o estudo articulado sobre turismo, religião, pós-modernidade, consumo e patrimônio. Há ainda o estudo de Camurça Jr. (2003) sobre os rituais em Tiradentes na Semana Santa e sua relação com o turismo. No contexto do Esoterismo e Nova Era destacam-se os trabalhos de Carneiro (2001) sobre o Caminho de Santiago de Compostela e os trabalhos de Siqueira em relação ao misticismo em Brasília (2003). Um destaque no contexto evangélico é o trabalho de Frossard (2006) sobre o estudo do turismo religioso evangélico em Belo Horizonte, como recorte de algo que tem ocorrido em todo o Brasil. Podem ser citados também neste contexto Mendonça (1984), Novaes

(1985), Freston (1994), Campos (1997), Fernandes (1998), Mariano (1999) Sanchis (1997, 1999), Birman (2001), Mafra (2001), Fonseca (2003), Nunes (2006).

#### **4. A Clientela e os Destinos no Turismo Religioso**

Segundo Dias (2003), encontramos dois tipos de visitantes, o peregrino puro, cuja motivação é de natureza unicamente religiosa e sua jornada com objetivo único, e o outro tipo de visitante, que ao ampliar o leque de motivações na jornada, caracteriza a mesma como multifuncional. Considerando a realidade brasileira, Dias (2003) elaborou uma classificação de atributos de atrativos turísticos e religiosos, cuja base leva em conta a área de destino, o objetivo final e a motivação da viagem, em seis diferentes tipos: a) Santuários de peregrinação; b) Espaços religiosos de grande significado histórico-cultural; c) Encontros e celebrações de caráter religioso; d) Festas e Comemorações em dias específicos; e) Espetáculos artísticos de cunho religioso; f) Roteiros de Fé. É importante observar que essa classificação não envolve apenas o sentido religioso e espiritual do viajante, mas também o conhecimento histórico, o cultural, o patrimonial, o artístico e o natural, reafirmando o caráter multifuncional do turismo religioso.

Abumanssur (2003) problematiza muito mais sobre o “como olhar para o objeto”. Isso porque, segundo ele, grande parte dos interessados no turismo religioso tende a dar mais ênfase à dimensão turística do que à religiosa. Daí sua valorização do “olhar” antropológico como alternativa ao viés “mercadológico”, tendo em vista que ele se inclina para uma valorização da dimensão religiosa do fenômeno do turismo religioso, principalmente dentro da tradição dos estudos sobre peregrinações.

Lanquar (2007) acredita que a clientela do turismo religioso está mudando. No princípio era uma clientela nacional de idosos, grupos de jovens e famílias com crianças. Uma tendência atual é uma clientela cada vez mais internacional, com estadias mais curtas, utilizando serviços de agências especializadas e de tecnologias da informação e de comunicação, ampliando-se para todos os grupos etários e classes sociais. Na pesquisa “Classe C e D: o novo mercado do turismo brasileiro” realizada em 2005, pelo Ministério do Turismo Brasileiro, e citada por Christoffoli (2007), concluem-se os principais elementos da relação do turista com a religião:



Esse turista tem um comportamento e uma visão específica dos passeios, viagens, excursões e do turismo; costuma viajar em grupo e percebe a viagem como forma de estabelecer laços de sociabilidade. Viaja com muita frequência especialmente nos fins de semana, quando percorre distâncias curtas ou médias, fica hospedado na casa de amigos ou parentes e realiza dispêndios modestos ao longo da viagem (...) viaja com os organizadores/operadores informais do turismo que residem no próprio bairro ou fazem parte de sua rede de relações; o uso sistemático de excursões no formato bate e volta (menos de 24 horas) e de curta distância com pernoite no ônibus; os provedores de serviço são totalmente informais (CHRISTOFFOLI, 2007, p.42-43).

O turismo religioso se apresenta como um dos segmentos que mais crescem atualmente no Brasil. Segundo dados da Embratur, citados por Bezerra (2007), 15 milhões de brasileiros se dirigem anualmente a destinos religiosos. Numa pesquisa feita pelo Ministério do Turismo, em parceria com a Fipe (Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas), em 2006, observa-se que vem crescendo o número de turistas que se deslocam no Brasil motivados pela fé. Segundo dados da pesquisa, 3,2% do total de turistas viajaram, em 2006, por motivos religiosos; em 1998, esse percentual era de 2,7%. (PORTAL DA HOTELARIA, 2008).

## **5. A Segmentação do Segmento Turístico Religioso**

O Turismo Religioso além de estar relacionado às religiões institucionalizadas tais como as afro-brasileiras, espírita, protestantes, católica, as de origem oriental, compostas de doutrinas, hierarquias, estruturas, templos, rituais e sacerdócio também está relacionado à busca espiritual. Nesse estudo, estaremos enfatizando três segmentos de turismo religioso: católico, místico-esotérico e evangélico.

### **5.1. O turismo católico**

Desde 313, Roma tornou-se o mais importante receptivo turístico no Ocidente, onde, até hoje, há fluxo de maior volume e de maior constância de turistas e de visitantes. Segundo o *site* [www.rotaturismo.com.br](http://www.rotaturismo.com.br), no Brasil, os destinos que mais se destacam são: Juazeiro do Norte, no Ceará, terra do padre Cícero; Nova Trento em Santa Catarina, onde se encontra o Santuário de Madre Paulina; Belém do Pará, na festa do Círio de Nazaré e, a mais conhecida, Aparecida do Norte, no estado de São Paulo, onde está o Santuário da Padroeira Nossa Senhora Aparecida. Anualmente, a cidade de Aparecida, com pouco mais de 36 mil habitantes, recebe em torno de 8,5 milhões de romeiros, sendo considerada o maior pólo de turismo religioso do País.

## 5.2. O turismo místico-esotérico

O Turismo místico-esotérico caracteriza-se pelas atividades turísticas decorrentes da busca da espiritualidade e do autoconhecimento em práticas, crenças e rituais considerados alternativos. O turismo, nesse contexto, relaciona-se ao deslocamento para estabelecer contato e vivenciar tais práticas, conhecimentos e estilos de vida, que configuram um aspecto cultural diferenciado do destino turístico.

Dentre as atividades típicas desse tipo de turismo, podem-se citar as caminhadas de cunho espiritual e místico, as práticas de meditação e de energização, entre outras. Uma das opções cogitadas e que atrai dezenas de visitantes, diariamente, é o Caminho de Santiago de Compostela. Ainda podem-se citar as Festas de Largo ligadas ao ritual afro-brasileiro do candomblé, sincretizadas com santos católicos, que ocorrem principalmente na Bahia.

## 5.3. O turismo evangélico

As Igrejas protestantes, que se adaptaram às exigências da moderna sociedade urbana, organizam, hoje, grandes viagens à Terra Santa e incentivam marchas e imensas concentrações, como a Marcha para Jesus, que em sua 11ª edição consecutiva em 2003 reuniu, de acordo com a imprensa, dois milhões de pessoas, mostrando, assim, que passeatas e manifestações religiosas desse tipo têm importância para a consolidação da fé também no Brasil urbano e pluralista de hoje.

O Censo 2000 (IBGE) indica que a média nacional de evangélicos é de 16%. No entanto, a taxa de crescimento dos evangélicos é de 7,42%, quatro vezes a taxa de crescimento da população brasileira que é de 1,63% ao ano. Revendo médias nacionais históricas de evangélicos, ainda segundo o IBGE, temos 1% (1890), 4% (1960), 5% (1970), 6% (1980) e, finalmente 16% (2000), um crescimento significativo, em apenas duas décadas.

Por seu crescimento visível, a presença evangélica também pode ser levada em conta como uma opção no incremento do turismo local. Alguns nichos neste contexto são os cruzeiros evangélicos e eventos nacionais e regionais. Segundo Saito (2006) a agência *RS Travel Club* afirma que com o cancelamento das viagens em decorrência do onze de setembro, começaram a ser promovidas viagens de férias em cruzeiros para grupos de evangélicos, que geraram em 2006, R\$ 480 mil reais, numa perspectiva de crescimento de 20% nos próximos anos.



Segundo, Wanderley Francisco Fonseca, da agência de turismo Alfatur, de Belo Horizonte, em entrevista a Ricardo Muniz (2006), da Revista Igreja, o que mais movimenta a agência, quando se trata de atender a evangélicos são as conferências, pois o calendário brasileiro de eventos regionais e nacionais evangélicos é pródigo, sendo que, meses antes, os hotéis já não comportam mais reservas.

## **6. Considerações Finais**

Além do novo perfil da clientela, do uso de tecnologias da informação e da comunicação, da aproximação dos conceitos de turismo religioso e espiritual e da segmentação do turismo religioso, podemos destacar outras tendências.

Para Lanquar (2007) a principal característica do turismo religioso é uma ética que influencia o comportamento dos turistas, que busca ser ponte no diálogo entre as civilizações e as culturas, já que permite trabalhar as relações de paz entre os povos e promove um turismo solidário, com apoio a luta contra a pobreza e pelo desenvolvimento sustentável da humanidade. Porém, alguns obstáculos ao turismo religioso estão relacionados à liberdade de circulação e ao respeito aos direitos humanos em muitos países. A expedição de passaportes e vistos são fatores de complicação devido à luta contra o terrorismo.

Outra tendência é a aposta econômica e social de muitos países no turismo religioso devido à sua dimensão e variadas formas e possibilidades. Na Europa, segundo Lanquar (2007, p.3), estudam-se os caminhos da peregrinação com três objetivos: identificá-los, organizá-los com um sistema comum e coordena-los com um programa de animação cultural em cooperação com instâncias governamentais, locais ou não-governamentais.

Lanquar (2007), ainda destaca a secularização das peregrinações e das viagens religiosas e espirituais, resultando em novas expectativas do público e, conseqüentemente, numa exigência de gestão e promoção cada vez mais eficazes. Pelo poder de atração turística, o turismo religioso pode contribuir com o desenvolvimento local, com o incremento positivo da economia, da cultura e da qualidade de vida da população local, por se tratar de um segmento que apresenta um crescimento significativo em decorrência da necessidade do homem de ampliar sua visão de mundo e refletir sobre a sua própria condição.

Sem dúvida, o turismo religioso é uma ferramenta de diálogo entre culturas e religiões, como nos diz Lanquar (2007, p.8), “instrumento importante de modernização e de

luta contra o ‘choque de ignorâncias’ se concebido de forma sustentável”. Porém para Maio (2004), há de se destacar que, para tal, a sustentabilidade do turismo religioso deve ser enfocada sob dois aspectos: em primeiro lugar para que a cultura religiosa não venha perder o seu sentido enquanto manifestação de fé e em segundo lugar para que essas atividades não se transformem em um movimento de massa, descaracterizando a sua essência.

O turismo religioso apresenta-se, assim como toda realidade turística, como uma atividade multifacetada cujo potencial ainda necessita ser melhor investigado a fim de que se possa retirar maior proveito das possibilidades que acarreta. Se, por um lado os inícios do turismo religioso remontam a tempos imemoriais (uma vez que, não é possível datar e determinar, quando o homem, motivado por questões de caráter transcendente e de satisfação de carências espirituais, inicia peregrinações, festas e deslocamentos), por outro se vê que este é um segmento que atrai cada vez mais atenções (sobretudo motivado pelo número de pessoas nele envolvido) de acadêmicos, profissionais e usuários destes serviços.

## Referências

ABMANSSUR, E. S. (org.) *Turismo Religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo*. Campinas: Papirus, 2003.

ANDRADE, J. V. *Turismo: Fundamentos e dimensões*. São Paulo: Ática, 2000.

ARRILLAGA, José Ignacio de. *Introdução ao estudo do turismo: turismo e sociedade*. Rio de Janeiro: Rio, 1976.

BENI M.C. *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: SENAC, 2000.

BEZERRA, Edgnoy. Incentivo ao turismo religioso. *Diário do Nordeste*. 30/11/2007. Disponível em: <<http://www.diariodonordeste.com.br>> . Acessado em 08 jan. 2008

BRASIL. Ministério do Turismo Brasileiro. Relatório Final: análise de dados da pesquisa quantitativa e qualitativa classe C e D, o novo mercado do turismo brasileiro, 2005. In: CHRISTOFFOLI, Ângelo Ricardo. 2007.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br>>, acessado em 08 abr. 2008.

\_\_\_\_\_. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. *Turismo cultural: orientações básicas* / Ministério do Turismo, Coordenação - Geral de Segmentação. – Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

\_\_\_\_\_. IBGE. *Censo 2000*. Disponível em <<http://www.ibge.gov.br>. > em 08 jan. 2008

CAMPOS, Leonilo. *Teatro, templo e mercado: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal*. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Simpósio; São Bernardo do Campo: Umesp, 1997.

CARNEIRO, Sandra Maria Corrêa de Sá. Novas Peregrinações Brasileiras e suas interfaces com o Turismo. *Ciências Sociais e Religião*, Porto Alegre, ano 6, n. 6, p. 71-100, outubro de 2004. Disponível em:

<<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/CienciasSociaiseReligiao/article/view/2267/972>>

Acesso em: 27 jan. 2008.

CHRISTOFFOLI, Ângelo Ricardo. *Turismo e religiosidade no Brasil: um estudo dos discursos da produção acadêmica brasileira*, 2007. Tese (Doutorado em Turismo e Hotelaria). Universidade do Vale de Itajaí, Balneário Camboriú, SC, 2007.

DIAS, R.; AGUIAR, M.R. *Fundamentos do Turismo*. Campinas, SP: Alínea, 2002.

DIAS, R.; SILVEIRA, E. J. S. da (orgs.) *Turismo religioso: ensaios e reflexões*. Campinas: Alínea, 2003.

DIAS, Reinaldo. O Turismo Religioso como Segmento do Mercado Turístico. In: DIAS, Reinaldo; SILVEIRA, Emerson J. S. (org.). *Turismo Religioso: ensaios e reflexões*. Campinas, SP: Editora Alínea, 2003.

EMBRATUR. *Turismo religioso: roteiros da fé católica no Brasil*. Brasília: EMBRATUR/MET, 2000.

FERNANDES, Rubem César (Coord. e red.) et al. *Novo Nascimento: os evangélicos em casa, na igreja e na política*. Rio de Janeiro: Mauad, 1998.

FROSSARD, Miriane S. *Diante o altar: um estudo sobre o turismo religioso evangélico em Belo Horizonte - MG*. UFJF, Juiz de Fora: 2006.

FRESTON, Paul. Breve História do Pentecostalismo Brasileiro. IN: ANTONIAZZI, Alberto et al. *Nem anjos Nem demônios: Interpretações Sociológicas do Pentecostalismo*. Petrópolis: Vozes, 1994, p.67-159.

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

KOTLER, Philip. *Marketing de A a Z: 80 conceitos que todo profissional precisa saber*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

LANQUAR, Robert. *La nueva dinámica del turismo religioso y espiritual*. In: CONFERENCIA INTERNACIONAL DE CÓRDOBA: TURISMO Y RELIGIONES: UNA CONTRIBUCIÓN AL DIALOGO DE RELIGIONES, CULTURAS Y CIVILIZACIONES, OMT, 29-31 de octubre de 2007. Resumo.

MAIO, Carlos Alberto. *Turismo Religioso e Desenvolvimento Local*. 2004. Disponível em: <[http://www.uepg.br/prosp/publicatio/hum/2004\\_1/05.pdf](http://www.uepg.br/prosp/publicatio/hum/2004_1/05.pdf)> Acesso em: 27 jan. 2008.

MARIANO, Ricardo. *Neopentecostais: sociologia do novo pentecostalismo no Brasil*. São Paulo: Loyola, 1999.

MENDONÇA, Antonio G. *O celeste porvir: a inserção do protestantismo no Brasil*. São Paulo, Paulinas, 1984.

MENEZES. In: REJOWSKI, Mirian. *Turismo no percurso do tempo*. São Paulo: Aleph, 2002.

MIDDLETON, Victor T. C. *Marketing de turismo: teoria e prática*, Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

MUNIZ, Ricardo. Pausa para o Pastor. *Revista Igreja*, jan./fev. 2006. Ed. 1. Disponível em <<http://www.revistaigreja.com.br/nav/texto.asp?cod=62&exclusiva=0&edicao=1>>. Em 08 jan. 2008.

NOVAES, M. H. Turismo Religioso. In: ANSARARAH, M. G. dos R. (org.) *Turismo segmentação do mercado*. São Paulo: Futura, 2000.

NUNES, Caroline Cardoso. *Turismo Evangélico: o caso do acampamento Batista Teosópolis em Ilhéus - BA, Ilhéus*, 2006.

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

PETROCCHI, Mário. *Turismo: planejamento e gestão*. São Paulo: Futura, 1998.

PORTER, Michael E. *Estratégia competitiva: Técnicas para análise de indústria e da concorrência*. In: MINTZBERG, H.; AHLSTRAND B.; LAMPEL, J. *Safári de Estratégia: um roteiro pela selva do planejamento estratégico*. Porto Alegre: Bookman, 2000.

PUC MINAS VIRTUAL. *Curso de Especialização em Turismo religioso*. Disponível em <<http://www.pucminasvirtual>>, acessado em 08/04/2008.

RABAHY, Wilson Abrahão. *Turismo e desenvolvimento: estudos econômicos e estatísticos no planejamento*. 1.ed. Barueri, SP; Manole, 2003.

SAITO, Fernando. Turismo evangélico. *Revista Isto é Dinheiro* (30/10/2006) Disponível em: [http://www.terra.com.br/istoedinheiro/reportagens/negocios\\_da\\_fe\\_03.htm](http://www.terra.com.br/istoedinheiro/reportagens/negocios_da_fe_03.htm) em 08 jan. 2008

SANCHIS, Pierre (Org.) *A propósito do pentecostalismo de forma protestante*. Cadernos do ISER, n.6, Rio de Janeiro: ISER, 1997.

\_\_\_\_\_. A religião dos Brasileiros. *Teoria & Sociedade*. Belo Horizonte, UFMG, out., 1999, n.4, pp.213-245.

SIQUEIRA, Deis. *As novas religiosidades no Ocidente*. Brasília: cidade mística. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2003.

STEIL, C. A. Peregrinações, romarias e turismo religioso: raízes etimológicas e interpretações antropológicas. In: ABMANSSUR, E. S. (org.) *Turismo Religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo*, 2003.

\_\_\_\_\_. *O sertão das romarias: um estudo antropológico sobre o santuário de Bom Jesus da Lapa – Bahia*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996

\_\_\_\_\_. Peregrinação e turismo: o Natal em Gramado e Canela. In: *Reunião Anual Da Anpocs*, 22., 1998, Caxambu. 1998.

WERNET, A. Peregrinação à Aparecida: das romarias programadas ao turismo religioso. In: