

TURISMO E AS FORMAS SIMBÓLICAS NO INCENTIVO DO DESENVOLVIMENTO LOCAL EM SANTA CRUZ/RN

RESUMO

Turismo e formas simbólicas são promotoras do desenvolvimento local, levando em consideração que ambas criam atrativos culturais capazes de potencializar um fluxo de visitação, gerando novos empreendimentos no setor do turismo e na qualidade de vida da população. O respectivo estudo tem por objetivo compreender a utilização das formas simbólicas, no caso a estátua de Santa Rita, na promoção do desenvolvimento local por meio do turismo religioso em Santa Cruz/RN. Turismo e formas simbólicas aliadas são promotoras do desenvolvimento local, pois ambas criam um mercado e geram economia e renda para a localidade. Este trabalho utilizou-se da pesquisa bibliográfica e de campo com dados colhidos secundariamente do SEBRAE e IBGE. Por fim, nota-se que a utilização da representação simbólica na promoção do turismo em Santa Cruz é perceptível, pois o monumento de cunho religioso faz com que se crie um público específico e considerável, tendo em vista a motivação.

Palavras-chave: Turismo Religioso. Formas Simbólicas. Desenvolvimento Local. Santa Cruz. Alto de Santa Rita de Cássia.

RESUMEN

Turismo y formas simbólicas son promotores del desarrollo local, teniendo en cuenta que tanto crear atractivos culturales capaces de mejorar el flujo de visitantes, generando nuevas empresas en el sector turístico y la calidad de vida de la población de la población. El estudio pretende comprender el uso de las formas simbólicas en el caso de la estatua de Santa Rita, en la promoción del desarrollo local a través del turismo religioso en Santa Cruz / RN. Turismo y formas simbólicas que aliados están promoviendo el desarrollo local, tanto para crear un mercado y generar ahorro e ingresos para la localidad. Este trabajo se utilizó de la investigación y de campo bibliográficas recogidas secundariamente SEBRAE y el IBGE. Por último, tenga en cuenta que el uso de la representación simbólica en la promoción turística de Santa Cruz es notable porque el monumento naturaleza religiosa hace que se crea un público específico y considerable, con el fin de motivación.

Palabras clave: Turismo religioso. Las formas simbólicas. El desarrollo local. Santa Cruz. Alto de Santa Rita de Cássia.

ABSTRACT

Tourism and symbolic forms are promoters of local development, taking into account that both create cultural attractions able to enhance a visitor flow, generating new ventures in the tourism sector and the population's quality of life. The respective study aims to understand the use of symbolic forms in case the statue of Santa Rita, in promoting local development through religious tourism in Santa Cruz / RN. Tourism and symbolic forms allied are promoting local development, because both create a market and generate savings and income for the locality. This work was used the bibliographic research and field data collected secondarily for SEBRAE and IBGE. Finally, note that the use of symbolic representation in promoting tourism in Santa Cruz is noticeable because the religious nature monument makes you create a specific and considerable public, with a view to motivation.

Key-word: Religious tourism. Symbolic forms. Local development. Santa Cruz. Alto de Santa Rita de Cássia.

Francisco Xavier da Silva Júnior

Graduando em Turismo

xaviersilva2@gmail.com

Universidade Federal do Rio

Grande do Norte

Graduando do Curso de Turismo

Marluce Silvino

Mestre em Geografia

marlucesilvino@yahoo.com.br

Universidade Federal do Rio

Grande do Norte

Docente do Curso de Turismo

INTRODUÇÃO

O fenômeno turístico movimenta pessoas que buscam fora de seu lugar habitual encontrar prazer em realizar alguma atividade. Esse deslocamento provoca mudanças nas áreas receptivas, isto é, modifica-se em virtude da presença de indivíduos não residentes parte da conjuntura espacial (SANTANA, 2009). Ao iniciar a atividade turística propõe-se que elevem-se os índices econômicos por meio do incremento dos equipamentos de necessidade básica do turismo como os meios de hospedagem e de alimentos e bebidas, além dos serviços de uso comum como hospitais, áreas de lazer públicas, segurança, dentre outros serviços conservando-se de forma sustentável a cultura, o social e o natural.

Fragmentado em várias facetas, o turismo desperta-se para várias situações fazendo com que se tenham diversos públicos-alvo. Em Santa Cruz no estado do Rio Grande do Norte norteia-se o turismo religioso com a construção do Complexo Turístico Alto de Santa Rita de Cássia, que teve o início da edificação em 2007 com recursos federais, estaduais e municipais. Além da maior estatua católica da América Latina, o complexo conta com ampla área de convivência, capela, restaurante, banheiros públicos, centro de orações e adoração e centro de promessas. A alta temporada de visitas ao complexo situa-se entre os dias quatorze e vinte e três do mês de maio, onde tradicionalmente no município comemora-se a festa da padroeira homenageada, Santa Rita de Cássia com novena e festejos tradicionais. Durante todo o período festivo observam-se diversos eventos no município como romarias, peregrinações e festas populares, além de turistas avulsos pela cidade que, independente da motivação, estão ali para conhecer o complexo turístico e os aspectos culturais do município.

Manifestando-se de diversas maneiras, as formas simbólicas são a tradução da relação do homem com as representações, ou seja, independente da origem cada indivíduo vai norteando seu significado. Essas formas simbólicas, por sua vez, podem se concretizar no espaço como em monumentos, na dança e nas procissões. Neste estudo o foco é a forma simbólica religiosa que representa-se no turismo religioso de modo particular, tendo em vista o uso expressivo da adoração de várias pessoas a uma entidade espiritual onde estas depositam sua fé. Aliado ao turismo cria-se um produto para comercialização, conseqüentemente a geração de emprego e renda devido à visita de um grande contingente de pessoas.

Nessa perspectiva, o presente artigo tem por objetivo compreender a utilização das formas simbólicas, no caso a estátua de Santa Rita, na promoção do desenvolvimento local por meio do turismo religioso em Santa Cruz/RN. Portanto, o problema da pesquisa enfoca em saber se a utilização das formas simbólicas no turismo gera um desenvolvimento local.

A pesquisa realizada é bibliográfica que Marconi e Lakatos (2007, p.71), afirmam que a finalidade é “colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto”, contribuindo, assim, para a compreensão teórica do objeto de estudo abordado, onde foram feitas leituras nas produções de diversos autores, entre eles Cruz (2008), Arnt (2006), Coriolano e Leitão (2008), Gastal (2005) e Corrêa (2005/2007), Corrêa e Mariani (2011), a Organização Mundial do Turismo (2005) e Ministério do Turismo (2010).

Sendo do tipo explicativa, a pesquisa busca exprimir o porquê de determinada situação recorrendo à análise dos fatores que ajudam na ocorrência dos fenômenos (PRODANOV e FREITAS, 2013). A pesquisa também é de campo, pois parte-se da análise empírica do objeto estudado visando a utilização das formas simbólicas no turismo religioso do município de Santa Cruz/RN, esse momento dá-se pela utilização das características de um monumento abordadas por Corrêa (2005), como a expressividade, acessibilidade, motivação e valores passados.

Os dados utilizados nessa pesquisa são secundários, pois foram buscados em instituições que trabalham diretamente com o mercado e turismo no município, para este trabalho utilizaram-se dados

de uma pesquisa realizada e cedida pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas e dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Tais dados representam a situação empresarial e o desenvolvimento econômico do município pós à construção do complexo turístico, as mudanças socioespaciais, bem como o perfil do romeiro que visita Santa Cruz. Registros fotográficos foram feitos no dia dezessete de maio de 2015, período de comemorações em homenagem a Santa Rita de Cássia.

Com a pesquisa bibliográfica e os dados disponibilizados pelo SEBRAE consegue-se compreender como a funcionalidade da atividade turística potencializa desenvolvimento local atrelado às representações simbólicas em Santa Cruz figurando novas formas espaciais no município como a construção e reformas de espaços de lazer públicos, surgimento de novos bairros e crescimento de outros bairros.

A seguir abordaremos como o turismo e as formas simbólicas aprimoram o desenvolvimento local em bases teóricas, seguidamente da discussão dos resultados e fechando com as palavras finais.

O TURISMO E AS FORMAS SIMBÓLICAS COMO PROMOTORAS DO DESENVOLVIMENTO

Sendo o turismo uma atividade geradora de capital favorecendo diversos setores de economia. O crescimento econômico dessa atividade embate em outras áreas em virtude do seu amplo acesso a informação por parte da comunidade local e do turista e, principalmente, pelo efeito multiplicador do dinheiro. Essa relação dentre vários setores faz com que a economia cresça e consequentemente traga benefícios para a comunidade, desde que, a riqueza gerada não fique nas mãos de poucos e sim seja bem distribuída com todos aqueles que ajudam de alguma forma o desenvolvimento do turismo na localidade (CORIOLANO e LEITÃO, 2008).

A Organização Mundial do Turismo (2003, p. 18), define o turismo como sendo “as atividades das pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente habitual por não mais que um ano consecutivo para lazer, negócios ou outros objetivos”, isto é, a atividade turística é fator de amplo funcionamento econômico local visando à permanência do turista na localidade na medida em que a prática desse setor impõe necessidades ao turista, como a disponibilidade de serviços, por exemplo: hotéis, pousadas, bares e restaurantes, onde o turista é motivado a visitar por alguma razão pessoal.

Dentre as diversas variáveis da atividade turística encontra-se o turismo religioso que está dentro de um segmento maior que é o turismo cultural. Segundo o Ministério do Turismo (2010, p. 15), o turismo cultural representa “as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura”, além de promover a integração entre comunidade e turistas contribuindo para a divulgação das culturas por meio da comercialização e promoção do atrativo cultural por parte da gestão pública utilizando-se das propagandas televisivas, da comunidade local que contribui trocando experiência com os visitantes e pelos turistas que promovem o destino utilizando-se das redes sociais.

O turismo religioso além de configurar um turismo cultural encaixa-se no turismo de massa, porque ele tem capacidade de gerar uma grande concentração de pessoas. Arnt (2006, p. 21), afirma que “15 milhões de brasileiros fazem suas malas todos os anos com um único objetivo: praticar a peregrinação a centros religiosos e santuários espalhados pelo mundo”. Essa modalidade de turismo pode ser praticada por um indivíduo ou por um grupo de indivíduos organizados que busquem esse objetivo. Ribeiro (2010, p. 8) define turismo religioso como sendo o

conjunto de atividades com utilização parcial ou total de equipamentos e realização de visitas a receptivos que expressem sentimentos místicos ou suscitem fé, esperança e caridade aos crentes ou pessoas vinculadas a religiões.

O turismo religioso, portanto, é uma categoria do turismo que tem por principal motivação a fé onde o turista busca conhecer a história, imagem, milagres ou santuários construídos em referência a alguma personalidade de cunho religioso, bem como participação em eventos do mesmo ramo.

Salienta-se, ainda, que o turismo religioso não é apenas exclusivo para quem busca somente esses objetivos, qualquer indivíduo pode usufruir de um equipamento turístico religioso, como afirma Arnt (2006, p. 22) que

o turismo religioso não é apenas de religiosos, nem de religião. É um turismo motivado pela religiosidade, pela cultura religiosa. Portanto, onde quer que essa cultura se manifeste – seja na área rural, natural ou urbana, seja no cotidiano ou em momentos festivos – poderá existir um turismo religioso (com ou sem profissionalismo).

A reflexão sobre os diversos públicos do turismo religioso é fundamental para compreender que existem outras motivações para a viagem, tendo em vista que as construções espaciais de ambientes religiosos, em sua maioria, possuem uma infraestrutura adequada, além desses espaços apresentarem sobre a história da localidade e de importantes atores sociais. Enfatiza-se que, independente do turista ser religioso ou não, ambos buscam conhecer o atrativo sem deixar de lado o conforto proporcionado pelo mercado turístico, fazendo com que esses viajantes motivados por diferentes razões utilizem produtos comuns – a hospedagem, os equipamentos de alimentos e bebidas, segurança, dentre outros (ARNT, 2006).

Tendo o turismo esse valor de expressão das simbologias, o que gera um fluxo devido ao atrativo atender grandes públicos, o espaço sociocultural sofre mudanças em decorrência desse acontecimento, isto é, cria-se uma infraestrutura de recebimento e apoio turístico contribuindo para uma maior abertura de empresas e áreas de convívio social. O desenvolvimento local é aquele que segundo Coriolano (2012, p. 64) “é realizado em pequenos lugares de forma participativa, levando as mudanças socioculturais, com caráter endógeno”, pois esse tipo de desenvolvimento visa à inclusão da sociedade em todo seu processo, onde a população participa junto ao órgão promotor das tomadas de decisões e no desenvolvimento dos trabalhos.

Assim, o turismo como sendo uma atividade de geração de emprego e renda que traz impactos imediatos quando bem planejado e pensado em longo prazo, produz melhoria na qualidade de vida da população e proporciona a intensificação das relações sociais entre população local e turista. Do mesmo modo, quando a atividade turística é exercida sobre uma comunidade, usa-se o espaço ou os costumes locais de uma maneira particular para que esse movimento desperte interesse nos possíveis visitantes, isto é, criando-se um atrativo, um diferencial competitivo no mercado turístico.

O turismo como instrumento de desenvolvimento e de crescimento sócio-espacial faz com que essa atividade articule mudanças no espaço, principalmente no espaço que essa prática se apropria. Cruz (2008, p. 11), afirma que “o uso turístico do espaço leva à formação do que temos habitualmente chamado de território turístico, quer dizer, porções do espaço geográfico em que a participação do turismo na produção do espaço foi e ainda é determinante”. Grande produtor desses espaços turísticos, o Estado, incentiva empresas privadas fornecendo facilidades como a isenção de impostos para que ocupem esses espaços objetivando a atividade turística como principal fim. O nordeste brasileiro é exemplo claro da atuação da União na promoção do desenvolvimento turístico junto com os governos estaduais na construção de infraestrutura básica e de acesso, além de conceder incentivos fiscais e financeiros às instituições privadas (CRUZ, 2008).

Para que o desenvolvimento local é necessário que aja a igualdade entre os níveis políticos e econômicos. Ao mesmo tempo, a inserção da comunidade nos processos decisórios gera uma difusão

de conhecimentos, tendo em vista que a comunidade irá tomar conhecimento dos problemas, propor soluções e tentar resolvê-los em conjunto com os agentes econômicos e poder público. Nesse sentido, o desenvolvimento local não busca apenas o aumento dos lucros por parte dos empresários, mas também a melhora da qualidade de vida da população. O crescimento econômico nem sempre trará uma boa qualidade de vida para a comunidade, podendo tomar o rumo contrário com o aumento da violência, banalização dos espaços e a destruição do meio natural (Corrêa e Mariani, 2009).

O desenvolvimento local é intrínseco ao turismo, pois a apropriação comunitária no planejamento e mercado de trabalho faz com que o turismo transforme-se em um agente gerador de emprego e renda, levando em consideração o conhecimento que a população tem do espaço explorado pela atividade turística. O respeito e a valorização da cultura também são fortes premissas do desenvolvimento local e do turismo, levando em consideração que ambos são promotores de uma melhor qualidade de vida e promoção de oportunidades para todos (Corrêa e Mariani, 2009). O turismo, então, possui papel fundamental na valorização espiritual dos indivíduos que praticam esse tipo de turismo, tendo em vista as inúmeras peregrinações que ocorrem durante todo o ano, onde o turista tem um objetivo traçado de conhecer aquele ambiente, valorizando o local e fazendo dele seu espaço de repouso espiritual contemplando uma forma simbólica religiosa com suas preces e agradecimentos, além de usufruir da cultura local e dos outros setores da cadeia produtiva do turismo.

Tomando-se os valores espirituais como simbólicos já que a fé sempre esteve presente na sociedade, observa-se que o símbolo segundo Laplantine e Trindade (1997, p. 14) “é um sistema que não substitui qualquer sentido, mas pode efetivamente conter uma pluralidade de interpretações”, ou seja, a religiosidade como símbolo deriva de interpretações de acordo com a intensidade da fé e/ou necessidades de cada indivíduo que manifesta-se nas formas simbólicas representando-se no social na devoção identificando um conjunto cultural.

Construídas pela sociedade as formas simbólicas sinalizam a relação que o homem tem com o simbólico, isto é, todos possuem uma origem simbólica (o mito, a religião, a ciência, entre outros), diferenciando na interpretação dada por cada indivíduo. Corrêa (2007, p. 1), assegura que as formas simbólicas “são representações da realidade, resultantes do complexo processo pelo qual os significados são produzidos e comunicados entre pessoas de um mesmo grupo cultural”, ou seja, as formas simbólicas, sejam elas materiais ou imateriais, são resultados das manifestações espontâneas de uma sociedade, onde cada indivíduo encontra-se identificado naquela simbologia fazendo com que o sentimento de pertencimento ao lugar mostre-se presente.

As formas simbólicas, por sua vez, tomam forma no espaço. Templos, estátuas, monumentos, procissões, festejos religiosos são modelos de formas simbólicas espaciais, em Santa Cruz encontramos a Matriz de Santa Rita de Cássia existente desde a definição da Santa como padroeira do município. A construção inicial era uma capela, mas passou por reforma e se transformou em uma Matriz que conta com amplo espaço interno, centro de oração, espaço para coral e banda e capacidade para aproximadamente mil pessoas, como visualizado na Figura 01.

FIGURA 01 – MATRIZ DE SANTA RITA DE CÁSSIA

Fonte: Francisco Xavier, 2015.

Corrêa (2007, p. 3), coloca que as formas simbólicas “podem incorporar os atributos já conferidos aos lugares e itinerários, como estes podem, por outro lado, beneficiar-se ou não da presença das formas simbólicas”, isto é, quando a forma simbólica se materializa no espaço ela necessariamente constitui-se em um lugar gerando um fluxo. Destaca-se que a forma simbólica contém três tipos de localização: a absoluta, a relativa e a relacional.

Na localização absoluta tenciona-se para a memorialização, celebração da simbologia por parte da sociedade, já na localização relativa objetiva-se remeter as mensagens que a forma simbólica deseja transmitir, isto é, quais interpretações serão tomadas pelos indivíduos de acordo com a intenção da representação simbólica, e, na localização relacional representa significados diferentes, pois ela denota o valor que é dado a um espaço opondo-se a outro, fazendo a diferenciação dos espaços por meio da utilização destes, por exemplo uma apresentação de pastoril diferencia-se de uma missa, ambos são realizados em espaços diferentes e têm objetivos diferentes (CORRÊA, 2007).

A forma simbólica abordada nesse estudo é a religiosa que é apresentada no espaço por meio de templos, cores, manifestações que caracterizam a paisagem. O pensamento religioso é carregado de componentes míticos que dão sentidos mágicos aos espaços. Assim, ao denotar significado ao espaço a representação simbólica faz a diferença de um espaço que é para outro que não é de caráter religioso dando uma particularidade ao espaço (SILVA e GIL FILHO, 2009). Os monumentos religiosos, por sua vez, carregam sentidos políticos e sociais capazes de marcar no espaço uma visibilidade social inerente à religião e, principalmente, conduzem a identidade de um povo, exemplo desse apontamento é o Cristo Redentor localizado no Rio de Janeiro que em 1931, data da inauguração, reafirma o Brasil como um país católico (CORRÊA, 2007).

O monumento não é apenas um objeto estético ele anuncia, também, um sentido político, transmitindo mensagens em formas simbólicas. O objetivo de um monumento é reforçar a identidade de uma sociedade ou enfatizar conquistas, celebrando vitórias. Os monumentos são construídos igualmente para acentuarem um *status*, expressando valores e poder. Segundo Corrêa (2005), os monumentos são

formas simbólicas grandiosas como estátuas, obeliscos, colunas e templos. Representações materiais de eventos passados integram o meio ambiente

construído, compondo de modo marcante a paisagem de determinados espaços públicos da cidade.

Assim, essas grandes construções são interpretadas pela notória evidência que elas possuem, dando ênfase em alguma forma simbólica, seja ela de tendência religiosa ou social. O simbólico está presente na humanidade há muito tempo, na cultura veem-se as pinturas rupestres que simbolizavam o cotidiano e, também, na forma de cerimônias em culto ao divino. Traduzido nas artes, dança, música, monumentos às formas simbólicas hoje são verdadeiros objetos de consumo na sociedade atual (GASTAL, 2005).

A Figura 02 representada a seguir mostra-nos o monumento de Santa Rita de Cássia que está localizada em Santa Cruz/RN evidenciando uma forma simbólica de cunho religioso, especificamente católico. Associada a santa católica, o monumento alcança dimensões internacionais em virtude do amplo acesso a informação, tendo em vista que Santa Rita de Cássia foi canonizada em 1900 tornando-se notória sua personalidade em todo mundo.

FIGURA 02 – ALTO DE SANTA RITA DE CÁSSIA



Fonte: Francisco Xavier, 2015.

O complexo usa essa forma simbólica espacial para a promoção do turismo comercializando a imagem da estátua, Santana (2009, p.101) disserta que “a imagem construída para venda costuma vir marcada pelos interesses das instituições e do empresariado da área, bem como, em menor medida, pelos interesses dos residentes”, esse interesse comercial é comum no turismo tendo em vista que se trata de uma atividade econômica.

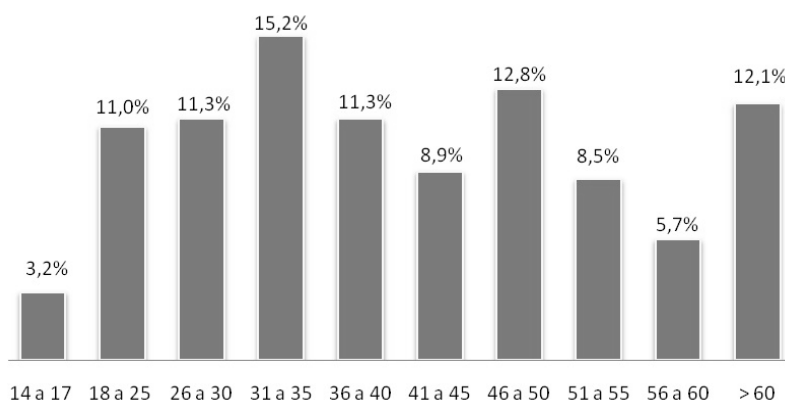
Assim, seja pela devoção ou até mesmo curiosidade, a estátua motiva um considerável fluxo de visitantes nos finais de semana, feriados e, principalmente, entre os dias quatorze e vinte e dois do mês de maio devido a comemoração à Santa Rita com promoção de novenas, festas populares e religiosas, bancas de artesanato, exposição de atividades culturais locais, dentre outras opções de lazer. Observa-se, portanto, que ao promover tantos eventos evidencia-se que nesse período do ano o município intensifica sua economia devido ao intenso movimento de turistas consumindo os produtos disponibilizados pelo *trade* turístico.

TURISMO E DESENVOLVIMENTO LOCAL EM SANTA CRUZ

O turismo tem como principal característica a viagem, sem ela não existe turismo. O indivíduo que viaja, saindo do seu lugar habitual e que se dispõe a vivenciar novas realidades acaba por praticar turismo. Sendo assim, em 2013 o SEBRAE fez um levantamento para identificar o perfil doromeiro

em Santa Cruz, tendo em vista que o município trata-se de um polo religioso, o romeiro é o perfil encontrado no município dentre os tipos de turistas que viajam pelo mundo. O gráfico abaixo identifica a faixa etária dos turistas.

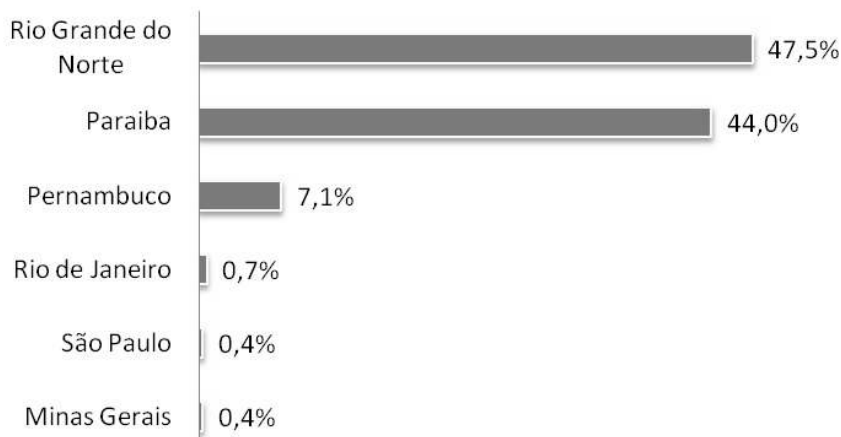
GRÁFICO 01 – FAIXA ETÁRIA



Fonte: SEBRAE, 2013.

De acordo com o gráfico 01 observa-se que 15,2% dos entrevistados possuem uma faixa etária de 31 a 35 anos de idade, seguidos de 12,8% entre 46 e 50 anos de idade e 12,1% com mais de 60 anos de idade. Isso mostra que o público que visita o município possui certa maturidade e que as atividades desenvolvidas por esses indivíduos voltam-se para um caráter mais sério.

GRÁFICO 02 – PROCEDÊNCIA DOS TURISTAS



Fonte: SEBRAE, 2013.

Por se tratar de um atrativo relativamente novo, o Alto de Santa Rita, tem maior notoriedade no estado do Rio Grande do Norte, seguido dos estados mais próximos como a Paraíba e Pernambuco, como é visível no gráfico 02. Por outro lado, já observa-se uma pequena movimentação de pessoas da região sudeste para o município, o que já denota uma disseminação de informações.

GRÁFICO 03 – PONTOS POSITIVOS PARA A EMPRESA

Fonte: SEBRAE, 2013.

Levando em consideração o fluxo de indivíduos nos finais de semana e no período de festas em comemoração a Santa Rita, os empresários, dentre as opções apresentadas, afirmam que aumentaram-se o número de clientes, conseqüentemente o aumento do faturamento e das vendas, como mostra o gráfico 06.

QUADRO 01 – INDICADORES DE DESEMPENHO PARA A VARIAÇÃO DE INDICADORES EMPRESARIAL EM FUNÇÃO DO TURISMO RELIGIOSO.

Indicadores	Aumentou
Número de empregados	7,40%
Faturamento	26,50%
Custos de produção	14,00%
Satisfação do cliente	23,50%
Nível de estoque	21,30%
Produção de bens ou serviços	19,10%
Aceitação do produto no mercado	25,00%
Desempenho em relação aos concorrentes	19,10%
Adequação física / Layout	19,90%
Parceria com clientes	25,70%
Parceria com fornecedores	18,40%

Fonte: SEBRAE, 2013.

No quadro 01, pode-se verificar alguns indicadores de desempenho em função do turismo religioso, observa-se que até 2013, o número de empregados aumento 7,4%. Tais indicadores empresariais refletem na qualidade de vida da população, pois o aumento das atividades comerciais proporciona mais emprego e geração de renda para a população.

No que tange a qualidade de vida populacional, com base em uma análise observacional do município, percebe-se que houve um aumento populacional e, conseqüentemente, novos bairros surgiram e foram criados novos espaços de lazer públicos de convívio social. Já sobre o espaço urbano de Santa Cruz, visualizou-se algumas modificações como o surgimento de novas áreas de lazer, como a

Praça da Bíblia (Figura 03), o Parque Ecológico João Bezerra de Farias (Figura 04), e a aparição de novos bairros como é o caso do bairro Nova Santa Cruz e expansão de outros, como por exemplo, o bairro Maracujá.

FIGURA 03 – PRAÇA DA BÍBLIA



Fonte: Francisco Xavier, 2015.

FIGURA 04 – PARQUE ECOLÓGICO JOÃO BEZERRA DE FARIAS



Fonte: Francisco Xavier, 2015.

Visualizou-se ainda que após a construção do complexo turístico outros espaços de lazer público passaram por reforma em sua infraestrutura, exemplo desse processo foi a reforma e ampliação da Praça Coronel Ezequiel Mergelino de Souza localizada no centro do município, como mostra a Figura 05.

FIGURA 05 – PRAÇA CORONEL EZEQUIEL MERGELINO DE SOUZA

Fonte: Francisco Xavier, 2015.

A ampliação desses espaços de lazer públicos geram satisfações na comunidade local, pois com a chegada da atividade turística no município estes espaços passaram por reformas para deixar os ambientes mais adequados à acessibilidade e a mobilidade urbana. Em 2000, segundo o IBGE (2010), Santa Cruz tinha um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal de 0,513 e em 2010 esse índice saltou para 0,635. Em 2012, o principal motor do Produto Interno Bruto do município foi o setor de serviços, setor este onde o turismo encaixa-se, contribuindo com um montante de R\$ 191.518,00, seguido da indústria com R\$ 21.271,00 e agropecuária R\$ 7.295,00, ou seja, percebe-se que o serviço é o setor que mais emprega a população devido a sua expressividade perante aos outros setores analisados pelo IBGE.

CONCLUSÃO

As formas simbólicas denotam motivação no turismo, é por meio da construção de atrativos místicos que incitam a fé ou a curiosidade que milhões de pessoas deslocam-se para conhecer grandes monumentos. A transição de pessoas não residentes em lugares turísticos cria um fluxo flutuante capaz de mobilizar a estrutura econômica e social de uma localidade proporcionando maiores índices de qualidade de vida, econômico e social. Santa Cruz teve o Complexo Turístico Alto de Santa Rita de Cássia em 2010 e desde então o número de empresas e microempresas aumentou, gerando mais emprego e aperfeiçoamento da qualidade dos produtos e serviços. Não obstante da atual realidade, o município incentiva a promoção do turismo com a instalação de um teleférico que ligará pessoas do centro da cidade até o alto do complexo onde a estátua está localizada.

O surgimento de novos bairros, de novos empreendimentos e de novas oportunidades com a chegada de turistas motivados a conhecer a forma simbólica disponível no município agrega um fomento ao desenvolvimento local, isto é, ao promover o simbolismo da fé focalizado na religião católica, o município recebe grandes fluxos nos finais de semana e entre os dias treze e vinte e dois de maio com a promoção das festividades. Assim, pode-se observar que as formas simbólicas fomentam o desenvolvimento local em Santa Cruz/RN. Tendo em vista a utilização massiva dessa ferramenta pra a promoção do turismo religioso que, por sua vez, mobiliza um considerável contingente de fiéis e curiosos.

Cabe salientar que sem o devido planejamento a prática do turismo cultural nas áreas urbanas pode acarretar na privatização dos ambientes segregando comunidade e turista, bem como a perda do significado de todo acervo para a população local (CARVALHO, 2010).

A população local por muitas vezes é posta a margem devido aos interesses imediatos dos grandes empresários do turismo e da gestão pública, que em virtude da falta de planejamento e

tomando medidas em curto prazo as esquecem e não as insere devidamente para juntos retirarem os benefícios da ação do turismo em uma localidade. Em Santa Cruz, tomou-se a construção do complexo turístico religioso para, principalmente, firmar de vez nomes políticos no município atravessando questões sociais e para incrementar o município em roteiros turísticos religiosos que deslocam massivamente um considerável contingente de turistas.

O planejamento é fundamental para organização e aproveitamento dos recursos gerados pela extração turística da religiosidade e simbologia. Sugere-se, então, que a gestão pública envolva mais a comunidade local com o oferecimento de cursos de capacitação para guia de turismo e a realização de festivais regionais envolvendo os municípios vizinhos para agregar valor à cultura regional e local. Quanto à iniciativa privada a inserção da população na cadeia produtiva do turismo dar-se-ia com a oferta de emprego.

É necessário, também, que população organiza-se em associações para o melhor rendimento dessas atividades, pois quando uma ação é bem planejada ela visa melhor todos os seus componentes deixando as desigualdades para trás. Por fim, é cabível salientar que a inserção dessa população nas atividades turísticas requer paciência e disciplina, pois ao planejar cursos de capacitação, oferta de empregos e eventos objetiva-se que a comunidade sinta-se motivada e continuarem a fazer os trabalhos visando o longo prazo das atividades planejadas.

REFERÊNCIAS

- ARNT, Lionara. **Peregrinação x turismo religioso**: um estudo de caso no santuário de Azambuja – Brusque, SC. 126 f. Dissertação (Pós-Graduação *Stricto Sensu* em Turismo e Hotelaria) – Universidade Vale do Itajaí, Balneário Camboriú – SC, 2006.
- BRASIL. Ministério do Turismo. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação. **Turismo cultural**: orientações básicas. 3 ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010, 96 p.
- CARVALHO, Karoliny Diniz. Lugar de memória e turismo cultural: apontamentos teóricos para o planejamento urbano sustentável. **Revista de Cultura e Turismo**. v. 4, n. 1, p. 15-31, jan. 2010.
- CORIOLOANO, Luzia Neide. In: A contribuição do turismo ao desenvolvimento local. **Turismo, espaço e estratégias de desenvolvimento local**. João Pessoa: Editora Universitária da UFPB, 2012.
- _____; LEITÃO, Claudia. Turismo, cultura e desenvolvimento entre sustentabilidades e (in)sustentabilidades. **Passos – Revista de Turismo y Patrimônio Cultural**. v 6. n 3. p. 467-479. 2008.
- CORRÊA, Cynthia Cândida; MARIANI, Milton Augusto Pasquotto. A importância do turismo no espaço rural para o desenvolvimento regional e local. **Revista Científica da Ajes**. v 2. n 4. mai/ago. 2011.
- CORRÊA, Roberto Lobato. **Formas simbólicas e espaço**: algumas considerações. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007.
- _____. Monumentos, política e espaço. **Scripta Nova: Revista Eletrônica de Geografia y Ciencias Sociales**. v. 9, n. 183, fev. 2005.
- CRUZ, Rita de Cássia Ariza da. **Geografias do turismo de lugares a pseudo-lugares**. São Paulo, Roca: 2008.
- GASTAL, Susana. **Turismo, imagens e imaginário**. São Paulo: Aleph, 2005.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE PLANEJAMENTO E TRIBUTAÇÃO. **Empresômetro**. Disponível em: < <http://empresometro.cnc.org.br/Estatisticas#> > Acesso em: 14 mar 2015
- LAPLANTINE, François; TRINDADE, Liana. **O que é imaginário**. São Paulo: Brasiliense, 1997.

MARCONI, Maria de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa:** planejamento e execução de pesquisa, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Introdução à metodologia da pesquisa em turismo.** São Paulo: Roca, 2005.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2 ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RIBEIRO, Cristiane Menezes. Turismo religioso: fé, consumo e mercado. **Revista Facitec.** v. 5, n. 1, p. 1-37, ago-dez, 2010.

SANTANA, Agustín. **Antropologia do turismo:** analogias, encontros e relações. São Paulo: Aleph, 2009.

SEBRAE. **O turismo religioso e o impacto nas mpes em Santa Cruz/RN.** Natal/RN. maio, 2013.

_____. **Perfil do romeiro.** Natal/RN. maio, 2013.

SILVA, Alex Sandro da; GIL FILHO, Sylvio Fausto. Geografia da religião a partir das formas simbólicas em Ernst Cassirer: um estudo da Igreja Internacional da Graça de Deus no Brasil. **Revista de Estudos da Religião.** p. 73-91, jun. 2009.