

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA
CURSO DE TURISMO

RENAN FERREIRA COSTA

O FESTIVAL HALLELUYA: uma análise comparativa entre Fortaleza/CE e São Luís/MA
no ano de 2014

São Luís

2015

RENAN FERREIRA COSTA

O FESTIVAL HALLELUYA: uma análise comparativa entre Fortaleza/CE e São Luís/MA
no ano de 2014

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da
Universidade Federal do Maranhão, para
obtenção do Grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof^a. Ma. Marilene Sabino Bezerra

São Luís

2015

RENAN FERREIRA COSTA

O FESTIVAL HALLELUYA: uma análise comparativa entre Fortaleza/CE e São Luís/MA
no ano de 2014

Monografia apresentada ao Curso de Turismo da
Universidade Federal do Maranhão, para
obtenção do Grau de Bacharel em Turismo.

Aprovado em: ____ / ____ / ____

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Ma. Marilene Sabino Bezerra (Orientadora)
Mestra em Sustentabilidade de Ecossistemas
Universidade Federal do Maranhão

1º Examinador

2º Examinador

A Deus, por sua misericórdia infinita.

Aos meus pais, por terem me presenteado com
a vida.

E ao meu irmão por seu coração bondoso.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar direciono meu agradecimento a Deus; obrigado pela inspiração e motivação para realizar este trabalho científico.

Aos meus pais Luciléa de Nazaré Rodrigues Ferreira e Joãomilson Barbosa Costa, que a sua maneira me marcaram profundamente com seus ensinamentos e testemunhos de vida. Mas, sobretudo minha mãe que com sua garra e fibra me ensinou a não desistir de mim mesmo e me amou de forma incondicional.

Ao meu irmão Ricardo Ferreira Costa, que assumiu por diversas vezes a paternidade sobre minha vida, me ensinando principalmente na pedagogia do silêncio e das atitudes que transformam vidas.

A Igreja Católica Apostólica Romana que me recebeu através do sacramento indissolúvel do batismo. Ao ministério Universidades Renovadas. A Comunidade Católica Shalom de São Luís, principalmente nas pessoas de Uerley Soares e Francisco (Kiko) que rezaram comigo e me prepararam espiritualmente. A Comunidade Católica Shalom de Fortaleza, principalmente na pessoa de Alexandre Gurgel, que me recebeu em sua casa em Fortaleza/CE e deu todas as condições para realização deste desafio.

A Solange Fernandes Costa Rodrigues, por me acolher como um filho e me auxiliar no caminho de volta a mim mesmo. Ao Padre Djalma Lúcio por sua acolhida e fé.

Aos amigos Rafael Tavares, por todo auxílio, Fernanda Otelo, por acreditar em meu potencial, Ana Jéssica Côrrea por seu caráter, Mara Moreira, por me socorrer, Rayane Monteiro, por sua disponibilidade, Anderson Barros por nossas reflexões revigorantes, Junior Brasileiro, Daniel Alves, Márcio Moreira por me servirem de inspiração, Nivaldo Junior por sua integridade e a Débora Cristina que também aceitou o desafio de escrever sobre o Festival Halleluya.

A minha ilustre e nobre orientadora, prof. Marilene Sabino Bezerra. Grato pelo exemplo de profissional.

Citar nominalmente todos meus amigos de graduação e professores, seria um prazer, porém, poderia cometer erros, esquecendo-me de algum nome. Sendo assim, dedico minhas ações de graças aos meus companheiros de jornada do curso de Turismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), especialmente, os professores: Ander Miranda, David Bouças, Rosélis Câmara e Saulo Ribeiro.

“E aqueles que pisam nos teus sonhos
Que aproveitem a sensação
O teu triunfo é momentâneo, mas o vazio na alma, não.”

Banda de rock Fresno

RESUMO

Estudo acerca do Festival Halleluya como fator de influência no Turismo Cultural: uma análise comparativa entre Fortaleza/CE e São Luís/MA no ano de 2014, apresenta-se discussões teóricas pertinentes e complementares quanto aos segmentos do turismo de eventos, cultural e religioso. O trabalho tem como objetivo identificar aspectos culturais, organizacionais e estruturais do Festival Halleluya, visando à realização de uma análise comparativa entre o evento realizado nas localidades de Fortaleza/CE e São Luís/MA. Aborda-se o crescimento do turismo cultural como fator de desenvolvimento de uma localidade, por meio do deslocamento de um grande número de pessoas, em busca de eventos realizados, com enfoque, nas áreas culturais e religiosas. Realizou-se pesquisa documental, bibliográfica e de campo, que formaram a base para a pesquisa exploratória e da análise comparativa com base nos dados obtidos com os gestores dos eventos e participantes em Fortaleza/CE e São Luís/MA. Utilizou-se como instrumentos de pesquisa os questionários mistos, com perguntas abertas e fechadas, junto ao público participante dos eventos, e as entrevistas roteirizadas, junto aos organizadores. A pesquisa de campo apresentou resultados relevantes que geraram dados expostos nesse estudo, apontando que o Festival Halleluya Fortaleza/CE, em diversos quesitos, está à frente do Festival Halleluya São Luís/MA.

Palavras-chave: Festival Halleluya. Turismo Cultural. Eventos. Turismo Religioso.

ABSTRACT

Study of the Halleluya Festival as a factor of influence in Cultural Tourism: a comparative analysis between Fortaleza / CE and São Luís / MA in 2014, presents relevant and complementary theoretical discussions about the segments of events tourism, cultural and religious. The work aims to identify cultural, organizational and structural aspects of Halleluya Festival, aiming to carry out a comparative analysis between the events of Fortaleza / CE and São Luís / MA. It addresses the cultural tourism growth as a location factor of development, through the displacement of a large number of people in search of events held, focusing, cultural and religious areas. He conducted desk research, literature and field, which formed the basis for the exploratory and comparative analysis research based on data obtained with the managers of the events and participants in Fortaleza / CE and São Luís / MA. It was used as research tools mixed questionnaires, with open and closed questions, with the participating public events, and scripted interviews with the organizers. The field research showed significant results that have generated data presented in this study, pointing out that Halleluya Festival Fortaleza / CE on several questions, is ahead of Halleluya Festival São Luís / MA.

Keywords: Halleluya Festival . Cultural Tourism. Events . Religious Tourism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Acamp's.....	34
Figura 2	Renascer.....	34
Figura 3	S.V.E.S (Seminário de Vida no Espírito Santo).....	34
Figura 4	Anazopiren.....	35
Figura 5	Congresso de Artes Shalom.....	35
Figura 6	Congresso de jovens Shalom.....	36
Figura 7	Papa João Paulo II e Moyses Azevedo.....	37
Figura 8	Primeira Lanchonete da Comunidade Católica Shalom.....	37
Figura 9	Reconhecimento canônico a nível pontifício	38
Figura 10	Diaconia – Governo geral da Comunidade Shalom.....	41
Figura 11	Condominio Espiritual Uirapuru.....	42
Figura 12	Festival Halleluya.....	43
Figura 13	Palco Central.....	44
Figura 14	Espaço da Misericórdia.....	45
Figura 15	Espaço Cultural.....	45
Figura 16	Construtores da Sociedade.....	46
Figura 17	Espaço <i>Adventure</i>	46
Figura 18	Halleluya <i>Kids</i>	47
Figura 19	Perspectiva Festival Halleluya 2014.....	47
Figura 20	Recorde de público Halleluya Fortaleza.....	50
Figura 21	Projeto Arquitetônico do Halleluya São Luís/MA 2013.....	51
Figura 22	Festival Halleluya São Luís/MA 2014.....	51
Figura 23	Espaço da Misericórdia São Luís.....	52
Figura 24	Halleluya kids São Luís/MA.....	53
Figura 25	Hemomar.....	54

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1	Sexo – Fortaleza/CE.....	59
Gráfico 2	Sexo – São Luís/MA.....	59
Gráfico 3	Faixa Etária – Fortaleza/CE.....	60
Gráfico 4	Faixa Etária – São Luís/MA.....	61
Gráfico 5	Cidade e Estado – Fortaleza/CE.....	62
Gráfico 6	Cidade e Estado – São Luís/MA.....	63
Gráfico 7	Nível de escolaridade – Fortaleza/CE.....	64
Gráfico 8	Nível de escolaridade – São Luís/MA.....	64
Gráfico 9	Gasto médio – Fortaleza/CE.....	65
Gráfico 10	Gasto médio – São Luís/MA.....	66
Gráfico 11	Frequência – Fortaleza/CE.....	67
Gráfico 12	Frequência – São Luís/MA.....	67
Gráfico 13	Motivação – Fortaleza/CE.....	68
Gráfico 14	Motivação – São Luís/MA.....	68
Gráfico 15	Divulgação– Fortaleza/CE.....	69
Gráfico 16	Divulgação– São Luís/MA.....	70
Gráfico 17	Avaliação– Fortaleza/CE.....	71
Gráfico 18	Avaliação– São Luís/MA.....	71
Gráfico 19	Pontos Turísticos – Fortaleza/CE.....	72
Gráfico 20	Pontos Turísticos – São Luís/MA.....	72
Gráfico 21	Denominação Religiosa – Fortaleza/CE.....	73
Gráfico 22	Denominação Religiosa – São Luís/MA.....	74
Gráfico 23	Pontos positivos do evento – Fortaleza/CE.....	75
Gráfico 24	Pontos positivos do evento - São Luís/MA.....	76
Gráfico 25	Pontos negativos do evento – Fortaleza/CE.....	77
Gráfico 26	Pontos negativos do evento - São Luís/MA.....	77
Gráfico 27	Sugestões e críticas - Fortaleza/CE.....	78
Gráfico 28	Sugestões e críticas – São Luís/MA.....	79

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	11
2	TURISMO.....	13
2.1	Abordagem conceitual de turismo.....	13
2.2	Importância da atividade na sociedade pós-industrial.....	15
2.3	Segmentação turística.....	18
2.3.1	Turismo Cultural.....	20
2.3.2	Turismo Religioso.....	23
3	EVENTOS.....	25
3.1	Definição de eventos.....	25
3.2	Classificação dos Eventos.....	27
3.3	Relação da atividade com o turismo.....	30
4	FESTIVAL HALLELUYA.....	33
4.1	Comunidade Católica Shalom: um breve histórico.....	33
4.2	Estrutura Organizacional da Comunidade Católica Shalom.....	40
4.2.1	Conselho Comunitário, Conselho Administrativo e Coordenadores.....	40
4.3	Festival Halleluya: um panorama geral.....	41
4.3.1	A estrutura do evento.....	43
4.3.2	Festival Halleluya em Fortaleza/CE.....	47
4.3.3	Festival Halleluya em São Luís/MA.....	50
5	METODOLOGIA.....	55
5.1	Tipo de pesquisa.....	55
5.2	O universo da amostra.....	56
5.3	Instrumentos de coleta de dados.....	57
5.4	Limitações da pesquisa.....	58
6	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	59
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	81
	REFERÊNCIAS.....	83
	APÊNDICES.....	88

1 INTRODUÇÃO

O Turismo é uma atividade importante para o desenvolvimento de uma localidade, uma vez que esta possua uma estrutura, política, ambiental, educacional, hoteleira, logística, alimentícia e sócio-cultural, preparada para receber demanda turística. O Turismo está entre as quatro maiores atividades econômicas do mundo, gerando milhares de empregos. Trata-se de uma atividade econômica que representou, no ano de 2011, o equivalente a 3,6% do PIB brasileiro, superando a marca dos R\$ 127 bilhões (BRASIL, 2012a). Contudo, o desenvolvimento do Turismo pode trazer impactos negativos na sustentabilidade econômica, social e ambiental da comunidade, tais como a poluição sonora, da água e visual, invasão de áreas protegidas, especulação imobiliária, crescimento da violência, perda da identidade e cultura local, alterações de padrão de consumo, entre outros.

No entanto, o desenvolvimento turístico é uma expressão que inclui não apenas destinos, origens, motivações e impactos, mas também as ligações complexas existentes entre todas as pessoas e instituições envolvidas neste processo. Por esse motivo, tal processo deve ser acompanhado de um trabalho integrado de planejamento, adotando-se estratégias participativas, voltadas ao envolvimento da comunidade local, a fim de respeitar suas características e peculiaridades.

O Turismo é segmentado em várias áreas a serem trabalhadas, ou seja, pode ser dividido em diversos setores como agenciamento, alimentos e bebidas, recreação, consultoria, gestão de meios de hospedagem, eventos, dentre outros. Bem como ter sua classificação em diversos tipos como de aventura, ecológico, cultural, religioso, de compras, científico, de férias, de eventos.

Atualmente o que mais tem se destacado no mercado é o Turismo de eventos, enfatizando o desenvolvimento do Brasil no setor, o qual em 2008 tornou-se o país líder na América Latina na captação de eventos. Este turismo apresenta vantagens de investimentos, pois, com a chegada do turista à cidade, este geralmente vem acompanhado, tendo assim mais alguém para fazer gastos, frequentando vários estabelecimentos como hotel, restaurantes, bares, áreas culturais, permanecendo no local alguns dias a mais do evento, ou retornando posteriormente com seus familiares para conhecer melhor a localidade.

Desta forma, torna-se relevante o estudo do Festival Halleluya, o qual terá abordagens sobre Turismo cultural e religioso, Turismo de eventos, visando o conhecimento destes para melhor entendimento do tema a ser trabalhado. A pesquisa é inspiradora por se tratar de um trabalho inovador e referir-se a um segmento que está em crescimento. O

trabalho tem como objetivos identificar aspectos culturais, organizacionais e estruturais do Festival Halleluya, conhecer o público-alvo do evento em Fortaleza/CE e em São Luís/MA e realizar uma análise comparativa do evento realizado nas duas localidades.

Assim, para êxito dos objetivos expostos, apresentam-se capítulos inerentes à discussão do presente trabalho, sendo que, no segundo capítulo deste estudo, faz-se uma abordagem conceitual sobre o Turismo, de forma assertiva, apresentando o Turismo ao longo da história até seus conceitos, sua classificação, bem como sua importância na atualidade. O terceiro capítulo trata da questão de eventos, expondo definições e classificações, abordando o Turismo de eventos e explorando o seu funcionamento e relações.

Já o quarto capítulo faz uma explanação sobre a Comunidade Católica Shalom, um breve histórico sobre a comunidade e sua estrutura organizacional, um panorama geral sobre o Festival Halleluya e as estruturas dos eventos em Fortaleza/CE e São Luís/MA. No quinto capítulo é apresentada a metodologia utilizada na pesquisa. O sexto capítulo é o resultado da pesquisa de campo realizada com os gestores do evento, Festival Halleluya 2014, em Fortaleza/CE e São Luís/MA, em que foram aplicadas entrevistas roteirizadas com a equipe de coordenação geral dos eventos e com os participantes dos dois eventos, em que foram aplicados 230 questionários aleatoriamente. O sétimo capítulo trata da seção “Considerações Finais”, havendo uma síntese de todo processo do presente estudo, analisando e dando perspectivas sobre o assunto, finalizando com êxito do objetivo almejado.

2 TURISMO

Neste capítulo é realizada uma breve contextualização histórica do Turismo que irá proporcionar a construção do conceituado de turismo, bem como a importância da atividade na sociedade pós-industrial. Serão abordadas informações referentes à segmentação turística, percebendo que cada autor contribui e complementa para este conceito, facilitando assim uma melhor compressão deste termo. Apresentam-se também as tipologias Turismo Cultural e Religioso, em que se observa a variedade dos mesmos e mostra a importância destas segmentações turísticas na atualidade.

2.1 Abordagem conceitual de turismo

A história das viagens confunde-se com a própria história secular, pois as locomoções sempre aconteceram paralelamente com o desenvolvimento humano. “O homem pré-histórico se deslocava em busca de alimentos e proteção, respondendo aos seus instintos naturais.” (REJOWSKI, 2003, p.17).

Na Antiguidade clássica, mais precisamente na Grécia antiga, o desenvolvimento das viagens floresceu. O mar era um dos principais elementos para movimentação das pessoas e produtos relacionados ao comércio. O povo grego, com algumas exceções, não viajava motivado por lazer. Razões de ordem moral e religiosa parecem ter construído suas motivações.

As viagens dos gregos eram feitas por diversos motivos. Um dos principais era um misto de turismo religioso de peregrinação e turismo de saúde. Além das peregrinações e das viagens, por motivo de saúde, é importante comentar os jogos olímpicos como motivadores de um grande fluxo de viagens de atletas e de público. Barreto (1999) situa-nos enfatizando todo esse contexto esclarecendo que, na Grécia, as pessoas viajavam para ver os jogos olímpicos; outros acreditam que os primeiros turistas foram os fenícios, por terem iniciado as relações comerciais e a transação com moedas; porém, se levar-se em consideração que o ser humano desde tempos, ainda muito mais remotos, empreendiam viagens definitivas ou temporárias, há de se supor, portanto, que a existência do Turismo pode ser muitíssimo mais antiga (BARRETO, 1999).

O florescimento das viagens na Antiguidade clássica alcançou seu apogeu em Roma com o desenvolvimento de uma espécie de “classe média” que favoreceu viagens sazonais e regionais de férias de verão, que posteriormente tornaram-se uma clara evidência

da primeira segmentação de mercado entre destinos. Souto Maior (1990) confirma e nos esclarece pontuando que os romanos foram os primeiros a viajar por prazer. A análise de azulejos, placas, vasos e mapas, declaram que o povo romano ia à praia e a centros de rejuvenescimento e tratamento do corpo, buscando sempre divertimento e relaxamento.

Já na Idade Média a ideologia que motivava as viagens era a emergência do “turismo religioso” coletivo que buscava não o prazer, mas a “porta da eternidade”. Um dos destinos mais desafiadores dessas peregrinações medievais era a ida até Jerusalém, principalmente para as visitas à Igreja do Santo Sepulcro, construída em 326 d.C por Constantino, o Grande. Além de realizações de eventos religiosos (concílios) e comerciais (feiras comerciais), há o deslocamento de pessoas. Segundo a OMT¹, turismo é “Movimento de pessoas a lugar diverso do qual habite por tempo inferior a 360 dias, desde que esta não realize atividades econômicas”. Portanto, Turismo é a realização de viagens para local diverso do qual a pessoa more, a lazer, passeio, negócio, religião ou outra atividade diversa da econômica.

Após o declínio da Idade Média, foi no Renascimento que se assistiu ao surgimento de grandes Universidades, como Oxford, Paris, Salamanca e Bolonha. Foi também nesse período que se realizou o primeiro “show do comércio”, por meio da Feira de Livros de Frankfurt, que permanece até os dias de hoje. (REJOWSKI, 2003)

A partir deste ponto, por volta de 1672, alemães, poloneses, dinamarqueses, holandeses e ingleses levavam em mãos um “guia fiel”. Eram propostos dois circuitos: o *petit tour*, Paris e sudoeste da França, e o *grand tour*, que compreendia também o sul, o sudoeste e Borgonha. Daí surgiu a expressão fazer o *grand tour*, que começou a ser utilizada na Inglaterra nos séculos XVII e XVIII. O ponto alto da viagem para o *grand tourist* era o conhecimento das cidades de Roma, Florença, Nápoles e Veneza. Camargo (2000) faz com excelência a relação a respeito do desenvolvimento do Turismo até o desembocar do *grand tour*. A palavra Turismo provém do latim *tornare* que quer dizer “dar uma volta”, voltar ao ponto inicial; é também derivada da palavra francesa *tour* que tem o mesmo significado; daí formou-se o termo *Grand Tour*, usado pela primeira vez por Richard Lassels, no ano de 1670, em seu livro “Voyage of Italy” (CAMARGO, 2000).

O século XIX foi marcado por profundas mudanças econômicas e sociais, mas o fato mais marcante, foi, sem dúvida, o desenvolvimento do transporte ferroviário e da navegação a vapor inserido no processo provocado pela Revolução Industrial.

¹ Organização Mundial de Turismo

No cenário das mudanças do século XIX, havia a necessidade de um novo tipo de empreendedor para persuadir os potenciais novos clientes de que as viagens eram úteis, criando-se um novo tipo de empresa – as agências de viagens. Mas ainda na década de 1840 apareceu mais um personagem importante: Thomas Cook, que estabeleceu as bases do Turismo, sendo considerado por vários estudiosos como o primeiro operador profissional, o fundador das agências de viagens ou, ainda, o pai do turismo moderno.

Assim Pires (2001 apud SANTANA, 2012, p.16) relata:

Quando Thomas Cook morreu, em 1892, a agência de viagens Cook and Son era a mais importante do mundo. Sua importância, entretanto, está em ter descortinado um novo caminho, como pioneiro que foi. Por esta época, outras 500 agências de viagens encontravam-se em atividade permanente e oferecendo seus serviços de forma profissional.

O desenvolvimento do Turismo no século XX segue a trajetória do final do século XIX, ao lado da evolução dos transportes, das empresas turísticas, dos organismos e entidades nacionais e internacionais, das alterações e mudanças das necessidades, desejos, motivações e possibilidades dos viajantes e turistas e inovando cada vez mais.

Os últimos decênios do século XX, de 1974 a 2000, mostram a verdadeira complexidade e abrangência do Turismo num mundo em constante mutação, onde tudo é questionado, inovado, criado e reformatado.

Assim, diante de todo este arcabouço histórico podemos contribuir expondo que o Turismo pode ser definido como a combinação de fenômenos e relações originados da interação de turistas, empresas, governos locais e comunidades anfitriãs, no processo de atrair e receber turistas e outros visitantes. Goeldner (2002, p.23) destaca:

O Turismo é um composto de atividades, serviços e Setores que proporcionam uma experiência de viagem: estabelecimentos de transporte, hospedagem, alimentação, compras, entretenimentos, locais para atividades e outros serviços de hospitalidade disponíveis para indivíduos ou grupos que estejam viajando para longe de onde vivem.

Por fim, o Turismo é a soma total das despesas turísticas dentro das fronteiras de uma nação ou subdivisão políticas e sociais, ou uma área em torno de uma infraestrutura de transporte de estados ou nações contíguas.

2.2 Importância da atividade na sociedade pós-industrial

Depois do desenvolvimento dessa conjuntura histórica a respeito das viagens, do desenvolvimento do turismo e seu conceito, é de extrema importância o conhecimento desta

atividade na sociedade pós-industrial.

As transformações econômicas, culturais e políticas dos últimos anos foram intensas e abrangentes. O fim da Guerra Fria, o colapso da superestrutura conhecida como Socialismo, a crescente inserção de novas tecnologias como consequência direta da Revolução Industrial transformaram nossa visão de mundo. Dessa forma, sob esse cenário evolutivo da sociedade, o Turismo moderno se transformou em uma atividade de relevância no mundo em termos quantitativos, a partir da produção de um número de deslocamentos, em virtude do avanço tecnológico dos meios de transporte; da geração de empregos e, em alguns casos, da elevação no nível de renda de comunidades, cidades e até países (ANDRADE, 2000).

É interessante que se observe a ordem cronológica de alguns acontecimentos que ocorreram na sociedade e assim favoreceram ao implemento do Turismo, conforme exploraremos a seguir.

Com a criação das agências de viagens na década de 1850, foram publicados guias de viagens que não só forneciam informações sobre as distâncias, às atrações e os caminhos, como explicavam, sobre os locais visitados. Esse fato, além de auxiliar os viajantes, também reforçava socialmente o desejo de viajar, motivando as pessoas a se deslocarem para conhecer outras realidades humanas e locais mais distantes do próprio entorno.

Após a Primeira Guerra Mundial, em 1918, ocorreram diversas transformações significativas no mundo, com ênfase na área tecnológica, a fabricação em massa do automóvel e do ônibus, isto é, novos meios de transporte converteram-se em agentes transformadores do turismo. Santos (2010, p.25) ressalta:

1919 – 1929: período em que ocorreu uma onda ascendente, até que o turismo alcançou o pico em 1919. Iniciou o turismo de massa. Na suíça, em 1919, mais de 2 milhões de visitantes usufruíram da hospitalidade helvética. Na Alemanha, esse período foi denominado de ‘República de Weimar’ com muitas atividades culturais que atraiu muitos jovens do restante da Europa pela efêmera efervescência germânica. A República de Weimar findou em 1933, quando da ascensão de Hitler ao poder. Em 1929, houve a queda repentina das ações das Bolsas de Valores de Nova Iorque, ocasionando uma profunda crise que se espalhou pelo mundo capitalista. O turismo também foi atingido e em 1932 sofreu graves consequências em razão da crise.

Com início em 1930, o ônibus passou a apresentar maior retorno esperado para o investimento financeiro que os trens. Nessa época, os destinos turísticos mais procurados foram os balneários e águas termais e, posteriormente, deram lugar ao alpinismo e acampamentos.

O crescimento tecnológico se deu em paralelo a uma revolução de valores e costumes que ecoaram em diversos setores, até no de serviços, onde se inclui a atividade turística. Neste cenário o Turismo foi forjado em um mercado promissor. Santos (2010, p.26) segue afirmando que: “1933 – 1939: ascensão do Turismo até 1937. Esse fortalecimento na Europa não atingiu a Espanha por causa da Guerra Civil. Em 1939, novamente o decréscimo das correntes turísticas”.

No que concerne a 1949, foi vendido o primeiro pacote de turismo que utilizou o avião como meio de transporte. A partir de 1957, o avião já começou a fazer forte antagonismo aos navios, porque exigia menos tempo de deslocamento e proporcionava preços mais acessíveis. Wainberg (1998, p.42) nos auxilia a compreender esse processo afirmando que:

Em contrapartida, de forma emergente, a atividade turística pós-moderna ganha impulso e se modela aos princípios da sustentabilidade, pois proporciona experiências de grande valor emocional, uma vez que oferece a possibilidade de interação com o meio e a cultura local, promovendo uma ruptura do cotidiano.

Após a Segunda Guerra Mundial em 1950, os trabalhadores reivindicaram mais tempo de lazer e contraíram o direito a férias remuneradas. Desta forma, a melhoria nos meios de transporte, na vida das cidades, o trabalho nas fábricas que substituiu o trabalho doméstico. Foram principais fatores que metamorfosearam o Turismo em um fenômeno mundial de massas. O tempo livre, como percebemos atualmente, surgiu com a transformação das sociedades industriais, singularmente com o advento do consumo de massas – que carece de tempo livre para consumo, do modo que nos retratou Jean Baudrillard (2007) no seu livro “A Sociedade de Consumo” – e com as conquistas trabalhistas. Assim nos mostra Renato Requixa (1976), em 1860, na França, a média semanal de trabalho era de oitenta e cinco horas. Cem anos depois, em 1960, chegou-se a quarenta e oito horas.

Já no período entre 1960 e 1970, a utilização de novas tecnologias pelos agentes de viagens introduziu o uso da Informática em suas empresas. Segundo Oliveira (2002, p.27):

Em 1970, o mundo já contava com um extraordinário número de agências de viagens, de companhias aéreas e de grandes cadeias hoteleiras. A grande concorrência estabelecida entre os meios de transporte, como navios, trens, ônibus e aviões, entre as cadeias hoteleiras e, principalmente entre diferentes países, cada qual querendo atrair para suas empresas e seus territórios maior número de visitantes, fez com que as atrações turísticas fossem divulgadas mundialmente. Os serviços foram aperfeiçoados e os preços reduzidos em razão da forte concorrência comercial.

A partir de 1980, o desenvolvimento tecnológico permitiu que os serviços turísticos, englobando todas as áreas da atividade, passassem a ser mais rápidos, eficientes e mais acessíveis. As telecomunicações, a área de multimídia e a Internet modificaram consideravelmente o setor turístico, impulsionando-o a mudanças principalmente na forma de apresentar o produto, na prestação dos serviços, no comércio e na comunicação, alterando papéis de agentes tradicionais e criando espaços de comercialização e relacionamento.

Dias (2003, p. 20) sobre os avanços tecnológicos no campo da informação e das telecomunicações diz que “[...] com a facilidade de obtenção de informações dos destinos e dos atrativos oferecidos, o turista torna-se mais exigente ao consumir o produto *in loco*, pois recebeu informações amplamente disponibilizadas na Internet”.

Saliente-se a possibilidade de os turistas elaborarem seus próprios pacotes turísticos, incluindo-se reservas em hotéis, voos aéreos, entre outros, com um simples acesso aos sites de turismo, possibilitando ao turista promover uma espécie de “turismo virtual”, onde poderá fazer pesquisas profundas sobre os destinos que o interessem e escolher um deles para visitar.

Contudo, além de suporte tecnológico e das transformações econômicas, o que contribuiu para o aumento das viagens foi a valorização que as pessoas ensejaram ao fazer das atividades ligadas ao lazer, as artes, a cultura, aos contatos internacionais. Neste âmbito, viajar tornou-se mais trivial.

É factível, assim, que diferentes povos, através da atividade turística, passem a compreender o lugar que ocupam no mundo e a ligação que possuem uns com os outros.

De acordo com estudos obtidos em 2012 pela Organização Mundial do Turismo (OMT) indicam a busca por interatividade como uma das tendências para as próximas décadas (BRASIL, 2012b).

2.3 Segmentação turística

Com o ascendente avanço no que se relaciona ao desenvolvimento do Turismo, o que se pode pontuar foi um grande número de indivíduos interessados em conhecer lugares, costumes e pessoas. Então, serviços de viagens elaborados com o objetivo de receber o maior número de adeptos, dando condições, lugares e serviços comuns a todos.

Os próprios consumidores do Turismo perceberam que era necessário que fosse oferecido algo personalizado: a segmentação do mercado turístico. Os turistas escolhem o destino que querem visitar de acordo com as aspirações. Assim, a atividade turística adaptou-

se aos novos apelos de seus consumidores, oferecendo serviços que satisfizessem todos os segmentos sócios.

De acordo com Petrocchi (2004, p.249):

O destino turístico após a escolha dos mercados geográfico, necessita, então conhecer os desejos e necessidades da população da região selecionada. Para tanto a segmentação é uma ferramenta importante, pois divide o mercado em segmentos menores. Por seu intermédio a oferta pode ser estruturada em busca do posicionamento competitivo.

Essa segmentação dá condições para o conhecimento dos principais destinos e tipos de transporte, da composição demográfica dos turistas, como faixa etária e ciclo de vida, nível econômico ou de renda, incluindo a elasticidade-preço da oferta e da demanda, e da sua situação social, como escolaridade, ocupação, estado civil e estilo de vida.

De acordo com Beni (2000), a segmentação do mercado turístico é a melhor maneira de estudá-lo, constituindo-se em técnica estatística que permite decompor a população em grupos homogêneos, e o principal meio disponível de fazê-lo é através do motivo da viagem.

Conforme Middleton (2002, p.114), os negócios no Turismo geralmente voltam sua atenção “[...] a determinados subgrupos de visitantes dentro do mercado total ou segmentos, os quais identificam como as metas mais produtivas para suas atividades de marketing”.

A segmentação é uma das estratégias de Marketing e sua função nesse procedimento tem o objetivo de aglomerar pessoas que tenham comportamentos semelhantes, com a finalidade de direcionar esforços concentrados e especializados de marketing a esse grupo. A partir dessa técnica de agrupar com perfis semelhantes, surgem vários segmentos na atividade turística, dentre os quais se destaca o turismo de evento, o cultural e o religioso.

Ignarra (2003), valendo-se de elementos já mencionados, apresenta sua visão sobre segmentação do mercado turístico.

Quadro 1: Segmentação do mercado turístico.

CrITÉRIOS de segmentação	Segmentos
Idade	Infantil, Juvenil, Meia-idade, Terceira-idade.
Nível de renda	Popular, Classe média, Luxo.
Meio de transporte	Aéreo, Rodoviário, Ferroviário, Marítimo, Fluvial/lacustre.
Duração de permanência	Curta, Média, Longa.
Distância do mercado do consumidor	Local, Regional, Nacional, Continental, Intercontinental.
Tipo de grupo	Individual, Casais, Famílias, Grupos.
Sentido do fluxo turístico	Emissivo, Receptivo.
Condição geográfica da destinação turística	Praia, Montanha, Campo Neve.
Aspecto cultural	Étnico, Religioso, Histórico.
Grau de Urbanização da destinação turística	Grandes metrópoles, Pequenas cidades, Rural, Áreas naturais.
Motivação da viagem	Negócios, Eventos, Lazer, Saúde, Educacional, Esportivo, Pesca.

Fonte: Ignarra (2003)

Este quadro apresenta de forma clara e organizada os critérios e diversos segmentos turísticos. Constata-se que existem muitos segmentos, cada um com suas características específicas, fortalecendo assim a necessidade de organização do mercado turístico.

2.3.1 Turismo Cultural

O interesse pela Cultura sempre fez parte das necessidades humanas, e no contexto atual vem adquirindo relevância no campo da política e da produção econômica, sendo utilizada como recurso possível para alavancar o desenvolvimento socioeconômico em diversas regiões (YÚDICE, 2004).

Turismo cultural pode ser entendido como o acesso aos conhecimentos, costumes, manifestações culturais e também de valorização do patrimônio natural, herdado, construído, além da representação de estilos de vida.

Entretanto este tipo de turismo vai além do conhecimento de uma nova cultura. Segundo Barreto et al. (2003, p.21): “[...] turismo cultural seria aquele que tem como objetivo conhecer os bens materiais e imateriais produzidos pelo homem”. Assim, todas as viagens de qualquer natureza seriam consideradas culturais, porque o Turismo, quando realizado, é pela busca de algum tipo de conhecimento; por esse motivo muitos autores consideram o Turismo

como sendo cultural. Para Oliveira (2002), Turismo cultural é aquele praticado por pessoas em busca de conhecimento da localidade a ser visitada. A atração cultural passou a ser o principal motivador da viagem.

O entendimento do Turismo fundamenta-se nas contradições das relações cotidianas de produção. Sobre a produção de lugares para o Turismo, referenciada por Santos (2012) como “turistificação” de lugares, o autor destaca o papel essencial dessa produção de lugares pelo uso turístico na inserção ou reaquecimento de economias em declínio ou estagnadas.

O Turismo cultural é tido como instrumento de desenvolvimento local, à medida que os recursos disponíveis sejam utilizados preservando a cultura local, gerando um turismo cultural sustentável, que, além disso, contribui para a ascensão da identidade da comunidade e é considerado uma das vertentes mais significativas da dimensão cultural de desenvolvimento.

E de acordo com Irving e Sancho (2005) os fatores que contribuem para o Turismo cultural são a riqueza de variantes, isto é, as interfaces que motiva, os desdobramentos que pode estimular, os efeitos possíveis na construção da cidadania; a valorização da alteridade, a saber, a compreensão da existência de outros patrimônios e ações culturais que, assim como os nossos, merecem igual respeito. E também pelo retorno econômico que propicia e, sobretudo, pelo compromisso que assume com as gerações futuras (IRVING; SANCHO, 2005, p.77).

“O Turismo cultural, como atividade econômica, utiliza elementos sociais, econômicos, ambientais e principalmente culturais”, que, segundo Santos e Antonni (2004), conceituam o mesmo como um dos fenômenos mais importantes dos últimos tempos, pois propicia o contato entre diferentes culturas, a experiência de diferentes situações, e passa por diferentes ambientes, e a observação de diferentes paisagens. Isto possibilita a globalização da cultura. (SANTOS; ANTONINI, 2004, p.101).

O Turismo, como atividade essencialmente espacial, produz e recria os seus espaços. Assim, a atividade turística justifica novos arranjos espaciais e, tradicionalmente, a gastronomia, a hospedagem e o consumo de lazer e de produtos específicos do local definem a formação de espaços para o turismo (CESAR, 2010). O turismo cultural também tem representado uma das mais amplas estratégias de desenvolvimento sustentável.

Contudo, conforme posicionamento de Pimentel (2009), o que faz com que um espaço geográfico seja visto como um espaço turístico? O que torna turístico é uma intencionalidade, uma produção de sentido que faz com que o espaço seja vivido enquanto turístico.

Pensar a produção do espaço para o Turismo a partir da construção do capital cultural pode estimular a solidariedade ao buscar ações coletivas que fortaleçam o uso comunitário dos recursos presentes, tendo em vista que a valorização da cultura local pode propiciar a autoafirmação, a identidade e melhorar as forças produtivas (CUTER; BAPTESTONE, 2010).

O Turismo cultural sustentável pode ser interpretado como uma estratégia que fortalece e melhora a economia, acentua a necessidade de preservação ambiental e cultural (para que as gerações futuras também desfrutem desses bens) e garante a melhoria da qualidade de vida dos moradores do local. Enfim, o trabalho parte do pressuposto de que o Turismo sustentável é um fator importante para o desenvolvimento regional (BENI, 2000).

Neste sentido, o Turismo cultural tem sido parte do desenvolvimento de uma região/localidade e têm contribuído consideravelmente para promover o envolvimento das comunidades com sua história, seus atrativos culturais e sua memória social (LUCAS, 2003).

Em concordância, Oliveira (2006) constatou que a questão cultural é um dos itens que melhor pode contribuir para a valorização das potencialidades coletivas e individuais, favorecendo à plena realização dos anseios comunitários tornando-se o melhor dos vetores de desenvolvimento local, ou seja:

Uma sociedade que confia em sua dinâmica cultural é capaz de estimular o desenvolvimento ao fundamentar-se em uma postura cívica e solidária, na perspectiva de criar energias que ampliem o processo de construção e desenvolvimento do bem-estar coletivo. (OLIVEIRA, 2006, p.56).

Por outro lado a economia tem dificuldade de mensurar e tratar a valoração da produção cultural, isto se deve à complexidade de bens e serviços simbólicos, em grande parte intangível, dificuldade que ganha destaque quando pensamos que em muitos locais este fator, cultura, é o núcleo da produção turística (LEMOS, 2005).

Nesse âmbito, evidencia-se a crescente associação entre Cultura e Turismo. Enquanto prática econômica e fenômeno social, o Turismo apresenta múltiplas possibilidades de consumo dos lugares, variando de acordo com as preferências intrínsecas de cada grupo de visitantes e das vivências que estes elegem como prioritárias durante o seu período de lazer. Em se tratando da prática turística nos espaços urbanos, a atividade contribui no processo de revalorização e potencialização do patrimônio cultural, por meio do estímulo a implantação de projetos e ações de revitalização que tencionam a sua incorporação à dinâmica contemporânea (CARVALHO; REIS; MACEDO, 2010).

2.3.2 Turismo Religioso

O desenvolvimento de práticas religiosas é um importante fator na determinação de locais com potencial turístico. No Brasil, onde a fé católica é predominante, há um número significativo de locais religiosos que atraem viajantes de todo tipo: peregrinos, romeiros, pessoas atraídas pela cultura do espaço religioso. Na maioria das localidades onde existem santuários ou ocorrem manifestações religiosas a infraestrutura para receber os visitantes ainda é precária, muitas vezes devido à pouca compreensão do potencial econômico da visita periódica.

De acordo com Andrade (2000, p.77), denomina-se Turismo religioso 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”.

Outra definição é dada pelo dicionário de turismo de Montaner, Antiach e Arcarons (1998, p.380) para quem o Turismo religioso é a

Atividade turística que consiste em realizar viagens (peregrinações) ou estadas em lugares religiosos (retiros espirituais, atividades culturais e liturgias religiosas, etc.), que, para os praticantes de uma religião determinada, supõe um fervor religioso por serem lugares sagrados de veneração o preceitua segundo sua crença.

Turismo religioso é aquele empreendido por pessoas que se deslocam por motivações religiosas ou para participação em eventos de caráter religioso. Compreendem romarias, peregrinações e visitação a espaços, festas, espetáculos e atividades religiosas.

Segundo Dias (2003, p.17),

O turismo religioso apresenta características que coincidem com o turismo cultural, devido à visita que ocorre num entorno considerado como patrimônio cultural, os eventos religiosos constituem-se em expressão cultural de determinados grupos sociais ou expressam uma realidade histórico-cultural expressiva e representativa de determinada região. Mas também se deve ter em conta que as motivações não são exclusivamente culturais, já que, para falar de turismo religioso, devem estar presentes também as motivações religiosas.

O Turismo religioso é motivado, em maior ou menor grau, pelo aspecto religioso, embora o atrativo turístico-religioso possa adotar diferentes formas, sempre atendendo as necessidades daqueles que buscam o contato com o divino.

O Catolicismo acredita na intervenção dos santos, promessas e votos. Os eventos e localidades produzidos são os santuários, para os quais correm turistas e peregrinos. O calendário católico é rico em festas, datas especiais e outros eventos tradicionais ou

modernos.

Andrade (2000) define Turismo religioso como um conjunto de atividades que, a partir das visitas a localidades religiosas, utilizando parcial ou totalmente determinadas equipamentos, procuram expressar sentimentos místicos, como fé, esperança e caridade nos adeptos/simpatizantes de qualquer religião.

3 EVENTOS

Este terceiro capítulo diz respeito à abordagem de eventos e sua relação com o Turismo. Serão analisadas algumas conceituações de turismo de eventos, percebendo-se que cada autor contribui e complementa para este conceito, facilitando assim numa melhor compreensão deste termo. Apresenta-se ainda a tipologia de eventos, em que se observa uma variedade dos mesmos e mostra-se a importância do turismo de eventos na atualidade.

3.1 Definição de eventos

É de extrema importância o conhecimento de conceituações da palavra evento, já que existe uma diversidade de definições, pois cada autor conceitua de uma forma.

No sentido mais amplo, evento significa acontecimento não rotineiro, fato que desperta atenção e é sinônimo de sucesso, ocorrência, episódio. Para os profissionais que atuam na área, o termo significa especial, planejado e organizado, com nome, local determinado e espaço de tempo predefinido, que reúne pessoas ligadas a interesses comuns (TENAN, 2002). Mas, para interferir no Turismo e em sua dinâmica, um evento precisa ir além da pura e simples reunião de pessoas. Eventos sociais, culturais, profissionais, religiosos, dentre outros, nem sempre significam ou acarretam em deslocamentos e usufruto de equipamentos turísticos.

A inquirição mercado é possante diante das conceituações de Eventos. Verificamos que a expressão público-alvo acompanha vários dos conceitos estudados, principalmente dos estudiosos e profissionais da área de Comunicação Social. Entendemos como ponto importante esse aspecto, pois do ponto de vista organizacional, a atividade econômica Eventos pede o investimento de esforços na realização de um projeto para alcançar objetivos, que em sua maioria estão relacionados a promover produtos, sejam eles materiais ou intelectuais, empresas ou até pessoas. Partindo desse pressuposto os empreendedores do setor realizam eventos. O conceito formulado por Meirelles (1999) além de englobar muitas das perspectivas que os eventos têm, como planejamento, recursos tecnológicos e local definido, pertinentes aos novos tempos, destaca esse posicionamento em relação à necessidade de divulgação de produtos e inclui os serviços, as ideias e as pessoas:

Um instrumento institucional e promocional, utilizado na comunicação dirigida, com a finalidade de criar conceito a imagem de organizações, produtos serviços, ideias e pessoas, por meio de um acontecimento previamente planejado, a ocorrer em um único espaço de tempo com a aproximação entre os participantes, quer seja física, quer seja por meio de recursos da tecnologia. (MEIRELLES, 1999, p. 100)

Com base nesta análise, cumpre enfatizar o conceito de evento. Segundo Canton (1997), identifica-se como objetivo a realização de Eventos “[...] alcançar o seu público-alvo por meio do lançamento de produtos, da apresentação de pessoas, empresas, visando estabelecer o seu conceito ou recuperar a sua imagem”. Os dois conceitos estão ligados à convergência de resultados pertencentes aos clientes do evento organizado e esses resultados podem não ser financeiros. O objetivo de um evento pode ser de desenvolver e proporcionar conhecimentos, melhorar a imagem de empresas, produtos ou pessoas.

O pensamento proposto por Ansarah (1999, p.45) expressa que evento “[...] são programações organizadas com o objetivo de motivar e orientar a clientela na visita a cidade, dando ênfase nos períodos de ócio da oferta, causando assim um melhor aproveitamento de seus atrativos e serviços”. É essencial na observação da importância do setor de eventos para a atividade turística, identificando proveitos e possibilidades que o mercado de eventos tem a oferecer, pois dá enfoque à visão dos estudiosos sobre a atividade, superando as razões dos participantes dos eventos, colocando os objetivos da localidade receptora em foco, porque menciona a questão da sazonalidade e como os Eventos podem remediar esta característica que em tantos momentos é um problema para o Turismo.

Os eventos podem ser distribuídos de diversas formas, obedecendo a alguns critérios, sendo que a tipologia é decretada pelas características específicas de cada um. Um determinado estilo de evento pode ser designado em diversas classes. Regressemos à questão dos objetivos da promoção e da participação em eventos. Estas nomenclaturas de classes e tipos irão mudar de autor para autor, os objetivos dos participantes podem superar os objetivos estipulados pela organização em sua análise e em seu planejamento. Então o desafio de estabelecer apenas uma definição para tipos e classes de eventos.

Renato Brenol Andrade (2002) classifica os eventos, de acordo com sua abrangência, em mundial, internacional, latino-americano, brasileiro, regional e municipal ou segundo a temática em colóquio, conferência, congresso, convenção, curso, exposição, feira, fórum, mesa-redonda, mostra, painel, seminário e simpósio. Observa-se que esta classificação engloba “acontecimentos programados”, embora os eventos se estendam por grande variedade de temas o que estende sua classificação, envolvendo desde relação com meio ambiente até parques temáticos.

Contudo, para Marlene Matias (2002), deve-se levar em consideração os critérios de público-alvo, e assim classifica-os em abertos e fechados e em relação a área de interesse classifica-os em artístico, científico, cultural, cívico, desportivo, folclórico, lazer, promocional, religioso ou turístico. Os tipos apresentados por esta autora consideram

características particulares e, dentre outros, são: assembleia, *brunch*, colóquio, concurso, conferência, congresso, convenção, coquetel, desfile, exposição, feira, *happy hour*, megaevento, mostra, oficina, palestra, seminário, simpósio, videoconferência, visita, shows e jantares. (MATIAS, 2002).

3.2 Classificação dos Eventos

Para uma melhor compreensão do extenso espaço dos eventos, acordou-se classificá-los por:

- a) Categoria;
- b) Área de interesse;
- c) Localização;
- d) Características estruturais;
- e) Tipologia;

Em conformidade com Britto e Fontes (2002, p.57-61), quanto à **categoria**, os eventos classificam-se em:

a) Institucional: quando visa a criar ou firmar o conceito e a imagem de uma empresa, entidade, governo ou pessoa;

b) Promocional ou Mercadológico: quando objetiva a promoção de um produto ou serviço de uma empresa, governo, entidade, pessoa ou local (no caso do turismo), em apoio ao marketing, visando, portanto, a fins mercadológicos.

Quanto à classificação por **área de interesse**, ainda em conformidade com Britto e Fontes (2002, p.57-61), temos as seguintes áreas:

a) Artística: está relacionada a qualquer espécie de arte, como música, dança, pintura, poesia, literatura, teatro e outras;

b) Científica: trata de assuntos científicos no campo da medicina, física, química, biologia, informática, e outros em que a tônica é a pesquisa científica;

c) Cultural: ressalta os aspectos da cultura, objetivando sua divulgação e reconhecimento, com fins normalmente promocionais, a exemplo das feiras de artesanatos, festivais de gastronomia regional, dança folclórica, música regional, entre outros. Englobam todas as manifestações culturais regionais e folclóricas nacionais ou internacionais, abrindo

lendas, tradições, costumes típicos, hábitos tedências;

d) Educativa: enfoca a divulgação de didáticas avançadas, cursos e novidades correlatas à educação;

e) Cívica: trata de assuntos ligados à Pátria e à sua história;

f) Política: são os eventos relacionados com assuntos das esferas políticas, sejam estes relacionados a partidos políticos, associações de classe, entidades sindicais e outros;

g) Governamental: trata de realizações do governo, em qualquer esfera, nível e instância;

h) Empresarial: enfoca as pesquisas, resultados e realizações das organizações e seus associados;

i) Lazer: objetiva proporcionar entretenimento aos seus participantes;

j) Social: são os eventos de interesse comum da sociedade como um todo, realizações familiares ou de grupos de interesses entre amigos, visando à confraternização entre as pessoas ou comemorações específicas;

k) Desportiva: qualquer tipo de evento realizado dentro do universo esportivo, independente de sua modalidade;

l) Religiosa: trata de interesses, assuntos e confraternizações religiosas, sejam quais forem às crenças abordadas;

m) Beneficente: bastante comum nos dias de hoje, esses eventos refletem programas e ações sociais que são divulgados e/ou auxiliados em acontecimentos públicos;

n) Turística: seu objetivo é a divulgação e promoção de produtos e serviços turísticos com a finalidade de incrementar o turismo local, regional, estadual e nacional.

No que se refere à localização, a classificação distingue os eventos por localização de ocorrência e, em consequência, estabelece seu porte e seus intervenientes. Podem ser locais (de bairro), distritais, municipais, regionais, estaduais, nacionais e internacionais. Conforme sua localização deverá ser apresentada por meio de projetos de planejamento e organização relativamente complexos e relacionarem o envolvimento de serviços de terceirização e órgãos públicos referentes.

A classificação por características estruturais analisa algumas especificidades do evento, a seguir:

Pelo **porte** do evento, este pode ser:

- a) **Pequeno:** evento com número de até 200 participantes;
- b) **Médio:** evento com número de participantes estimado entre 200 e 500;
- c) **Grande:** evento com mais de 500 participantes.

Pela data de **realização**, o evento pode ser de caráter:

d) **Fixo:** evento com data de realização invariável, de acordo com as comemorações cívicas, religiosas e outras. Realizam-se, anualmente, no mesmo dia, com periodicidade determinada;

e) **Móvel:** evento que sempre se realiza, porém em data variável, segundo o calendário ou os interesses da organização promotora;

f) **Esporádico:** evento de realização temporária, que acontece em função de fatos extraordinários, porém previstos e programados.

Pelo **perfil** dos participantes, o evento pode ser de caráter:

a) **Geral:** evento organizado para uma clientela em aberto, limitada apenas a função da capacidade do local de realização. Algumas vezes pode haver algum fator de restrição, como por exemplo, a idade. Ex.: desfile de escola de samba;

b) **Dirigido:** evento restrito a um público que possui afinidades com o tema. De modo geral, esse público se subdivide em grupos de interesses diversificados. Um salão do automóvel, por exemplo, agrupam produtores, comerciantes, usuários, colecionadores, etc;

c) **Específico:** evento realizado para o público claramente definido pela identidade de interesse pelo assunto. Ex.: congressos da área médica.

Os eventos classificam-se, também, segundo a sua tipologia; desta forma, define sua particularidade, sua característica mais marcante. Os mais utilizados e que representam maior movimentação para a infraestrutura turística são:

Quadro 2: Tipologias de evento.

Programas de Visitas	Famtour, openday.
Exposições	Feiras, exposições, road-shows, show case, mostras, salões e vernissages.
Encontros Técnicos e Científicos	Congressos, conferências, videoconferências, ciclos de palestras, simpósios, mesas-redondas, painéis, fóruns, convenções, seminários, debates, conclaves, brainstormings, semanas, jornadas, concentrações, entrevistas coletivas, workshops, oficinas, Assembléias, estudos de caso, comícios, passeatas, carreatas.
Encontros de Convivência	Saraus, coquetéis, happy-hours, chás da tarde, chás-de-bebê, chás-de-cozinha, chás beneficentes, chás-bar, almoços, jantares, banquetes, cafés da manhã, brunches, coffee-breaks, guest coffees, encontros culturais, shows, festivais.
Cerimônias	Cerimônias de cunho religioso, cerimônia, fúnebres, casamentos, bodas, cerimônias de posse, cerimônias acadêmicas.
Eventos competitivos	Concursos, gincanas, torneios, campeonatos, olimpíadas.
Inaugurações	Espaços físicos, monumentos.
Lançamentos	De pedra fundamental, de livros, de empreendimentos imobiliários, de maquetes, de produtos, de serviços.
Excursões	Técnicas, de incentivo, educacionais.
Desfiles	Desfiles cívicos, desfiles de moda.
Leilões	Variados.
Dias específicos	Variados.
Outros	Variados.

Fonte: Britto e Fontes (2002)

3.3 Relação da atividade com o turismo

No desenrolar dos anos ocorreu o crescimento e expansão do Turismo de eventos no mundo e no Brasil. Cumpre ressaltar que, em tempos antigos, havia os pequenos deslocamentos para participação de eventos em outras localidades. Com o passar dos anos foram aumentando a quantidade de eventos ocorridos em diversas localidades, observando que muitas destas começaram a depender do Turismo de eventos para fortalecer o crescimento de suas economias. Matias (2010, p.32) refere que “[...] o Turismo de Eventos é uma atividade econômica muito significativa, porque garante a sobrevivência de muitas localidades que vivem do seu desenvolvimento”. De outro modo, as pessoas tiveram que dedicar mais tempo ao lazer, as reuniões, a melhoria nas rendas familiares deram condições de gastos maiores.

Este tipo de turismo revela-se em expansão. Teve reconhecimento no governo depois de muitos anos, revelando que é uma atividade lucrativa, gerando benefícios econômicos por meio da atração de turistas para as localidades em período de baixa estação, beneficiando na questão da sazonalidade e também na promoção de empregos e renda. Segundo Allen (2003, p.17):

Cada vez mais os governos estão se voltando para o turismo como uma indústria em crescimento, capaz de acarretar benefícios econômicos e geração de empregos. Os eventos, por sua vez, são visos como catalisadores para a atração de visitantes, o aumento de gastos médios por turista, bem como de seu período de permanência.

É evidente o aumento na construção de espaços voltados para eventos, de diversos moldes, tamanhos, com capacidade cada vez mais para um maior número de pessoas, com estrutura e design modernos e elegantes, dando atenção aos desejos dos eventos a serem captados. Desta forma, convergindo mais eventos, os quais antes não aconteceriam por não existirem espaços adequados.

De acordo com Matias (2010, p. 27), “O Turismo de Eventos, para se desenvolver, não necessita somente de espaços para realização dos eventos, mas também de meios de hospedagem e transportes, que são à base de sustentação da atividade turística”. Ou melhor: como o Turismo de eventos está ligado com espaços para sua realização, hotéis para hospedagem, transportes, agências, alimentos e bebidas, os segmentos consequentemente sofre influências favorecendo com lucros para cada setor interligado ao turismo de eventos. Allen (2003, p.19) refere que

Grandes eventos agem como catalisadores para a renovação urbana e para a criação ou expansão da infraestrutura turística. A construção de hotéis e instalações, a melhoria nas comunicações e nos sistema de estradas e redes de transporte público são alguns dos benefícios legados por esses eventos.

De Souza (2014) afirma em uma pesquisa realizada entre dezembro de 2007 e dezembro de 2008, abrangendo 36 eventos internacionais realizados nas cidades de São Paulo, do Rio de Janeiro, de Recife, Brasília, Salvador, Porto Alegre, Curitiba e Foz do Iguaçu, demonstrou:

[...] 66, 21% dos entrevistados vieram ao Brasil pela primeira vez em algum dos eventos, cujo gasto médio é US\$ 285,10 e permanência de 6,8 dias. A pesquisa aponta, ainda, que 64,7% utilizam seu tempo livre para fazer compras, enquanto que 40,9% dedicam este tempo passeios turísticos. Além disso, 70,45% não visitaram outras cidades durante o período do evento e a permanência antes ou depois do evento é de 3,1 dias. Com relação a retornar ao Brasil, 92,57% dos entrevistados responderam positivamente. (DE SOUZA, 2014, não paginado).

“Este resultado mostra o avanço do turismo brasileiro em todos os segmentos. Os eventos internacionais, especialmente, atraem um turista de alto poder aquisitivo, que gasta mais e acaba voltando ao Brasil, com sua família, a passeio” (BARRETO, 2003, p.20).

A vista disso o Turismo de eventos favorece as localidades, porque os turistas visitarão estas não apenas em períodos de férias, mas também quando existir a realização de eventos nas mesmas, ademais da presença do público que viaja a negócios. Este tipo de turismo tem exibido cada vez mais benefícios lucrativos auxiliando a economia nas regiões, além de aprimorar as destinações como localidades turísticas a serem visitadas.

4 FESTIVAL HALLELUYA

Neste quarto capítulo apresentamos um breve histórico sobre a Comunidade Católica Shalom, realizando assim uma base sólida para compreensão da estrutura organizacional da mesma, do evento Festival Halleluya e suas dimensões.

4.1 Comunidade Católica Shalom: um breve histórico

Para uma compreensão mais clara é necessário explorarmos dois olhares a respeito da Comunidade Católica Shalom. Primeiramente o olhar jurídico e posteriormente o religioso.

Juridicamente a Comunidade Shalom é reconhecida como Associação privada internacional de fiéis, entidade sem fins lucrativos, tendo como missão promover a paz entre os homens, desencadeando com isso uma transformação real da sociedade, fomentando assim a responsabilidade pessoal e social, alicerces de uma cultura de respeito, igualdade e paz.

Religiosamente a Comunidade Shalom é uma Nova Comunidade, consoante o pensamento de Azevedo Filho (2012, p.84): “O carisma Shalom se expressa como uma vocação. Enquanto vocação, Deus nos chama a viver as dimensões essenciais de nossa pessoa que revela a identidade mais profunda do nosso ser”.

Com este intuito, a entidade desenvolve diversos trabalhos para atingir essa finalidade e transmitir sua mensagem. Dentre várias ações de prevenção e recuperação realiza eventos de entretenimento, eventos formativos, workshops, fóruns, congressos, escolas de liderança. Apresentaremos alguns dos principais:

Entretenimento:

a) Acamp's: O Acampamento de Jovens Shalom é uma opção de lazer e entretenimento durante as férias. O evento reúne jovens de 13 a 28 anos em seis dias de esportes radicais, shows, palestras e celebrações eucarísticas², oferecendo uma experiência de alegria e diversão. É realizado desde 1990 pelo Projeto Juventude ³para Jesus em várias cidades onde há missões do Shalom.

² CIC §2177 A celebração dominical do Dia e da Eucaristia do Senhor está no coração da vida da Igreja. "O domingo, dia em que por tradição apostólica se celebra o Mistério Pascal, deve ser guardado em toda a Igreja como dia de festa de preceito por excelência."

³ O Projeto Juventude para Jesus é uma organização pastoral da Comunidade Shalom orientada pela Assessoria Jovem.

Figura 1: Acamp's

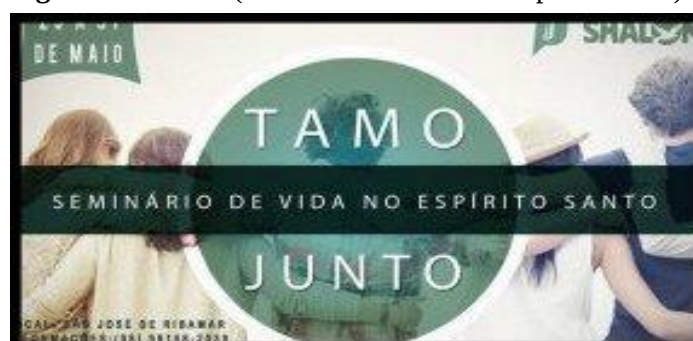
Fonte: Acamp's (2015).

b) Renascer: Um evento com palestras religiosas, teatro, música, dança realizado no período do feriado de carnaval.

Figura 2: Renascer

Fonte: Renascer (2015).

c) S.V.E. S - SEMINÁRIO DE VIDA NO ESPÍRITO SANTO: Encontros espirituais realizados ao longo de um final de semana que abordam os temas do seminário de vida no espírito santo, ou seja: relacionados a iniciação a vida cristã em formato de retiro.

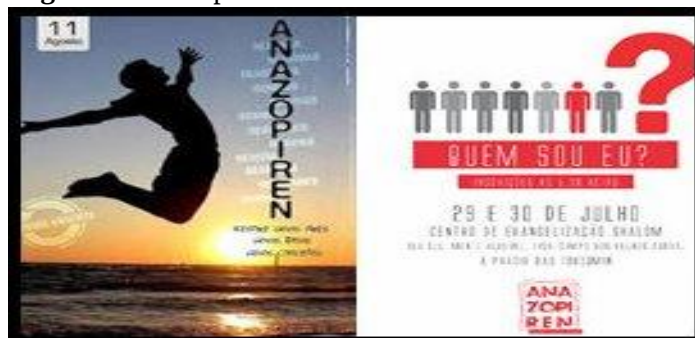
Figura 3: S.V.E.S (Seminário de Vida no Espírito Santo)

Fonte: Seminário... (2015).

Eventos formativos:

a) **Anazopirem:** Uma série de cursos promovidos pelo centro de evangelização Shalom que propõe o amadurecimento da fé de forma acessível por meio de diversos temas.

Figura 4: Anazopiren



Fonte: Anazopiren (2015).

b) **Formação Básica sobre a igreja católica (F.Bs):** A Formação Básica é um itinerário de formação doutrinária em cinco módulos, cujo conteúdo é fundamentado na Palavra de Deus, Catecismo da Igreja Católica e nos documentos da Igreja como: Exortações Apostólicas, Cartas, Constituições dogmáticas e também em reflexões de alguns teólogos fiéis ao Magistério da Igreja.

Congressos:

a) **Congresso das artes Shalom:** Evento que tem por objetivo levar os participantes ao encontro com a verdadeira arte que brota do interior do homem, através de conferências, intercâmbio cultural, testemunhos, entre outras atividades. O Congresso é aberto a todos os grupos, comunidades e movimentos interessados.

Figura 5: Congresso de Artes Shalom



Fonte: Congresso de Artes Shalom (2015).

b) Congresso de Jovens Shalom: O Congresso de Jovens Shalom é voltado para jovens engajados em grupos de oração Shalom, em outras comunidades e em paróquias. A programação é composta de momentos de oração e de adoração ao Santíssimo Sacramento⁴, celebrações eucarísticas, workshops e shows.

Figura 6: Congresso de jovens Shalom



Fonte: Congresso de jovens Shalom (2015).

A inspiração religiosa para a fundação da Comunidade Católica Shalom ocorreu em 9 de julho de 1982, após seu fundador, Moysés Louro de Azevedo Filho, ter ofertado a vida e a juventude para levar Jesus Cristo e Sua Igreja àqueles que deles estivessem distantes, especialmente os jovens. Azevedo Filho (2012, p.81) afirma em seus Escritos:

Naquele período, não tínhamos noção clara do que Deus fazia e faria no meio de nós. Queríamos apenas viver o evangelho em sua radicalidade e evangelizar. As incompreensões exteriores eram muitas, mas éramos muito unidos e convictos da vontade de Deus.

Em 30 de junho de 1980, o Papa João Paulo II chegou ao Brasil para sua primeira visita ao País. O pontífice visitou 13 cidades e participou da abertura do X Congresso Eucarístico Internacional, em Fortaleza/CE. Moysés Azevedo, aos 20 anos, foi escolhido pelo arcebispo de Fortaleza, Dom Aloísio Lorscheider, para oferecer um presente ao Papa em nome dos jovens da Arquidiocese. Ao rezar pedindo a Deus um presente digno de Sua Santidade, em 9 de julho, entregou a João Paulo II uma carta na qual se colocou à disposição de Deus e da Igreja na evangelização dos jovens.

⁴ CIC §1374 O modo de presença de Cristo sob as espécies eucarísticas é único. Ele eleva a Eucaristia acima de todos os sacramentos e faz com que da seja "como que o coroamento da vida espiritual e o fim ao qual tendem todos os sacramentos". No santíssimo sacramento da Eucaristia estão "contidos verdadeiramente, realmente e substancialmente o Corpo e o Sangue juntamente com a alma e a divindade de Nosso Senhor Jesus Cristo e, por conseguinte, o Cristo todo". "Esta presença chama-se 'real' não por exclusão, como se as outras não fossem 'reais', mas por antonomásia, porque é substancial e porque por ela Cristo, Deus e homem, se tomam presente completo."

Figura 7: Papa João Paulo II e Moyses Azevedo



Fonte: Totino (2015).

Exatamente dois anos após o encontro com o pontífice, foi inaugurado o primeiro Centro Católico de Evangelização Shalom, uma lanchonete e uma livraria cuja missão é anunciar o amor de Deus às pessoas que ali chegam para lanchar, buscar aconselhamento, ajudam ou consolo. Sob a visão de Azevedo filho (2012, p.141): “Com o desenvolver da caminhada, o Senhor Jesus delineava em nosso coração uma forma de evangelização tão ousada e original quanto frutuosa: levar a Palavra de Deus aos jovens através de uma lanchonete e uma livraria”.

Figura 8 - Primeira Lanchonete da Comunidade Católica Shalom



Fonte: Histórico (2015).

Tudo ocorre sem que haja pretensões de se fundar algo, mas no acolhimento da vontade de Deus em oração e, em 1983, começaram as primeiras experiências de vida comunitária. Os jovens evangelizados passam a fazer parte de grupos de oração que se formaram. Muitos servem mais intensamente, integrando, assim, o primeiro grupo de “engajados”, semente da Comunidade de Aliança⁵. Em 1985, diante do altar do Senhor, Moysés e mais quatro jovens fizeram suas promessas como os primeiros membros

⁵ Nosso chamado como Comunidade de Aliança convida-nos a viver uma vida diferente, como sinal e testemunho. É indispensável para nós mesmos, para nossas famílias e para toda a humanidade a quem somos destinados a testemunhar, que por meio da palavra e da vida possamos manifestar que cremos no Evangelho e na Igreja. (AZEVEDO FILHO, 2012)

consagrados da Comunidade de Vida⁶. No ano seguinte, ingressou na Comunidade de Vida a cofundadora Maria Emmir Nogueira, que esteve presente desde o início, ajudando na estruturação daquilo que Deus manifestava como Sua vontade.

“O que para muitos parecia o fim da Comunidade foi o seu verdadeiro início. Aqueles que permaneceram aderiram incondicionalmente ao Carisma, e a isto se seguiu uma grande explosão missionária e vocacional”. (AZEVEDO FILHO, 2012, p.81).

Os grupos de oração se multiplicavam os trabalhos de evangelização, formação e de promoção humana se intensificavam, à medida que as vocações surgiam os bispos pediam casas do Shalom em suas dioceses. Em 1995, sob forte intervenção da providência divina, os Estatutos da Comunidade começaram a ser preparados. Em 17 de fevereiro deste mesmo ano, a elaboração foi interrompida devido à morte repentina do missionário da Comunidade de Vida, Ronaldo Pereira,⁷ aos 24 anos, em acidente de trânsito. No ano seguinte, a tarefa foi retomada.

Em 1998, o arcebispo de Fortaleza, Dom Cláudio Hummes, assinou o decreto de reconhecimento canônico do Shalom, em nível diocesano. O Reconhecimento Pontifício foi decretado em 2007, pelo Pontifício Conselho para os Leigos, órgão ligado à Santa Sé, que aprovou, ainda, os Estatutos em caráter experimental. Em 22 de fevereiro de 2012, com o fim do período *ad experimentum*, a Santa Sé confirmou o reconhecimento da Comunidade Católica Shalom como associação privada internacional de fiéis e aprova definitivamente seus Estatutos.

Figura 9: Reconhecimento canônico a nível pontifício



Fonte: Reconhecimento (2015)

⁶ Por isso, aos irmãos da Comunidade de Vida recordo que Deus nos convidou a ofertar a nossa vida a Deus, a Igreja e a Comunidade. (AZEVEDO FILHO, 2012)

⁷ Foi coordenador do Projeto Juventude para Jesus (PJJ) e primeiro membro da comunidade a falecer quando voltava de uma missão.

A Comunidade está presente em dioceses em vários países, cumprindo a missão de evangelizar e formar filhos de Deus.

Para evidenciarmos com mais entendimento o quesito cronologia e expansão da Comunidade Católica Shalom, colhe-se a seguir o quadro de fundação das missões:

Quadro 3: Fundação das missões

Ano	Missão
1988	Pacajus (CE).
1991	Aracaju (SE) e Quixadá (CE).
1992	Eunápolis (BA), Salvador (BA), Propriá (BA), Natal (RN), Roma (Itália).
1993	Macapá (AP).
1994	Senhor do Bonfim (BA).
1995	São Luís (MA).
1996	Rio de Janeiro (RJ) e Chaves/ Ilha de Marajó (PA).
1997	Aparecida (SP) e Santo Amaro (SP).
1998	Palmas (TO) e Mossoró (RN).
1999	Macaé (RJ) e Cruzeiro do Sul (AC).
2000	Sobral (CE), Itapipoca (CE), Crateús (CE), Campos (RJ), Curitiba (PR) e Haifa (Israel).
2001	Belo Horizonte (MG), Brasília (DF), Guarulhos (SP), Juazeiro do Norte (CE), Patos (PB) e Lugano (Suíça).
2002	Recife (PE), Teresina (PI), Aracati (CE) e Toulon (Pont du Lâs – França).
2003	João Pessoa (PB) e Toronto (Canadá).
2004	Garanhuns (PE), Florianópolis (SC), São Paulo (SP), Toulon (Eveché e Lagarde, na França) e Avignon (França).
2005	Maceió (AL), Siena-Asciano e Volterra (Itália).
2006	Belém (PA), Montevideú (Uruguai), Nazaré (Israel) e Argel (Argélia).
2007	Parnaíba (PI), Londres/Bournemouth (Inglaterra) e Antsiranana (Madagascar).
2008	Braga (Portugal), Santiago (Chile), Caiena (Guiana Francesa) e Sfax (Tunísia) e Aquiraz (CE).
2009	Budapeste (Hungria).
2010	Evry (arredores de Paris/França).
2011	Lima (Peru), Aqui Termine (Itália) e Setúbal (Portugal).
2012	Granada (Espanha) e Renkum (Holanda).

Fonte: Azevedo Filho (2012)

4.2 Estrutura Organizacional da Comunidade Católica Shalom

A Comunidade Católica Shalom se organiza por intermédio de dois elementos: Conselhos e Coordenadores.

Os conselhos da obra shalom são consultivos, mas não deliberativos. Azevedo Filho (2012, p.125) afirma:

[...] Os conselhos serão consultivos. Terão por missão organizar, propor, criar, elaborar projetos, sugerir metas, propor decisões, impulsionar o crescimento. Serão órgão de discernimento, de colocação das aspirações dos membros da Comunidade, sempre com a consciência de que a decisão final será do fundador (ou, na falta deste, do responsável pela obra)[...].

A Comunidade Shalom realça com veemência a importância do fundador, suas atribuições e competências. Através das considerações de Azevedo Filho (2012, p.126) assimilamos com maior inteligência que o fundador juntamente com o conselho será o mediador da intensidade e da presença nas decisões tomadas, projetos e metas da Comunidade. Azevedo Filho (2012, p.131) enfatiza também a importância das coordenações: “Haverá dois coordenadores: o coordenador administrativo e o coordenador da comunidade vida”.

4.2.1 Conselho Comunitário, Conselho Administrativo e Coordenadores

O conselho da Comunidade se divide em duas instâncias:

a) O conselho Comunitário: Busca estabelecer metas de crescimento e desenvolvimento da Comunidade. Será também causador pela transferência das funções, não de forma ambígua, mas tendo como base o diálogo. Salientando questões organizacionais Azevedo Filho (2012, p.126) refere que

É composto pelo coordenador da Comunidade, o formador da Comunidade, nela o coordenador administrativo, o orientador espiritual e o fundador. Deste Conselho sairão às decisões fundamentais para o crescimento e desenvolvimento da Comunidade.

b) O Conselho administrativo: É órgão fundamental no desenvolvimento da Comunidade. Terá como missão promover o crescimento de participantes, a sua expansão. Deverão traçar metas, ouvir proposições dos gerentes, organizar e fomentar os crescimentos da Obra. Segundo Azevedo Filho (2012, p.127) de maneira mais segura destaca-se:

É no Conselho administrativo que cada ministério apresentará o seu planejamento para aprovação e terá fomentado o seu crescimento. O gerente de cada ministério terá o encargo de desenvolvimento e executar as metas discernidas pelos conselhos administrativos. Ele não terá o ministério como dependência própria, mais irá apenas gerencia-lo, tendo autoridade para isto.

c) Coordenadores: A comunidade se estrutura com dois tipos de coordenadores: o coordenador administrativo e coordenador da comunidade de vida.

O coordenador, tanto da Comunidade de Vida como o administrativo, é como o governador, aquele que vai coordenar dirigir e promover o crescimento.

Figura 10: Diaconia – Governo geral da Comunidade Shalom



Fonte: Diaconia (2015).

4.3 Festival Halleluya: um panorama geral

O Festival Halleluya é um evento cultural de Artes integradas (Teatro, Música, Dança, Cinema, Esporte radical, Empreendedorismo, Responsabilidade social) realizado pela Comunidade Católica Shalom em âmbito nacional e internacional. De entrada franca e contando com apresentações musicais e artísticas, o Halleluya realizado em diversas cidades brasileiras (Natal, Fortaleza, São Luís, Salvador, Aracaju, Rio de Janeiro, São Paulo, Mossoró) e em outros países como Inglaterra, França, Uruguai, Israel e Itália.

Foi criado em Fortaleza, em 1995, por meio do Projeto Juventude Shalom, como uma alternativa de evento onde os jovens pudessem ter acesso a toda uma gama de programações culturais e artísticas, citadas anteriormente, de forma saudável e solidária, e se chamava Trifest (por ser realizado inicialmente em três dias). Em 1996 o evento recebeu o nome de QuadriFest aumentando um dia de duração do ano anterior. Já em 1997 recebeu o nome de Halleluya. Desde então passou oito anos sendo promovido no Parque do Cocó, parque aberto no bairro da Aldeota.

Em 2005 passou a ser realizado no Condomínio Espiritual Uirapuru (C.E. U), uma fazenda urbana que reúne diversas instituições católicas, próximo ao estádio de futebol na

cidade de Fortaleza/CE, chamado Castelão.

Figura 11: Condomínio Espiritual Uirapuru



Fonte: Agustinos Recoletos (2015).

Em 1998, o evento começou a ser realizado em Fortaleza/CE, com um público estimado de 40 mil pessoas. Em 2012, em sua décima-quinta edição, em Fortaleza/CE, o festival foi realizado em cinco capitais brasileiras: Salvador, São Luís, Rio de Janeiro, Aracaju e além das cidades de Roma, na Itália e Haifa, em Israel.

O evento realizado em Fortaleza/CE, no ano de 2012, atingiu a marca de 1,17 milhão pessoas. Transformou-se, então, numa vitrine de eventos de artes integradas, passando a fazer parte da lista de convidados de artistas de renome nacional. A edição de agosto de 2012 da revista Shalom Maná (2012, p.25) nos apresentar ratificando este processo:

[...] A edição de 15 anos do Festival Halleluya bateu recorde de público e coroaram as atividades de comemoração dos 30 anos de existência da Comunidade Católica Shalom. Em cinco dias, de 18 a 22 de julho, o maior festival de artes integradas do país recebeu 1,17 milhão de pessoas.

Empresas sérias e de renome também passaram a fazer parte da lista de parceiros a exemplo: Coca-Cola, Café Santa Clara (3 Corações), Massas e Biscoitos Fortaleza (Richester), Confiança (Perdigão), entre outras.

Em 2013, o evento comemorou sua décima-sexta edição em Fortaleza/CE e foi possível evidenciar com clareza este momento vivido no Festival através da publicação da edição de setembro da revista Shalom Maná (2013, p.18-19):

Cinco dias de festa, 33 atrações nacionais e internacionais, mais de 600 doações de sangue, três toneladas de alimentos não perecíveis arrecadados, sete mil voluntários, sete espaços temáticos com atividades simultâneas, peregrinos estrangeiros de 10 nacionalidades e um público estimado em mais de 1 milhão de pessoas. Estes são os números do Festival Halleluya 2013, realizado de 17 a 21 de julho, em Fortaleza. O evento se consolida como o mais solidário do estado do Ceará e o maior festival de artes integradas do país.

É bem verdade que, nesse ano, o evento fez parte da programação da pré – jornada de um grande evento que aconteceu no mesmo ano: A Jornada Mundial da Juventude do Rio de Janeiro⁸ compartilhando da evidência que a igreja católica do Brasil recebia a nível mundial.

4.3.1 A estrutura do evento

Como foi possível observar, a Comunidade Católica Shalom possui uma casa-mãe, uma sede do governo geral que é chamada de Diaconia onde funcionam as assessorias, secretarias e setores ligados diretamente ao moderador geral. É chamado o coração da Obra Shalom,⁹ pois assiste às missões em diversos serviços ligados à ação missionária e comunitária, ao trabalho com os jovens e à promoção humana e vocacional.

“Diaconia” deriva do termo grego “diakoneo”, que diz respeito ao serviço feito por amor, sem constrangimento e em perfeita consonância com o ensinamento de Cristo. Todas as outras casas da comunidade têm como referência a Diaconia. Com o Festival Halleluya é percebido o mesmo processo, o evento de Fortaleza/CE é indiscutivelmente o maior, mais organizado e o que recebe o maior público.

Figura 12: Festival Halleluya



Fonte: Festival Halleluya (2015).

Logo se utilizará a estrutura do Festival Halleluya Fortaleza/CE como referência para compreender-se como funciona este evento.

O arcabouço do evento foi organizado nos principais pontos:

⁸ A JMJ do Rio de Janeiro 2013 é um evento que toca diretamente toda a igreja que vive no continente Latino-americano. (RYLKO, 2012)

⁹ Obra Shalom é o conjunto da ação evangelizadora realizada pela Comunidade e os seus frutos. Membros dos grupos de oração, das comunidades de Vida e de Aliança e cada pessoa que é alcançada por essa ação fazem parte da Obra Shalom.

a) Espaço Solidário:

Durante o Halleluya são realizadas inúmeras ações de solidariedade, como doação de alimentos não perecíveis e roupas para diversas campanhas promovidas pela sociedade e através de parcerias com projetos de ação social, presta serviços à comunidade.

O evento oferece espaço para campanhas de sustentabilidade, reconhecendo nesta iniciativa uma das mais importantes formas para a mudança dos panoramas da sociedade. Uma das ações de solidariedade realizada no Halleluya é a coleta de bolsas de sangue.

b) Praça de alimentação:

O festival é realizado com entrada franca, consequentemente, a Comunidade Shalom se articula de algumas formas para conseguir manter o mesmo, São Francisco,¹⁰ por meio de entrevista roteirizada, ressalta que “[...] a movimentação financeira que o evento gera também é importante, como estacionamento, lanchonete, coletas, o camarote, livraria e principalmente a captação de recurso, lei rounet que com ela é possível alcançar as grandes empresas e a lei do mecenato estadual, do ICMS (Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Prestação de Serviços)”.

c) Palco Principal:

O Festival Halleluya apresenta atrações musicais consagradas no cenário nacional, dando também acesso ao palco novo talentos locais, gerando integração e troca de experiências e valores culturais. No palco principal são realizadas as principais atividades artísticas referentes à música, teatro e dança. Os vencedores das disputas artísticas desses segmentos também são contemplados com acesso ao palco.

Figura13: Palco Central



Fonte: Palco Central (2015).

¹⁰ Membro aliança da Comunidade Shalom e responsável pelo setor comercial do Festival Halleluya Fortaleza/CE no ano de 2014.

d) Espaço da Misericórdia: Um recanto de paz e contemplação onde o público tem acesso a confissões, cursos, aconselhamentos e Adoração ao Santíssimo Sacramento. Na capela centenas de pessoas rezam na presença de Jesus Eucarístico. Os jovens têm acesso a cursos, que têm como temas afetividade, fé e vocação.

Figura 14: Espaço da Misericórdia



Fonte: Espaço da Misericórdia (2015)

e) Espaço Cultural: Espaço onde são realizadas propostas musicais, teatrais, de dança e cinema, fotografia e debates. Neste espaço é realizado o “curtaaverdade.com” – um *talk show* de perguntas e respostas transmitido ao vivo pela Internet para o mundo inteiro.

O Festival de Artes Integradas também é realizado neste espaço. Reúne grupos artísticos que competem em diversas modalidades dando oportunidade de os artistas divulgarem seus trabalhos, além de incentivar o interesse pela arte.

Figura 15: Espaço Cultural



Fonte: Espaço da Misericórdia (2015).

f) Construtores da sociedade: Área reservada para patrocinadores do evento apresentarem suas marcas, grupos da igreja expressarem seu carisma¹¹, rádios religiosas divulgarem seus trabalhos e novas comunidades católicas promoverem seus encontros. É

¹¹ CIC §799 Quer extraordinários quer simples e humildes, os carismas são graças do Espírito Santo que, direta ou indiretamente, têm urna utilidade eclesial, pois são ordenados à edificação da Igreja, ao bem dos homens e às necessidades do mundo.

dedicado ao empreendedorismo, no local é possível visitar diversos stands repletos de produtos.

Figura 16: Construtores da Sociedade



Fonte: Construtores da Sociedade (2015).

g) Espaço Adventure: Incorporado ao Festival Halleluya desde 2009, o Espaço *Adventure* tem público fiel e atrai amantes dos esportes radicais. Competições de *skate*, patins e *bike* são algumas das atrações do espaço temático (MANÁ, 2012, p.27)

Figura 17: Espaço *Adventure*



Fonte: Espaço *Adventure* (2015).

h) Ambulatório: O evento manifesta a preocupação com a saúde dos participantes. Possui local ou ambiente para atendimentos de problemas relacionados à saúde de pacientes que não precisam de internação, nem estar acamados.

i) Halleluya Kids: O Halleluya é um evento para toda família. O ambiente sadio permite a presença das crianças no evento, com um espaço temático reservado a elas. Promove contação de histórias, apresentações teatrais, jogos e atividades pedagógicas. É desenvolvido e acompanhado por monitores, assegurando tranquilidade à participação dos pais na Arena principal do evento.

Figura 18: Halleluya Kids



Fonte: Halleluya Kids (2015).

j) Voluntariado: São profissionais que atuam nas mais diversas frentes do evento como estrutura, comunicação, divulgação e demais atividades de apoio e logística.

Incentivando o voluntariado, a organizadora do evento dá sua parcela de contribuição na construção de uma sociedade solidária e disponível ao exercício do bem comum. O conceito do evento visa à construção de uma sociedade nova através da transformação da mentalidade de morte em paz.

4.3.2 Festival Halleluya em Fortaleza/CE

Foi constatado anteriormente o nascimento do Festival Halleluya, o seu crescimento, os países onde o evento já foi realizado, trataremos agora do que aconteceu no Festival Halleluya Fortaleza/CE no ano de 2014.

Figura 19: Perspectiva Festival Halleluya 2014



Fonte: Arquivo pessoal (2014).

Dentro de cinco noites, mais de 1 milhão de pessoas estiveram por todos os espaços do Festival. Na noite de sábado, o público foi recorde em todas as 17 edições com 300 mil participantes no total. Na quarta-feira, foram 180 mil, quinta, 230 mil, sexta, 150 mil e domingo, 200 mil. O Festival aconteceu de 23 a 27 de julho, em uma estrutura montada em 80 mil m² no Condomínio Espiritual Uirapuru (CEU).

Tomando por base a entrevista roteirizada realizada com São Francisco¹², a maior parte do público do Halleluya é composta por jovens. Entre 70% e 80% dos participantes são de 11 a 22 anos. No entanto, há espaço para o público de várias idades. “O Halleluya alcança uma variedade de públicos. É um evento para o jovem, mas não exclui ninguém. Famílias, idosos, crianças, deficientes; pessoas de todas as idades e classes sociais podem participar”.

Segundo Santo Agostinho¹³, “umas das novidades foram à arena cultural, uma estrutura com cinco espaços temáticos: Construtores da Sociedade, Halleluya Adventure, Festival de Artes, Fazendo Barulho e Cine Halleluya. Novidade no Festival Halleluya, a arena cultural promoveu uma maior integração entre os diversos espaços voltados para a juventude.” “Todos os momentos foram lotados. Essa junção promoveu a cultura do encontro”, destacou a coordenadora da arena cultural, a missionária da Comunidade de Vida Shalom, Santa Clara.¹⁴

O cine Halleluya contou com 17 sessões de filmes e 1.361 espectadores durante os cinco dias de realização. Na quarta, foram duas sessões e 144 participantes. Na quinta, três exibições e 194 pessoas. Na sexta, 342 pessoas assistiram a quatro sessões. No sábado, foram cinco exibições e 435 participantes. No último dia, 3 sessões alcançaram 246 pessoas. Era a capacidade máxima do espaço. Os filmes com temáticas variadas foram “um novo muito grande”, de acordo com São João Paulo II¹⁵.

O espaço da misericórdia é direcionado para aconselhamento, oração, formação e adoração. São quatro grandes ambientes que estão disponíveis para todos os públicos. O espaço Halleluya Kids recebeu cerca de 1500 crianças nos dias do Festival.

O Festival é o evento mais solidário do Estado. Há doze anos, existe uma parceria com o Centro de Hematologia e Hemoterapia do Ceará – Hemoce. Nesta edição, foram coletadas 619 bolsas de sangue. Ao todo, foram 1.146 doadores, sendo que 409 estavam inaptos para a doação e 118 desistiram durante o processo de triagem. Esta é a maior coleta do

¹² Membro aliança da Comunidade Shalom e responsável pelo setor comercial do Festival Halleluya Fortaleza/CE no ano de 2014.

¹³ Membro da Comunidade Shalom de Fortaleza/CE e coordenador geral do evento na edição de 2014.

¹⁴ Coordenadora da arena cultural no ano de 2014 e missionária da Comunidade de Vida Shalom de Fortaleza/CE.

¹⁵ Missionário da Comunidade de Vida Shalom Fortaleza/CE e coordenador do Cine Halleluya no ano de 2014.

Hemoce, em evento, durante o ano. Foram efetivados 318 cadastros para a doação de Medula Óssea.

Foram recolhidas ainda 2,4 toneladas de alimentos não perecíveis. Metade desses alimentos será distribuída para cidades que sofrem com a seca e com os projetos de Promoção Humana da Comunidade Católica Shalom, como a Casa São Francisco, albergue para moradores de rua localizados no centro de Fortaleza. A iniciativa é realizada em parceria com a Defesa Civil. Cumpre ressaltar que mais de seis mil voluntários se revezaram para servir em vários espaços do Festival.

O Festival das Artes reuniu um público de 10.600 pessoas para assistir às eliminatórias de teatro, dança e música. Foram 1500 espectadores na quarta, 2 mil na quinta, 2400 na sexta, 3500 no sábado e 1200 no último dia. Neste ano, foram treze grupos nas eliminatórias de teatro e dança, das quais quatro se classificaram para as finais. Na música, foram 15 na eliminatória. O Festival das Artes acontece há quatro anos no Halleluya e é “aberto para fomentar a cultura e lançar novos talentos”, de acordo com São Miguel¹⁶.

Adaptado do programa de TV da Comunidade Shalom na Rede Vida, o espaço Fazendo Barulho recebeu um total de 2.550 pessoas. Foram 200 participantes no primeiro dia; 350 no segundo; 500 na sexta-feira; 1 mil no sábado e 500 no domingo. Foram debatidos temas como a felicidade, o sentido da existência, a santidade, o amor e um ao de JMJ Rio2013.

O espaço Adventure recebeu cerca de 20 mil jovens por noite. Foram ainda 40 competidores na modalidade de BMX (bicicleta) e 30 no skate. A arena cultural trouxe uma integração do adventure com outros espaços. “A vantagem é que os fez participar do Halleluya, estarem integrados”, destacou São Rafael¹⁷. O ônibus estilo Walking Party atraiu 886 jovens para o Seminário de Vida no Espírito Santo. Foram 342 participantes na sexta e 544 pessoas no sábado.

Os “Construtores da Sociedade” contou com 33 estandes institucionais e vocacionais. De acordo com Santa Rita¹⁸, foi uma oportunidade de gerar receita para os expositores.

¹⁶ Coordenador do Festival de Artes Integradas no ano de 2014 e missionário da Comunidade de Vida Shalom Fortaleza/CE.

¹⁷ Coordenador do espaço *Adventure* no ano de 2014 e missionário da Comunidade de Vida Shalom Fortaleza/CE.

¹⁸ Coordenadora do espaço “Construtores da Sociedade” no ano de 2014.

Figura 20: Recorde de público Halleluya Fortaleza



Fonte: Recorde... (2015).

4.3.3 Festival Halleluya em São Luís/MA

Neste tópico será verificado de forma breve o histórico do Festival Halleluya em São Luís/MA, o seu crescimento até a edição de 2014.

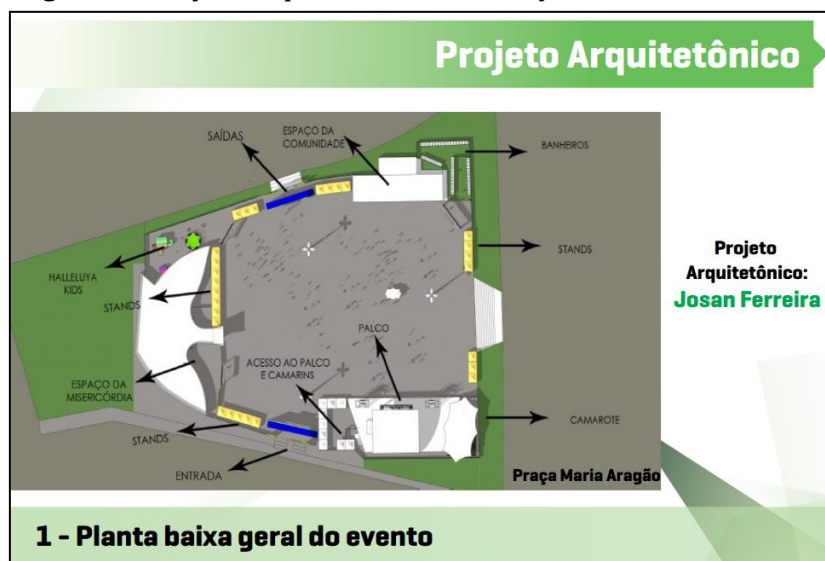
Segundo São Pedro¹⁹, o início do evento foi em 2000, no bairro do Renascença, realizado pela antiga Comunidade da Paz²⁰. Foi à semente do que seria o festival. No ano seguinte expandindo-se foram realizadas no bairro do Angelim. Essas duas primeiras edições tinham o nome de “Exultai de alegria”. E contaram com presenças musicais de Suely Façanha, Padre Fábio de Melo e Irmã Kelly Patrícia.

Nos anos seguintes o evento já recebia o nome de Halleluya e passou pelos seguintes locais: Vinhais, Aterro do Bacanga e Praça Maria Aragão.

¹⁹ Membro aliança da Comunidade Shalom de São Luís/MA.

²⁰ Uma comunidade que antecedeu a Comunidade Shalom em São Luís do Maranhão.

Figura 21: Projeto Arquitetônico do Halleluya São Luís/MA 2013



Fonte: Ferreira (2013)²¹.

Em São Luís/MA, o Festival Halleluya no ano de 2014, no período de 21 a 23 de novembro, realizou sua décima terceira-edição; já contabilizando mais de 100 shows em toda a sua história. O evento tornou-se um marco não só para a Capital, mas para todo o Estado, e regiões circunvizinhas, visto que o número de caravanas neste mesmo ano aumentou de forma considerável.

Figura 22: Festival Halleluya São Luís/MA 2014



Fonte: Festival Halleluya São Luís (2015).

De acordo com o portal do jornal O imparcial (2014) pelo menos 30 caravanas do interior do Estado participaram do Halleluya 2014 e duas de outros Estados como Pará e Ceará. Algumas das caravanas foram dos municípios de Icatu, Barra da Corda, Balsas, Arari, Santa Luzia, Imperatriz, Joselândia; Axixá, São João dos Patos, Urbano Santos, Morros e

²¹ Projeto Arquitetônico feito por Josan Ferreira no ano de 2013.

outros.

O lado social no Halleluya é efetivo. Há 3 anos tem parceria com o HEMOMAR, promovendo doações de sangue em todo o estado. Por não vender bebidas alcoólicas, o sangue coletado é extremamente aproveitado. Em 2014, houve também arrecadação de alimentos não perecíveis para serem destinados a Instituições filantrópicas de reconhecida utilidade na cidade de São Luís.

O evento também tem em sua constituição a prevenção ao uso de drogas, agindo em parceria com o Projeto Volta Israel²², que possui mais de 25 anos de experiência no tratamento da Adicção.

Contando ainda com o Espaço *Kids* e outros espaços temáticos, o Halleluya é uma opção de lazer, cultura e entretenimento para toda a capital, atingindo públicos de classes sociais e idades diversas, tornando-se, por isso, um excelente meio de fidelização do público que assiste ao evento e seu índice de violência no evento é nulo.

Por esses e outros motivos o Halleluya tornou-se um evento tão grande com um público de 20.000 (vinte mil) pessoas por noite.

O Festival Halleluya, como já foi abordado, possui um formato padrão que vem de Fortaleza/CE e as outras missões Shalom se organizam para promover os festivais de acordo com suas realidades locais. Em São Luís/MA o Halleluya no ano de 2014 em comparação a Fortaleza/CE atingiu os espaços:

a) Espaço da Misericórdia: A Praça da Misericórdia foi o lugar onde os participantes puderam viver uma forte experiência com o Amor de Deus, através de confissões, adoração eucarística, oração e aconselhamento.

Figura 23: Espaço da Misericórdia São Luís



Fonte: Espaço da Misericórdia São Luís (2015).

²² Trabalho que a Comunidade Shalom realiza com dependentes químicos.

Com 6 equipes de oração e aconselhamento, estrutura para 6 sacerdotes realizarem confissões simultâneas e uma média de 100 confissões e 50 aconselhamentos por dia, a Praça da Misericórdia proporcionou um verdadeiro reencontro do amor do Pai e do filho durante os dias do Festival. Além disso, no Espaço da Misericórdia, como também é chamado, funcionou a capela com equipes de intercessão formadas exclusivamente para o serviço no Halleluya.

Apesar da grande procura pelos serviços oferecidos no espaço, a equipe organizadora cumpriu bem o seu papel, como afirmou a jovem Ilziane Silva, que participou pela primeira vez do Festival Halleluya. “O espaço está muito bem organizado, apesar da fila, a espera tem sido um momento especial e de reflexão”.

Segundo Santa Tereza²³, a característica mais marcante na Praça era o retorno dos que estavam distantes do Amor de Deus. “As pessoas que estão procurando pela confissão são, principalmente, aquelas que estavam distantes de Deus e que foram sensibilizadas por algum momento dos shows e que, tocados pelo Amor do Pai, resolveram retornar”.

b) Halleluya Kids: Com alegria e muita diversão, as crianças podem aproveitar um espaço só delas durante os dias do Festival, enquanto seus pais participam dos shows. No Halleluya Kids, as crianças são muito bem acolhidas e passam o evento brincando, dançando e vivendo suas próprias experiências.

Figura 24: Halleluya kids São Luís/MA



Fonte: Halleluya kids São Luís (2015).

²³ Coordenadora do Espaço da misericórdia em São Luís/MA na edição de 2014.

c) Livraria: Para aprofundar sua experiência com Deus, os participantes podem ir até a Livraria e adquirir livros, CDs, DVDs, camisas, etc., que podem oferecer novas descobertas sobre o Amor de Deus. Em contrapartida funciona também como uma forma de arrecadar recursos para a Comunidade manter o evento.

Figura 25: Hemomar



Fonte: Hemomar (2015).

d) Outros Espaços: O Festival Halleluya São Luís/MA oferece outros espaços, tais como Lanchonete, Ambulatório e espaço para a Doação de Alimentos. O espaço da Hemomar está recolhendo doações de sangue (na sexta, 21, e no domingo, 23) e realizando pré-cadastro (no sábado, 22) de quem deseja ser doador de medula óssea e, assim, participar da campanha “Sou um Doador Oficial do Halleluya”. O da Corregedoria Geral de Justiça do Estado do Maranhão (CGJ) está prestando informações sobre os serviços oferecidos pelo órgão e, por fim, o dos patrocinadores está oferecendo degustações e exibindo seus produtos.

5 METODOLOGIA

Este capítulo aborda pontos relacionados ao processo metodológico da pesquisa, enfatizando a natureza desta, definindo universo da amostra, bem como os instrumentos de coleta de dados e as limitações do método em questão.

5.1 Tipo de pesquisa

A pesquisa proposta neste trabalho é bibliográfica, documental e de campo, iniciada com uma vasta revisão de literatura, para poder-se conceituar e entender o que é Turismo, Turismo cultural e religioso, evento, fatores de desenvolvimento para o turismo, Comunidade Católica Shalom, Festival Halleluya. Para conhecermos as características do objeto de estudo desta dissertação acadêmica buscou-se um referencial teórico disponível em livros, trabalhos científicos como monografias, artigos científicos e periódicos especializados na temática em questão, além de sites governamentais voltados para a área, objeto da investigação.

A partir da pesquisa bibliográfica prévia e de posse dos conteúdos abordados, considerando-se ainda o objeto deste estudo, utilizou-se a técnica da observação direta extensiva através de entrevistas com os profissionais que atuam na área, com a utilização de instrumentos específicos de pesquisa, o questionário, elaborado pelo pesquisador, contendo questões abertas e fechadas aplicadas com os participantes do evento e a entrevista roteirizada, com os organizadores do evento.

Cumprir ressaltar que a pesquisa de campo deu-se através da aplicação de entrevistas roteirizadas junto aos profissionais que trabalham diretamente com o Festival Halleluya e a aplicação de questionários com pelo menos 230 participantes dos eventos.

O objetivo deste trabalho foi realizar uma análise comparativa entre o Festival Halleluya em Fortaleza/CE e São Luís/MA. Para que tal objetivo fosse alcançado foi necessário conhecer-se o público-alvo da pesquisa, desvendando-lhes as necessidades e peculiaridades. Ainda cumpriu explicar o que é o Turismo de evento, Turismo cultural e religioso e de que forma eles podem contribuir para a qualidade de vida das pessoas, descrevendo suas características e benefícios.

A pesquisa foi do tipo descritivo-exploratória tendo em vista que se evidenciou a influência do evento Festival Halleluya no Turismo cultural nas cidades de Fortaleza/CE e São Luís/MA, através da investigação dos fatos e dados descritos de forma técnica e

científica. Andrade (2002) destaca que a pesquisa descritiva preocupa-se em observar os fatos, registrá-los, analisá-los, classificá-los e interpretá-los, e o pesquisador não interfere neles. Assim os fenômenos do mundo físico e humano são estudados, mas não são manipulados pelo pesquisador.

Gil (1999) destaca que a pesquisa exploratória é desenvolvida com vistas a proporcionar uma visão geral acerca de determinado fato. Portanto, este tipo de pesquisa é realizado, sobretudo, quando o tema escolhido é pouco explorado e torna-se difícil formular hipóteses precisas e operacionalizáveis.

Quanto à forma de abordagem a pesquisa foi do tipo qualitativo e quantitativo, considerando-se que o pesquisador teve contato direto com o ambiente e o objeto de estudo e, ainda, tendo em vista que utilizou recursos e técnicas estatísticas quantificando os dados coletados, estabelecendo relação entre as diversas variáveis para garantir-se a precisão dos resultados e a fidelidade no processo de análise e interpretação. Richardson (1999, p.80) afirma que na pesquisa qualitativa “os estudos que empregam uma metodologia podem descrever a complexidade de determinado problema, analisar a interação de certas variáveis, compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais”. Diferentemente da pesquisa qualitativa a abordagem quantitativa evidencia emprego de instrumentos estáticos, tanto na coleta como no tratamento dos dados. Richardson (1999, p.70) afirma que “[...] caracteriza-se pelo emprego de quantificação tanto nas modalidades de coleta de informações, quanto no tratamento delas por meio de técnicas estatísticas, desde as mais simples como percentual, média, desvio-padrão, as mais complexas [...]”.

Ao final de toda a pesquisa e da aplicação dos questionários, os dados levantados e analisados foram expostos por meio de gráficos e tabelas, visando-se facilitar a compreensão dos resultados alcançados.

5.2 O universo da amostra

Segundo Gil (2010), o universo ou população é um conjunto definido de elementos que possuem determinadas características, e amostra, por sua vez, apresenta um subconjunto de elementos pertencentes à população.

Conforme este conceito, optou-se, por ocasião deste trabalho, pela inferência em uma amostra escolhida aleatoriamente os pesquisados foram 230 pessoas que participaram dos Festivais Halleluya em Fortaleza/CE e São Luís/MA. A pesquisa foi realizada no período de 23 a 27 de julho de 2014 em Fortaleza/CE e de 21 a 23 de novembro em São Luís/MA

junto aos participantes dos eventos através de aplicações de questionários. A amostra caracteriza-se como aleatória dentro do universo, que são pessoas/demanda que frequentaram o evento.

Foram aplicadas entrevistas roteirizadas com 10 organizadores, ligados ao evento de Fortaleza/CE; já em São Luís/MA foram entrevistados 4 organizadores que contribuíram com informações do festival.

Para melhor compreensão do capítulo 6, referente a análises e discussões foi definida uma estrutura padrão de disposição dos gráficos e informações destes. Primeiro informações e gráficos de Fortaleza/CE, em seguida informações e gráficos relacionados a São Luís/MA e, por fim, a análise comparativa dos dois eventos.

5.3 Instrumentos de coleta de dados

A partir da pesquisa bibliográfica prévia e, de posse dos conteúdos abordados, considerando-se ainda, o objeto deste estudo, optou-se pela técnica da observação direta extensiva através de entrevistas roteirizadas com os gestores dos eventos Festival Halleluya em Fortaleza/CE e São Luís/MA e os questionários para aplicação com os participantes dos dois eventos. Estes instrumentos são específicos de pesquisa, a entrevista roteirizada (Apêndice A) e os questionários (Apêndice B), ambos para coleta de dados, elaborados pelo pesquisador, contendo o primeiro apenas perguntas abertas e o segundo perguntas abertas e fechadas.

A aplicação dos 230 questionários deu-se durante os eventos. Utilizou-se um gravador de áudio nas entrevistas roteirizadas com os organizadores dos eventos em Fortaleza/CE e São Luís/MA para melhor utilização das informações. Para salvar e guardar a identidade dos entrevistados nos capítulos 04, sobretudo no capítulo 06, optou-se por utilizar pseudônimos, nomes de santos da igreja católica, para caracterizá-los e notas de rodapé, para definir seus cargos e funções. Dentre os nomes utilizados: São Francisco, Santo Agostinho, Santa Clara, São João Paulo II, São Miguel, São Rafael; Santa Rita, São Pedro, Santa Tereza, Santa Faustina, Santa Marcela, Santo Ireneu, São Bento e São Padre Pio.

Quanto ao tratamento dos dados obtidos, foram utilizados os recursos de estatística descritiva, na tabulação das informações coletadas através dos questionários aplicados, sendo que os resultados serão apresentados por meio de gráficos com as devidas análises pertinentes.

5.4 Limitações da pesquisa

Apresentam-se nesta seção, alguns dos empecilhos que dificultaram o bom andamento do trabalho. Na pesquisa documental e de campo realizada em Fortaleza/CE alguns membros da equipe garantiram que enviariam informações complementares para o bom andamento do trabalho, fato que infelizmente não ocorreu, dificultando a agilidade de elaboração do trabalho científico.

Os questionários da pesquisa de campo foram elaborados com perguntas fechadas e abertas e aplicados de forma aleatória. Em ambos os eventos Fortaleza/CE e São Luís/MA participantes deixaram de responder a alguns quesitos, impedindo o levantamento de alguns dados.

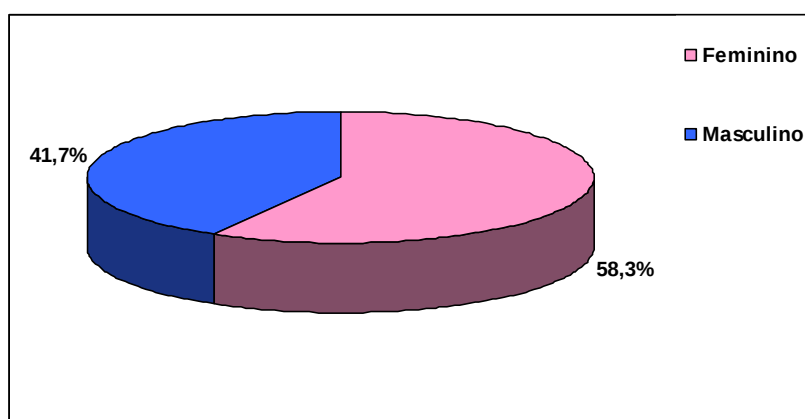
Outra limitação encontrada foi a complexidade de encontrar documentos científicos relacionados ao Festival Halleluya, por se tratar de um trabalho inédito.

6 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Conforme apresentado no trabalho, o Festival Halleluya como evento cultural realizado nas cidades de Fortaleza/CE e São Luís/MA alcança um público diversificado. Logo, é de suma importância o reconhecimento do público que frequenta os festivais. A partir disso foi realizada uma pesquisa de campo para levantamento de dados proporcionando uma averiguação destes perfis no ano de 2014.

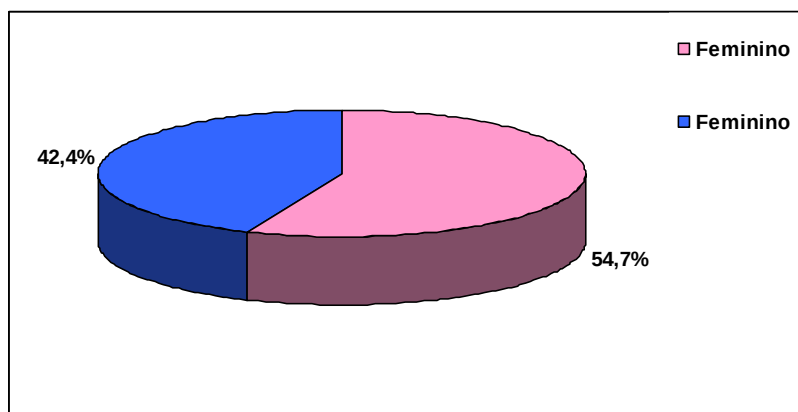
Na pesquisa de campo foram aplicados 230 questionários de forma aleatória, no Festival Halleluya de Fortaleza/CE e São Luís/MA (115 em cada cidade), dentre estes 67 mulheres para 48 homens em Fortaleza/CE, ou seja, 58,3% de público feminino para 41,7% masculino.

Gráfico 1: Sexo – Fortaleza/CE



Bem como 66 mulheres para 49 homens, isto é, 57,4% de público feminino para 42,6% masculino em São Luís/ MA.

Gráfico 2: Sexo – São Luís/MA

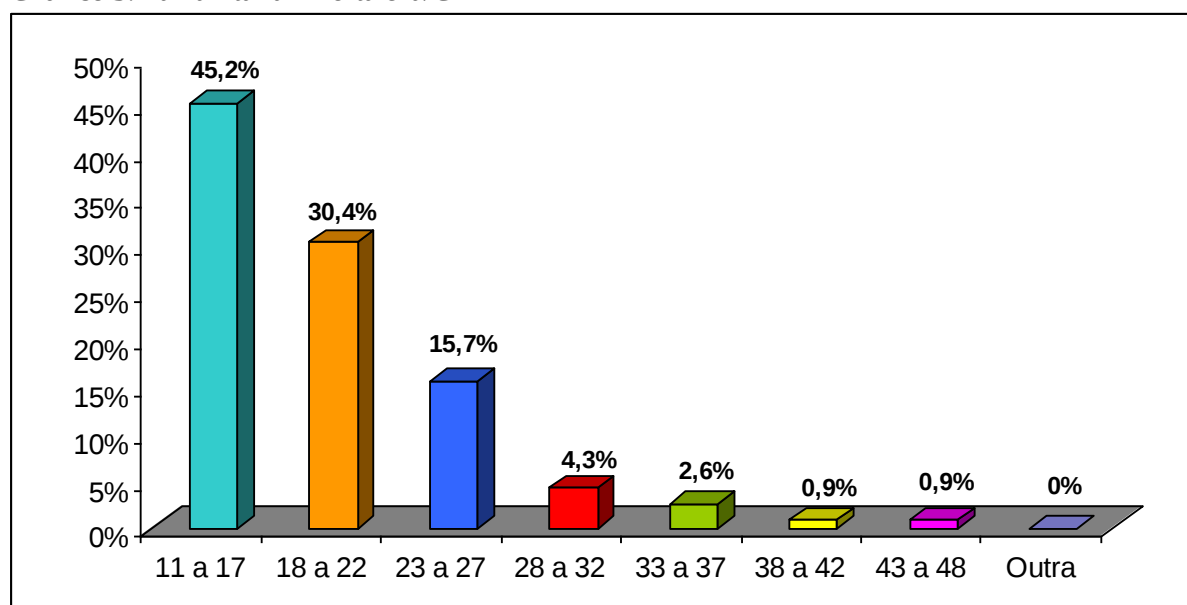


A predominância de mulheres nos eventos aponta para uma primazia da presença feminina no Cristianismo, apesar de que a hierarquia seja ainda hoje constituída quase que exclusivamente por homens. Stark (2006) aponta que as raízes históricas de tal realidade estão no fato de que, desde o princípio da era cristã, as mulheres tinham mais probabilidade de se tornarem cristãs do que os homens, dada a dignidade que a elas era conferida, conforme afirmação a seguir:

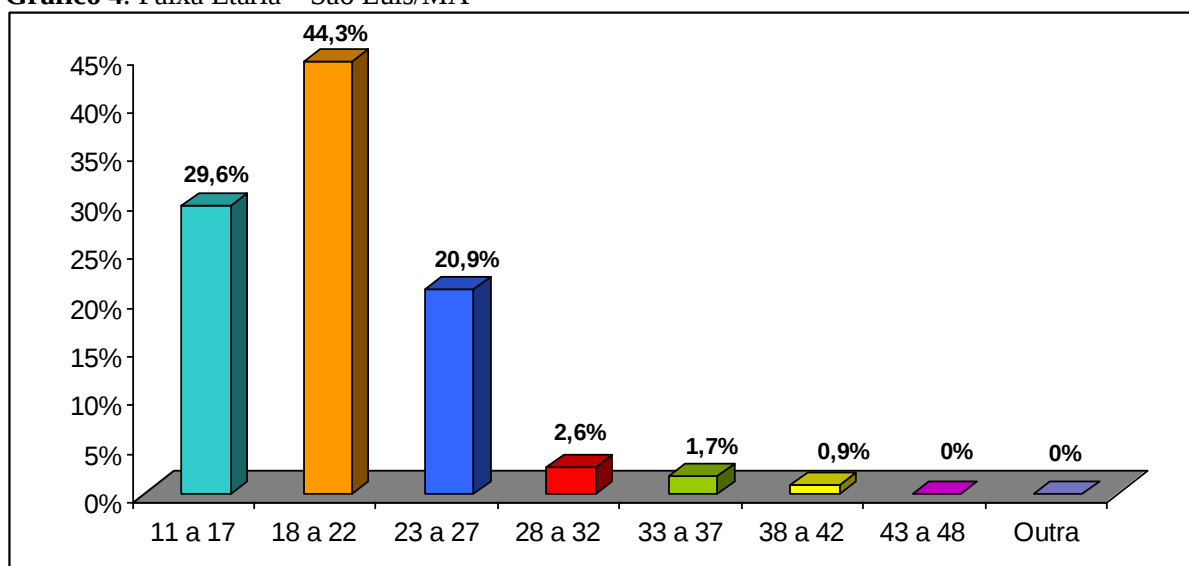
Ao proibirem todas as formas de infanticídio e de aborto, aos cristãos afastaram as principais causas de desequilíbrio de gênero que havia entre os pagãos. Mesmo assim, mudanças isoladas na taxa de mortalidade provavelmente não eram capazes de fazer com que as mulheres cristãs se tornassem mais numerosas do que os homens cristãos. Havia, contudo, um segundo fator a influenciar os coeficientes cristãos de sexo: as mulheres tinham mais probabilidade de tornarem-se cristãs do que os homens. Esse fator, combinado com a redução da mortalidade feminina, deve ter provocado um acréscimo de mulheres nas subculturas cristãs. (STARK, 2006, p. 114).

A amostra selecionada em Fortaleza/CE indicou os seguintes resultados na questão faixa etária: 45,2% da demanda do evento têm idade entre 11 a 17 anos, 30,4% estão entre 18 a 22 anos, 15,7% entre 23 a 27 anos, 4,3% entre 28 a 32 anos, 2,6% entre 33 a 37 anos, 0,9% entre 38 a 42 anos e 0,9% entre 43 a 48 anos.

Gráfico 3: Faixa Etária – Fortaleza/CE



Nesse sentido os dados coletados em São Luís/ MA indicaram os seguintes resultados na questão faixa etária: 44,3% estão entre 18 a 22 anos, 29,6% da demanda do evento tem idade entre 11 a 17 anos, 20,9% entre 23 a 27 anos, 2,6% entre 28 a 32 anos, 1,7% entre 33 a 37 anos e 0,9% entre 38 a 42 anos.

Gráfico 4: Faixa Etária – São Luís/MA

O evento de Fortaleza alcançou maior demanda na faixa etária de 11 a 17 anos, dado que ele promove mais atividades voltadas ao público infanto-juvenil, como o Halleluya Adventure (apresentações e competições de skateboarding e bmx bike em arena), *Bus Walkinkg party* (um ônibus onde acontecem simultaneamente música eletrônica e palestras de cunho cristão católico), Cine Halleluya (5 sessões de filmes, dentre eles filmes cristãos e outros produzidos pela Comunidade Católica Shalom).

De acordo com São Francisco²⁴, a maior parte do público do Halleluya em Fortaleza/CE é composta por jovens. Entre 70% e 80% dos participantes são desta faixa etária. No entanto, há espaço para o público de várias idades. “O Halleluya alcança uma variedade de públicos. É um evento para o jovem, mas não exclui ninguém. Famílias, idosos, crianças, deficientes; pessoas de todas as idades e classes sociais podem participar”.

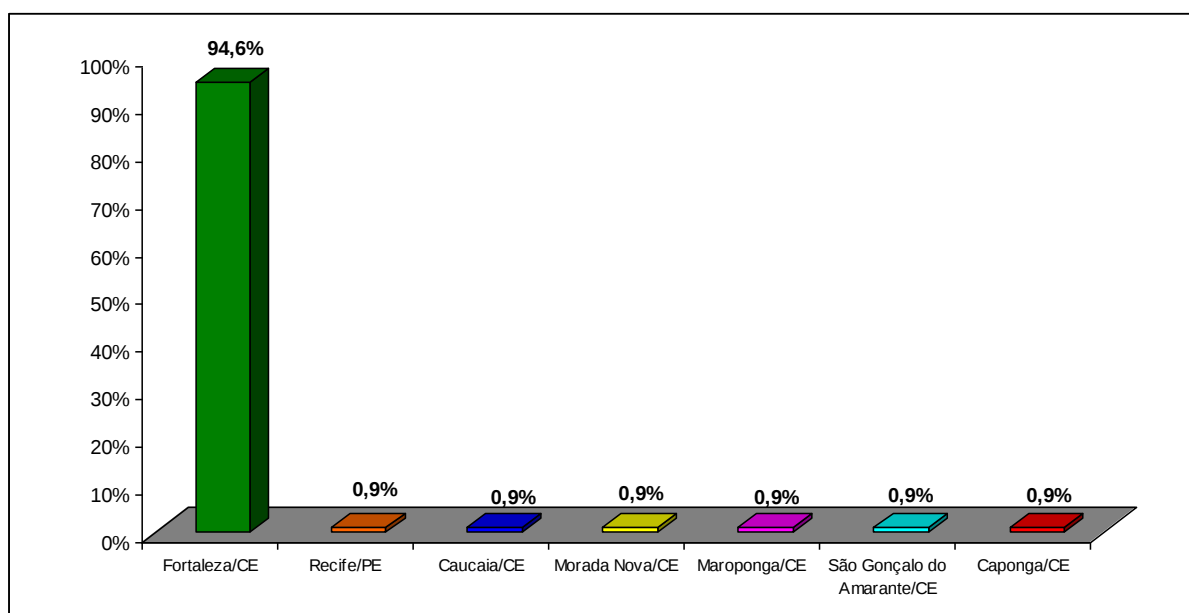
Cumprе ressaltar que o evento em Fortaleza/CE recebeu apenas 0,9% pessoas entre 43 a 48 anos, público que não foi verificado aplicando-se os gráficos em São Luís/MA. É interessante ressaltar que em Fortaleza/CE existem atrativos que tendem a aproximar preferencialmente esta demanda: Palestras (sobre família, juventude, vocação), programas de tv ao vivo e exibidos em canal local que focam em debates de temas da atualidade (Programa Fazendo Barulho da Comunidade Católica Shalom).

²⁴ Membro aliança da Comunidade Shalom e responsável pelo setor comercial do Festival Halleluya Fortaleza/CE no ano de 2014.

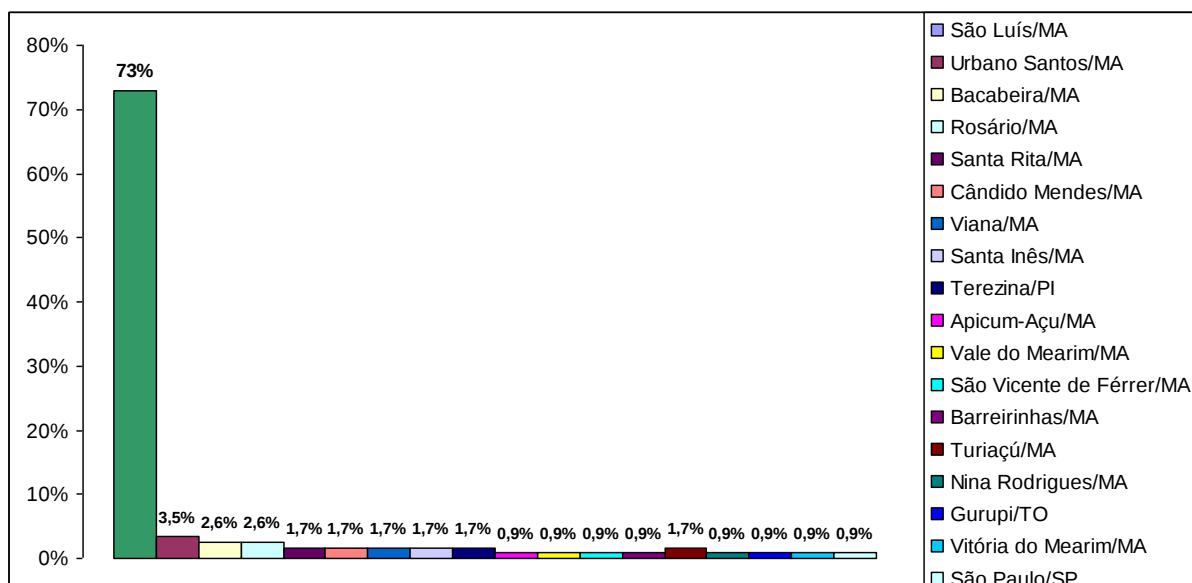
Em São Luís/MA o evento conseguiu atingir um de seus principais objetivos: cativar a predominância do público jovem, que é muita expresiva: 44,3%. E por ser menos abrangente no quesito atrativos acaba fortaleça essa relação com a juventude através principalmente dos shows artísticos.

Os dados coletados em Fortaleza/CE indicam os seguintes resultados na questão cidade e Estado: 94,6% da demanda eram de Fortaleza/CE, 4,5% de outros municípios do Ceará e 0,9% eram de Recife/PE.

Gráfico 5: Cidade e Estado – Fortaleza/CE



Por outro lado os dados averiguados em São Luís/MA apontaram que a grande maioria, 73% dos entrevistados, é do município de São Luís; 3,5% de Urbano Santos/MA, 2,6% (Bacabeira e Rosário/MA), 1,7% (Santa Rita, Cândido Mendes, Viana, Santa Inês/MA e Teresina/PI) e com representação de apenas 0,9% os municípios de Apicum-Açu/MA, Vale do Mearim/MA, São Vicente de Férrer, Turiaçu, Nina Rodrigues, além de Gurupi/TO e São Paulo/SP.

Gráfico 6: Cidade e Estado – São Luís/MA

Através da análise dos gráficos percebe-se que tanto em Fortaleza/CE e São Luís/MA a presença do público predominante é das cidades onde os eventos são promovidos. Constata-se um pequeno percentual no Festival de Fortaleza proveniente de Recife/PE, evocando a força que o evento tem de alcançar público de diversos Estados do Brasil e outros países, como já ocorreu em edições anteriores.

Segundo revista Shalom Maná (2012, p.28):

O Festival Halleluya, em sua edição comemorativa de 15 anos, recebeu em cada noite muitas visitas especiais: bispos e padres do Brasil inteiro e de diferentes países [...]. Cardeal Dom Odilo Scherer, Arcebispo metropolitano de São Paulo, Dom Orani Tempesta, Arcebispo do Rio de Janeiro; Dom Jávier Martínéz, Arcebispo de Granada (Espanha); Dom Maurizio Mirilli, responsável pela pastoral da juventude de Roma [...].

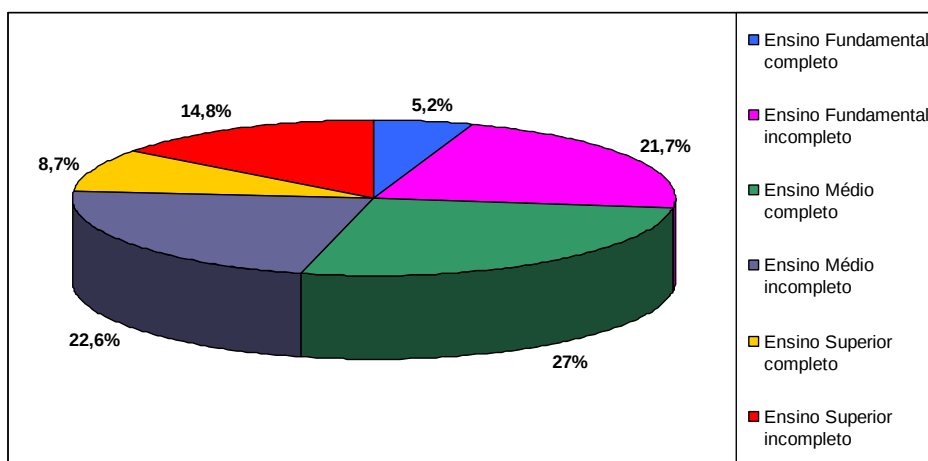
De acordo com Santa Faustina ²⁵ “no ano de 2014 São Luís/MA recebeu número recorde de pessoas de outras cidades e estados, totalizando 30 caravanas.”. Santa Faustina prosseguiu com sua fala ressaltando que “das caravanas que participaram do Festival, seis utilizaram hospedagem oferecida pela organização do evento, totalizando 200 pessoas. A hospedagem incluía café da manhã, e foi feita na casa de retiro Shalom, no bairro da Vila Palmeira.” Finalizou sua posição ratificando que “a meta é alcançar todo o Estado do Maranhão. O destaque deste ano foi para as caravanas que vieram das cidades onde a Comunidade Católica Shalom já esta presente, como Imperatriz e Balsas.”.

²⁵ Missionária Aliança da Comunidade Católica Shalom São Luís/MA.

Compreende-se assim que o evento de Fortaleza/CE evidentemente está mais estruturado e apto para receber demandas de outros lugares de seu próprio Estado, do país e de outros países. Contudo, São Luís/MA, especialmente no ano de 2014, começou a expandir suas possibilidades de alcance de demanda.

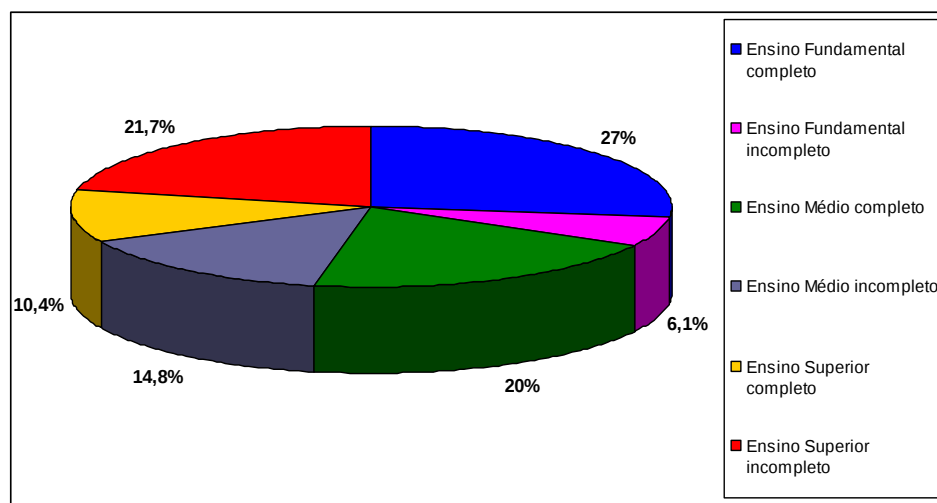
No quesito relacionado ao nível de escolaridade, constatou-se em Fortaleza/CE que 27% apresentam ensino médio completo, 22,6% têm ensino médio incompleto, 21,7% dos entrevistados possuem ensino fundamental incompleto; 14,8%, ensino superior incompleto, 8,7% detem ensino superior completo e 5,2% apresentam ensino fundamental completo.

Gráfico 7: Nível de escolaridade – Fortaleza/CE



No entanto, em São Luís/ MA, constatou-se que 27% apresentam ensino fundamental completo; 21,7%, ensino superior incompleto; 20%, ensino médio completo; 14,8% têm ensino médio incompleto, 10,4% dispõem de ensino superior completo e 6,1% dos entrevistados possuem ensino fundamental incompleto.

Gráfico 8: Nível de escolaridade – São Luís/MA



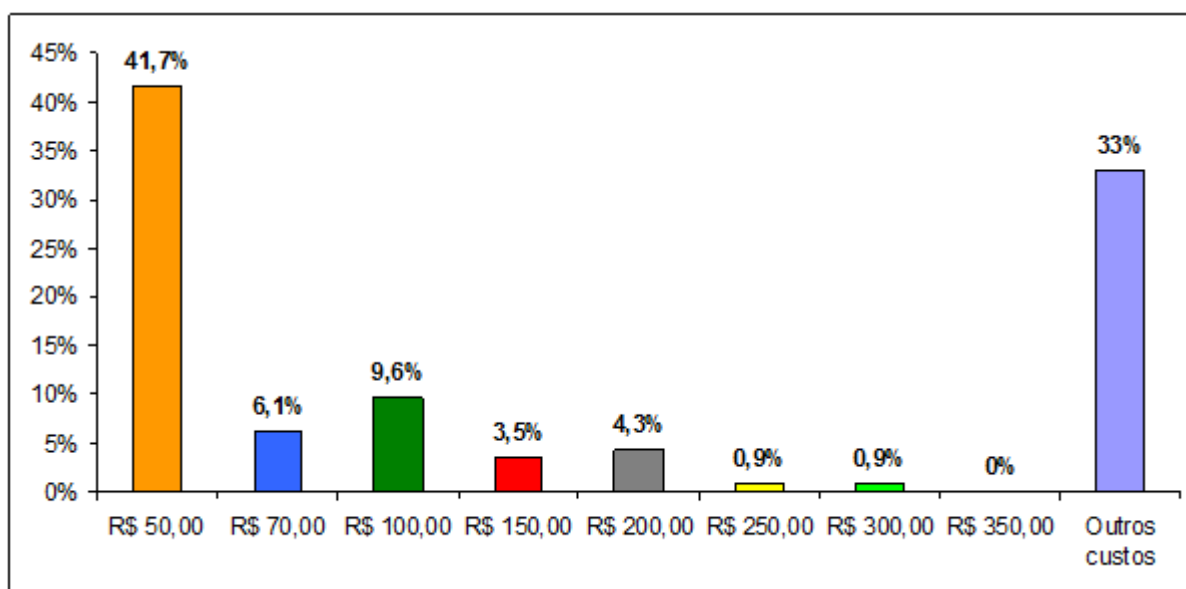
Conforme a análise dos gráficos foi percebido que o número de participantes de Ensino médio completo na cidade de Fortaleza/CE alcançou maior relevância.

De acordo com Santa Marcela ²⁶O Centro de Hematologia e Hemoterapia do Ceará - Hemoce participou mais uma vez do Festival Halleluya. Em seu 12º ano de parceria com a comunidade, o hemocentro conseguiu ultrapassar o número de doações do ano de 2013. Ao todo, durante os cinco dias de festival, 1148 candidatos passaram pelo estande do Hemoce, 619 bolsas de sangue foram coletadas e 318 pessoas se cadastraram como possíveis doadores de medula óssea.

Entretanto, em São Luís/MA a maior demanda foi de adolescentes de Ensino fundamental completo. Podemos assim perceber que o público jovem, que frequenta o Festival, possui uma consciência social aguçada e vê a possibilidade de aplicação desta durante os dias do evento.

Logo em seguida foi questionado o gasto médio no evento de Fortaleza/CE: 41,7% gastaram R\$ 50,00 , 33% outros valores (Significa valores inferiores a R\$ 50,00), 9,6% R\$ 100,00 , 6,1% dos participantes R\$ 70,00 , 4,3% R\$ 200,00, 3,5% R\$ 150,00 e 1,8% valores maiores que R\$ 200,00.

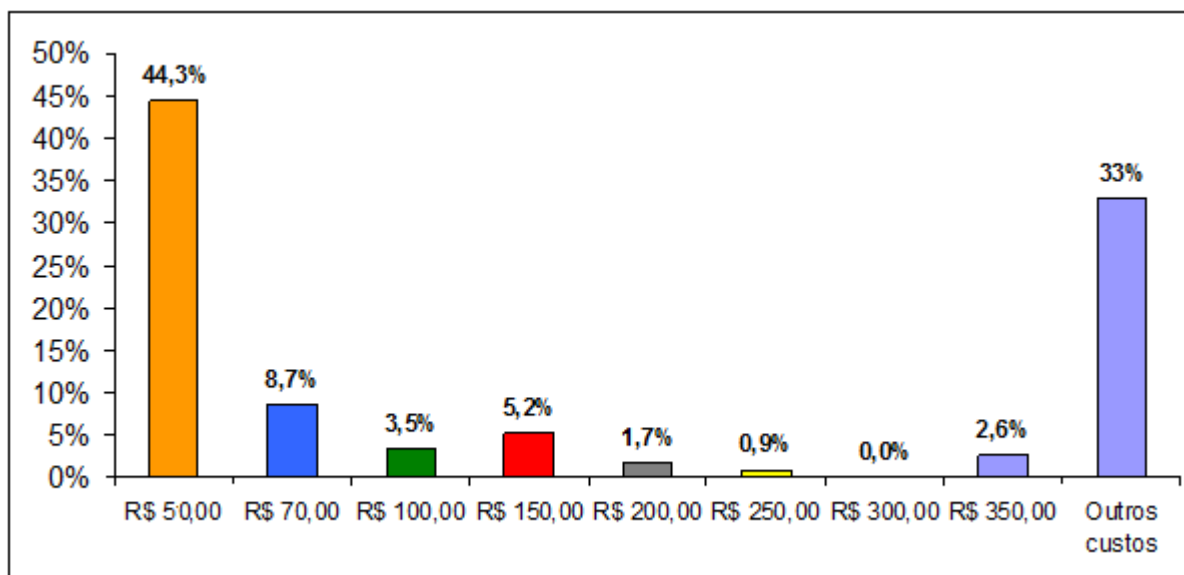
Gráfico 9: Gasto médio – Fortaleza/CE



²⁶ Coordenadora da captação de doadores do HEMOCE.

Em São Luís/ MA: 44, 3% gastaram R\$ 50,00, 33% outros valores, 8,7% dos participantes R\$ 70,00, 5,2% R\$ 150,00, 3,5% R\$ 100,00, 1,7% R\$ 200,00, 2,6% R\$ 350,00 e 0,9% R\$ 250,00.

Gráfico 10: Gasto médio – São Luís/MA

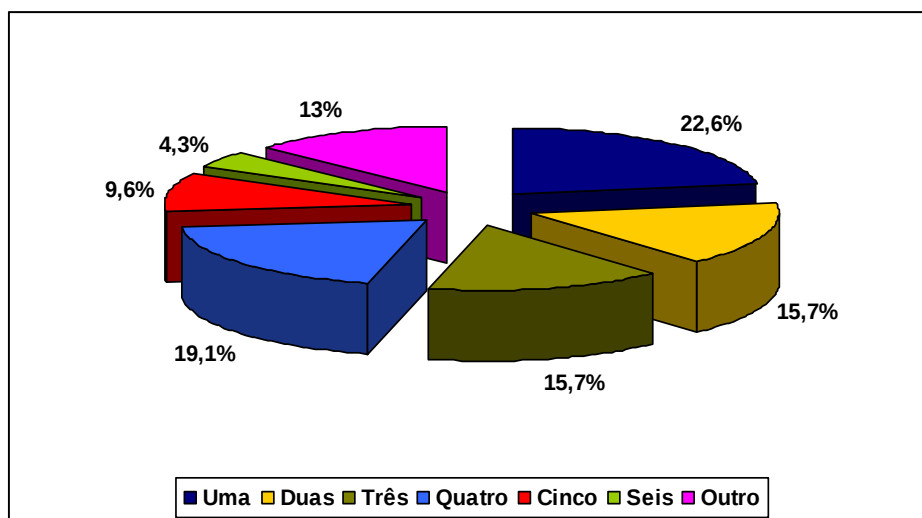


No que tange ao investimento financeiro em ambos eventos os maiores destaques foram nos valores de R\$ 50,00 e em quantias menores que R\$ 50,00. Trata-se de um formato de evento gratuito como afirma São Francisco ²⁷ “percebemos que o que mantém o Festival além da Livraria e Lanchonete são os patrocinadores, incentivos fiscais e doações que ocorrem durante o evento”.

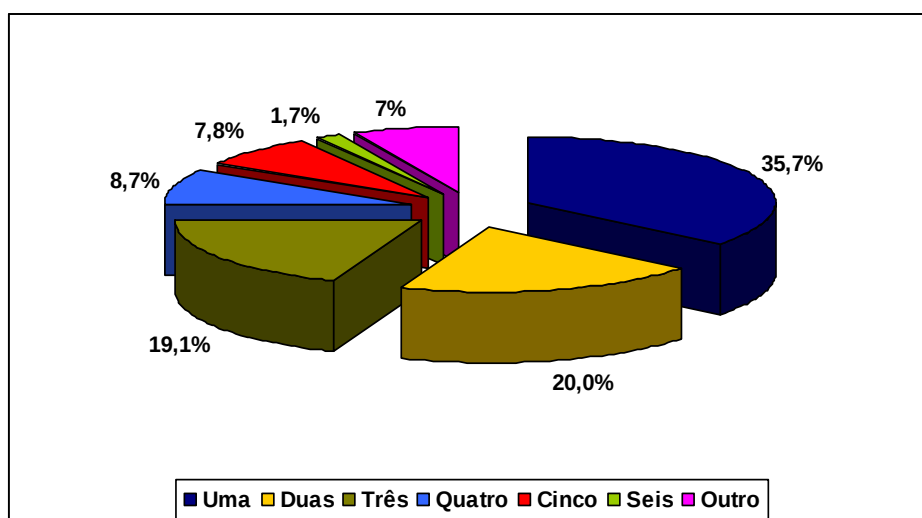
O maior valor apurado no evento de Fortaleza/CE foi de R\$ 300,00 e em São Luís/MA R\$ 250,00 mostrando assim que, em ambos eventos, é alcançado uma diversidade de classes sociais.

Quando questionados sobre sua frequência nas edições do Festival Halleluya em Fortaleza/CE: 22,6% participaram a primeira vez do evento; 19,1%, quatro vezes; 15,7%, três vezes; 15,7%, duas; 13%, sete vezes ou mais; 9,6%, cinco e 4,3% seis.

²⁷ Membro aliança da Comunidade Shalom e responsável pelo setor comercial do Festival Halleluya Fortaleza/CE no ano de 2014.

Gráfico 11: Frequência – Fortaleza/CE

Na edição do Festival Halleluya em São Luís/MA: 35,7% participaram a primeira vez do evento; 20%, duas vezes; 19,1%, três; 8,7%, quatro; 7,8%, cinco; 7% ,sete vezes ou mais e 1,7% seis.

Gráfico 12: Frequência – São Luís/MA

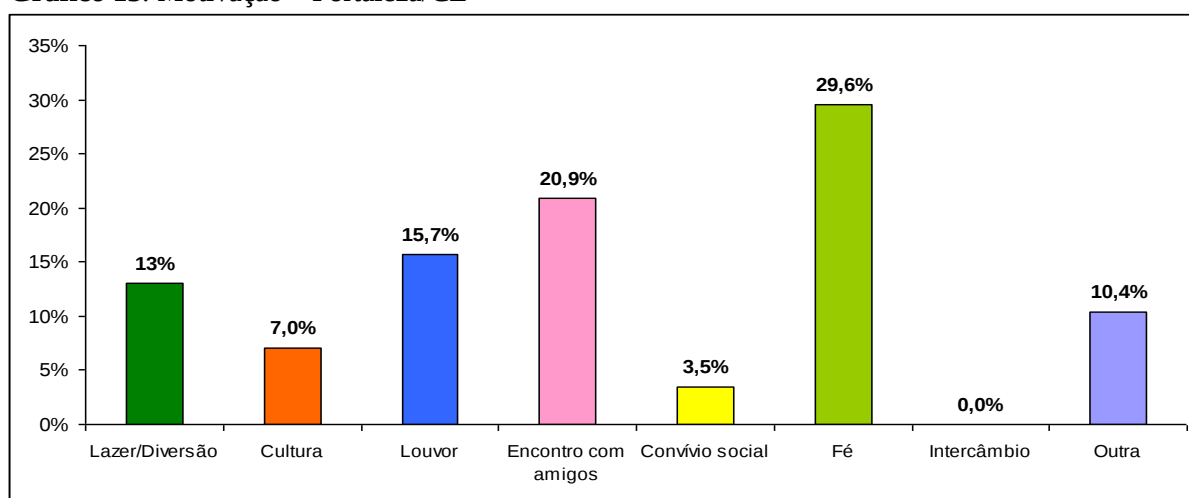
Tanto em Fortaleza/CE quanto em São Luís/MA o evento alcançou altos índices de participantes que foram a primeira vez prestigiar o festival. Fica claro que a estrutura de inovação do mesmo possibilita a realidade de atrair novos frequentadores em suas edições. Segundo Santo Agostinho²⁸, o evento de Fortaleza/CE faz parte dos calendários de eventos da cidade de Fortaleza e do Estado do Ceará facilitando com mais veemência o acesso de pessoas de outros Estados e movimentando o cenário turístico.

²⁸ Membro da Comunidade Shalom de Fortaleza/CE e coordenador geral do evento na edição de 2014.

Outros percentuais relevantes são 13% em Fortaleza/CE e 7% em São Luís/MA que indicam o número de pessoas que prestigiaram o festival mais de 6 vezes. É notório que a sua estrutura consegue fidelizar seu público-alvo.

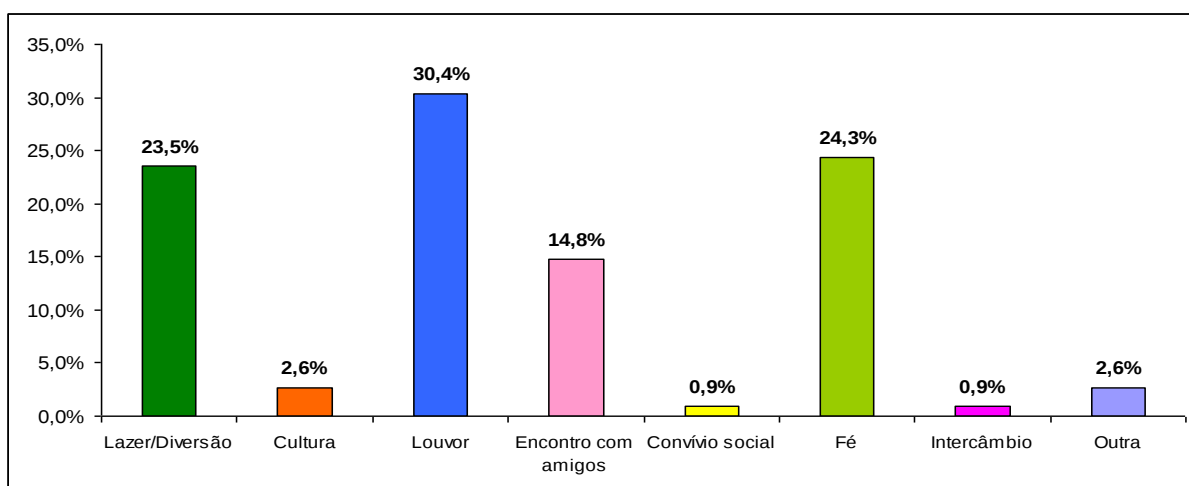
Quando abordados sobre a motivação de frequentar o evento em Fortaleza/CE, responderam 29,6% fé, 20,9% encontro com amigos; 15,7%, louvor; 13%, lazer/ diversão; 10,4%, outra, como por exemplo motivação por “bandas específicas como Rosa de Saron”, por “curiosidade”, por ser “um grande evento”, por “morar nas proximidades”, “conhecer gente nova”, 7% cultura e 3,5 % convívio social.

Gráfico 13: Motivação – Fortaleza/CE



Em São Luís/MA: 30,4% louvor; 24,3%, fé; 23,5%, lazer/ diversão; 14,8%, encontro com amigos; 2,6%, cultura; 2,6%, outra, como por exemplo “o melhor evento cristão de São Luís”, pelo “convite específico de um amigo”, 0,9 % convívio social e 0,9% intercâmbio.

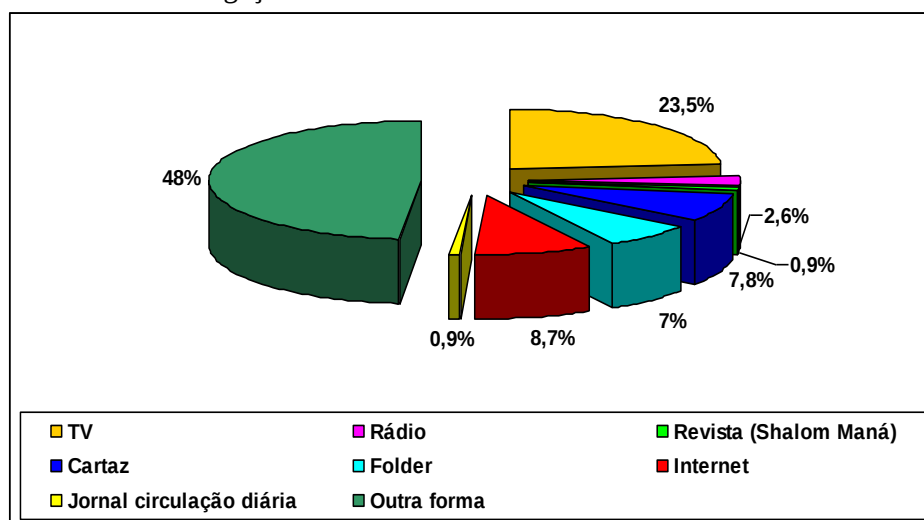
Gráfico 14: Motivação – São Luís/MA



Percebe-se que, de fato, por ser uma comunidade católica a promotora dos Festivais, muitos fatores espirituais motivam o público. Como são notáveis altos índices em Fortaleza/CE e São Luís/MA nos quesitos “Louvor” e “fé”. Em contrapartida os quesitos “Lazer/diversão”, “cultura” e “encontro com amigos” alcançaram uma relevância significativa, fortalecendo assim o fato de que o Festival Halleluya é um evento cultural com traços religiosos.

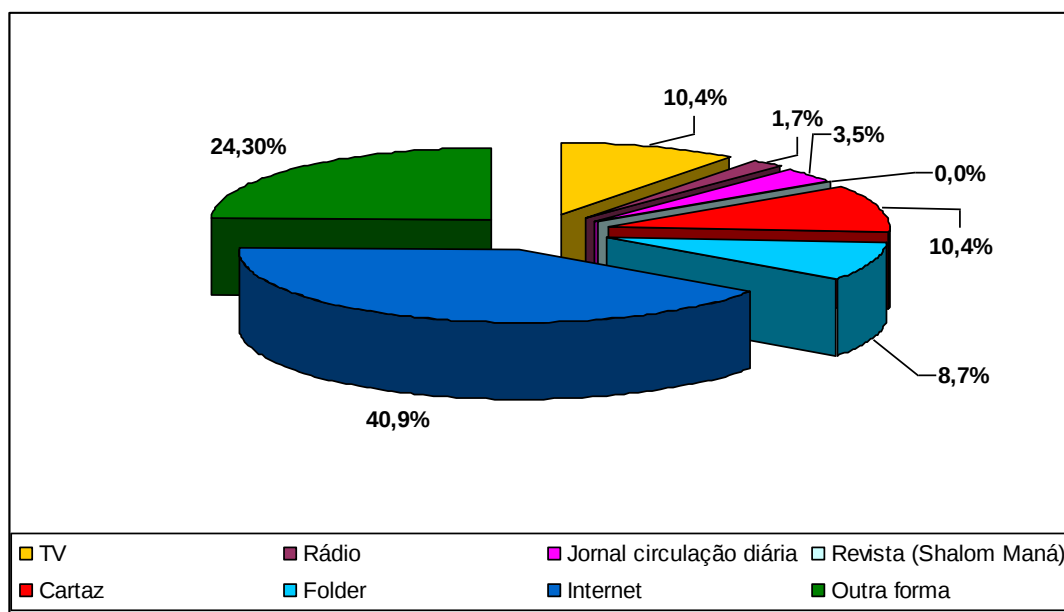
Outra questão essencial na pesquisa é a divulgação do evento. Quando questionados em Fortaleza/CE neste aspecto, responderam 48%, por outra forma (boca a boca²⁹), através da própria comunidade Shalom, amigos convidando amigos, família convidando filhos, membros da comunidade convidando participantes da comunidade; 23,5% desta é feita pela tv; 8,7%, internet; 7,8%, por cartazes; 7% fôlder; 2,6%, pelo rádio; 0,9%, pela revista da própria Comunidade Shalom, revista “Shalom Maná” e 0,9% por jornal de circulação diária.

Gráfico 15: Divulgação – Fortaleza/CE



Em São Luís/MA quando interpelados no que se refere à divulgação do evento, responderam: 40,9%, Internet; 24,3%, por outra forma (boca a boca); 10,4%, desta são feitas pela tv; 10,4%, por cartazes; 8,7%, fôlder; 3,5%, jornal, e 1,7% pelo rádio.

²⁹ Técnica de propaganda feita de forma verbal de uma pessoa para outra. As pessoas vão comentando uma para a outra e acabam espalhando a notícia.

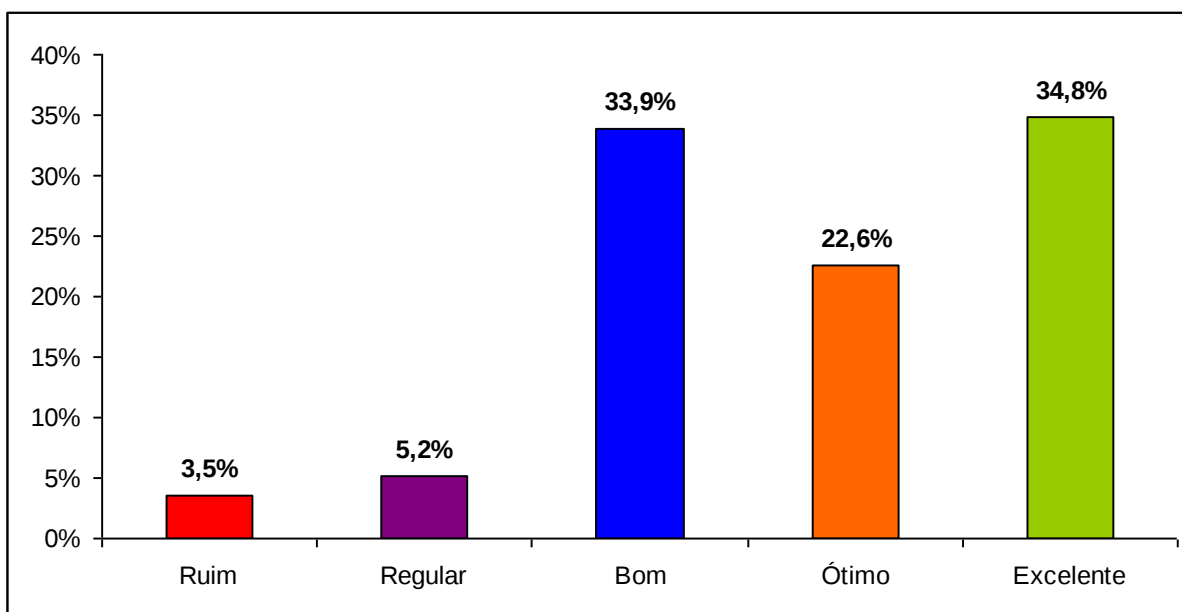
Gráfico 16: Divulgação– São Luís/MA

Observou-se que em Fortaleza/CE o maior índice alcançado foi no quesito “outra forma” onde percebemos o método boca a boca que se reflete em convites de forma apaixonada através da aprovação do evento em outras edições. De acordo com Santo Irenue³⁰, são 6.000 voluntários próximos à comunidade que convidam corpo a corpo as pessoas compartilhando suas experiências, colocando adesivos nos carros, além do que existem Comunidades Shalom por vários municípios do Ceará, a saber, Fortaleza, Aracati, Cratêus, Quixadá, Itapipoca, Juazeiro do Norte e Sobral, fortalecendo assim uma continuidade de público nas edições do evento.

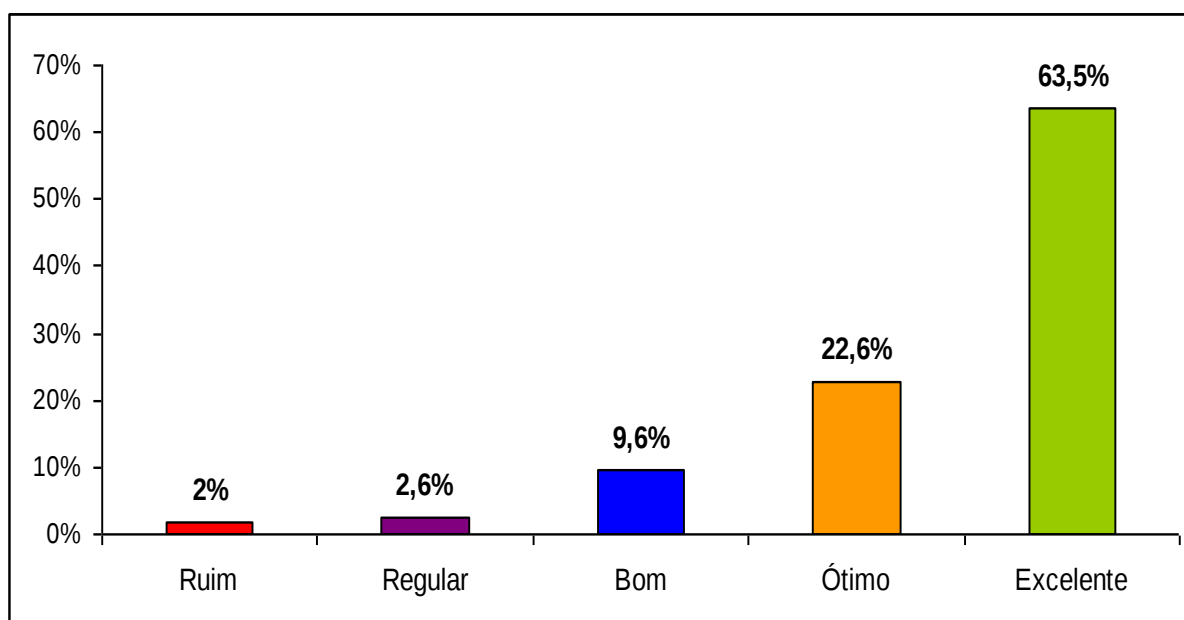
Com relação a São Luís/MA, quando questionados no mesmo quesito a porcentagem mais relevante apontou para “Internet” como maior forma de atração de demanda ao evento. Levando-se em consideração que na cidade de São Luís/MA a Comunidade Shalom não é tão conhecida nem tem o mesmo número de casas que em Fortaleza/CE, fica evidente a importância e a absorção do público através principalmente das redes sociais, como, por exemplo, Facebook, Instagram e WhatsApp.

Outro quesito importante é a percepção dos participantes em relação a avaliar o evento. Em Fortaleza/CE: 34,8% excelente, 33,9% bom, 22,6% ótimo, 5,2% regular e 3,5% acreditam que este é ruim.

³⁰ Coordenador da acessória de imprensa do Festival Halleluya Fortaleza/CE.

Gráfico 17: Avaliação – Fortaleza/CE

No entanto, em São Luís/MA, a percepção do coletivo em relação a avaliar o evento é 63,5% excelente; 22,6%, ótimo; 9,6%, bom e apenas 2,6% consideraram o evento regular.

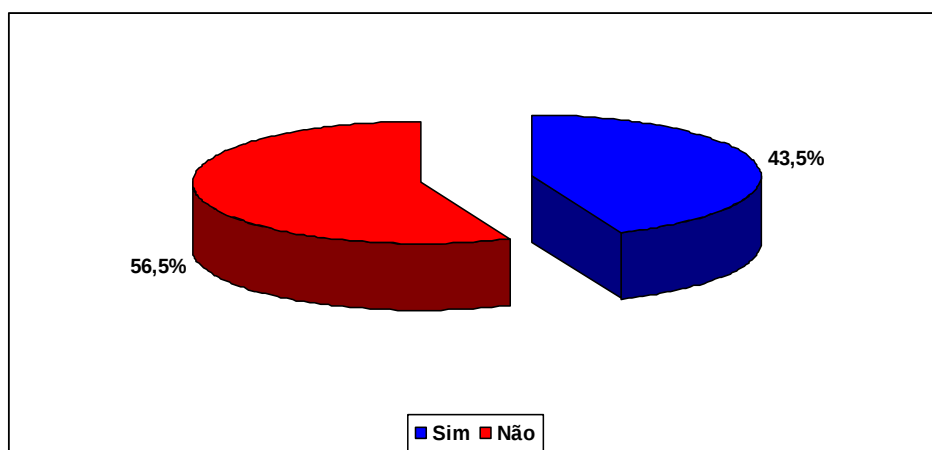
Gráfico 18: Avaliação – São Luís/MA

Os maiores índices alcançados tanto em Fortaleza/CE e São Luís/MA foram de bom a excelente. Observa-se assim que o público que frequenta o evento está satisfeito com a estrutura do mesmo. Contudo, importa ressaltar que, em Fortaleza/CE, índices negativos de

ruim a regular foram mais expressivos que em São Luís/MA, denotando assim que os participantes do Festival Halleluya em Fortaleza/CE foram mais criteriosos em suas avaliações, gerando então a necessidade da Comunidade se aprimorar e inovar de forma constante.

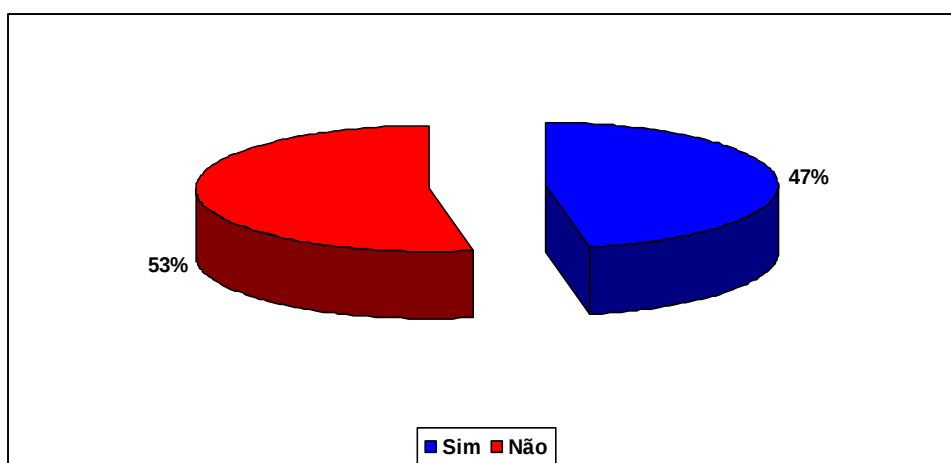
Quanto à visita a pontos turísticos em Fortaleza/CE, 56,5% não visitaram nenhum, enquanto estiveram no Festival e 43,5% visitaram algumas localidades.

Gráfico 19: Pontos Turísticos – Fortaleza/CE



No que se refere à visita a pontos turísticos em São Luís/MA, 53% não frequentaram nenhum enquanto estiveram no Festival e 47% frequentaram alguns pontos .

Gráfico 20: Pontos Turísticos – São Luís/MA



É possível verificar com clareza que, face aproximadamente á metade da demanda dos dois Festivais nas duas cidades, aproveitaram a oportunidade de participar do evento para também visitarem pontos turísticos. Isto ocorre, pois o evento é noturno em ambos Estados

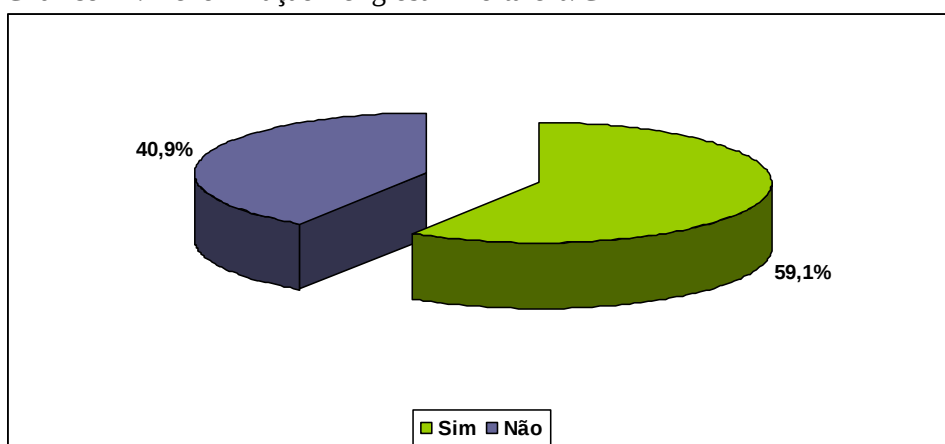
Segundo São Francisco³¹, a Comunidade Shalom nas últimas edições tem iniciado um processo de articulação para no futuro estruturar algo mais concreto no que se tange ao turismo. Ele afirma: “Alguns jovens se hospedam em nossas comunidades, porém outros se organizam e ficam em hotéis, pousadas e aproveitam o dia para conhecer principalmente pontos como: *Beach Park*, Ponte Metálica, Praia de Iracema e os teatros da cidade”.

Com relação à realidade de São Luís/MA Santa Faustina³² afirma que a edição de 2014 recebeu número de caravanas recordes, onde a Comunidade facilitou a hospedagens destes, em sua maioria jovens, que se alojaram em igrejas e escolas e também aproveitaram a oportunidade para conhecer principalmente o município de São José de Ribamar, as praias da cidade de São Luís e o centro histórico.

No que tange ao quesito financeiro, observa-se que Fortaleza/CE já possui uma movimentação financeira expressiva, pois o público que vem de fora da cidade aproveita a temporada fica para se hospedar, consumir e conhecer diversas localidades. No entanto, em São Luís/MA, percebe-se uma timidez quando se segue o parâmetro do Festival de Fortaleza/CE, pois, em sua maioria, as pessoas que vêm de fora da cidade acabam hospedando-se em lugares gratuitos; fazem suas visitas, porém o consumo é pouco expressivo.

Em relação à Denominação Religiosa podemos observar que 40,9% que frequentaram a edição de 2014, em Fortaleza/CE, não possuem e 59,1% professam alguma fé.

Gráfico 21: Denominação Religiosa – Fortaleza/CE

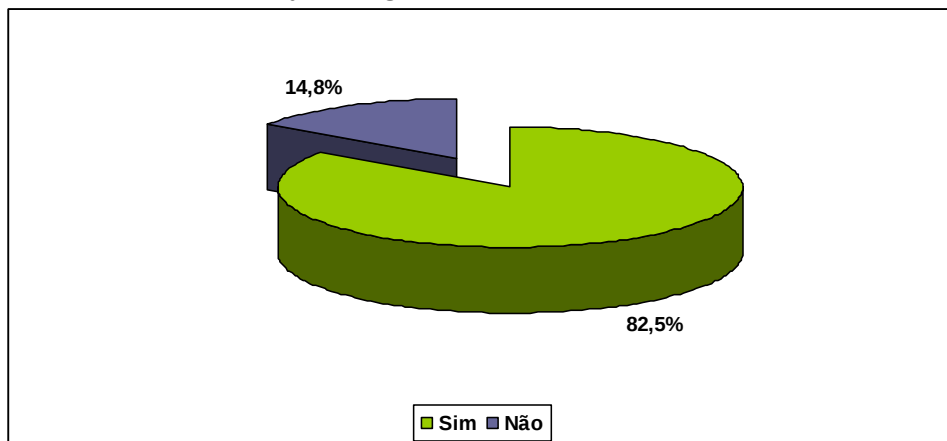


³¹ Membro aliança da Comunidade Shalom e responsável pelo setor comercial do Festival Halleluya Fortaleza/CE no ano de 2014.

³² Missionária Aliança da Comunidade Católica Shalom São Luís/MA.

Porém em São Luís/MA, no item Denominação Religiosa, pôde-se observar que 85,2% que frequentaram a edição de 2014 participam e 14,8% não frequentam nenhuma denominação.

Gráfico 22: Denominação Religiosa – São Luís/MA



É possível observar que, em Fortaleza/CE, uma parcela significativa de 49,9% não frequenta nenhum tipo de denominação religiosa, porém participou do Festival. Apresenta a realidade de alcance do evento em relação à diversidade de demanda. Através da aplicação dos questionários foi possível perceber a existência de pessoas que professam fé católica (diversos movimentos: Renovação Carismática Católica, Pastorais da Juventude, Terço dos Homens, Novas Comunidades Carismáticas), protestante (Diversas denominações: Sara Nossa Terra, Assembléia de Deus, Presbiteriana) e não teístas.

Em cinco noites de Festival Halleluya em Fortaleza/CE, mais de 1 milhão de pessoas passaram por todos os espaços. Na noite de sábado, o público foi recorde em todas as 17 edições com 300 mil participantes no total. Na quarta-feira, foram 180 mil, quinta, 230 mil, sexta, 150 mil e domingo, 200 mil, afirma São Bento³³. E com muita clareza pode-se indenticar uma variedade de público no quesito denominação religiosa.

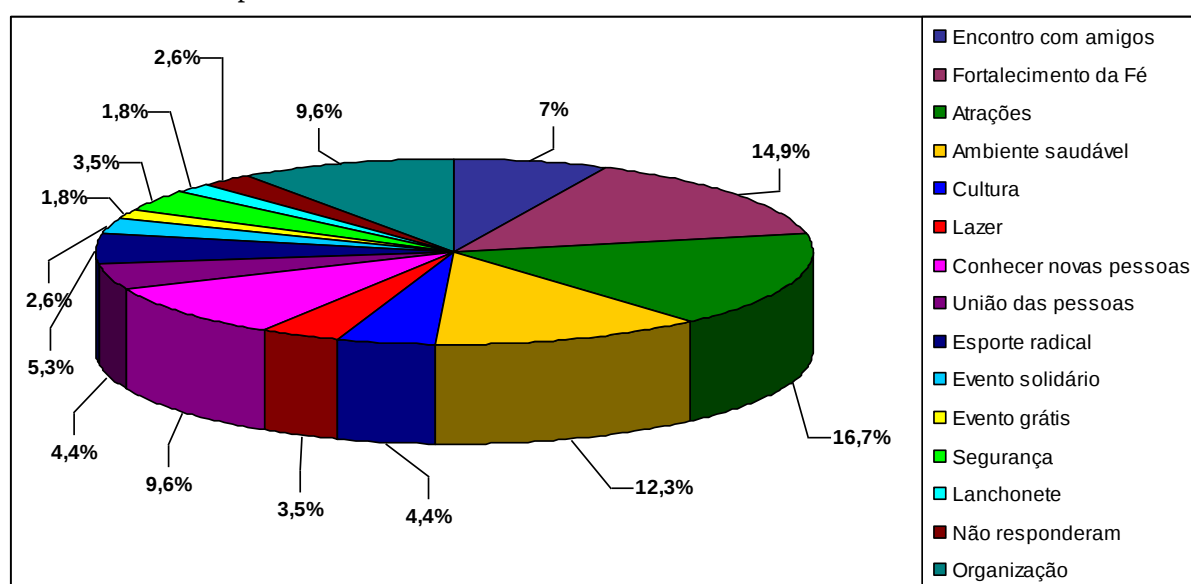
De acordo com Santa Faustina³⁴, o evento em São Luís/MA alcançou em média 60 mil pessoas e através da aplicação de questionários no ano de 2014, 85,2% participam de uma denominação religiosa católica ou protestante e 14,8% são de não teístas. Verifica-se assim que, em São Luís/MA, o evento atrai com mais veemência o público teísta cristão.

³³ Membro aliança da Comunidade Shalom Fortaleza/CE e responsável pelo setor financeiro da edição de 2014.

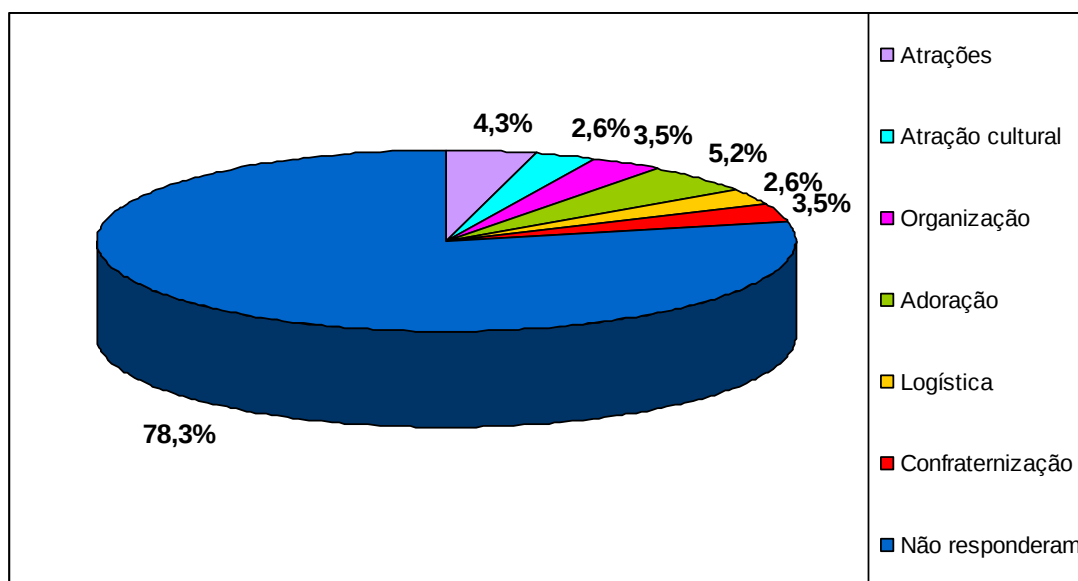
³⁴ Missionária Aliança da Comunidade Católica Shalom São Luís/MA.

Em relação aos pontos positivos do evento de Fortaleza/CE, pode-se observar que 16,7% consideram as atrações, 14,9% responderam que um dos pontos positivos do festival seria o fortalecimento da fé; 12,3%, o ambiente saudável; 9,6%, conhecer novas pessoas; 9,6%, elogiaram a organização; 5,3%, o ambiente de esportes radicais; 4,4%, a proposta cultural do evento; 4,4%, a união evidenciada no festival; 3,5%, as possibilidades de lazer oferecidas; 3,5%, a segurança; 2,6%, o evento ter uma contrapartida solidária; 2,6% não responderam a estas questões abertas; 1,8%, ser gratuito; e 1,8%, a lanchonete.

Gráfico 23: Pontos positivos do evento – Fortaleza/CE



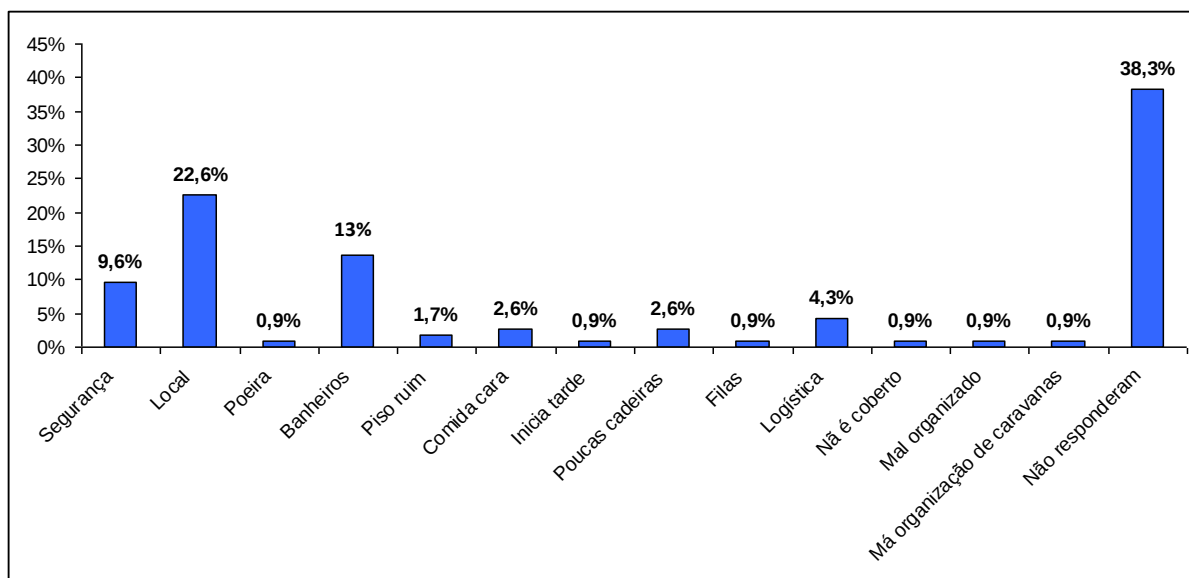
Porém em São Luís/MA, no item Pontos positivos do evento, pode-se observar que 78,3% não opinaram, 5,2% enfatizaram momentos de adoração ao Santíssimo Sacramento como positivos no festival, 4,3% dos entrevistados consideraram as atrações trazidas pela organização do evento positivas; 3,5%, os momentos de confraternização, 3,5%, elegeram a organização como um dos pontos positivos, 2,6% aprovaram as atrações culturais e 2,6% apontaram a logística.

Gráfico24: Pontos positivos do evento - São Luís/MA

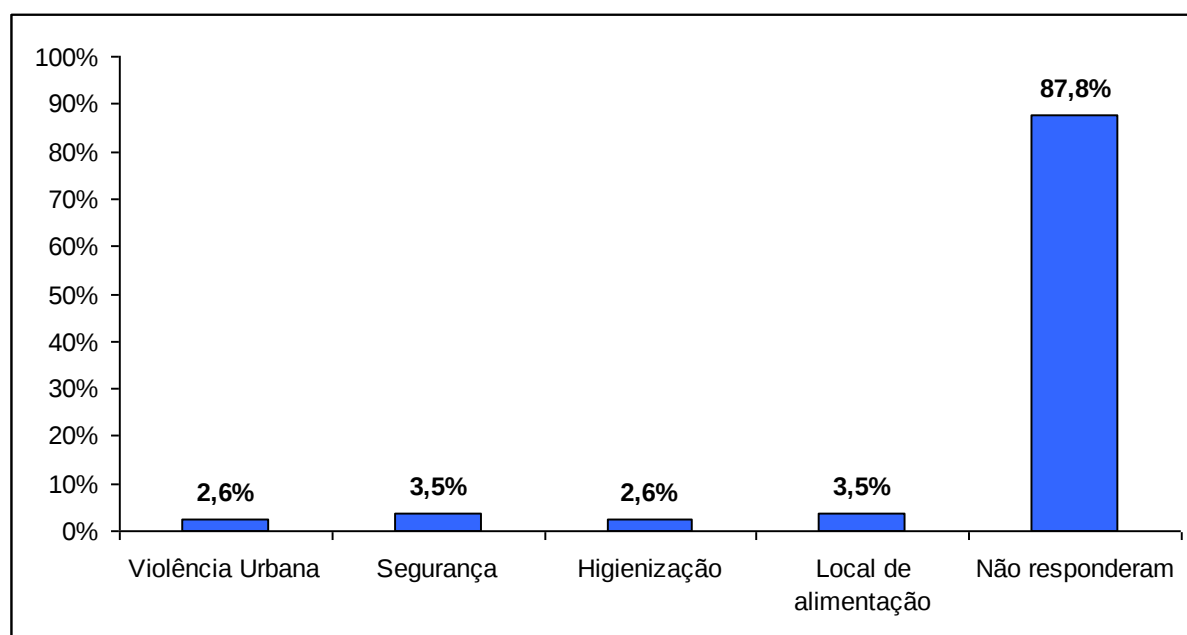
Identificado no gráfico 23 do evento de Fortaleza/CE foram elencados vários pontos, contudo eles estão fortemente ligados à cultura, religiosidade, lazer/entretenimento, estrutura do evento e solidariedade. É notória a satisfação do público e sua análise mais participativa.

No gráfico 24, sobre os Pontos Positivos do evento de São Luís/MA percebe-se uma ausência de participação no que se refere aos questionários, porém quesitos muito próximos aos de Fortaleza/CE foram apresentados, a exemplo de: Atração cultural, Organização e confraternização. Fortalece-se assim a estrutura do Festival Halleluya, dando à Comunidade Shalom um *feedback* positivo no que tange a avaliação da demanda que participa do evento.

Quanto aos Pontos negativos do evento de Fortaleza/CE, 38,3% não expressaram suas opiniões, 22,6% consideraram o C.E.U (Condominio espiritual Uirapuru) como local inadequado, 13% reclamaram dos banheiros químicos; 9,6%, a segurança como algo a ser melhorado; 4,3% apontaram a logística; 2,6% alertaram para o valor da alimentação e a consideraram cara; 2,6% reclamaram sobre o número de cadeiras ser pequeno, 1,7% acreditam que o piso (terra batida) ser inapropriado para o festival, 0,9% dos participantes considerou que o início do evento é tarde; 0,9%, a poeira um fator de incomodo na edição de 2014; 0,9% alertou para as filas como fator negativo, 0,9% disse que não haver cobertura em algumas áreas do festival é um ponto negativo; 0,9% comentou a má organização do evento e 0,9% apontou a má organização das caravanas.

Gráfico 25: Pontos negativos do evento – Fortaleza/CE

No entanto, em São Luís/MA, a percepção dos participantes em relação a avaliar os pontos negativos do evento foi 87,8% não responderam, a este quesito; 3,5%, a segurança foi mal trabalhada naquela edição do festival, 3,5%, o local de alimentação; 2,6% acreditaram que a violência urbana é um fator negativo, e 2,6%, a higienização do espaço onde foi promovido o evento.

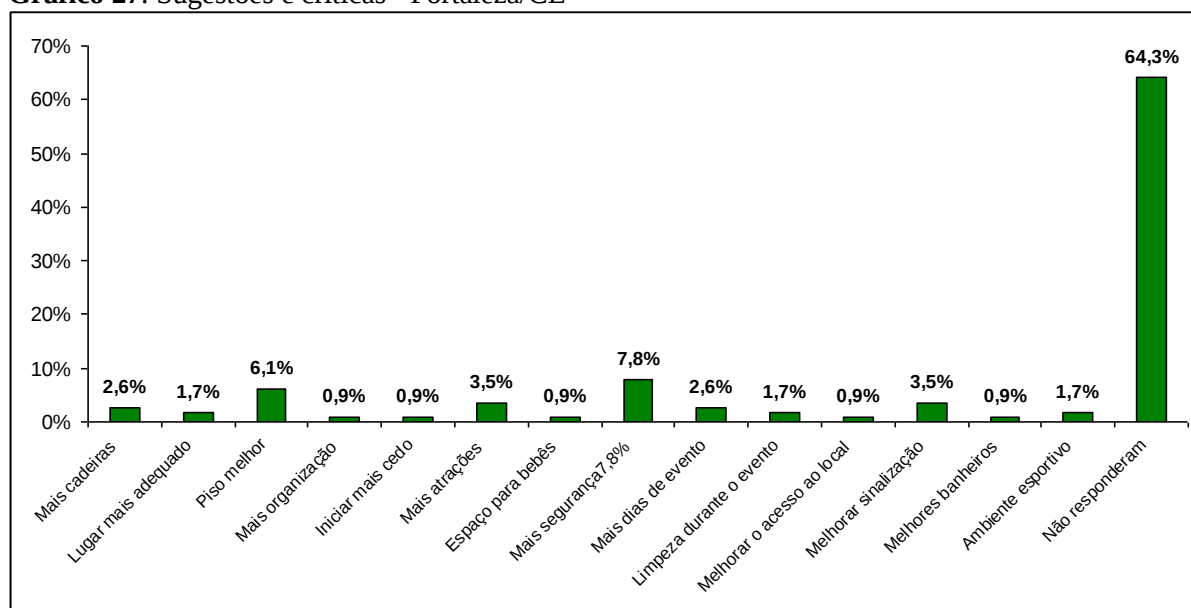
Gráfico 26: Pontos negativos do evento - São Luís/MA

Os participantes do Festival em Fortaleza/CE elencaram diversos pontos negativos, porém todos eles com percentuais muito baixos de desaprovação. Os mais enfatizados foram Local e Banheiros. De acordo com alguns participantes, o local naquela edição tinha sido descampado gerando assim muita poeira no ambiente e os banheiros químicos ensejaram insatisfação.

Em São Luís/MA os principais pontos negativos captados têm relação com segurança, local e alimentação; todos com percentuais muito baixos. Uma observação a ser feita neste quesito é que os 87,8%, que não responderam, enquandrame hipoteticamente em três situações: indiferença com a pesquisa, não reconheceram pontos negativos nesta edição do evento ou pouca exigência em relação ao festival. Como os questionários foram aplicados diretamente com o público do evento ode-se supor que uma parcela significativa desta porcentagem reconhece que um evento sempre poderá melhorar, contudo se mostra satisfeita com a proposta do Festival Halleluya.

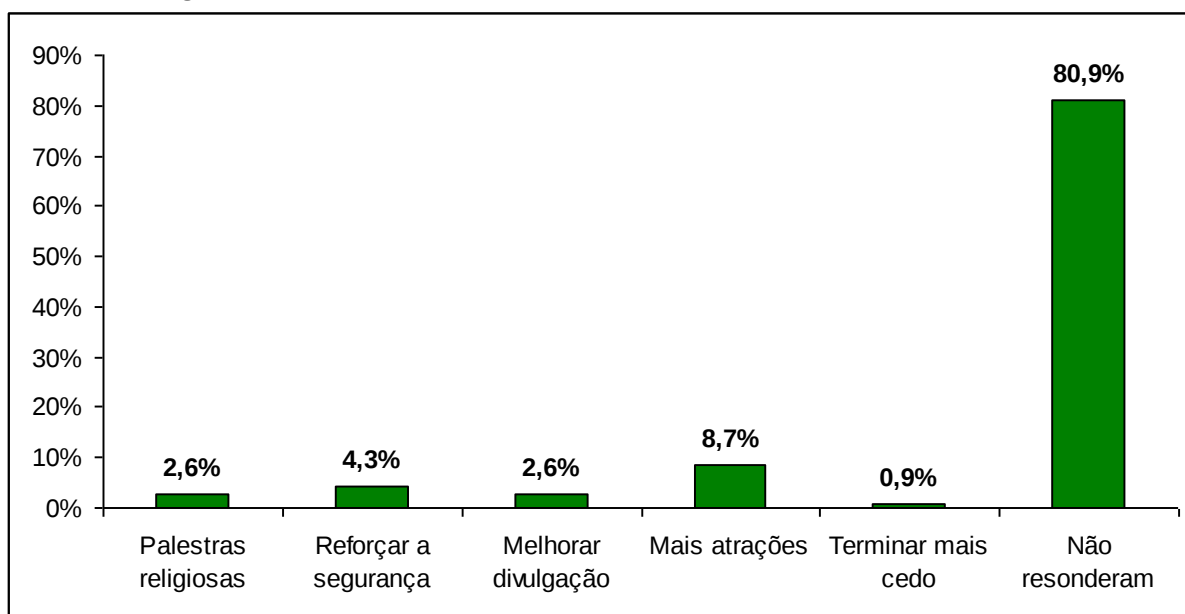
A amostra selecionada em Fortaleza/CE indicou os seguintes resultados nas questões Sugestões e críticas: 64,3% não responderam; 7,8%, mais segurança; 6,1%, um piso melhor para o ambiente; 3,5%, gostariam de mais atrações; 3,5%, melhorar as sinalizações; 2,6%, da demanda do evento sugeriram mais cadeiras; 2,6%, mais dias de evento; 1,7%, buscar um lugar mais adequado; 1,7%, limpeza durante a realização do evento; 1,7%, sugerem um ambiente esportivo nas próximas edições; 0,9%, mais organização; 0,9%, iniciar mais cedo o festival; 0,9%, alertou para a criação de um espaço específico para bebês; 0,9%, melhorias no acesso ao local e 0,9%, melhorar os banheiros.

Gráfico 27: Sugestões e críticas - Fortaleza/CE



Os dados coletados em São Luís/MA indicaram os seguintes resultados nas questões Sugestões e críticas: 80,9% não responderam; 8,7%, mais atrações; 4,3%, alertaram para um reforço na segurança; 2,6%, gostariam de palestras religiosas no evento, 2,6% sugeriram uma melhor divulgação; e 0,9%, terminar mais cedo.

Gráfico 28: Sugestões e críticas - São Luís/MA



No que diz respeito a sugestões e críticas em Fortaleza/CE, listou-se uma série de itens, dentre eles os que tiveram mais relevância foram: “Piso melhor”, com 6,1%; “Mais segurança” com 7,8%; “Mais atrações” e “Melhorar sinalização”, com 3,5%. Quesitos que fortalecem que a na edição de 2014 a poeira causou desconforto aos participantes, que parte do público sentiu-se insegura com o local onde o evento foi realizado, que é desejo dos frequentadores do festival uma maior diversidade nas atrações e que, por se tratar de um evento que alcança mais de 1.000.000, alguns problemas de tráfego e engarrafamentos são comuns.

Em São Luís/MA os quesitos mais sugeridos foram: “Palestras religiosas” com 2,6%; “Reforçar a segurança” com 4,3%; “Melhorar a divulgação” com 2,6% e “Mais atrações” com 8,7%. O Festival em São Luís/MA contou com uma estrutura que ainda não possui Palestras religiosas disponíveis durante o evento e depois de 13 edições modificações e melhorias foram realizadas, contudo o público a cada ano fica mais exigente e ansioso por novas possibilidades. O evento de 2014 foi realizado na Praça Maria Aragão, local onde diversos eventos de segmentos variados são promovidos. Uma parcela tímida de 2,6%

acredita estar vulnerável à violência. Segundo São Padre Pio³⁵ o evento tem zero de violência e os policiais, que fazem plantão durante os dias de realização, ficam admirados com a tranquilidade encontrada no local. Em relação à divulgação os próprios participantes do festival sentem que o evento poderia alcançar mais público e alegam que, trazendo novas atrações, esse processo poderia ser iniciado.

³⁵ Missionário Aliança da Comunidade Shalom São Luís/MA.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É indiscutível que os eventos são um meio distinto de geração de empregos e desenvolvimento do Turismo como um todo. Possui um diferencial em relação às outras atividades bem-sucedidas, já que é produto que só poderá ser consumido *in loco*, estimulando ampliação de outras atividades econômicas, como, por exemplo, hotelaria, transporte, comércio, artesanato e serviços de apoio.

Percebeu-se no processo de construção deste trabalho que o turismo de eventos é um setor que movimenta a economia e envolve diversas atividades. Ao compreender uma grande quantidade de profissões divergentes, o Turismo de eventos também promove o desenvolvimento social, cultural e contribui para a melhoria da qualidade de vida das populações envolvidas.

É importante ressaltar que os profissionais envolvidos na área de Turismo de eventos e os profissionais que trabalham neste setor têm a incumbência de esclarecer aos visitantes os atrativos existentes na cidade em que ocorre o evento e fazer com que estes desejem permanecer mais tempo na cidade para que possam desfrutar de todos os atrativos oferecidos e, mais tarde, voltar com suas famílias, ou indicar a cidade para amigos e parentes.

Nesse contexto, o Festival Halleluya tem a capacidade de influenciar culturalmente as localidades onde o evento é promovido. Em Fortaleza/CE é onde o evento está mais estruturado e organizado. A Comunidade Shalom nasceu no Ceará onde possui mais força a ponto de ser chamada de “Casa Mãe” e as outras casas Shalom a tem como modelo e com este mesmo fundamento funcionam os Festivais Halleluya.

Comprovou-se que a organização, funcionamento e estrutura do Festival Halleluya recebem como base a de Fortaleza/CE. Essa é a conjuntura de São Luís/MA, porém adequada à realidade da comunidade local.

A pesquisa demonstrou que o evento foi muito bem avaliado pelos participantes, considerado como excelente ou ótimo para 57% dos pesquisados em Fortaleza/CE e para 86% dos entrevistados em São Luís/MA.

Ressalte-se que em ambos eventos Atração cultural, Organização e Confraternização foram pontos elecandos como positivos. Fortaleceu-se assim a estrutura do Festival Halleluya, dando à Comunidade Shalom um *feedback* positivo no que tange à avaliação da demanda que participa do evento.

Os participantes do Festival em Fortaleza/CE apontaram diversos pontos negativos, porém todos eles com percentuais muito baixos de desaprovação. Os mais

enfatuados foram Local e banheiros.

Em São Luís/MA os principais pontos negativos captados têm relação com segurança, local e alimentação, todos com percentuais muito baixos.

É possível observar que, em Fortaleza/CE, uma parcela significativa de 49,9% afirmaram que não frequentavam nenhum tipo de denominação religiosa, porém participaram do Festival. Apresentaram a realidade de alcance do evento em relação à diversidade de demanda.

Em São Luís/MA, 14,8% responderam que não frequentavam denominação religiosa, verificando-se assim que o evento atrai com mais veemência o público teísta cristão.

No geral, percebeu-se que o evento obteve sucesso por possuir um bom planejamento, feito com bases sólidas, envolvendo toda a comunidade, que tem como interesse atrair principalmente o público – alvo de adolescentes e jovens.

Portanto, frente ao objetivo de explorar o Festival Halleluya como fator de influência no Turismo cultural, através de uma análise comparativa entre Fortaleza/CE e São Luís/MA, no ano de 2014, resultou ele nas seguintes asseverações: especialmente em Fortaleza/CE um grande fluxo de pessoas do Estado, do Brasil e do mundo, participam do festival. Em São Luís/MA, no de 2014, foi onde receberam maior diversidade de público, através de caravanas de vários municípios do Estado. Foi constatado que, por se tratar de um evento diurno, os turistas aproveitam o dia para conhecer a cidade. O Halleluya através de sua estrutura, que conta com a possibilidade de serem realizadas doações de sangue, de alimentos e roupas, cadastro de medula óssea e artes-integradas atrai um perfil diferenciado de frequentadores que buscam cooperar de forma social, cultural e artística.

Desse modo, pode-se considerar que o trabalho em questão atingiu os objetivos delineados e alcançou os resultados esperados, além de promover um importante acréscimo à literatura científica sobre o tema.

Então, sugerem-se, para pesquisas posteriores, estudos mais aprofundados sobre o tema do trabalho que o explorem com maior profundidade, com a finalidade de potencializar o processo de aprendizado conjunto.

Em vista dos argumentos apresentados, esta pesquisa não apresenta conclusões definitivas. Refere-se a um breve estudo que prevê a colaboração de outras análises e novas abordagens que favoreçam melhorias para o desenvolvimento do Turismo.

REFERÊNCIAS

ACAMP'S, Disponível em: <<http://www.comshalom.org/jovens-vivem-dias-de-muitas-bencao-em-acampamento-de-jovens-shalom-2014-2/>>. Acesso em: 22 mai. 2015.

AGUSTINOS RECOLETOS. **Condominio Espiritual Uirapurú**. Disponível em: <http://www.agustinosrecoletos.org/noticia.php?id_noticia=9999&id_seccion=1>. Acesso em: 24 mai. 2015.

ALLEN, Jhonny ET al. **Organização e Gestão de Eventos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

ANAZOPIREN, Disponível em: <<http://www.comshalom.org/events/curso-quem-sou-eu/>>. Acesso em: 22 mai. 2015.

ANDRADE, José V. De. **Turismo fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 2000.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5. ed. São Paulo, Atlas, 2002.

ANDRADE, Renato Brenol. **Manual de eventos**. 2. ed. Caxias do Sul: EDUCS, 2002.

ANSARAH, M. G. R. **Turismo: segmentação de Mercado**. São Paulo: Futura, 1999.

AZEVEDO FILHO, Moyses Louro de. **Escritos Comunidade Católica Shalom**. 6. ed. Aquiraz/CE, Edições Shalom, 2012.

BARRETO, Margarita et. al. **Turismo, políticas públicas e relações internacionais**. Campinas. Papirus. 2003.

BARRETO, M. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. Coleção Turismo. Campinas: Papirus, 1999.

_____. O imprescindível aporte das ciências sociais para o planejamento e a compreensão do turismo. **Horizontes Antropológicos**, 2003, vol.9, n. 20. p. 15-29.

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Lisboa: Edições 70, 2007.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: SENAC, 2000.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2013-2016: o Turismo fazendo muito mais pelo Brasil**. 2012a. Disponível em: <<http://www.turismo.gov.br/export/sitesdefault/turismo>>. Acesso: 01 dez. 2014.

_____. Dados e fatos: Turismo brasileiro na agenda internacional. 2012b. Disponível em: <http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/dadosefatos/geral_interna/noticias/detalhe/20120306.html>. Acesso: 06 dez. 2014.

BRITTO, Janaina; FONTES, Nena. **Estratégias para Eventos**. São Paulo: Aleph, 2002.

CANTON, M. **Evento**: da proposta ao planejamento. São Paulo: ECA, 1997.

CAMARGO, L. H. Fundamentos multidisciplinares do turismo: história. In: TRIGO, Luís Gonzaga Godoy (Org). **Turismo como aprender como ensinar**. São Paulo: Senac, 2000.

CARVALHO, Karoliny Diniz; REIS, Arvella Mascarenhas da Silva; MACEDO, Janete Ruiz. **Patrimônio**: lazer & turismo, v.7, n. 10, abr.-mai. - jun./2010, p.20-38.

CÉSAR, Pedro de Alcântara Bittencourt. Urbanização turística: esboço para a definição de uma categoria do espaço social. **Revista Turismo em Análise**, v. 21, p. 1-18, 2010.

CONGRESSO DE ARTES SHALOM. Disponível em:
<<http://www.comshalom.org/events/congresso-artes-shalom/>>. Acesso em: 22 mai. 2015.

CONGRESSO DE JOVENS SHALOM. Disponível em:
<<http://www.comshalom.org/projeto-juventude-para-jesus-realiza-congresso-de-jovens-shalom-2014/>>. Acesso em: 22 mai. 2015.

CONSTRUTORES DA SOCIEDADE. Disponível em:
<www.comshalom.org/page/2/?s=Halleluya+2014>. Acesso em: 24 mai. 2015.

CUTER, Julio Cesar; BAPTESTONE, Rolney Carlos. **Patrimônio**: Lazer & Turismo, v.7, n. 11 jul.-ago.-set./2010, p.99-115.

DE SOUZA, Emerson. **Pesquisa sobre impacto econômico dos eventos internacionais no Brasil 2007/2008**. Disponível em: <<http://www.abecoc.com.br>>. Acesso em: 17 dez. 2014.

DIACONIA. Disponível em: <<http://www.comshalom.org/diaconiageral/>>. Acesso em: 22 mai. 2015.

DIAS, R. **Planejamento do Turismo**: política e desenvolvimento do turismo no Brasil. São Paulo: Atlas, 2003. 226p.

ESPAÇO ADVENTURE. Disponível em:
<www.comshalom.org/page/2/?s=Halleluya+2014>. Acesso em: 24 mai. 2015.

ESPAÇO DA MISERICÓRDIA SÃO LUÍS. Disponível em:
<<http://www.comshalom.org/praca-da-misericordia-rcebeu-centenas-de-pessoas-durante-o-halleluya-sao-luis/>>. Acesso em: 25 mai. 2015.

ESPAÇO CULTURAL. Disponível em: <www.comshalom.org/page/2/?s=Halleluya+2014>. Acesso em: 24 mai. 2015.

ESPAÇO DA MISERICÓRDIA. Disponível em:
<www.comshalom.org/page/2/?s=Halleluya+2014>. Acesso em: 24 mai. 2015.

FESTIVAL HALLELUYA. Disponível em:
<www.comshalom.org/page/2/?s=Halleluya+2014>. Acesso em: 24 mai. 2015.

FESTIVAL HALLELUYA SÃO LUÍS/MA 2014. Disponível em:
<<http://www.comshalom.org/atracoes-agitam-publico-no-encerramento-halleluya-sao-luis/>>.
Acesso em: 25 mai. 2015.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. **Como elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.

GOELDNER, Charles R. **Turismo princípios, práticas e filosofias**. 8. ed. Porto Alegre: Bookman, 2002.

HALLELUYA KIDS. Disponível em: <www.comshalom.org/page/2/?s=Halleluya+2014>.
Acesso em: 24 mai. 2015.

HALLELUYA KIDS SÃO LUÍS/MA. Disponível em: <<http://www.comshalom.org/atracoes-agitam-publico-no-encerramento-halleluya-sao-luis/>>. Acesso em: 25 mai. 2015.

HEMOMAR. Disponível em: <<http://www.comshalom.org/atracoes-agitam-publico-no-encerramento-halleluya-sao-luis/>>. Acesso em: 25 mai. 2015.

HISTÓRICO. Lanchonete da Comunidade Católica Shalom, Disponível em:
<<http://www.comshalom.org/nossahistoria/>>. Acesso em: 22 mai.. 2015.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira, 2003.

IRVING, M.A.; SANCHO, A.P. **Revisitando significados em sustentabilidade no planejamento turístico**. Caderno Virtual de Turismo, 2005.

LEMONS, Leandro de. **O valor turístico na economia da sustentabilidade**. São Paulo: Aleph: 2005.

LUCAS, Sonia Maria de Mattos. Vale a Pena Preservar. **Turismo Cultural e Desenvolvimento Sustentável**. 2003.

MANÁ. Festival Halleluya a festa que nunca acaba. **Revista Shalom Maná**, n.229, agosto. 2012 Edições Shalom 2012.

_____. Festival anima peregrinos da jornada mundial da juventude. **Revista Shalom Maná**, n.242, agosto. 2013.

MATIAS, Marlene. **Organização de Eventos: procedimentos e técnicas**. 5. ed. São Paulo: Manole, 2010.

_____. **Organização de Eventos: Procedimentos e Técnicas**. 2. ed. São Paulo: Manole, 2002.

MEIRELLES, G. F. **Tudo sobre Eventos**. São Paulo: STS, 1999.

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

MONTANER, J.; ANTIACH, J.; ARCARONS, R. **Diccionario de Turismo**. Madrid: Síntesis, 1998.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento: planejamento e organização**. 4. ed. rev.e.ampl. São Paulo: Atlas, 2002.

OLIVEIRA, A. M. **Ensaio teórico: o significado da cultura para o turismo com base local**. Caderno Virtual de turismo, 2006, vol. 6. n. 4.

O IMPARCIAL. Disponível em :

<http://www.oimparcial.com.br/app/noticia/impar/2014/11/13/interna_impar,162637/sao-luis-recebe-13-edicao-do-festival-halleluya.shtml>. Acesso em: 25 mai. 2015.

PALCO CENTRAL, Disponível em: <www.comshalom.org/page/2/?s=Halleluya+2014>. Acesso em: 24 mai. 2015.

PETROCCHI, Mário. **Marketing para destinos turísticos**. São Paulo: Futura, 2004.

PIMENTEL, Maurício Ragagnin. A sociedade urbana e a espacialidade turística. **Turismo e Sociedade**, Curitiba, v.2, n.2, p.128-143, out 2009.

PONTE, M.R et al. **Análise das metodologias e técnicas de pesquisas adotadas nos estudos brasileiros sobre balacend scorecard: um estudo dos artigos no período de 1999 a 2006** Disponível em <<http://www.anpcont.com.br/site/docs?congressoI?03?EPC079.pdf>>. Acesso em 15 de outubro de 2014.

RECONHECIMENTO CANÔNICO A NÍVEL PONTIFÍCIO. Disponível em: <<http://www.comshalom.org/reconhecimento/>>. Acesso em: 22 mai. 2015.

RECORDE DE PÚBLICO HALLELUYA FORTALEZA. Disponível em: <www.comshalom.org/page/2/?s=Halleluya+2014>. Acesso em: 24 mai. 2015.

REJOWSKI, Mirian. **Turismo no percurso do tempo**. 1. ed.. São Paulo: Aleph 2003.

RENASCER. Disponível em: <<http://www.comshalom.org/galleries/226634/>>. Acesso em: 22 mai. 2015.

REQUIXA, Renato. **Cadernos de Lazer**. São Paulo: SESC, julho, 1976. Documento 1.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo, Atlas, 1999.

RYLKO, Cardeal Stanislaw. **As Jornadas Mundiais da Juventude: “uma cascata de luz e de esperança...”**. Brasília (DF): Edições CNBB, 2012.

SANTANA, Nara Maria Carlos de. **Turismo entre diálogos: interpretações sobre gestão, política, culta e sociedade**. Rio de Janeiro: E-Papers, 2012.

SANTOS, Cristiane Alcântara de Jesus. Revitalização urbana e turismo: o caso do Centro Histórico de Aracaju (Sergipe, Brasil). **Turismo & Sociedade**, Curitiba, v.5, n.1, p.275-294, abr de 2012.

SANTOS, Marivan Tavares dos. **Fundamentos de turismo e hospitalidade**. Manaus: Centro de Educação Tecnológica do Amazonas, 2010.

SANTOS, Roselys I. Correa; ANTONINI, Bianca Oliveira. La gastronomía típica de la Isla de Santa Catarina - Brasil. Su identidad como atractivo para el turismo cultura. **Estudios y Perspectivas en turismo**. Vol.13. Números 1 y 2 2004. Centro de investigaciones y Estudios Turísticos. Buenos Aires. Argentina.

SEMINÁRIO DE VIDA NO ESSPIRÍTO SANTO. Disponível em: <<http://www.comshalom.org/events/seminario-de-vida-no-espirito-santo-e-tempo/>>. Acesso em: 22 mai. 2015.

STARK, R. **O crescimento do cristianismo**. São Paulo: Paulinas, 2006.

SOUTO MAIOR. **A História Geral**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1990.

TENAN. I.P.S. **Eventos**. Coleção. ABC do Turismo. São Paulo: Aleph, 2002.

TOTINO, Mariana. Voluntário da primeira vinda de papa lembra encontro histórico. **Portal Puc Rio Digital**. PAPA JOÃO PAULO II E MOYSES AZEVEDO, Disponível em : <<http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/Texto/Pais/Voluntario-da-primeira-vinda-de-papa-lembra-encontro-historico-22533.html#.VWIhOEbLmcE> > . Acesso em: 22 mai. 2015.

VITARELLI, Fávio. O turismo religioso da mesopotâmia a Minas Gerais. **Revista Sagarana** – turismo e cultura em Minas Gerais: Belo Horizonte, n.5, ano II, 2001, P.20 – 25. URL: www.joinnet.com.br, consultoria em 29/01/2002.

YÚDICE, G. **A conveniência da cultura**: usos da cultura na era global. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

WAINBERG, J. Anotações para uma teoria do turismo: a indústria da diferença. In: GASTAL, S. (Org) **Turismo**: nove propostas para um saber-fazer. Porto Alegre, Ed. dos Autores, 1998, p. 42-64.

APÊNDICES

APÊNDICE A – UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA
ENTREVISTA ROTEIRIZADA COM OS GESTORES – EVENTO “FESTIVAL
HALLELUYA ”

Data: __/__/__

1 – Nome/ Setor:

2- O que é o Festival Halleluya?

3- Qual a relação do Festival Halleluya com o Turismo?

4- Que tipo de demanda vocês recebem no evento?

5- Como funciona o Festival de Artes Integradas?

6- Como são realizadas as parcerias e captações de recurso?

APÊNDICE B - UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO

DEPARTAMENTO DE TURISMO E HOTELARIA

QUESTÕES PARA A PESQUISA DE CAMPO – EVENTO “FESTIVAL HALLELUYA ”

Público pesquisado:

Localidade: _____

Profissional Responsável:

1. Sexo: () M () F

2. Faixa Etária:

- a. () 11 a 17 b. () 18 a 22 c. () 23 a 27
 d. () 28 a 32 e. () 33 a 37 f. () 38 a 42
 g. () 43 a 48 h. () Outra: _____

3. Em que cidade e estado você nasceu?

- a. Cidade: _____
 b. Estado: _____
 c. () Não sei / Não lembro

4. Nível de escolaridade:

- () Ensino fundamental completo
 () Ensino fundamental incompleto

 () Ensino médio completo
 () Ensino médio incompleto

 () Ensino superior completo
 () Ensino superior incompleto

5. Gasto médio para participar do Festival Halleluya :

- () R\$ 50,00 () R\$ 70,00 () R\$ 100,00 () R\$ 150,00
 () R\$ 200,00 () R\$ 250,00 () R\$ 300,00 () R\$ 350,00
 () R\$ 450,00 Outro: _____

6. Quantas vezes você participou do Festival Halleluya?

- () Uma () Duas () Três () Quatro
 () Cinco () Seis () Outro: _____

7. O que motivou sua participação (Marcar até 03 opções):

- () Lazer/Diversão () Cultura () Louvor () Encontro com amigos
 () Convívio social () Fé () Intercâmbio () Outra, qual?: _____

8. Como você soube do evento?

- () Tv () Rádio () Jornal () Revista (Shalom Maná)
 () Cartaz () Folder () Internet () Jornal circulação diária
 () Outra forma, qual? _____

9. De forma geral, como você avalia o evento?

() Ruim () Regular () Bom () Ótimo () Excelente

10. Você participa de alguma denominação religiosa?

() Sim () Não

Qual? _____

11. Como você avalia:

Item avaliado	Exc	Ótimo	Bom	Regular	Ruim
1. Organização					
2. Espaço/Local					
3. Programação cultural					
4. Segurança					
5. Banheiros					
6. Serviços de alimentação					

12. Você conheceu algum ponto turístico da cidade?

() Sim () Não

() Caso sim, Qual (ais)?

13. Pontos positivos:

14. Pontos negativos :

15. Espaço aberto a sugestões e críticas:

Costa, Renan Ferreira

O Festival Halleluya: uma análise comparativa entre Fortaleza/CE e São Luís/MA no ano de 2014/ Renan Ferreira Costa. — São Luis, 2015.

91 f.: il.

Orientadora: Prof^a. Ma. Marilene Sabino Bezerra

Monografia (Graduação) – Universidade Federal do Maranhão, Curso de Turismo, 2015.

1. Festival Halleluya 2. Turismo cultural 3. Eventos 4. Turismo religioso

CDU 380.8:2