MARKETING E TURISMO RELIGIOSO: AS INFLUÊNCIAS DA FÉ CRISTÃ NA ECONOMIA DE CAMBORIÚ E NOVA TRENTO-SC

Jonas Félix dos Santos[1]; Fagner Evangelista Severo[2]

[1]Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – IFSP – Campus Cubatão;
[2]Universidade Santa Cecilia – Santos/SP.

E-mail: jonaseliliane@hotamil.com

Resumo: O *marketing* ampliou seu poder de influência nos últimos anos e como consequência, atraiu e envolveu os mais diversos públicos. Uma de suas vertentes, o marketing religioso se tornou um fenômeno no Brasil nas últimas décadas, promovendo em larga escala o turismo religioso em Camboriú e Nova Trento/SC, motivando milhões de fiéis na busca por suas crenças. O objetivo do presente estudo foi investigar se o turismo religioso nessas cidades tem influenciado a economia local. A metodologia adotada foi exploratória, empregando-se como método, uma revisão bibliográfica, que se caracteriza por ser desenvolvida com base em produções científicas anteriormente elaboradas. Assim, os resultados permitiram observar que ambos os municípios estão inseridos num cenário rico em contribuições para o turismo e para a economia, que não teriam sentido sem o turismo religioso.

Palavras-chave: *Marketing*; Turismo Religioso; Camboriú/SC; Nova Trento/SC; Fé Cristã.

Marketing and religious tourism: the influences of the Christian faith in the economy of Camboriú and Nova Trento/SC

Abstract: Marketing has expanded its power of influence in recent years and as a consequence has attracted and involved several publics. One of its aspects, the religious marketing has become a phenomenon in Brazil in recent decades, promoting religious tourism in Camboriú and Nova Trento / SC on a large scale, motivating millions of believers to search for their beliefs. The objective of the present study was to investigate if the religious tourism in these cities has influenced the local economy. The methodology adopted was exploratory, using as a method, a bibliographic review, which is characterized by being developed based on scientific productions previously elaborated. Thus, the results allowed to observe that both municipalities are inserted in a scenario rich in contributions to tourism and to the economy, which would not make sense without religious tourism.

Keywords: Marketing; Religious tourism; Camboriú/SC; Nova Trento/SC; Christian faith.

Introdução

As peregrinações religiosas sempre foram práticas comuns no catolicismo tradicional. Entretanto, ao longo dos últimos anos, outras

denominações cristãs também passaram a adotar essa atividade, como é o caso dos fiéis evangélicos.

No Brasil as romarias religiosas do catolicismo consistem basicamente em peregrinações que ocorrem em direção dos muitos santuários espalhados pelo país, onde na opinião dos romeiros ocorrem milagres, por serem locais sagrados. Nesses ambientes costumam ocorrer o pagamento de promessas e o agradecimento aos santos por graças alcançadas. Dentre os principais santuários católicos visitados no país destacam-se: Santuário Nacional de Nossa Senhora de Aparecida/SP, Bom Jesus da Lapa/BA, Canindé/CE, Divino Pai Eterno/GO, Juazeiro do Norte/CE e o Santuário Santa Paulina/SC.

Em se tratando das peregrinações realizadas pelos evangélicos no país, estes encontros direcionam-se para outras vertentes, tais quais: a entoação de cânticos, pregações realizadas por pastores, shows de música de cantores famosos e adoração (conforme denominam) sem a necessidade de uma imagem física para ser venerada. Os maiores eventos nessa temática ocorrem geralmente nos seguintes locais: Templo de Salomão/SP (a maior estrutura religiosa do país), a Cidade Mundial, da Igreja Mundial do Poder de Deus/SP, Igreja Pentecostal Deus é Amor/SP, Templo Cuiabá, da Assembleia de Deus/MT e no Ginásio Irineu Bornhausen e no Pavilhão dos Gideões em Camboriú/SC, onde anualmente ocorre o maior evento missionário do mundo.

Frente à essa realidade cada vez mais comum no Brasil, os governos municipais e Estaduais observaram a possibilidade de investimentos nesta vertente do turismo, denominada turismo religioso, atividade presente em muitos municípios e assim assegurada por vincular-se ao contexto sagrado, social e cultural dessas localidades, ampliadas por intermédio das ações de marketing religioso, cada vez mais procurada na atualidade.

Diante da relevância social e econômica do turismo religioso em alguns municípios no país, o objetivo geral desse estudo foi identificar se essa prática comum nos municípios de Camboriú e Nova Trento/SC influencia a economia local.

Para tanto, foi empregada uma metodologia exploratória, empregando-se como método, uma revisão bibliográfica e o acesso à sites oficiais do governo do Estado de Santa Catarina e dos municípios em questão.

Referencial Teórico

O Marketing é uma atividade que por intermédio do gerenciamento das relações de troca, objetiva alcançar a satisfação dos clientes internos e externos das organizações (SOUZA et al., 2014). No entanto, o marketing na atualidade está associado às estratégias implementadas por pessoas físicas ou jurídicas que objetivam colocar produtos e serviços em um mercado com o propósito de chamar a atenção dos consumidores, atender e satisfazer demandas e suprir as necessidades e desejos de um público-alvo (NOGUEIRA, 2015).

Nesse contexto do marketing na atualidade, Merabet et al. (2017) indicam que apesar de o marketing ser uma atividade consideravelmente jovem, contando com pouco mais de 100 anos, esta estratégia empresarial possui grande popularidade e influência no mundo contemporâneo, ao ponto de parecer ser bem mais antiga. Frente à essa realidade, Falcão e Campomar (2017) chamam a atenção para o pouco material sobre essa temática, haja vista que, poucos autores se aventuraram a reconstruir a evolução histórica do

marketing, especialmente, em países que não pertencem a América do Norte e a Europa.

Em contrapartida dessa falta de material sobre a temática ora apresentada, Messias et al. (2015) asseguram que o marketing ampliou seu poder de influência nos últimos anos e como consequência, atraiu e envolveu os mais diversos públicos. Flores Filho (2014) reforçam que essa estratégia empresarial, passou a ser utilizada também dentro dos seguimentos religiosos no Brasil, ficando conhecida como Marketing Religioso.

O Marketing Religioso, nos entendimentos de Rodrigues (2015) se tornou um fenômeno no Brasil nas últimas décadas, uma vez que as instituições religiosas possuem o poder de aproximar as pessoas da realidade social e cultural e porque constantemente, por intermédio da mídia, precisam estar aptos para atender as demandas pela captação de fiéis, expandir seus empreendimentos e para combater a concorrência religiosa tão acirrada atualmente.

Dessa forma, Cunha (2016) informa que o Brasil vivenciou nas últimas décadas, um sem-número de ofertas de consultorias de marketing especializado no campo religioso, com o objetivo de contribuir para o estabelecimento de estratégias, a fim de alcançar os resultados previstos pelas instituições.

Para a construção e estabelecimento desses empreendimentos do marketing da fé no país, associa-se também a mobilização de diversos profissionais especializados e atuantes em outras áreas, como é o caso da comunicação voltada especificamente para o turismo (SOARES e CÂNDIDO, 2015).

O turismo que pressupõe o deslocamento de pessoas de um destino para outro, diante das mais variadas motivações (SILVA E MARQUES JUNIOR, 2016), emprega no Brasil, mais de 10 milhões de pessoas e movimenta cerca de 3,6% da economia que está segmentada em várias áreas de atuação, como: turismo cultural, turismo religioso, turismo esportivo, turismo de lazer, turismo infantil, turismo da terceira idade, turismo gastronômico, turismo rural, turismo de eventos, turismo de aventura, turismo ecológico ou ecoturismo, dentre outros (MORENO, 2015).

Em se tratando do turismo religioso no Brasil, Aragão (2014) defende que essa atividade, presente em muitas cidades, revela uma atuação que se vincula ao campo do sagrado e ao contexto cultural, pois reveste-se de elementos que devem ser analisados de forma interdisciplinar e para além da ótica socioeconômica, haja vista que envolve elementos culturais, simbólicos e híbridos.

À vista disso, o turismo religioso no país tem aumentado exponencialmente a cada ano, uma vez que esse público está interessado em vivenciar experiências quando visitam os patrimônios religiosos, já não se contentando apenas em visitar passivamente as infraestruturas onde são realizados os cultos religiosos (RAMOS e RODRIGUES, 2017). Para Moreno (2015) foram os interesses distintos que possibilitaram a formação dessas estruturas espirituais/turísticas, criadas para atrair e acomodar fiéis, que inicialmente, visitavam esses ambientes de forma esporádica e autônoma, ou seja, em viagens de curta duração, geralmente organizadas por leigos em suas comunidades.

Silva e Marques Junior (2016) indicam que a recepção desses peregrinos nessas estruturas espirituais assegura também a utilização de equipamentos e infraestruturas turísticas locais, como: hotéis, pousadas, restaurantes, empresas de agenciamento, transporte turístico, locação de veículos, locais para entretenimento, comércio turístico, dentre outros.

Assim, o turismo em Santa Catarina tem recebido relevante destaque nos últimos anos, em resposta aos investimentos do governo nessa área, que apostou em melhorias para o desenvolvimento econômico, resultando numa receita significativa devido ao grande percentual de turistas que procuram o Estado (QUEIROZ et al., 2017).

Quando se trata do turismo religioso em Santa Catarina, destacam-se duas cidades do Vale do Itajaí, que recebem anualmente grande peregrinação de cristãos. Trata-se de Nova Trento e Camboriú.

Com pouco mais de 13 mil habitantes, a cidade de Nova Trento, localizada a aproximadamente 80 quilômetros da capital de Santa Catarina, é considerada atualmente como a Capital Catarinense do Turismo Religioso, conforme Lei Estadual nº 15.184 de 01/07/2010 (VISITE O BRASIL – SANTA CATARINA, 2018, *ON LINE*).

A cidade foi colonizada por italianos que migraram de Trento e possui mais de 30 capelas e oratórios, incluindo o Santuário Santa Paulina – consagrado à primeira santa brasileira, sendo o segundo destino que mais recebe fiéis no país, cerca de 20 mil peregrinos por mês, ficando atrás apenas de Aparecida do Norte, em São Paulo (TURISMO SANTA CATARINA, 2018, *ON LINE*; MORENO, 2015).

É cabível ressaltar que segundo Soares e Ramos (2018) até o início da década de 1990, Nova Trento não possuía um apelo específico para o turismo e os especialistas nessa área a consideravam como uma cidade onde os interesses giravam em torno dos recursos naturais e históricos.

A canonização de Madre Paulina em 2002 inicialmente não foi observada pelas autoridades civis, religiosas e comerciantes como uma possibilidade de desenvolvimento econômico para Nova Trento, que baseava sua economia no cultivo da uva, a produção de vinhos, o plantio de fumo, a construção civil e o comércio (NASCIMENTO e KLEIN, 2015).

Em função da ascensão religiosa observada após a canonização da Madre Paulina, Ardigó et al. (2016) reforçam que a economia local vem sofrendo influência em seu funcionamento, pois incorpora muitos atores sociais, tais quais: agentes econômicos, turistas e consumidores de bens e serviços que se relacionam direta ou indireta com a atividade turístico religiosa no município.

Em 2003, com a criação do Ministério do Turismo pelo Governo Federal, foram implantadas políticas descentralizadas de desenvolvimento de 344 cidades em condições de atender o viajante em busca da prática religiosa e Nova Trento foi um desses municípios que recebeu incentivos governamentais (GOMES, 2017).

Numa vertente turístico religiosa diferente de Nova Trento, que recebe anualmente um público cristão/católico, destaca-se também o município de Camboriú, que está inserido na bacia hidrográfica do rio Camboriú, localizado no litoral norte de Santa Catarina (MATIAS e TAMANAHA, 2016) e que recebe através do turismo um público cristão/evangélico.

Segundo informações constantes na (SECRETARIA DE TURISMO DE CAMBORIÚ/SC, 2018, *ON LINE*), o evento denominado Congresso Internacional de Missões dos Gideões Missionários da Última Hora é conhecido como o maior congresso evangélico do mundo e recebe destaque no calendário oficial da cidade.

A Secretaria de Finanças de Camboriú informa ainda que o município arrecadou R$ 618.777,65 durante a 36ª edição do Congresso, ocorrido em abril de 2018, abrindo oportunidades para a emissão de alvarás para o comércio temporário de 362 pontos fixos e 135 ambulantes, assim como, 41 para transporte, 19 para estacionamento e 25 alvarás sanitários (PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMBORIÚ/SC, 2018, *ON LINE*).

Ainda de acordo com a Prefeitura de Camboriú que apoia o evento, cerca de 150 mil pessoas passaram pela cidade durante o evento em 2018, aumentando em 20,54% os valores arrecadados, em comparação com 2017, quando a arrecadação chegou a R$ 513.349,10. Para apoiar o evento, o Município investiu R$ 219.331,05 em infraestrutura, tais quais: aluguel de banheiros químicos, cadeiras plásticas e rádios comunicadores, climatização do Ginásio de Esportes Irineu Bornhausen, dentre outros (PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMBORIÚ/SC, 2018, *ON LINE*).

Frente ao exposto, o campo religioso em Santa Catarina se apresenta, em sua configuração atual, essencial ao desenvolvimento social e econômico de alguns municípios (COSTA, 2015). Em Nova Trento observa-se um cenário rico em contribuições para o turismo e para a economia que não teria sentido sem a beatificação e a canonização de Madre Paulina (NASCIMENTO e KLEIN, 2015), enquanto em Camboriú, o Congresso Internacional de Missões dos Gideões se destaca anualmente como um grandioso evento evangélico, com mensagens de pregadores e shows com cantores de música gospel (TURISMO EM SANTA CATARINA, 2018, *ON LINE*), atraindo milhares de pessoas.

Assim, o cristianismo em Santa Catarina é reconfigurado com uma tonalidade moderna e versátil, envolvendo mídias e marketing, através do turismo religioso que abre oportunidade de emprego em agências de turismo, no comércio local e hoteleiro e nas próprias instituições religiosas, gerando diversas possibilidades de lucro (FLORES FILHO, 2014).

Materiais e Métodos

Para realização do presente trabalho, apresentado como trabalho final da disciplina Marketing e Turismo, do curso Tecnologia em Gestão de Turismo, no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – IFSP – Campus Cubatão, foi adotada uma metodologia exploratória, empregando-se como método, uma revisão bibliográfica, que se caracteriza por ser desenvolvida com base em artigos científicos anteriormente elaborados e acesso a sites oficias do governo do Estado de Santa Catarina e dos municípios em questão. Este tipo de pesquisa objetiva colocar o pesquisador em contato direto com os assuntos da temática ora apresentada, observada sob uma perspectiva que propõe a exploração e o desenvolvimento de uma nova abordagem.

Para a elaboração do presente artigo, a pesquisa bibliográfica foi realizada nas bases de dados do Google Acadêmico, sendo escolhidas as

seguintes palavras-chaves para a busca: marketing, turismo religioso, Camboriú/SC, Nova Trento/SC e fé cristã.

Foram analisados 30 artigos que abordavam o assunto em questão em diferentes vertentes, sendo incluídos nesta pesquisa 20, que foram escolhidos com base nos seguintes critérios: artigos publicados entre 2014 a 2018, em função da atualização das informações ali apresentadas, sendo que ambos estavam disponíveis *on-line*, em formato de textos completos e em Língua Portuguesa.

É cabível destacar também que para compor o presente trabalho, sites oficiais da Prefeitura de Camboriú e de Órgãos Oficias do governo de Santa Catarina foram acessados, objetivando encontrar registros e notícias sobre a temática ora discutida, frente aos aspectos relevantes que merecem consideração na pesquisa.

Houve ainda um critério para a exclusão de alguns artigos analisados para composição do presente trabalho, ou seja, aqueles publicados anteriormente ao ano 2014, os que estavam disponíveis apenas no formato resumo, os estudos publicados em fontes que não constituíssem periódicos científicos e aqueles não se demonstraram coerentes com a temática pesquisada.

Os dados foram apresentados sob a forma de texto descritivo, seguindo as normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT) e baseando-se nos temas que emergiram da leitura analisada.

Resultados e Discussão

Para melhor elucidar e situar os resultados encontrados no levantamento realizado para a pesquisa, apresentam-se quadros contendo sínteses das informações identificadas nos periódicos, com os respectivos anos de suas publicações, autores e a classificação destes, diante das palavras-chaves e das informações contidas nos sites oficiais utilizados na pesquisa.

Quadro 1: Artigos sobre Marketing

Periódico	Ano de Publicação	Autor (es)	Temática do Artigo
REA – Revista Eletrônica de Administração do Centro Universitário de Franca Uni-FACEF	2014	SOUZA, R. V; SILVA, R. S; MINCIOTTI, S. A; DONAIRE, D.	Marketing e Teologia
ENIAC Pesquisa – Revista Científica do Centro Universitário ENIAC	2015	MESSIAS, J. F; SILVA, J. U; SILVA, P. H. C.	Marketing e Consumismo
UNITAS - Revista Eletrônica de Teologia e	2015	NOGUEIRA, M. C. S.	E-Marketing

Ciências da Religiões da Faculdade Unida de Vitória			
Revista Liceu On-line da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – Centro Universitário FECAP	2017	FALCÃO, R. F; CAMPOMAR, M. C.	Marketing e Economia de Desenvolvimento
Anais do XX SEMEAD Seminários em Administração – USP	2017	MERABET, D. O. B; SILVA, R. O; GONÇALVES, C. P; BARROS, D. F.	Marketing na Administração

O Quadro 1 permitiu identificar a origem do periódico, o ano de sua publicação, os respectivos autores e as principais temáticas abordadas ao longo das produções científicas sobre marketing, dentre as quais: Marketing e Teologia, Marketing e Consumismo, E-Marketing, Marketing e Economia de Desenvolvimento e Marketing na Administração.

Quadro 2: Artigos sobre Turismo Religioso

Periódico	**Ano de Publicação**	**Autor (es)**	**Temática do Artigo**
Revista Grifos da Unochapecó	2014	ARAGÃO, I. R.	Turismo Religioso Católico
Religare – Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências das Religiões da Universidade Federal da Paraíba - UFPB	2015	COSTA, E.	Trânsito Religioso
Anais do XIV Simpósio Nacional da Associação Brasileira de História das Religiões - ABHR Juiz de Fora/MG	2015	MORENO, P. A. C.	Turismo Religioso Católico
Revista Turismo, Visão e Ação –	2016	ARDIGÓ, C. M; CAETANO, L;	Turismo Religioso e

Revista Científica da Universidade do Vale do Itajaí/SC		DAMO, L. P.	Marketing
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR).	2016	SILVA, G. B; MARQUES JUNIOR, S.	Desenvolvimento do Turismo Religioso
Revista *Ciencias Sociales y Religión*/Ciências Sociais e Religião da Universidade Federal do rio Grande do Sul - UFRGS	2017	GOMES, W. J. F.	Turismo Religioso no Brasil
Novos Cadernos NAEA – Universidade Federal do Pará	2017	QUEIROZ, L. O; DUARTE, L. B; GOMES, A. P.	Turismo do Brasil
Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade da Universidade de Caxias do Sul	2017	RAMOS, C. M. Q; RODRIGUES, J. M. F.	Turismo e Tecnologia

O Quadro 2 permitiu identificar a origem do periódico, o ano de sua publicação, os respectivos autores e as principais temáticas abordadas ao longo das produções científicas sobre o turismo religioso no Brasil, nos seguintes aspectos: turismo religioso católico, o turismo religioso, o marketing e a tecnologia, e o turismo religioso no país.

Quadro 3: Artigos sobre Nova Trento/SC

Periódico	**Ano de Publicação**	**Autor (es)**	**Temática do Artigo**
Revista Maiêutica da UNIASSELVI/SC	2015	NASCIMENTO, J; KLEIN, E.	Imigração Italiana e Igreja Católica em Nova Trento/SC
Podium Sport, Leisure and Tourism Review	2018	SOARES, E. D; RAMOS, H. R.	Turismo Religioso em

			Nova Trento/SC

O Quadro 3 permitiu identificar a origem do periódico, o ano de sua publicação, os respectivos autores e as principais temáticas abordadas ao longo das produções científicas sobre o município de Nova Trento/SC, sendo destaque a imigração italiana que foi responsável pela colonização da cidade e o turismo religioso no local, que cresceu consideravelmente após a beatificação da Santa Paulina, a primeira santa brasileira.

Quadro 4: Artigos sobre Camboriú/SC

Periódico	Ano de Publicação	Autor (es)	Temática do Artigo
REA – Revista de Estudos Ambientais da Universidade Regional de Blumenau	2016	MATIAS, V. A; TAMANAHA, M. S.	Município de Camboriú/SC

O Quadro 4 permitiu identificar a origem do periódico, o ano de sua publicação, os respectivos autores e as principais temáticas abordadas ao longo das produções científicas sobre o município de Camboriú/SC, sendo destaque algumas particularidades ambientais do município.

É cabível destacar a falta de material científico sobre a fé cristã no município de Camboriú, razão pela qual, optou-se também por escolher a cidade como alvo da referida pesquisa, haja vista as muitas informações na internet e os incentivos do próprio governo para a recepção dos evangélicos ao longo dos meses de abril de cada ano, para participação no maior evento missionário do mundo, sediado no município.

Quadro 5: Artigos sobre Fé Cristã

Periódico	Ano de Publicação	Autor (es)	Temática do Artigo
Anais do Congresso Internacional da Faculdade Est - São Leopoldo 2014	2014	FLORES FILHO, J. H.	A Fé Cristã na Modernidade
Revista Temática da Universidade Federal da Paraíba – UFPB	2015	RODRIGUES, E. G. B.	A fé Cristã Evangélica
Cadernos de Graduação do Grupo Tiradentes – Aracajú/SE	2015	SOARES, A; CÂNDIDO, D.	A Pregação da Fé
Revista Famecos – Mídia, Cultura e Tecnologia –	2016	CUNHA, M. N.	Mídia e Religião

Porto Alegre da Pontífice Universidade Católica do Rio Grande do Sul			

O Quadro 5 permitiu identificar a origem do periódico, o ano de sua publicação, os respectivos autores e as principais temáticas abordadas ao longo das produções científicas sobre a fé cristã brasileira. Dentre os assuntos que foram destaque nessa pesquisa, destacam-se a fé cristã moderna, a fé cristã evangélica, a mídia e a religião e a pregação da fé.

Quadro 6: Sites Oficiais Consultados

Site	Data da Notícia	Relação com o Trabalho
Prefeitura Municipal de Camboriú/SC	25 de maio de 2018 (Publicada)	Notícia da Prefeitura sobre 36° Congresso dos Gideões Missionários
Secretaria de Turismo de Camboriú/SC	21 de novembro de 2018 (Consultada)	Comunicado da Prefeitura sobre o Encontro dos Gideões Missionários da Última Hora
Turismo em Santa Catarina / Camboriú	20 de novembro de 2018 (Consultada)	Incentivo do Governo do Estado ao Turismo Religioso no Maior Congresso Internacional de Missões
Turismo em Santa Catarina / Nova Trento	19 de novembro de 2018 (Consultada)	Incentivo do Governo do Estado ao Turismo em Nova Trento/SC, local onde localiza-se o Santuário Santa Paulina
Visite o Brasil – Santa Catarina / Nova Trento	20 de novembro de 2018 (Consultada)	Incentivo do Governo do Estado ao Turismo em Nova Trento/SC, local onde localiza-se o Santuário Santa Paulina

O Quadro 6 permitiu identificar os sites oficiais onde a pesquisa foi realizada. Foram utilizados como fonte de informações os sites da Prefeitura de Camboriú, o de Turismo do Estado de Santa Catarina e o Visite o Brasil, sendo estes dois últimos, utilizados para compor as informações relativas à cidade de Nova Trento.

Torna-se relevante citar que apesar de se tratar de uma produção científica com foco em uma revisão bibliográfica, em especial, as informações sobre o município de Camboriú foram retiradas de fontes oficiais do governo do

Estado, ou do próprio município, haja vista a falta de literatura científica sobre o assunto, sendo este, inclusive, um dos motivos pelo qual a pesquisa se deu.

Considerações Finais

No presente estudo, foi possível identificar que a economia de Camboriú e Nova Trento/SC estão sendo influenciadas pelo turismo religioso que ocorre nos respectivos municípios. Em Camboriú percebe-se que o Congresso Internacional de Missões dos Gideões Missionários da Última Hora, além de receber o apoio da própria prefeitura, gera muitos empregos temporários.

Em Nova Trento, observou-se que o município recebe romarias ao longo do ano inteiro e também experimenta considerável ascensão no turismo religioso, principalmente, por ser o segundo maior santuário católico do país, que passou a intensificar sua procura após a canonização de Madre Paulina.

O conteúdo teórico analisado sugere que os dois municípios de Santa Catarina se destacam, cada um com suas particularidades religiosas e que o turismo da fé cristã nesses ambientes revela muito além das crenças ali representadas, haja vista o desenvolvimento econômico e social que se apresentam nesses ambientes.

Assim, acredita-se que esta pesquisa realizada possibilita aos interessados na temática ora apresentada, a possibilidade de melhor compreender a relevância do turismo religioso na economia desses municípios.

É cabível destacar também que, em se tratando de um estudo exploratório, compreende-se que este não se esgota aqui, restando a expectativa da contribuição do mesmo, com subsídios para novos estudos e aprofundamentos na área.

Referências Bibliográficas:

ARAGÃO, I. R. **Reflexões acerca do turismo cultural-religioso e festa católica no brasil.** Revista Grifos. v. 23, n. 36/37, p. 53 – 67, 2014.

ARDIGÓ, C. M; CAETANO, L; DAMO, L. P. **O turismo religioso e o processo de comunicação de marketing: um estudo do santuário de Santa Paulina em Nova Trento – SC.** Revista Turismo - Visão e Ação – Eletrônica. v. 18, n. 2, p. 353 – 377, 2016.

COSTA, E. **Gênese do trânsito religioso: a recomposição das formas religiosas e a construção de novas identidades.** Religare – Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências das Religiões da UFPB. v. 12, n. 1, p. 40 – 66, 2015.

CUNHA, M. N. **Elucidações contemporâneas nos estudos brasileiros em mídia e religião: a perspectiva das mediações culturais e comunicacionais.** Revista Famecos – Mídia, Cultura e Tecnologia – Porto Alegre. v. 23, n. 2, 2016.

FALCÃO, R. F; CAMPOMAR, M. C. **A formalização do marketing em uma economia em desenvolvimento.** Revista Liceu – On-line. v. 7, n. 1, 166 – 187, 2017.

FLORES FILHO, J. H. **A fé cristã na modernidade: igreja, neoliberalismo, *mass media* e as consequências das tecnologias na configuração do campo religioso moderno.** Anais do Congresso Internacional da Faculdade Est - São Leopoldo. v. 2, p. 372 – 386, 2014.

GOMES, W. J. F. **Turismo religioso no Brasil e o caso da revitalização do Morro do Cruzeiro em Murici-AL.** *Ciencias Sociales y Religión*/Ciências Sociais e Religião. v. 19, n. 27, p. 115 – 131, 2017.

MATIAS, V. A; TAMANAHA, M. S. **Monitoramento dos agrotóxicos Quinclorac e Carbofuran no rio Camboriú, município de Camboriú, Santa Catarina.** REA – Revista de Estudos Ambientais. v.18, n. 1, p. 30 - 45, 2016.

MERABET, D. O. B; SILVA, R. O; GONÇALVES, C. P; BARROS, D. F. **Em busca de abordagens alternativas e críticas no ensino de marketing: um estudo exploratório com professores dos cursos de graduação em administração.** XX SEMEAD Seminários em Administração – USP – São Paulo. 2017.

MESSIAS, J. F; SILVA, J. U; SILVA, P. H. C. **Marketing, crédito & consumismo: impactos sobre o endividamento precoce dos jovens brasileiros.** ENIAC Pesquisa. v. 4, nº. 1, p. 43 – 59, 2015.

MORENO, P. A. C. **Turismo religioso católico no brasil: perspectivas e desafios de um crescente setor econômico.** Anais do XIV Simpósio Nacional da ABHR Juiz de Fora, MG. v. 14, 2015.

NASCIMENTO, J; KLEIN, E. **Imigração italiana & igreja católica: um estudo de caso em Nova Trento-SC.** Revista Maiêutica, Indaial. v. 3, n. 1, p. 125 - 155, 2015.

NOGUEIRA, M. C. S. **Midiatização religiosa: os impactos do e-marketing promovido pelo grupo de oração universitário da faculdade de balsas na cidade de Balsas–MA.** Unitas - Revista eletrônica de Teologia e Ciências da Religiões. v. 3, n. 2, p. 19 – 37, 2015.

PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMBORIÚ/SC. **Prefeitura de Camboriú arrecadou cerca de R$ 620 mil durante o 36° Congresso dos Gideões.** Disponível em: http://www.camboriu.sc.gov.br/noticias_mostra.php?idmateria=5992. Acesso em 19 de novembro de 2018.

QUEIROZ, L. O; DUARTE, L. B; GOMES, A. P. **Eficiência do turismo nas unidades federativas do Brasil.** Novos Cadernos NAEA. v. 20, n. 1, p. 189 - 211, 2017.

RAMOS, C. M. Q; RODRIGUES, J. M. F. **Turismo e Tecnologia: Qualificando a Experiência do Turista Religioso.** Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade. v. 9, n. 1, p. 32 – 48, 2017.

RODRIGUES, E. G. B. **Mídia, religião e mercado: a Igreja Universal e o exercício do poder.** Revista Temática. v. 11, n. 2, p. 128 – 142, 2015.

SECRETARIA DE TURISMO DE CAMBORIÚ/SC. **Encontro dos Gideões Missionários da Última Hora.** Disponível em: https://turismo.camboriu.sc.gov.br/equipamento/index/codEquipamento/4430. Acesso em 21 de novembro de 2018.

SILVA, G. B; MARQUES JUNIOR, S. **Fatores que afetam o apoio dos residentes para o desenvolvimento do turismo religioso: o caso de Santa Cruz (RN), Brasil.** Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo – São Paulo. v. 10, n. 3, p. 497 - 515, 2016.

SOARES, A; CÂNDIDO, D. **Igrejas eletrônicas, os neopentecostais e a pregação da fé nos tempos do espetáculo religioso.** Cadernos de Graduação. v. 2, n. 3, p. 145 – 155, 2015.

SOARES, E. D; RAMOS, H. R. **Siga o líder: a influência de uma liderança carismática religiosa no crescimento turístico da cidade de Nova Trento em Santa Catarina.** *Podium Sport, Leisure and Tourism Review*. v.7, n.3, p. 390 – 401, 2018.

SOUZA, R. V; SILVA, R. S; MINCIOTTI, S. A; DONAIRE, D. **O composto de marketing e a teologia da prosperidade: um estudo sobre dízimos e ofertas em uma igreja neopentecostal.** REA – Revista Eletrônica de Administração. v. 13, n. 1, p. 150 – 170, 2014.

TURISMO SANTA CATARINA. **Camboriú.** Disponível em: http://turismo.sc.gov.br/cidade/camboriu/. Acesso em 20 de novembro de 2018.

TURISMO SANTA CATARINA. **Nova Trento**. Disponível em: http://turismo.sc.gov.br/cidade/nova-trento/. Acesso em 19 de novembro de 2018.

VISITE O BRASIL – SANTA CATARINA. **Visite Nova Trento.** Disponível em: https://www.visiteobrasil.com.br/sul/santa-catarina/vale-do-europeu/nova-trento. Acesso em 20 de novembro de 2018.