



UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
INSTITUTO DE HUMANIDADES, ARTES E CIÊNCIAS
PROGRAMA MULTIDISCIPLINAR DE PÓS-GRADUAÇÃO
EM CULTURA E SOCIEDADE

RÔNEI ROCHA BARRETO DE SOUZA

ANDAR COM FÉ EU VOU!

Análise e reflexão sobre as Romarias no Santuário de Bom Jesus da Lapa

Salvador
2023

RÔNEI ROCHA BARETO DE SOUZA

ANDAR COM FÉ EU VOU!

Análise e reflexão sobre as Romarias no Santuário de Bom Jesus da Lapa

Tese apresentada ao Programa Multidisciplinar de Pós-graduação em Cultura e Sociedade, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências, Universidade Federal da Bahia, como requisito para aprovação no exame de defesa da tese.

Orientador: Prof. Dr. Adriano de Oliveira Sampaio.

Salvador
2023

Biblioteca Universitária Campus Anísio Teixeira - SIBI/UFBA

S719

Souza, Rônei Rocha Barreto de.

Andar com fé eu vou! Análise e reflexão sobre as Romarias no

Santuário de Bom Jesus da Lapa / Rônei Rocha Bareto de Souza. -- Salvador, BA:

UFBA, 2023.

303 f.; il.

Orientador: Prof. Dr. Adriano de Oliveira Sampaio.

Tese (Doutorado - Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em

Cultura e Sociedade) - Universidade Federal da Bahia, Instituto de

Humanidades, Artes e Ciências, 2023.

1. Romaria. 2. Fé. 3. Turismo. 4. Cultura. 5. Bom Jesus da Lapa I.

Universidade Federal da Bahia, Instituto de Humanidades, Artes e Ciências.

II. Sampaio, Adriano de Oliveira. IV. Título.

CDU: 2-184.3

Elaborado por Cinthia Gabrielli Gil

ATA DA REUNIÃO DA DEFESA ORAL DA TESE DE RÔNEI ROCHA BARRETO DE SOUZA**TESE Nº**

INTITULADA: "ANDAR COM FÉ EU VOU! ANÁLISE E REFLEXÃO SOBRE AS ROMARIAS NO SANTUÁRIO DE BOM JESUS DA LAPA".

Aos quinze dias do mês de setembro do ano dois mil e vinte e três, via web conferência, foi instalada a Banca Examinadora da Defesa da tese intitulada: "ANDAR COM FÉ EU VOU! ANÁLISE E REFLEXÃO SOBRE AS ROMARIAS NO SANTUÁRIO DE BOM JESUS DA LAPA". Após a abertura da sessão, foi composta a Banca Examinadora formada pelos Professores Drs.: **Prof. Dr. Adriano de Oliveira Sampaio**, Orientador, e pelos Examinadores Externos: **Prof.ª Dra. Manan Terra Cabo** e o **Prof. Dr. Fábio Rodrigues Corniani**, e os Examinadores Internos do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade: **Prof.ª Dra. Rita de Cássia Aragão Matos** e o **Prof. Dr. José Roberto Severino**. Conforme o Regimento Interno do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, foi dado o prazo de trinta minutos para que o Doutorando fizesse a exposição do seu trabalho e trinta minutos para que cada membro da Banca realizasse a arguição. Primeiro falou a **Prof.ª Dra. Manan Terra Cabo**; em seguida, o **Prof. Dr. Fábio Rodrigues Corniani**, Avaliadores Externos. Após os Examinadores Externos, fizeram suas arguições a **Prof.ª Dra. Rita de Cássia Aragão Matos**; em seguida, o **Prof. Dr. José Roberto Severino**, Avaliadores Internos. Depois que os membros da Banca se pronunciaram, foi dado um prazo de trinta minutos para que o Doutorando fizesse sua réplica. Concluída a exposição, arguição e réplica, a Banca Examinadora se reuniu e considerou a tese de **RÔNEI ROCHA BARRETO DE SOUZA** como **APROVADA**. Nada mais havendo a tratar, eu, **Prof. Dr. Adriano de Oliveira Sampaio**, Orientador, lavrei a presente Ata que será por mim assinada, pelos demais membros da Banca e pelo Doutorando. Salvador, 15 de setembro de

2023.

Documento assinado digitalmente
gov.br **ADRIANO DE OLIVEIRA SAMPAIO**
Data: 18/09/2023 08:49:58-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente
gov.br **MANAN TERRA CABO**
Data: 18/09/2023 12:14:59-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Prof. Dr. Adriano de Oliveira Sampaio _____

Prof. Dr. Manan Terra Cabo _____

Prof. Dr. Fábio Rodrigues Corniani _____

Prof.ª Dra. Rita de Cássia Aragão Matos _____

Prof. Dr. José Roberto Severino _____

Doutorando Rônei Rocha Barreto de Souza _____

Documento assinado digitalmente
gov.br **JOSE ROBERTO SEVERINO**
Data: 24/09/2023 16:39:35-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente
gov.br **FABIO RODRIGUES CORNIANI**
Data: 18/09/2023 11:44:45-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Documento assinado digitalmente
gov.br **RONEI ROCHA BARRETO DE SOUZA**
Data: 24/09/2023 17:06:03-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Ao meu companheiro, Cássio Brito Bomfim.

“Toda grande caminhada começa com um simples passo”.

(Buda)

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelo dom da vida. Excelso e Onipotente Bom Senhor! Tudo a ti!!!!!!

A Mainha, Normeide Rocha Barreto de Souza: meu alicerce em todos os momentos dessa vida. Agradeço a tudo que a senhora significa para a minha vida.

Ao meu companheiro, Cássio Brito Bomfim, por estar sempre comigo. O amor é um alimento para a vida. Seu amor ilumina e abrilhanta minha vida.

A Painho, Rui Alves de Souza, que mesmo em outro plano, continua a ser exemplo a ser seguido. Saudades eternas.

Às minhas irmãs: Grasiela, Tarsila e Ádila. Aos meus irmãos: Pablo, Anselmo e Djavan. Sei que vocês torcem pelo meu sucesso profissional desde sempre.

Minhas sobrinhas: Tássia, Gabriela, Eva, Maria Luiza e Maria Helena. E meu sobrinho Iori. É muito bom ouvir a palavra “tio” de vocês.

A um irmão que a vida meu deu: Arivaldo Ferreira Brito. Ari sei que suas orações sempre estão direcionadas para mim. Muito, muito obrigado!.

Com Cassio ganhei uma nova família: Dona Vera, Seu Vazinho, Queulle, Quinho, Thávine e Queicilyn. Ir à Barra do Choça e ver vocês me faz um bem danado.

Ao meu orientador e amigo, Professor Doutor Adriano de Oliveira Sampaio. Você é uma inspiração para minha carreira acadêmica! Como sempre te disse, minha decisão de fazer o PosCultura foi muito por acreditar no potente trabalho que iríamos desenvolver. Essa parceria acadêmica vai longe.

Aos membros da banca examinadora pelo aceite em participar desse momento único em minha vida. Não posso deixar de agradecer a Manan Terra Cabo grande incentivadora para que eu pudesse chegar a esse momento. À professora Rita Aragão que, desde a qualificação,

fez sugestões significativas a este trabalho. Ao professor Fábio (que estendo a Vivian e ao Matteo) pela honra em tê-lo neste momento e ao professor Beto Severino que sempre esteve presente em bancas em momentos importantes de minha vida acadêmica.

Ao Grupo de Pesquisa LOGOS - Comunicação estratégica, Marca e Cultura. Cada encontro foi essencial para a construção desse trabalho.

Às amigas de PosCultura Brenda Cristina Santos Melo e Mariana Miranda. Essa amizade que a academia foi uma grata surpresa nessa jornada.

Ao Professor Doutor André Bomfim dos Santos pela amizade sincera e por ter me incentivado a estudar Bom Jesus da Lapa.

À Professora Doutora Isis Juliana Figueiredo de Barros pela sincera amizade e por sempre me incentivar à produção acadêmica.

Aos colegas da turma 2020 do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade - a Turma Pandêmica. Em especial, ao colega Baga de Bagaceira (*in memoriam*) que infelizmente nos deixou nessa caminhada. Somos fortes para chegarmos até o final. Cada defesa de dissertação ou de tese foi uma conquista coletiva.

A cada docente do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade que contribuíram de forma direta ou indireta para a construção deste trabalho, em especial à professora doutora Edilene Dias Matos. Ao secretário acadêmico do programa Marlus Pinho. Agradecer também ao Programa de Pós-Graduação em História (PPGH) da Universidade Federal da Bahia (UFBA), em especial à professora doutora Edilece Souza Couto, por ter ministrado com tanta maestria o componente curricular Religião e Cultura. Nessa caminhada conheci Johnnys Jorge Alencar que se tornou um amigo e fez indicações de leituras importantes para o corpo teórico desta tese.

Às amigas de docentes que vão para além da universidade: Claudia Regina Trindade Teodoro, Daniela Costa Ribeiro, Daniela Magalhães, Gilsimar Cerqueira, Débora Bitencourt, Eliana Pereira. Meu muito obrigado pela torcida e pela amizade.

Às amízaes de uma vida toda: Paty, Vandré, Valério, André Reis, Fernanda, Thayrone Afonso, Wagner Coimbra, Alexandre.

A Leo, Ignácio, Fred, Jean, Renata, Chico que sempre torceram pelo sucesso desse trabalho.

A Marília, Rodrigo, Bia, Nayane, Filipe, Bruna e Ruan. Amízaes que faziam minhas idas a Bom Jesus da Lapa sempre festa e alegria.

A Neiva Pereira e Darto Vicente. Um casal de professores que me inspira a cada dia aprimorar minha prática docente.

A Lorena Iglesias, pelas palavras sempre certas e seguras que norteiam muita coisa de minha vida.

Ao Professor Doutor Ricardo Henrique Pucinelli pela ajuda no manuseio do ATLAS.ti e à Nicolly de Moraes no auxílio às transcrições das entrevistas.

Ao Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória da Universidade Federal do Oeste da Bahia, em especial aos colegas que são amígos (as): Vera, Max, Aline, Ana Luísa, Tiago Bassani, Ricardo Gaúcho, Ricardo Fagundes, Lindomar, Jaci, Alizete, Vana, Levi, Marcelo, Claiton, Uilliam, Helder, Valdeci, João, Cirila e Tiago Ramos.

A cada morador (a) - em especial a Dona Nena Gouvêia e Professora Raquel Barbosa -, comerciante, camelô e vendedor (a) ambulante de Bom Jesus da Lapa que se prontificaram a fazer parte deste estudo.

Ao Centro Multidisciplinar de Bom Jesus da Lapa da Universidade Federal do Oeste da Bahia, por sempre me acolherem quando estive na cidade por conta da pesquisa em especial a Rosailma Pereira e Tony Silva Almeida.

Ao meu grande amígo que a UFOB me presenteou em Bom Jesus da Lapa: Anderson Breno Souza. Muito obrigado pela sua amízae e sempre me acolher em sua casa não somente durante esta caminhada como também em outros momentos que estive em Lapa.

Ao colega de UFOB e amigo Lenilton Ribeiro Fernandes pela ajuda significativa quando da entrevista com comerciantes de Bom Jesus da Lapa. Esse agradecimento se estende á sua esposa Mariana e suas filhas Marina e Júlia que sempre me receberam de braços abertos para almoçar na casa de vocês em todas as etapas da pesquisa de campo. Meu muito obrigado.

A cada romeiro (a) que parou um tempo para participar desse estudo. Que o Nosso Senhor Bom Jesus da Lapa continue a brilhar a vida de vocês.

À Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa, em especial à senhora Eliana Maria da Conceição, Chefe do Gabinete da Prefeitura, bem como ao prefeito municipal senhor Fábio Nunes.

À Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Bom Jesus da Lapa.

À Secretaria Municipal de Cultura e Turismo, nas pessoas de Ardson Pereira e Carlos Fabiano, por sempre estarem disponíveis a ajudar-me no processo de pesquisa de campo.

Ao Santuário do Bom Jesus da Lapa: ao seu reitor e agora Bispo Diocesano João Batista Alves do Nascimento. À secretária do Santuário, senhora Patrícia e demais funcionários (as) que sempre me receberam com atenção e carinho quando da pesquisa de campo. E não podia deixar de falar do padre William dos Santos Betonio, por sempre estar disponível em me ajudar para que esse trabalho tivesse êxito total.

Aos estudantes e egressos dos cursos de graduação do Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória da Universidade Federal do Oeste da Bahia que me ajudaram de maneira significativa nessa caminhada: Luciano, Lukas, Fernando, Giovanna, Renata, Warley e Elton.

Ao Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias (DCHT / Campus XVII) da Universidade do Estado da Bahia, (UNEB), em Bom Jesus da Lapa, em nome da sua diretora Cynara Adriana Sento Sé M. C. Celestino Alves, por sempre me receberem com carinho e atenção. Estendo esse agradecimento ao corpo docente, técnico administrativo e estudantes desta instituição.

SOUZA, R.R.B. **Andar com Fé eu vou!** Análise e reflexão sobre as Romarias no Santuário de Bom Jesus da Lapa. 2023. 303 f. il. Orientador: Adriano de Oliveira Sampaio. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade) - Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Prof. Milton Santos, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023.

RESUMO

Este projeto de pesquisa tem como objetivo observar a produção de sentido das Romarias do Santuário do Bom Jesus da Lapa por intermédio das estratégias de visibilidade da cidade e sua marca lugar - viés do turismo - em oposição às narrativas locais a partir dos relatos daqueles (as) que vivenciam a cidade. Vislumbra-se também mapear os elementos que compõem a construção do processo de planejamento das Romarias do Bom Jesus da Lapa levando em consideração os aspectos culturais em suas vertentes religiosas e econômicas como também analisar os aspectos culturais em suas vertentes econômicas, simbólicas e identitárias envolvidos nas Romarias, em especial, a do Novenário e Festa do Bom Jesus da Lapa que acontece no mês de agosto, na perspectiva da Comissão Organizadora da Festa. Realizou-se estudo com viés etnográfico, num primeiro momento, com caminhadas pelo Centro histórico de Bom Jesus da Lapa, região que está situado o Santuário do Bom Jesus da Lapa e que passou por transformações urbanísticas entre 2019 e 2021. Essas andanças tiveram como inspiração a antropologia interpretativa proposta por Geertz (1989) além de sua cultura densa, bem como o olhar de um flâneur, proposto por Benjamin (1994) e de Jacques (2012). Em seguida, durante o Novenário e Festa do Bom Jesus da Lapa, entrevista em profundidade com romeiros, turistas e camelôs. Depois, durante os meses de setembro de 2022 e junho de 2023, foram entrevistados comerciantes, moradores, membros do poder público municipal (Coordenador Municipal de Cultura, Secretário Municipal de Cultura e Turismo, Assessor de Comunicação da Prefeitura Municipal e Prefeito Municipal), membros do Santuário (Reitor e Assessor de Comunicação) como também sócio proprietário da Agência de Publicidade que possui a conta da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa. As análises das entrevistas foram feitas no Atlas.ti é um software para análise de dados qualitativos desenvolvido em 1989 por Thomas Muhr, na Alemanha, com o aporte teórico da análise do discurso na perspectiva de Maingueneau (2002), Charaudeau e Maingueneau (2004) e Fairclough (2016) bem como na concepção de bastidor e fachada nas representações da vida cotidiana proposto por Goffman (1985). Na fachada do espetáculo (A Romaria) o poder público municipal auxilia para que o evento aconteça da melhor maneira possível, o que é visível através das modificações urbanísticas que aconteceram na cidade em 2020 e toda logística que o evento exige. Nessa interação entre Santuário e Prefeitura, a percepção de quem vive a Romaria é que a cidade, desde 2022, com o retorno da presencialidade na festa, ficou mais moderna e receptiva, tanto para quem chega como também para quem vive nela. Sendo assim, os resultados apontam para desvelar os sentidos e significados da marca lugar: Bom Jesus da Lapa - capital baiana da fé, tanto por seus moradores e comerciantes como também por romeiros e turistas e reafirmam que a cidade, uma hierópolis, pode ser considerada a capital baiana da fé.

Palavras-chave: Romaria; Bom Jesus da Lapa; Cultura; Análise do Discurso; Marca lugar.

SOUZA, R.R.B. **Andar com Fé eu vou!** Análise e reflexão sobre as Romarias no Santuário de Bom Jesus da Lapa. 2023. 303 f. il. Orientador: Adriano de Oliveira Sampaio. Tese (Doutorado em Cultura e Sociedade) - Instituto de Humanidades, Artes e Ciências Prof. Milton Santos, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2023.

ABSTRACT

This research project aims to observe the production of meaning of the Pilgrimages of the Sanctuary of Bom Jesus da Lapa through the strategies of visibility of the city and its brand place - tourism bias - as opposed to local narratives from the reports of those (as) who experience the city. It is also possible to map the elements that make up the construction of the planning process of the Pilgrimages of Bom Jesus da Lapa taking into account the cultural aspects in their religious and economic aspects as well as analyze the cultural aspects in their aspects economic, symbolic and identity involved in the Pilgrimages, especially the Novenário and Bom Jesus da Lapa Festival that takes place in August, in the perspective of the Organizing Committee of the Festival. An ethnographic study was carried out, at first, with walks through the historic center of Bom Jesus da Lapa, a region that is located in the Sanctuary of Bom Jesus da Lapa and that underwent urban transformations between 2019 and 2021. These wanderings had as inspiration the interpretative anthropology proposed by Geertz (1989) beyond its dense culture, as well as the gaze of a flâneur, proposed by Benjamin (1994) and Jacques (2012). Then, during the Novenary and Feast of Bom Jesus da Lapa, in-depth interview with pilgrims, tourists and street vendors. Then, during the months of September 2022 and June 2023, traders, residents, members of the municipal government were interviewed (Municipal Culture Coordinator, Municipal Secretary of Culture and Tourism, Communication Advisor of the City Hall and Municipal Mayor), members of the Shrine (Rector and Communication Advisor) as also partner owner of the Advertising Agency that has the account of the Municipality of Bom Jesus da Lapa. The analysis of the interviews were made in Atlas.ti is a software for qualitative data analysis developed in 1989 by Thomas Muhr, in Germany, with the theoretical contribution of discourse analysis from the perspective of Maingueneau (2002), Charaudeau and Maingueneau (2004) and Fairclough (2016) as well as in the conception of backstage and facade in the representations of everyday life proposed by Goffman (1985). On the façade of the show (The Pilgrimage) the municipal government helps to make the event happen in the best possible way, which is visible through the urban changes that happened in the city in 2020 and all the logistics that the event requires. In this interaction between Shrine and City Hall, the perception of those who live the Pilgrimage is that the city, since 2022, with the return of attendance at the party, became more modern and receptive, both for those who arrive and also for those who live in it. Thus, the results point to unveil the senses and meanings of the brand place: Bom Jesus da Lapa - Bahian capital of faith, both for its residents and merchants as well as for pilgrims and tourists and reaffirm that the city, a hieropolis, can be considered the Bahian capital of faith.

Key words: Pilgrimage; Bom Jesus da Lapa; Culture; Discourse Analysis; Mark place.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Entrevistados (as)	27
Tabela 2 - Principais acontecimentos da vida do Padre do Francisco da Soledade	58
Tabela 3 - Temas discutidos nas Romarias da Terra e das Águas em Bom Jesus da Lapa	81
Tabela 4 - Conceitos sobre o termo Marca	85
Tabela 5- Modelos de construção de marcas	90
Tabela 6 - Resumo das perspectivas de marketing de lugar	99
Tabela 7 - Principais Eventos e Romarias de 2023	116
Tabela 8 - Conceitos de Cultura	122
Tabela 9- Evolução do conceito de turismo	131
Tabela 10 - Comparativo entre Romeiros e Turistas da Romaria do Senhor Bom Jesus	137
Tabela 11- Segmentos âncoras do turismo em Bom Jesus da Lapa	141
Tabela 12 - Conceito de Cidade na literatura do século XIX	147
Tabela 13 - Conceito de Cidade na literatura do século XX (Antes da Segunda Guerra Mundial)	148
Tabela 14- Conceito de Cidade na literatura do século XX (Pós Segunda Guerra Mundial)	149
Tabela 15- Comparação entre os diferentes grupos de documentos e as principais categorias temáticas. (n = 8)	173
Tabela 16- Relação das 10 palavras mais frequentes e de suas respectivas frequências	178
Tabela 17- Tabela de co-ocorrência entre os temas da pesquisa. (n= 73)	188
Tabela 18 - Distribuição das categorias e suas codificações em função das entrevistas analisadas. (n=65)	189
Tabela 19 - Relação das 10 palavras mais frequentes e de suas respectivas frequências.	201
Tabela 20 - Relação das 10 palavras mais frequentes e de suas respectivas frequências.	214
Tabela 21 - Relação das 10 palavras mais frequentes e de suas respectivas frequências.	230
Tabela 22 - Distribuição das categorias e suas codificações em função das entrevistas analisadas. (n=73)	232
Tabela 23 - Categorias Pai e Categorias Filhas	234
Tabela 24- Análise da relação entre Comércio e Comércio Local	235
Tabela 25- Análise da relação entre Romaria e Comércio	236
Tabela 26- Análise da relação entre Fé e Comércio	237
Tabela 27- Análise da relação entre Romeiro e Comércio / Gestão	238
Tabela 28- Análise da relação entre Comunicação e Comércio	238
Tabela 29- Análise da relação entre Comunicação e Comunicação	239
Tabela 30- Análise da relação entre Santuário e Comércio	239
Tabela 31- Análise da relação entre Santuário e Comércio	240
Tabela 32- Análise da relação entre Turismo e comércio	240
Tabela 33- Principais incidências nas categorias pai deste estudo	241

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Etapas de organização de um projeto no ATLAS.ti	32
Figura 2 - Interface de usuário deste projeto no ATLAS.ti.	33
Figura 3 - Bom Jesus da Lapa anos trinta. Capela de Nossa Senhora do Carmo; à direita, a antiga esplanada. No morro, o cruzeiro que foi construído em 1935.	38
Figura 4- Estátua de Francisco da Soledade na entrada do Santuário	39
Figura 5 - Bom Jesus da Lapa - anos quarenta. Frente da Casa Paroquial e a Capela de Nossa Senhora do Carmo	40
Figura 6 - Localização Geográfica do Município de Bom Jesus da Lapa	41
Figura 7 - Ponte Gercino Coelho sob o rio São Francisco em Bom Jesus da Lapa	48
Figura 8 - Localização Geográfica do Projeto Formoso	50
Figura 9- Imagem aérea do Projeto Formoso - detalhe Vila Setor 33	50
Figura 10 - Mapa Colônia Agropecuária do Formoso - CAP	51
Figura 11 - Material de Divulgação da FRULAPA	53
Figura 12 - Santuário de Bom Jesus da Lapa em 2023	55
Figura 13 - Pedra do Sino-	61
Figura 14- Morro da Lapa	63
Figura 15 - Gruta-Capela	64
Figura 16 - Cova da Onça	66
Figura 17 - Cova da Onça	66
Figura 18- Cova da Serpente	67
Figura 19- Altar da Gruta da Soledade	67
Figura 20- Gruta dos Ex-votos	68
Figura 21- Cartaz de Divulgação da Romaria ao Bom Jesus da Lapa de 2022	79
Figura 22- Cartaz de Divulgação da 45ª Romaria da Terra e das Águas	80
Figura 23 - Cartaz de Divulgação da 46ª Romaria da Terra e das Águas	80
Figura 24 - Cartaz de Divulgação do VI Romaria Quilombola	83
Figura 25 - Os três motores da lógica da marca	86
Figura 26 - O processo do significado em seu contexto	92
Figura 27 - A identidade da marca	93
Figura 28 - Esquematização dos espaços sagrado e profano e suas interações	95
Figura 29 - Modelo tradicional de comunicação	101
Figura 30 - Proposta de modelo de campo da relação pública	106
Figura 31 - Print Screen da página da web da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa	109
Figura 32 - Print Screen da página do Facebook da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa	110
Figura 33- Print Screen da página do Youtube da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa	110
Figura 34 - Print Screen da página do Instagram da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa	111
Figura 35 – Print Screen da página da web do Santuário do Bom Jesus da Lapa	113
Figura 36 - Print Screen da página do Facebook do Santuário do Bom Jesus da Lapa	113
Figura 37- Print Screen da página do Instagram do Santuário do Bom Jesus da Lapa	114
Figura 38 - Print Screen da página do Youtube do Santuário do Bom Jesus da Lapa	114
Figura 39 - Marca Oficial do Santuário do Bom Jesus da Lapa	115
Figura 40 - Cartaz Oficial da Romaria do Bom Jesus da Lapa 2023	115
Figura 41 - Print Screen da página da web da Morrito Comunicação	117
Figura 42- Print Screen da página do Facebook da Morrito Comunicação	117

Figura 43 - Print Screen da página do Instagram da Morrito Comunicação	118
Figura 44 - Print Screen da página do Youtube da Morrito Comunicação	118
Figura 45 - Logomarca comemorativa - Bom Jesus da Lapa 100 anos	119
Figura 46 - Card de divulgação da Feira do Artesanato Lapense	145
Figura 47 - Antiga Rodoviária de Bom Jesus da Lapa	157
Figura 48 - Figura 48 - Praça da Fé - antes (2019) e depois da reforma (2022)	158
Figura 49 - Praça da Fé (à noite)	158
Figura 50- Esplanada do Santuário	159
Figura 51- Gruta de Santo Antônio	161
Figura 52- Praça Monsenhor Turíbio Vila Nova Segura	162
Figura 53- Fachada do Museu do Santuário	163
Figura 54- Museu do Santuário (visão interna)	163
Figura 55 - Troca de mensagem pelo aplicativo whatsapp	164
Figura 56 - Nova Rodoviária	165
Figura 57 - Largo da Esplanada em agosto de 2022	168
Figura 58 - Camelódromo	170
Figura 59 - Nuvem de palavras com as mais citadas pelos entrevistados. (n = 8)	178
Figura 60 - Diagrama de Sankey demonstrando as principais co-ocorrências entre os temas.	188
Figura 61- Nuvem de palavras dos termos: Igreja (A), Milagre (B), Promessa (C) e Fé (D).	199
Figura 62- Nuvem de palavras com as 50 palavras mais citadas pelos romeiros. (n = 22)	200
Figura 63 - Nuvem de palavras com as 50 palavras mais citadas pelos moradores. (n = 18)	214
Figura 64 - Nuvem de palavras com as 50 palavras mais citadas pelos comerciantes / camelôs. (n = 25)	228
Figura 65 - Gráfico de direcionamento de forças dos temas evocados pelos entrevistados. (n=73)	233

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	18
1.1 PERCURSO METODOLÓGICO.....	25
2 A CIDADE DE BOM JESUS DA LAPA (HISTÓRIA E POVOAMENTO DO TERRITÓRIO).....	37
2.1. A CIDADE QUE NASCEU NO ENTORNO DE UMA GRUTA (ASPECTOS GEOGRÁFICOS E ECONÔMICOS).....	37
2.2 O SANTUÁRIO DO BOM JESUS DA LAPA.....	54
2.2.1 A Gruta por fora: o morro e a torre.....	59
2.2.2 A Gruta por dentro: a Gruta do Bom Jesus, A Gruta da Soledade e a Gruta dos Ex-votos.....	64
3 E A ROMARIA SE RENDEU A MARCA LUGAR: DE QUEM É A FESTA?.....	70
3.1 E SURGE O FENÔMENO ROMARIAS.....	70
3.1.1 A Romaria no sertão baiano à beira do Rio São Francisco: as Romarias ao Santuário do Jesus da Lapa.....	76
3.2 POR UM CONCEITO DE MARCA LUGAR.....	84
3.3. COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA PARA PENSAR A MARCA LUGAR.....	102
3.3.1: As formas de comunicação da Prefeitura e do Santuário.....	109
4 CULTURA, TURISMO E TURISMO RELIGIOSO.....	123
4.1 CULTURA (UM CONCEITO POLISSÊMICO).....	123
4.2 TURISMO X TURISMO RELIGIOSO: CONCEPÇÃO E PERSPECTIVAS.....	131
4.2.1 A ideia de Turismo em Bom Jesus da Lapa.....	142
4.3 QUEM TEM DIREITO A UMA CIDADE? LEFEBVRE E HARVEY E O DIREITO À CIDADE.....	149
4.3.1 Um passeio por Bom Jesus da Lapa sob o viés etnográfico.....	157
5 OS DISCURSOS DA/NA ROMARIA: UMA ANÁLISE À LUZ DOS ESTUDOS DE FAIRCLOUGH (2016) E MAINGUENEAU (2002).....	173
5.1 OS BASTIDORES DO ESPETÁCULO: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS NO ATLAS.ti.....	174
5.2 A FACHADA DO ESPETÁCULO: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS NO ATLAS.ti.....	188
5.2.1 A voz dos (as) romeiros (as): a fé como elemento de transformação social.....	191
5.2.2 A cidade de Bom Jesus da Lapa pelos lapenses.....	203
5.2.3 A fé e seus desdobramentos sobre a cidade: outras vozes querem falar sobre as Romarias (comerciantes e camelôs).....	217
5.3 BASTIDOR x FACHADA: APROXIMAÇÕES E TENSIONAMENTOS DAS VOZES DOS (AS) ENTREVISTADOS (AS).....	233
6 TERMINA UMA ROMARIA E JÁ COMEÇA OUTRA.....	251
REFERÊNCIAS.....	262
APÊNDICE 01 - MAPA DESCRITIVO DE BOM JESUS DA LAPA.....	271

APÊNDICE 02 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM ROMEIROS (AS) DE BOM JESUS DA LAPA.....	272
APÊNDICE 03 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM CAMELÔS.....	274
APÊNDICE 04 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM COMERCIANTES DA CIDADE.....	275
APÊNDICE 05 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O REITOR DO SANTUÁRIO.....	276
APÊNDICE 06 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O SECRETÁRIO DE CULTURA E TURISMO DE BOM JESUS DA LAPA.....	277
APÊNDICE 07 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM MORADORES (AS) DE BOM JESUS DA LAPA.....	278
APÊNDICE 08 - ROTEIRO DE ENTREVISTA (COM A CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS (CDL).....	279
APÊNDICE 09 - ROTEIRO DE ENTREVISTA (COM O COORDENADOR DE CULTURA DE BOM JESUS DA LAPA.....	280
APÊNDICE 10 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO DO SANTUÁRIO.....	281
APÊNDICE 11 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O PREFEITO DE BOM JESUS DA LAPA.....	282
APÊNDICE 12 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO DA PREFEITURA DE BOM JESUS DA LAPA.....	283
APÊNDICE 13 - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE).....	284
APÊNDICE 14 - DIAGRAMA DE SANKEY DEMONSTRANDO AS CO-OCORRÊNCIAS ENTRE OS TEMAS DAS ENTREVISTAS.....	286
APÊNDICE 15 - ENTREVISTAS PESQUISA DE CAMPO - COMÉRCIO LOCAL.....	287
APÊNDICE 16 - ENTREVISTAS PESQUISA DE CAMPO - CAMELÔS.....	288
APÊNDICE 17 - ENTREVISTAS PESQUISA DE CAMPO - MORADORES (AS)....	289
APÊNDICE 18 - ENTREVISTAS PESQUISA DE CAMPO - ROMEIROS (AS).....	290
ANEXO 01 - ÁREA EXTERNA DO MORRO.....	292
ANEXO 02 - ÁREA INTERNA DO MORRO.....	293
ANEXO 03 - EQUIPE DE COMUNICAÇÃO - SANTUÁRIO BOM JESUS DA LAPA.....	294
ANEXO 04 - ORGANOGRAMA DA RÁDIO BOM JESUS FM.....	295
ANEXO 05 - MAPA ENTREGUE A ROMEIROS E TURISTAS NA ROMARIA AO BOM JESUS DA LAPA EM 2022.....	296
ANEXO 06 - ATA DE FUNDAÇÃO DA CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS (CDL) DE BOM JESUS DA LAPA.....	297
ANEXO 07 - MINUTA DE DECRETO LEI Nº 006 DE 21 DE MARÇO DE 2019 DA NOMEAÇÃO DOS MEMBROS DO CONSELHO MUNICIPAL DE TURISMO (COMTUR).....	298
ANEXO 08 - DECRETO Nº. 104 DE 18 DE MAIO DE 2022: DISPÕE SOBRE A NOMEAÇÃO DOS MEMBROS DO CONSELHO MUNICIPAL DE POLITICA CULTURAL (CMPC) DE BOM JESUS DA LAPA.....	299
ANEXO 09 - LEI 331 DE 29 DE MAIO DE 2009: CRIA O CENTRO HISTÓRICO DE BOM JESUS DA LAPA.....	301

ANEXO 10 - FOTOGRAFIAS DO SENHOR EDMUNDO BRANDÃO CEDIDAS POR SUA FAMÍLIA.....	303
--	------------

1. INTRODUÇÃO

*“Andá com fé eu vou
Que a fé não costuma faiá
Andá com fé eu vou
Que a fé não costuma faiá
Andar com fé eu vou”*

(Trecho da canção Andar com Fé de Gilberto Gil)

As Romarias ao Santuário do Bom Jesus da Lapa, cidade do Vale São Franciscano da Bahia situada a 796 km da capital estadual, conhecida como a "Capital Baiana da Fé" e é considerada a terceira maior romaria do Brasil (PREFEITURA...,2020). As Romarias também conhecidas como peregrinações católicas, acontecem desde o século V e remetem ao deslocamento de pessoas para Roma e a principal motivação é estar próximo ao lugar onde a Virgem Maria, Jesus Cristo ou outro santo viveu (ROSENDAHL, 2002).

Abamanssur (2003) argumenta que muitas cidades dependiam, na Idade Média, das peregrinações para movimentar a economia local. As Romarias ao Santuário do Bom Jesus da Lapa lançam sentidos peculiares ao espetacular. Tal questão condiz com o que argumenta Rubim (2005), ao considerar que em tempos da modernidade e, mais intensamente, na contemporaneidade, o espetáculo se emancipou das práticas sociais políticas e religiosas, e pode ser enquadrado nos parâmetros da indústria cultural.

É de conhecimento deste pesquisador a existência das Romarias desde sua infância, quando várias pessoas de sua cidade natal (Morro do Chapéu, interior da Bahia, situada no Piemonte Norte da Chapada Diamantina), principalmente no mês de agosto, se deslocava até Bom Jesus da Lapa para participar da festa. Este pesquisador conheceu a famosa Gruta do Bom Jesus da Lapa em agosto de 1998, quando participava de um projeto desenvolvido pela Secretária de Saúde do Estado da Bahia (SAEB) em parceria com prefeituras de cidades da Bahia. Porém, quando de assumir cargo de professor do magistério superior através de concurso público, em julho de 2016, na Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB) no Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória (distante 92 cidade de Bom Jesus da Lapa) e verificou que não existe uma romaria, mas sim romarias que duram de maio até janeiro de cada ano (inicia com a Romaria do Terço dos Homens em maio - em 2019, aconteceu nos dias 10 e 11 de maio - e finaliza com a Festa do Bom Jesus dos Navegantes que aconteceu entre os dias 09 e 12 de janeiro de 2020). (PORTAL...,2020)

A tradição da Romaria (com a presença maciça de fieis) foi interrompida no ano de 2020, por conta da pandemia ocasionada pelo novo coronavírus (Covid - 19). Com o tema

“Bom Jesus: responsabilidade missionária e cuidado com a vida”, o Santuário realizou de 28 de julho a 06 de agosto, a novena e festa do Senhor Bom Jesus da Lapa de forma virtual, reafirmando seu compromisso no combate à pandemia. (SANTUÁRIO....2021). As atividades religiosas foram transmitidas pela WEB TV Bom Jesus. O Santuário ainda não se pronunciou sobre as Romarias de 2021.

Desde 2016, este pesquisador frequenta esporadicamente o Santuário de Bom Jesus da Lapa e percebe a pujança econômica que a fé faz movimentar no município. A partir de então, começou a indagar-se como se dá o planejamento das Romarias bem como se há mensuração de indicadores econômicos por quem fomenta a festa bem como os sujeitos envolvidos na economia criativa do evento. Porém, percebe-se que há uma relação socioeconômica estratificante nas Romarias, que se aproxima da concepção de Bourdieu (1983, p. 89), para quem a sociedade se articula por “espaços estruturados de posições (ou de postos) cujas propriedades dependem das posições nestes espaços”, nos quais os ocupantes, os sujeitos sociais obedecem às “leis gerais dos campos: campos tão diferentes como o campo da política, o campo da filosofia, o campo da religião possui leis de funcionamento invariantes”.

A estrutura deste trabalho assim está dividida: esta introdução, que inclui a problemática de pesquisa e a justificativa pela escolha do tema; o referencial teórico com discussões das teorias que norteiam este projeto de pesquisa, além de considerações sobre o método utilizado, capítulo contendo as análises realizadas com os resultados da pesquisa realizada e as considerações finais do estudo. Nesta introdução há as motivações (pessoais / acadêmicas) de estudar as Romarias ao Santuário do Jesus da Lapa, além de apresentar os objetivos do estudo bem como trago a problematização da tese (a tese em si) e relação do tema com a área de estudo no Programa Multidisciplinar de Pós-graduação em Cultura e Sociedade (PósCultura / UFBA) e a metodologia utilizada no estudo.

O objetivo geral deste trabalho é observar a produção de sentido das Romarias do Santuário do Bom Jesus da Lapa por intermédio das estratégias de visibilidade da cidade e sua marca lugar - viés do turismo - em oposição às narrativas locais a partir dos relatos daqueles (as) que vivenciam a cidade. Um dos objetivos específicos é contextualizar geograficamente e historicamente o município de Bom Jesus da Lapa e sua relação com o Santuário em devoção ao Bom Jesus e foi apresentado no capítulo dois: situar a cidade de Bom Jesus da Lapa (aspectos geográficos, sociais, econômicos) e descrever o Santuário (desde sua descoberta até a atualidade). Descrição de como se deu o povoamento da cidade e de indicadores econômicos e sociais do município. As transformações no espaço geográfico por conta das Romarias. Destaca-se também o Projeto Formoso (aproveitamento hídrico no Vale do São

Francisco) que teve como objetivo a promoção do desenvolvimento da região de Bom Jesus da Lapa. A reflexão aqui coube sobre a concepção de desenvolvimento, a partir das leituras de Furtado (1974) e Krenak (2019).

No capítulo três discute a relação entre Cultura e Religião, com destaque ao surgimento das Romarias no contexto do catolicismo, além da discussão sobre marca lugar e de comunicação estratégica. O que é uma Romaria. Para além dessas indagações, um dos eixos do estudo: marca lugar. Para tanto, foi desenvolvido um percurso teórico acerca do debate sobre o que é marca; em seguida, o de lugar, com destaque para lugar sagrado. Por fim, um enlace teórico acerca do constructo marca lugar e a forma de comunicação da Prefeitura e do Santuário, sob o panorama da metáfora do bastidor proposto por Goffman (1985).

No capítulo quatro são discutidos os conceitos de cultura, turismo e sua vertente para a religião. Nesta perspectiva, os eixos se entrelaçam e formam um corpus teórico para a tese bem como o debate sobre direito à cidade a partir de Henri Lefebvre e David Harvey. Ademais, indagado pelas leituras de Milton Santos, em especial ao seu texto “Por uma outra globalização” (2020) este capítulo debaterá esse tema e sua interrelação com debates contemporâneos sobre Turismo x Turismo Religioso (quais os impactos nessas cidades mercadorias?), a partir das reflexões apontadas por Bessa e Álvares (2014) que apontam que a construção do turismo possui uma linguagem foucaultiana (pós-estruturalismo). Um passeio pelas ruas do Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa com a alma de um *flâneur*, sugerido por Benjamin (1994) e a interpretação da cultura de Geertz (1989) e Sodré (2017). Neste capítulo apresentamos outro objetivo específico qual seja: mapear o processo de planejamento das Romarias do Bom Jesus da Lapa levando em consideração os aspectos culturais em suas vertentes religiosas e econômicas

O capítulo cinco apresenta a partir das orientações de Fairclough (2016) e Maingueneau (2002) sobre Análise do Discurso e com a utilização do software de análise de dados qualitativos ATLAS TI, a análise dos dados coletados na pesquisa de campo com os participantes desta pesquisa, a partir da concepção de bastidor nas representações da vida cotidiana proposto por Goffman (1985) são analisados os discursos tanto do Poder Público (Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa e Secretaria Municipal de Cultura e Turismo), da Morrito Comunicação (Agência de Publicidade que possui a conta da Prefeitura Municipal) e do Santuário do Bom Jesus da Lapa e Nossa Senhora da Soledade bem como a interface de como a comunicação é gerida por essas instituições (aproximações, similaridades e tensionamentos). Em relação ao comércio relacionado ao turismo religioso uma entrevista com o presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) da cidade.

Para atender a outro objetivo específico, analisar as aproximações e os tensionamentos dos discursos sobre as Romarias do Bom Jesus da Lapa a partir da metáfora de bastidores e fachada proposta por Erving Goffman, também foi realizada, neste capítulo, a análise das entrevistas com outros participantes da pesquisa, a saber: romeiros (as) e turistas, moradores (as) da cidade de Bom Jesus da Lapa - que professam a fé católica e de outras religiões como protestantes, espíritas e de matriz africana bem como os (as) que se consideram agnósticos (as) - e a relação das Romarias com a economia da cidade: comerciantes do trade turístico e camelôs que participam da Romaria ao Bom Jesus da Lapa. Essas vozes, aqui relatadas, partem da perspectiva apresentada no capítulo anterior, agora na ideia de fachada nas representações da vida cotidiana proposto por Goffman (1985).

Um trabalho de pesquisa nunca se finda. Ele desvela novas reflexões e novos estudos. Os principais achados dessa pesquisa, as implicações teóricas e sociais do estudo e a sugestão de novas pesquisas aparecem em “Termina uma Romaria e já começa outra” as principais considerações deste estudo.

As Romarias realizadas no Santuário de Bom Jesus da Lapa promovem interação com a sociedade lapense. Percebe-se que as festas possuem organização, execução e consumo como iniciativas de diversos sujeitos, e não apenas, conforme o viés crítico mais comum, do poder da Igreja Católica como também do Poder Público (seja o municipal e/ou estadual) constituído com diversos propósitos. Rubim (2005) assevera que há forças conflitantes que atuam na organização, produção, realização, comunicação e consumo dos espetáculos, e nem sempre a vontade do Estado acaba prevalecendo (aqui a Igreja possui papel relevante). Nota-se que a atividade econômica das Romarias segue os preceitos de Furtado (1974) que afirma que há um mito no desenvolvimento econômico proposto por tais festas. Tal questão também é destacada por Krenak (2019) ao afirmar que é importante que o desenvolvimento seja alinhado com os vínculos ancestrais da humanidade; sem isso, não há humanidade e o viés da sustentabilidade também é tida como falácia.

A movimentação turística em torno da fé, Bom Jesus da Lapa na Bahia, é algo pulsante. Assim se partir do estímulo textual de desconstrução de Derrida citado por Williams (2012) deve-se olhar a partir das possibilidades do “desdobramento” ao invés de olhar através da premissa economia. Sua proposta de decomposição dos elementos da escrita nos auxiliaria no processo de análise e interpretação que aqui vai além do texto e ganha o contexto.

Ademais, entender como se dá o processo de planejamento das Romarias, em especial, ouvir os sujeitos que agem direta e indiretamente para que elas aconteçam. Outrossim, a importância deste estudo está na busca de mapear um evento religioso e a sua dinâmica e

importância para a economia de uma cidade na perspectiva de propor ações para dinamizá-la. Laraia (1986) vê a cultura como natureza do homem (algo inerente a ele - a transição de uma essência humana à racionalidade da cultura (cultura como produto do homem). Eagleton (2003, p. 11) afirma que “cultura é um conceito que deriva da natureza. Um dos seus significados originários é lavoura, ocupação com crescimento natural”.

Yúdice (2004) argumenta que a cultura é vista como algo em que se deve investir, distribuída nas mais variadas formas, utilizada como atração para o desenvolvimento econômico e turístico, como mola propulsora das indústrias culturais e como fonte inesgotável para novas indústrias que dependem da propriedade intelectual. Ademais, Bauman (2012) assevera que é dado que o conceito de cultura foi cunhado para distinguir e colocar em foco uma área crescente da condição humana que não podia ser plenamente determinado sem a mediação das escolhas humanas: uma área que, por essa razão, abriu espaço para a liberdade e a autoafirmação. Com isso, se adentra ao tópico da ideia de ambiguidade da cultura, onde a cultura obtém múltiplos significados e ramificações de seus conceitos. Na perspectiva decolonial, a partir das reflexões do grupo modernidade / colonialidade, a cultura está sempre entrelaçada com (e não derivada de) processos da economia política. (CASTRO-GOMES; GROSGOUEL, 2007).

No campo dos espetáculos, nas festas, Rubim (2005) argumenta que surgem campos de disputa, desiguais, como a sociedade capitalista em se vive. Tais questões são evidenciadas no cenário econômico das Romarias do Bom Jesus da Lapa. Para além de tais questões pretende-se discutir o conceito de marca-lugar: Bom Jesus da Lapa: capital baiana da fé como argumenta Sampaio (2011) ao afirmar que tal conceito pode ser compreendido como sendo os esforços de comunicação e *marketing* utilizados pelos territórios (neste caso, o município) em um posicionamento de marca que busque desenvolver estratégias de visibilidade.

Sabe-se que as Romarias do Santuário do Bom Jesus da Lapa são recursos de diversos âmbitos tanto utilizados no desdobramento do campo social e político, consequência de uma construção de redes de afetos, que oportuniza uma nova cartografia agenciada pelas possibilidades mutuas de transformação e favorecendo as potências dos agenciamentos solidários, ou seja, renovações e ações libertadoras construídas a partir da sociabilização. Desta forma, essa construção sociocultural e política que se estruturam em teias e redes de afetos possibilitam os desdobramentos desses rizomas ¹ e funcionam de maneira complexa. Além disso, vão se modificando e se reestruturando a todo momento, pois os eventos são

¹ A partir das reflexões de Deleuze e Guattari sobre o termo rizoma e dos apontamentos feitos por Williams (2012) sobre os autores.

vivos e funcionam como fonte econômica e sustentável para o município de Bom Jesus da Lapa - Bahia.

Esse trabalho de pesquisa visa a responder a seguinte questão: de que maneira ocorre a produção de sentido das Romarias do Santuário do Bom Jesus da Lapa por intermédio das estratégias de visibilidade da cidade e sua marca lugar - viés do turismo - em oposição às narrativas locais a partir dos relatos daqueles (as) que vivenciam a cidade?

A relação entre Cultura e Desenvolvimento é temática debatida em várias instâncias acadêmicas. Uma busca no Google Acadêmico com as palavras “cultura” e “desenvolvimento” observa-se uma lista de diversos trabalhos que debatem essa temática nas mais diversas áreas do conhecimento a exemplo da Antropologia, Comunicação e Sociologia em que se percebe o caráter multidisciplinar que os termos possuem.

O Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (Pós-Cultura) da Universidade Federal da Bahia (UFBA) possui, entre suas linhas de pesquisa, uma específica que aborda a temática Cultura e Desenvolvimento.

“A linha de pesquisa em Cultura e Desenvolvimento acolhe e estimula análises multidisciplinares das complexas relações entre cultura e sociedade, com foco em estudos voltados às políticas e gestão culturais em suas interfaces políticas, econômicas, sociais, ambientais, comunicacionais e culturais. Dialoga com institucionalidades, direitos, territorialidades, temporalidades, diversidades, transversalidades, centralidades, valores sociais, concepções de mundo, estilos de vida, modos de produzir, disputas hegemônicas e contra-hegemônicas, comportamentos, festividades, recursos, tecnologias e várias outras dimensões da sociedade. Entende que as políticas e gestão culturais englobam variados agentes, segmentos e setores e se manifesta nos diversos momentos do ciclo da cultura: criação, preservação, formação, crítica, estudos, pesquisa, transmissão, difusão, divulgação, intercâmbio, cooperação, organização e consumo. Considera que as políticas e gestão culturais se expressam por meio de múltiplos dispositivos, tais como: contextos, discursos, narrativas, documentos, diagnósticos, indicadores, planejamentos, formulações, fomentos, programas, projetos, eventos, atividades, implementação,

participação, mobilizações, resultados e avaliações, em horizontes globais, internacionais, nacionais, regionais, estaduais, municipais e locais.”

Desde 2005, o Programa produz dissertações e teses que abordem a temática. Na página da web do Programa, na aba teses e dissertações² verifica-se a produção feita até o ano de 2022, mais de 60 (sessenta) trabalhos que reverberam o propósito da linha de pesquisa em Cultura e Desenvolvimento do Programa. Outrossim, as discussões promovidas no Grupo LOGOS³: Comunicação Estratégica, Marca e Lugar, coordenador pelo professor Doutor Adriano de Oliveira Sampaio, docente permanente do Pós-Cultura/UFBA, desenvolve seus estudos atrelados aos objetivos do Programa e com produção profícua neste campo do conhecimento. Uma de suas linhas de pesquisa versa sobre “Comunicação Estratégica e Marca Lugar: Cultura, Turismo e Cidadania”. Este trabalho de pesquisa está inserido nesta linha.

A produção de livros que debatem a relação entre cultura e desenvolvimento e alguns *e-books* estão disponíveis para download, a exemplo de Comunicação pública e cidadania: conceitos, desafios e enfrentamentos⁴, Cultura e Desenvolvimento: perspectivas políticas e econômicas⁵. Ademais, podem ser encontrados livros que debatem a relação da cultura, numa perspectiva multidisciplinar, como por exemplo: Turismo em Foco (volume 1)⁶ e Planejamento e Desenvolvimento do Turismo nas regiões do Seridó e Trairi: cultura, lazer e eventos⁷.

Como parâmetro para elaborar essa pesquisa, consultaram-se os trabalhos realizados por Lucena Filho (2005) e Nóbrega (2010) que estudaram a Festa de São João de Campina Grande. Sobre Bom Jesus da Lapa destacam-se os seguintes estudos: Alves (1993), Steil (1996), Oliveira (2011), Castro (2014), Dworak (2014), Oliveira (2014), Rocha (2016), Silva (2016), Santos (2019), Silva Júnior (2020) e Torres (2020).

O ineditismo desta pesquisa ampara-se a partir das discussões promovidas no Grupo de Pesquisa LOGOS: Comunicação Estratégica, Marca e Lugar, em que este pesquisador faz

² Disponível em: <https://poscultura.ufba.br/pt-br/teses-dissertacoes>. Acesso em 09 de jun. de 2023.

³ Disponível em: <http://logosgrupo.com.br/> Acesso em 10 de jun. de 2023.

⁴ Disponível em: <https://fic.ufg.br/n/159820-lancamento-do-livro-comunicacao-publica-e-cidadania>. Acesso em 01 de jun. de 2023.

⁵ Disponível em: <https://edufba.ufba.br/livros-publicados/cultura-e-desenvolvimento-perspectivas-politicas-e-economicas-colecao-cult>. Acesso em 01 de jun. de 2023.

⁶ Disponível em: <https://poisson.com.br/2018/produto/turismo-em-foco-volume-1/> Acesso em 10 de mar. de 2023.

⁷ Disponível em <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/49705>. Acesso em 10 de jun. de 2023.

parte bem como por trazer reflexões sobre a relação entre cultura e desenvolvimento em consonância com os objetivos da linha de pesquisa que está vinculado junto ao Pós-Cultura/UFBA.

Assim, a área de estudo possui relevada importância para as pesquisas que discutem Cultura e Desenvolvimento, sob o viés da multidisciplinaridade. Ademais, o interesse em estudar esta questão surgiu a partir da vivência deste pesquisador como docente e romeiro em suas andanças ao Santuário do Bom Jesus da Lapa, participando das Romarias que acontecem ao longo do ano na cidade.

1.1 PERCURSO METODOLÓGICO

A pesquisa pode ser considerada em procedimento formal com métodos de pensamento reflexivo e solicita um tratamento científico e constitui o caminho para se conhecer a realidade ou para descobrir verdades parciais além de encontrar respostas para indagações propostas, utilizando métodos científicos. Toda e qualquer pesquisa científica implica o levantamento de dados de variadas fontes, quaisquer que sejam métodos e pesquisas empregadas (MARCONI; LAKATOS, 2014).

A caminhada para a concretização desta pesquisa perpassou pelas seguintes etapas: inicialmente, para conhecer o *locus* da pesquisa, realizaram-se caminhadas pelo Centro histórico de Bom Jesus da Lapa, região que está situado o Santuário do Bom Jesus da Lapa e que passou por transformações urbanísticas entre 2019 e 2021. Essas andanças tiveram como inspiração a antropologia interpretativa proposta por Geertz (1989) além de sua cultura densa, bem como o olhar de um flâneur, proposto por Benjamin (1994) e de Jacques (2012).

Em seguida, durante o Novenário e Festa do Bom Jesus da Lapa, entrevista em profundidade com romeiros, turistas e camelôs. Depois, durante os meses de setembro de 2022 e junho de 2023, foram entrevistados comerciantes, moradores, membros do poder público municipal (Coordenador Municipal de Cultura, Secretário Municipal de Cultura e Turismo, Assessor de Comunicação da Prefeitura Municipal e Prefeito Municipal), membros do Santuário (Reitor e Assessor de Comunicação) como também sócio proprietário da Agência de Publicidade que possui a conta da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa.

Os relatos levantados pelas entrevistas foram analisados através da análise de conteúdo sugerido por Bardin (2011) e a análise semionarrativa, método desenvolvido por Semprini (2010), do discurso institucional sobre a marca Bom Jesus da Lapa: capital baiana da fé. Esses

dados foram catalogados e analisados no *software* Atlas.ti⁸. Além disso, o estudo segue as diretrizes do Conselho Nacional de Saúde (Resoluções 466/12 e 510/16) no que concerne aos princípios éticos de pesquisa com seres humanos.

A natureza do estudo foi na perspectiva qualitativa com inspiração etnográfica, na antropologia interpretativa de Geertz (1989) que se propõem a observar os modos como grupos sociais ou pessoas conduzem suas vidas com o fito de desvelar o significado cotidiano, nos quais as pessoas agem. O objetivo é documentar, monitorar, encontrar o significado da ação (MATTOS, 2011) Ademais, Malighetti (2018) afirma que:

a etnografia representa um acordo temporário sobre o significado entre o antropólogo e os seus interlocutores, numa relação contingente e transitória que inevitavelmente produz uma compreensão parcial e essencialmente contestável (MALIGUETTI, 2018, p.34)

Outro elemento que foi destacado no procedimento metodológico diz respeito as orientações de Santiago (2000) ao tratar do entre-lugar. Importante, para este pesquisador delimitar o espaço entre o professor/pesquisador x roteiro para que a pesquisa não tenha influência, por ventura, venha a prejudicar o andamento do estudo. Os procedimentos de coleta de dados basearam-se, na observação participante, a partir da qual foi possível testemunhar situações e procedimentos que somente podem ser descritos e analisados por quem presenciou os fatos.

A definição de amostra em um estudo qualitativo com viés etnográfico conforme assevera Travancas (2005) perpassa por questões para além da quantidade de entrevistas a serem feitas, pois não há um número fixo de indivíduos a serem entrevistados. A busca não é pela quantidade e sim pelos significados das respostas dos entrevistados e sua relação com os objetivos da pesquisa ora realizada. Essa questão pode ser definida como uma bola de neve pois se assemelha ao processo de uma bola de neve aumentando de tamanho à medida que rola pela neve, acumulando mais neve ao longo do caminho, isto é, por mais que se entreviste indivíduos de determinado grupo que atenda ao que a pesquisa se propôs, mais as respostas passam a ser parecidas. Sendo assim, a amostra desse estudo foi composta dos seguintes participantes, sendo separados em dois grupos, a partir da concepção de bastidor e fachada alvitado por Goffman (1985):

⁸ Software para análise de dados qualitativos desenvolvido em 1989 por Thomas Muhr, na Alemanha. Disponível em: <https://atlasti.com/> Acesso em 10 de jun. de 2023.

Tabela 1 - Entrevistados (as)

Metáfora proposta por Goffman (1985)	Grupo
Bastidor	Romeiros (as) e turistas presentes, durante o Novenário e Festa do Bom Jesus da Lapa; Camelôs que estavam presentes no período do Novenário e Festa do Bom Jesus da Lapa; Moradores (as) da cidade de Bom Jesus da Lapa: aqui, entrevistaram-se pessoas que professam a fé católica, bem como outras religiões (matriz africana, protestantes e espíritas) além de agnósticos (as); Comerciantes da cidade de Bom Jesus da Lapa que tenham suas atividades relacionadas ao trade turístico da cidade.
Fachada	Autoridades do Poder Público Municipal, a saber: Prefeito Municipal, Secretário Municipal de Cultura e Turismo, Coordenador Municipal de Cultura; Autoridade Eclesiástica: Reitor do Santuário do Bom Jesus da Lapa; Pessoas ligadas à área de comunicação e, envolvidas nas Romarias: Coordenador de Comunicação do Santuário do Bom Jesus da Lapa, Assessor de Comunicação da Prefeitura Municipal e Sócio proprietário da Agência de Publicidade (Morrito Comunicação) que possui a conta da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa; Presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Bom Jesus da Lapa.

Fonte: Elaboração própria (2023).

Goffman (1985) assevera que a vida cotidiana é como uma série de performances em que as pessoas alternam entre as fases da frente de palco e dos bastidores, dependendo da situação. As pessoas constantemente gerenciam suas apresentações para controlar a impressão que causam nos outros. A proposta da teoria da dramaturgia social destaca como a interação social é repleta de significados simbólicos e como as pessoas trabalham ativamente para manter e construir suas identidades sociais.

O conceito de bastidores refere-se ao espaço privado onde as pessoas podem ser mais autênticas e fora dos papéis sociais que desempenham na frente de palco e é uma parte central da sua teoria da dramaturgia social, que explora a natureza performática da vida cotidiana. Já a fachada, refere-se à imagem que uma pessoa apresenta aos outros em situações sociais e é composto por elementos físicos, aparência pessoal e linguagem.

A pesquisa de campo foi realizada em etapas para organizar tanto as leituras tanto a parte escrita deste trabalho como também para já analisar o material que estava sendo coletado. Durante o Novenário e Festa do Bom Jesus da Lapa, fiz entrevistas com romeiros (as) e turistas e também com camelôs. Os relatos que ouvia, por diversas vezes, deixou-me emocionado e, cada vez, mais empolgado, em continuar o trabalho.

De setembro de 2022 a junho de 2023, foram realizadas as entrevistas com os demais participantes do estudo: moradores (as), comerciantes da cidade (com foco em empresas que fazem parte do trade turístico do município), agentes públicos (Prefeito Municipal, Secretário Municipal de Cultura e Turismo, Coordenador Municipal de Cultura, Assessor de Comunicação da Prefeitura) e também com pessoas do Santuário: o Reitor e o Assessor de Comunicação. Para finalizar, com o sócio proprietário da Morrito Comunicação e o Presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas da Cidade.

Cumprê destacar, que, em maio de 2022, estive em Bom Jesus, dois anos após minha última passagem por lá. Esse passeio pelas ruas da cidade, principalmente pelo Centro Histórico, foi descrita no capítulo três desta pesquisa. A ida à cidade foi imprescindível para auxiliar-me para a pesquisa de campo que logo se iniciaria. Os (as) participantes tinham maior de 18 (dezoito) anos para participar da pesquisa e foi convidado (a) a assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Caso não aceitasse, era excluído (a) da pesquisa.

Esta pesquisa adotou dois tipos de procedimentos de coleta de dados. Num primeiro momento, consumir a cidade, em especial o Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa, como um o olhar de um flâneur, proposto por Benjamin (1994) e de Jacques (2012, p. 47) ao afirmar que: “a figura do flâneur é fruto da modernidade e da grande cidade; ao mesmo tempo que faz parte do contexto urbano da modernização, faz uma crítica contundente à efetivação prática das grandes reformas urbanas”. Flâneur é uma experiência que apresenta o corpo na pólis, dentro da multidão. Ademais, a partir da perspectiva da do método de observação da descrição densa por proposto por Geertz (1989) que objetiva proporcionar a concepção dos arcabouços significantes aludidas na ação social observada, que necessita em primeiro lugar, ser apreendida para, em seguida, ser apresentada.

Essa etapa ocorreu ao longo do ano de 2022, especial no Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa, região que está situado o Santuário e onde aconteceu mudança urbanística significativas com o surgimento de novos espaços no local. Essas mudanças estão em consonância com o “Projeto Morro à Vista”, amparado na Lei Municipal de 29 de maio de 2009, que criou o Centro Histórico na cidade.

Amparado nas leituras de Lefebvre (2001), Harvey (2014) e Santos (2020) fiz caminhadas no Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa, observando as mudanças urbanísticas realizadas e conversando, de maneira informal, com pessoas (moradores, turistas e romeiros) que estavam nesses espaços para colher as impressões dessas pessoas na cidade que ora se anunciava como “Nova Lapa”.

Em um segundo momento, utilizou-se a entrevista em profundidade semiestruturada onde:

o informante é convidado a falar livremente sobre um tema. As perguntas do investigador, quando são feitas, buscam dar mais profundidade às reflexões. Ela atende principalmente a finalidades exploratórias, é bastante utilizada para o detalhamento de questões e formulação mais precisa dos conceitos relacionados (BATISTA, MATOS, NASCIMENTO, 2017, p. 8).

Dencker e Viá (2001) argumentam que as entrevistas implicam em um contato maior entre entrevistador e entrevistado e devem ser gravadas ou anotadas pelo pesquisador. Além disso, há possibilidade do entrevistador observar não apenas a pessoa entrevistada, mas a situação em que a entrevista ocorre como um todo. Na mesma perspectiva, Duarte (2005) assevera que as entrevistas possuem a premissa de identificação dos diferentes modos de perceber e descrever um fenômeno.

A coleta de dados aconteceu em três etapas:

1ª: Durante o Novenário e Festa do Bom Jesus da Lapa, com romeiros (as), turistas e camelôs;
2ª Com moradores (as) e comerciantes, entre os meses de setembro a dezembro de 2022;
3ª Entre os meses de setembro de 2022 a junho de 2023: com o Prefeito Municipal, Secretário Municipal de Cultura e Turismo, Coordenador Municipal de Cultura, Reitor do Santuário do Bom Jesus da Lapa, Coordenador de Comunicação do Santuário do Bom Jesus da Lapa, Assessor de Comunicação da Prefeitura Municipal e Sócio proprietário da Agência de Publicidade que possui a conta da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa e o Presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Bom Jesus da Lapa.

Este pesquisador indagava cada participante se queriam participar do estudo. Em seguida, assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, para que assim a entrevista fosse iniciada. As entrevistas duravam, em média, cerca de 10 (dez) minutos.

Os dados foram analisados em duas etapas: na primeira, como Flâneur, utilizou os preceitos da Antropologia Visual, em especial da fotoetnografia, termo cunhado por Achutti (1997) que propôs uma narrativa fotográfica autônoma do texto escrito para contar sobre o cotidiano. “A modernidade se concretizou no cinema e pelo cinema: primeiros filmes, instituições cinematográficas, ascensão da linguagem visual como discurso social e cultural” (RIBEIRO, 2005, p. 615). Sendo assim, as imagens podem funcionar, para além de como as coisas se apresentam aos sentidos dos seres humanos, como novas possibilidades para estudos com viés antropológico.

Na segunda etapa, após transcrição das entrevistas, utilizou-se a análise do discurso, na perspectiva de Maingueneau (2002), Charaudeau e Maingueneau (2004) e Fairclough (2016). O discurso “pode designar tanto o sistema que permite produzir um conjunto de textos, quanto o próprio conjunto de textos produzidos” (MAINGUENEAU, 2002, p. 51). O discurso pode então ser sintomático, pois expressa uma maneira de como a linguagem é concebida. Sendo assim, o discurso é uma organização situada para além da frase, é orientado, pois se desenvolve em determinado período de tempo, além de ser uma forma de ação e é interativo (MAINGUENEAU, 2002).

Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 168) afirmam que “o discurso é uma unidade linguística constituída de uma sucessão de frases”. Outrossim, argumentam que “o discurso é concebido como a inclusão de um texto em seu contexto” (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004, p. 169). Acerca da análise do discurso, Charaudeau e Maingueneau (2004) fazem junção à relação entre texto e contexto. Ademais, tratam a análise do discurso como: estudo do discurso, estudo da conversação e ponto de vista específico sobre o discurso.

Sobre a análise do discurso como estudo do discurso, o discurso estuda a linguagem e está amparada em um contexto que produz linguagem e as relações que se estabelecem entre frases e períodos, formando uma unidade com sentido próprio. Ao levar em consideração o discurso como estudo da conversação, considera-se a análise do discurso como uma atividade interacional: entendem como análise conversacional (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004).

Em relação à análise do discurso como ponto de vista específico sobre o discurso, a análise do discurso está relacionada aos gêneros do discurso. Que são elementos fundamentais no processo de produção de textos, pois são os responsáveis pelas formas que estes assumem. Esses gêneros permitem a seleção e classificação de distintos textos literários pertencentes tanto na prosa quanto na poesia (CHARAUDEAU; MAINGUENEAU, 2004).

Fairclough (2016) assevera que o uso da linguagem como prática social e não apenas como atividade individual ou reflexo de variáveis situacionais. Sendo assim, a prática da análise do discurso deve-se levar em consideração três fatores primordiais: os dados a análise e os resultados. Em relação aos dados, cumpre destacar que “a análise do discurso deve ser idealmente um empreendimento interdisciplinar (FAIRCLOUGH, 2016, p. 288). O olhar do analista do discurso deve ter a perspectiva da inter/multi/trans disciplinaridade.

Sobre a análise em si, Fairclough (2016) argumenta que deve ser feita uma escolha de qual análise será realizada e destaca que ela deve ser pensada a partir da: análise das práticas discursivas (com foco na intertextualidade e interdiscursividade das amostras do discurso); análise dos textos (análise micro da prática discursiva) e análise da prática social da qual o discurso é uma parte.

Em relação aos resultados, Fairclough (2016, p. 307) pondera que: “se a tecnologização do discurso ganha força, conforme eu predisse, os analistas de discurso serão fortemente pressionados a proteger suas intervenções bem intencionadas, para não serem apropriadas por aqueles que detêm o poder, os recursos e o dinheiro”. Com essa indagação, Fairclough (2016) sugere o que ele conceitua de Consciência Linguística Crítica (CLC), pois auxilia a experiência discursiva dos próprios aprendizes, na perspectiva de auxiliá-los a serem mais conscientes sobre a prática que estão incluídos, coprodutores e consumidores de textos.

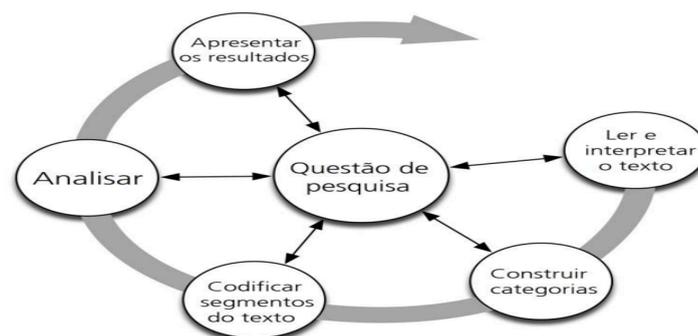
A análise das entrevistas valeu-se dos preceitos teóricos dos autores citados e, com o auxílio do ATLAS.ti. Muitos pesquisadores, ao desenvolverem pesquisas de abordagem qualitativa, em especial aquelas que objetivam a análise de dados qualitativos, têm se apoiado no uso de *softwares* denominados de “*Computer-Assisted Qualitative Data Analysis Software*” (CAQDAS) (JACKSON, KRISTI; BAZELEY, 2019; YIN, 2010). Os programas mais usados em pesquisa qualitativa têm sido NVivo, ATLAS.ti e Maxqda (YIN, 2010; ALVES e outros., 2016).

O ATLAS.ti tem capacidade de fazer análises de dados em grande escala a partir de arquivos de textos, *PDF*, áudio, vídeo, imagens, *surveys*, *web pages*, mídias sociais entre outros tipos de documentos. Esse *software* apresenta como saída de dados, relatórios do tipo: textuais, numéricos e visuais (gráficos, esquemas, mapas, ente outros (RÄDIKER; KUCKARTZ, 2019). O ATLAS.ti possibilita a organização e o gerenciamento do material analisado, por meio de ferramentas que permitem consultar dados de modo rápido, prático e eficiente (MARJAEI e outros., 2019). O que o diferencia dos demais são as funcionalidades adicionais, que inclui sofisticados recursos de consultas aos dados, geração de relatórios,

possibilidade de trabalhar em grupo, análises de dados em formato de imagens e som e análise de redes sociais (KUCKARTZ, 2010).

Ao longo dos anos os *softwares* CAQDAS melhoraram significativamente. Suas funcionalidades atendem a várias das etapas de uma pesquisa qualitativa: compilar, decompor, recompor. Porém, isso não diminui as responsabilidades do pesquisador, ou seja, ele precisa realizar todo o trabalho de condução e reflexão analítica dos dados (Yin, 2010). Por outro lado, o ATLAS.ti possibilita ao pesquisador registrar suas notas de pesquisa (*Memos*) ao longo de todo o processo, favorecendo o resgate das ideias e de todo o trajeto metodológico desenvolvido (figura 1). Nas pesquisas que usam a análise do discurso, um dos princípios de análise dos dados é justamente o uso de *memos* para o registro das impressões e percepções do pesquisador ao longo de todo o processo de pesquisa (SMITH e outros, 2021).

Figura 1- Etapas de organização de um projeto no ATLAS.ti



Fonte: VERBI Software (2021).

Segundo Jackson e Bazeley (2019), há uma série de habilidades que *softwares* CAQDAS possibilitam, dentre elas se destacam: a possibilidade de reproduzir ferramentas manuais para lidar com dados qualitativos; armazenar os registros das análises realizadas; potencializar a eficácia nas realização de tarefas administrativas. As autoras supracitadas acima também destacam que *softwares* CAQDAS podem auxiliar no manejo e gerenciamento de dados, na organização de ideias e dos resultados de questionários, na visualização e no retorno à origem dos dados. Seu *layout* é apresentado de modo a possibilitar a interface com outros programas, como por exemplo, Mendeley, Excel, SPSS, entre outros, o que permite a organização sistemática, bem como a retomada dos dados, de forma ágil, seja para simples consulta ou para inclusão de dados.

Para que tudo isso aconteça, inicialmente o pesquisador precisa elaborar a sua “base de dados”, que pode consistir em notas de campo, artigos, imagens, entrevistas, questionários, dentre outras fontes de dados. Isso tudo pode ser configurado no ATLAS.ti de forma simples, na pasta documentos (e cada um será numerado conforme sua inserção no projeto) ou depois organizados em grupos de documentos, conforme apresentado na imagem 02.

Figura 2 - Interface de usuário deste projeto no ATLAS.ti.



Fonte: Elaboração própria (2023).

A sistematização do processo pelo ATLAS.ti favorece a própria organização da pesquisa, de modo a auxiliar o pesquisador na localização rápida de documentos e outras fontes de dados. Na sequência será apresentado cada uma das etapas do uso do software para esta pesquisa. Em relação a compilação de um conjunto ordenado de dados, a maneira como o pesquisador organiza os seus dados inicialmente, tenderá a favorecer as suas consultas e as análises subsequentes. No caso desta pesquisa as entrevistas realizadas foram carregadas em uma pasta inicialmente denominada de Documentos (*default* do software). Ao todo foram 73 (setenta e três) documentos carregados em formato documento do Word® (extensão .docx).

Ao criar uma base de dados, o ATLAS.ti atribui a data de entrada de cada um dos documentos como uma forma de identificação. Essa funcionalidade também permite maior controle do armazenamento e, posteriormente, das análises realizadas. Também é possível criar um glossário para garantir o uso uniforme de terminologias, deixando a critério de o pesquisador criar *memos* exclusivas para cada um dos documentos ou dos códigos criados.

Vale destacar, que não existe uma forma rígida para cada etapa de trabalho com o ATLAS.ti, lembrando que elas podem ser recursivas, isto é, o pesquisador pode retomar a uma

fase inicial e incluir novos arquivos e dados para realizar outras consultas, ou avançar para outras fases.

No que se refere a decomposição dos dados trata-se do processo de codificação dos dados. Um dos primeiros procedimentos quando se faz a Análise do discurso é a leitura e a releitura das entrevistas. Na sequência a redação de memorandos ou a criação de um diário de campo, no qual o pesquisador registra suas ideias iniciais, dúvidas e reflexões acerca do trabalho (ALVES, FIGUEIREDO FILHO, HENRIQUE, 2016; SALDAÑA, 2016; YIN, 2010). Segundo Yin (2010), esse processo é interativo, ou seja, o pesquisador irá ver e rever as suas notas ao longo de todo o processo de pesquisa. Para Saldaña (2016, p. 33), “sempre que qualquer coisa relacionada e significativa sobre a codificação ou análise de dados vem à mente, pare o que você está fazendo e escreva um memorando sobre ela imediatamente”.

Nesta pesquisa, durante o processo de leitura prévia e posteriormente categorização das entrevistas foram criadas uma série de categorias, pensadas previamente em função dos objetivos da pesquisa e do roteiro de entrevistas. No ATLAS.ti, ao criar uma categoria, abre-se uma janela para inclusão do nome e, na sequência, um quadro para descrição da categoria. As categorias são únicas, porém podem ter em sua estrutura uma sequência de subcategorias que, de modo geral, favorecem o detalhamento de concepções e de tópicos que compõem a categoria sob a qual estão interligadas. O conjunto de categorias e subcategorias é denominado de árvore de códigos (SALDAÑA, 2016).

Outro aspecto importante é a hierarquização das categorias e subcategorias que, segundo Alves e outros. (2016), favorece a “[...] estruturação dos dados e maximiza/facilita a procura de dados”. Para Yin (2010, p. 166), a codificação tem como propósito “[...] passar para um nível conceitual um pouco mais alto”.

Ao longo da codificação procedeu-se com a leitura e a categorização pelo contexto das respostas, questão por questão, sujeito a sujeito. O código pode ser uma palavra, uma expressão ou uma frase. Na concepção de Franco (2018, p.66), “A categorização é uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação seguida de um reagrupamento baseado em analogias, a partir de critérios definidos”. Cada uma das codificações foi salva para eventuais retomadas de novos dados. Para Franco (2018, p. 66), “As categorias vão sendo criadas à medida que surgem nas respostas, para depois serem interpretadas à luz das teorias explicativas. Em outras palavras, o conteúdo que emerge do discurso, é comparado com algum tipo de teoria”.

No ATLAS.ti é possível visualizar um resumo prévio por categoria, no qual é apresentado o número de arquivos analisados e o número de referências atreladas (os

excertos) das categorias em forma de relatório prévio de tudo o que já foi codificado (figura 2). Vale lembrar que o software não faz “codificação”, apenas os pesquisadores envolvidos na pesquisa. Por outro lado, sabemos que o software registra convenientemente os códigos e itens codificados, tornando sua posterior recuperação muito mais fácil do que se estivéssemos trabalhando apenas manualmente. Para Yin (2010) uma das vantagens de se usar um software é a recuperação e adicional manipulação analítica dos itens codificados quando se tem uma grande base de dados.

Em seguida, foi realizada a recomposição dos dados que é a reordenação dos dados após a leitura, segundo a metodologia aplicada e a percepção do pesquisador, à luz das categorias criadas inicialmente. Todas as categorias principais que apresentam subcategorias tiveram a sua reorganização em função da afinidade de temas e da própria teoria aplicada às categorizações.

Após o processo de reorganização das categorias, procedemos com a criação de matrizes de codificação levando em consideração as codificações feitas em função das respostas das entrevistas e por categorias. A recomposição das codificações pode ser feita por meio de matrizes. As matrizes são essencialmente uma tabela (ou quadro) organizado em linhas e colunas. As linhas representam uma dimensão e as colunas representam outra. Nesta pesquisa, o critério de organização das matrizes foi: cada linha representa cada uma das entrevistadas e as colunas foram preenchidas com as subcategorias criadas dos códigos principais. Algumas das células ou linhas ficaram em branco em decorrência de não haver correlação entre as categorias analisadas e as entrevistas que compõem a amostra pesquisada.

Para Yin (2010), ao se trabalhar com matrizes são necessárias algumas considerações, dentre elas:

- 1) Quantidade de Material - dependendo do volume de material e do número de categorias criadas é possível que o pesquisador seja favorecido ou haja dificuldades nas análises dos dados;
- 2) Ausência de Códigos - A ausência de códigos e a transferência de dados para as células pode torná-las muito grandes ou abarrotadas;
- 3) Abster-se de referências pessoais - as matrizes devem conter apenas dados reais. Neste caso, as matrizes possibilitam ao pesquisador promover as suas análises e a partir daí tirar as suas conclusões;
- 4) Criação de metadados - A partir das matrizes é possível criar outras tabelas, gráficos e outros elementos de apresentação de dados mais simplificados e atrativos. (YIN, 2010, p. 172-173)

Essa matriz possibilita fazer conferências, verificar duplicidades, editar o que for necessário, organizar o tamanho das linhas e colunas. Feita essa verificação é possível exportá-la, optando por uma das suas possibilidades: arquivo em .xls ou .xlsx, ou .txt. Por fim,

a recomposição dos dados nos possibilita termos uma visão sistematizada e pormenorizada das categorizações realizadas, ou seja, extrair o máximo de informações dos documentos analisados. O uso de CAQDAS favorece a análise em multiníveis, possibilita a reorganização de dados a fim de se obter uma compreensão mais representativa do fenômeno estudado.

Por fim, de acordo com as normas do Conselho Nacional de Saúde (Resoluções 466/12 e 510/16), a proposta de pesquisa foi encaminhada para análise junto ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) da Escola de Enfermagem da Universidade Federal da Bahia (EE/UFBA), sendo aprovada para a sua realização.

2. A CIDADE DE BOM JESUS DA LAPA (HISTÓRIA E POVOAMENTO DO TERRITÓRIO)

*“Terra magia que bela seduz
Fé, esperança que a todos conduz
Num brado: Brasil-Lapa-Bom Jesus!
Num brado: Brasil-Lapa-Bom Jesus!”
(Trecho do hino oficial da cidade de Bom Jesus da Lapa)*

Situar a cidade de Bom Jesus da Lapa (aspectos geográficos, sociais, econômicos) e descrever o Santuário (desde sua descoberta até a atualidade). Descrição de como se deu o povoamento da cidade e de indicadores econômicos e sociais do município. As transformações no espaço geográfico por conta das Romarias. Destaca-se também o Projeto Formoso (aproveitamento hídrico no Vale do São Francisco) que teve como objetivo a promoção do desenvolvimento da região de Bom Jesus da Lapa. A reflexão aqui cabe sobre a concepção de desenvolvimento, a partir das leituras de Furtado (1974) e Krenak (2019).

2.1. A CIDADE QUE NASCEU NO ENTORNO DE UMA GRUTA (ASPECTOS GEOGRÁFICOS E ECONÔMICOS)

As cidades ribeirinhas atrelam seu crescimento em volta do rio, por conta da relevada importância dos recursos hídricos. Porém, Bom Jesus da Lapa desenvolveu-se em torno do Santuário (CASTRO, 2005). Oliveira (2014) afirma que a história de Bom Jesus da Lapa está intrinsecamente ligada ao Santuário. É considerada a “Meca dos Sertanejos”. (CUNHA, 1985, p. 375). Silva (2017) ratifica o pensamento de Oliveira (2014) acerca do movimento religioso que ajudou a fundar a cidade, também conhecida como “terra de romaria”. Não há informação concreta sobre o povoamento do município de Bom Jesus da Lapa. Barbosa (1995) aponta que o padre Francisco de Mendonça Mar, pode ser considerado o fundador do povoado no entorno do morro que se situa a Gruta do Bom Jesus da Lapa. Silva (2017) descreve que há controvérsia nessa história. A pesquisadora aponta que Antônio Guedes de Brito, proprietário das terras denominadas de Fazenda Morro ou Itaberaba pode ser considerado como o fundador do povoado.

Figura 3 - Bom Jesus da Lapa anos trinta. Capela de Nossa Senhora do Carmo; à direita, a antiga esplanada. No morro, o cruzeiro que foi construído em 1935.



Fonte: Silva Junior (2020).

A história da cidade se entrelaça com a do Santuário. Castro (2008) descreve que o lugar (Santuário) foi descoberto por vaqueiros que perseguiram um boi, que havia desgarrado do rebanho. Os estudos do Padre Monsenhor Turíbio Vilanova Segura, relatados em *Resenha Histórica* (1937)⁹ mencionam que o município era habitado por índios da tribo Tupinambá. Ademais, afirma que Duarte Costa, donatário da Capitania Hereditária de Pernambuco, em uma viagem de exploração no Rio São Francisco, nos idos de 1543 a 1550, foi o primeiro europeu que avistou o morro que hoje se situa o Santuário. As terras pertencentes a Antônio Guedes de Brito, onde se criava gado, eram chamadas pelos indígenas que habitavam o lugar de Itaberaba ou “terra que brilha” numa alusão ao morro. Desta fazenda, surgiu o município de Bom Jesus da Lapa.

O lugar passou a atrair a atenção de aventureiros e devotos, pois o padre Francisco de Mendonça Mar (também conhecido como Padre Francisco da Soledade), em 1861, colocou uma imagem do Bom Jesus dentro da gruta além da devoção a Virgem Maria da Soledade. Neste período, o padre começou a viver como eremita. (MICEK, 2006; TORRES, 2020). A partir da religiosidade do Padre Francisco Soledade criou-se um espaço de devoção e fé que coaduna com o pensamento de Eliade (1992, p. 37) que afirma:

visto que se instalar em qualquer parte, habitar um espaço, equivalente a reiterar a cosmogonia, e portanto a imitar a obra dos deuses, para o homem religioso toda decisão existencial de se “situar” no espaço constitui, de fato, uma decisão religiosa. Assumindo a responsabilidade de criar o mundo que decidiu habitar, não somente cosmiza o Caos, mas também santifica seu pequeno Cosmo, tornando-se semelhante ao mundo dos Deuses. A profunda nostalgia do homem religioso é habitar um “mundo divino”, ter uma casa

⁹ A obra foi reimpressa pela Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa em 2021, porém não possui registro catalográfico. Decidiu-se então utilizar como referência o ano da primeira edição da obra.

semelhante à “casa” dos deuses”, tal como foi representada mais tarde nos templos e santuários (ELIADE, 1992, p. 37).

Houve também a construção de um hospital junto ao morro, para o cuidado de pessoas que se encontravam em miséria absoluta. Por volta de 1750, o lugar tornou-se um Arraial, com cerca de cinquenta casas, feitas de barro e teto de palha. Nos idos de 1852, o engenheiro austríaco Halfeld, em passagem pelo lugar, o descreveu como um lugar com cento e vinte e oito casas e em média duzentos e cinquenta habitantes sedentários (SEGURA, 1937; IBGE, 1958; CODEVASF, 2011).

Figura 4- Estátua de Francisco da Soledade na entrada do Santuário



[Fonte: Acervo pessoal (2023).]

Em 1874, o que hoje é a cidade de Bom Jesus da Lapa, pertencia ao atual município de Paratinga (denominado àquela época de distrito Urubu). O lugar possuía cerca de quatrocentos e cinco casas com uma população estimada em mil e quatrocentos habitantes; possui também uma delegacia para manter a ordem pública. O local foi elevado à condição de vila em 1890 (SEGURA, 1937; IBGE, 1958; OLIVEIRA, 2008). Barbosa (1995) afirma que muitos documentos sobre a história do município se perdeu com o tempo.

A peregrinação ao morro ajudou a transformar o arraial em vila, em 1890 (TORRES, 2020). Em trinta e um de agosto de mil novecentos e vinte e três, através da Lei Estadual 1862, Bom Jesus da Lapa foi emancipado, desmembrando-se do município de Paratinga. Em 1923, o então governador José Joaquim Seabra (popularmente conhecido como J.J. Seabra) transformou o lugar em cidade; a emancipação político-administrativa ocorreu em 1953, no

governo do senhor Régis Pacheco. O dia 31 de agosto é comemorado o aniversário de emancipação do município (SILVA, 2017).

Figura 5 - Bom Jesus da Lapa - anos quarenta. Frente da Casa Paroquial e a Capela de Nossa Senhora do Carmo

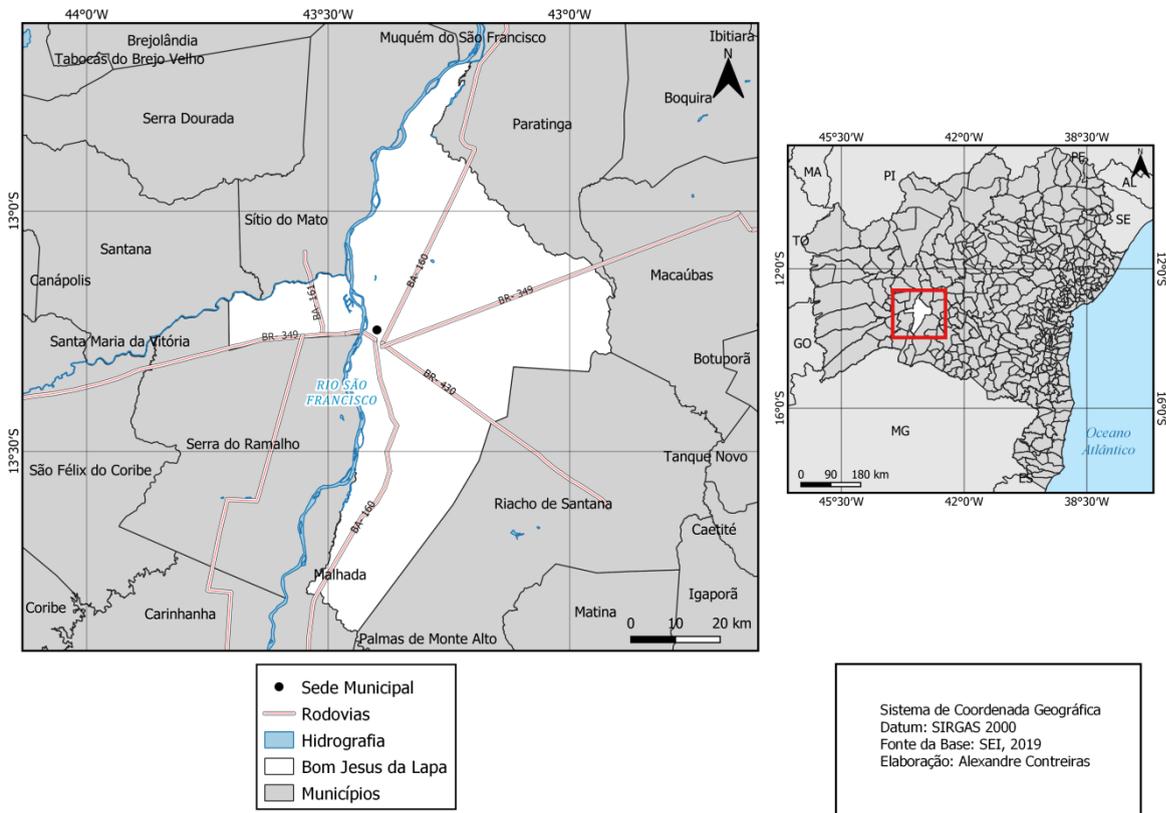


Fonte: Silva Junior (2020).

A Enciclopédia de Municípios do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE disserta que o município começou a existir no entorno do que hoje é o Santuário (IBGE, 1958). O atual município possui uma área de 4.148,5 km², dista cerca de 800 quilômetros da capital do estado, Salvador. Situa-se na região Centro-Oeste do estado da Bahia na zona denominada de Médio São Francisco¹⁰. O clima é considerado quente e seco, com temperaturas que variam entre 18 e 33 graus centígrados. O município faz parte do Território de Identidade Velho Chico com outros vinte e sete municípios baianos conforme a figura 06.

¹⁰ O Rio São Francisco (Velho Chico ou Rio da Integração Nacional) possui para fins de localização geográfica quatro trechos, a saber: Alto São Francisco, Médio São Francisco, Submédio São Francisco, Baixo São Francisco. A região denominada de Médio São Francisco Médio São Francisco: de Pirapora (MG) até Remanso (BA) com 402.531 quilômetros quadrados, ou 53% da área da Bacia, e 1.230 quilômetros de extensão. Fonte: <https://antigo.mdr.gov.br/a-mudanca-em-sua-vida/meio-ambiente-preservado/o-rio-e-seus-numeros>. Acesso em 17 de nov. de 2021.

Figura 6- Localização Geográfica do Município de Bom Jesus da Lapa



Fonte: Alexandre Contreiras (2021).

A população do município em 2017 era de 70.618 habitantes (IBGE, 2021). O Território de Identidade¹¹ Velho Chico insere-se no denominado Polígono das Secas. A sede do município está a 483 metros acima do nível do mar. A vegetação predominante é a caatinga, com formações do solo pioneiras de influência fluvial arbustiva e floresta estacional decidual. (IBGE, 2021). No relevo, destaca-se o pediplano sertanejo (processo erosivo, com escarpas instáveis, típico de climas áridos e semi-áridos). (IBGE, 2021)

A região é formada por diversos rios, com destaque ao Rio São Francisco e seus afluentes, Rio Corrente, Rio das Rãs e o Rio Santana. Essa pluralidade de rios, que correm o sertão ajudou no processo de povoamento da região, com a formação de vilas e povoados às margens desses rios (STEIL, 1996). Torres (2020) descreve que há outros cursos de água,

¹¹ Com o objetivo de identificar prioridades temáticas definidas a partir da realidade local, possibilitando o desenvolvimento equilibrado e sustentável entre as regiões, o Governo da Bahia passou a reconhecer a existência de 27 (vinte e sete) Territórios de Identidade, constituídos a partir da especificidade de cada região. Sua metodologia foi desenvolvida com base no sentimento de pertencimento, onde as comunidades, através de suas representações, foram convidadas a opinar. O território é conceituado como um espaço físico, geograficamente definido, geralmente contínuo, caracterizado por critérios multidimensionais, tais como o ambiente, a economia, a sociedade, a cultura, a política e as instituições, e uma população com grupos sociais relativamente distintos, que se relacionam interna e externamente por meio de processos específicos, onde se pode distinguir um ou mais elementos que indicam identidade, coesão social, cultural e territorial. Fonte: <http://www.seplan.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=17> Acesso em 11 de nov. de 2021.

como por exemplo, os riachos da Pedra Branca e de Santa Rita; há também lagoas chamadas de Piranhas, da Lapa, dos Campos, da Batalha, da Moita e a Itaberaba. Destaca-se também algumas ilhas como a Cana Brava, a do Medo, a do Fogo e a da Mariquinha.

A cidade (malha urbana) possui 30 (trinta) bairros. O apêndice 01 apresenta o mapa descritivo do município apontando suas características geográficas e urbanas, recursos naturais, socioeconômicos, além dos sistemas de transporte e vias de acesso ao município. Torres (2020) descreve que o Governo do Estado da Bahia, através da Lei 12.507, de 11 de janeiro de 2011, iniciou o processo de definição de limites de grande parte dos municípios baianos. Porém, o município de Bom Jesus da Lapa não teve seu processo de finalizado e apenas o denominou de Região do Velho Chico.

Na perspectiva de ordenar o desenvolvimento da cidade, em 1998, foi concluído o Plano Diretor Urbano de Bom Jesus da Lapa. O principal objetivo do documento foi traçar diretrizes com vistas ao crescimento urbano através da adoção de medidas e diretrizes adequadas que possibilitem a correta gestão urbanística. Em relação a tais objetivos, destaca-se a preservação das características ambientais das margens fluviais e zonas úmidas bem como a proteção dos elementos do meio físico que tenham valor de interesse geral, quais sejam: ecológicos, paisagísticos, ambientais dentre outros (SILVA JUNIOR, 2020).

A aprovação do Plano Diretor Urbano em 2010 (vigente atualmente) contém diretrizes que norteiam o crescimento da cidade. Cumprem destacar, alguns aspectos no documento no tocante as definições do perímetro urbano, a modelagem espacial do município, a indicação das áreas urbanas onde poderão ser aplicados os instrumentos urbanísticos previstos na legislação federal como também as diretrizes para o desenvolvimento municipal (LEI COMPLEMENTAR, 2010).

O documento supracitado aponta diversos eixos com vistas ao desenvolvimento do município. Destaca-se a preocupação ambiental, principalmente de preservação do seu acervo hidrográfico como também aponta a integração do município e a sua integração com espaços regionais. Neste sentido há menção de criação da Hidrovia do São Francisco (LEI COMPLEMENTAR, 2010). O documento apresenta diversas ações para fortalecimento e preservação das áreas ambientais, como a sugestão de Implantação do Parque da Cidade e diversas estratégias para regularização fundiária, zoneamento de zonas especiais de interesse social (ZEIS). Vale ressaltar, que o documento, em suas disposições finais, aponta o prazo de revisão do plano, com destaque a importância da participação da sociedade civil organizada para seus ajustes e adequações (LEI COMPLEMENTAR, 2010).

Silva Junior (2020) fez trabalho que destacou documentos que primaram em estabelecer diretrizes ao crescimento do município de Bom Jesus da Lapa. A tabela 02, a seguir, aponta esses documentos e seus principais parâmetros:

Tabela 2 - Documentos que nortearam o desenvolvimento do município de Bom Jesus da Lapa

Documento	Ano	Principais eixos norteadores
Anteprojeto para extinção da favela de Bom Jesus da Lapa	1974	<ul style="list-style-type: none"> - Esse estudo faz referência ao atual bairro Nova Brasília (á época, tempo era considerado um aglomerado urbano situado na área portuária da cidade, onde os períodos de chuvas intensas provocavam a inundação da área, trazendo transtornos sociais, ambientais e econômicos para todos); - A solução proposta no documento foi o deslocamento das famílias para um novo conjunto habitacional construído a 1.500 metros de distância da área portuária.
Plano de Desenvolvimento Urbano (PDU)	1976	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboração do documento contou com a participação das lideranças mais representativas do município, com o fito de buscar contribuições significativas direta ou indiretamente ao PDU; - A infraestrutura física da cidade foi observada, destacando o funcionamento dos principais serviços públicos ofertados à população; - A elaboração desse documento foi a primeira tentativa de planejamento e urbanização do bairro Nova Brasília; - Priorizou-se a criação de marcos regulatório em diversos segmentos no município, tais como: estrutura administrativa da Prefeitura Municipal (regimento interno, organização do quadro de pessoal, estatuto dos funcionários públicos, código de obras e código de posturas) tornando a gestão administrativa vinculada a um arcabouço legal; - A romaria foi uma das vertente que motivou a elaboração desse documento.
Plano de Urbanização de Nova Brasília e Vietnã	1978	<ul style="list-style-type: none"> - Levantou o debate sobre as possibilidades de se urbanizar ou remover favelas; - O procedimento indicado seria a urbanização dos espaços, compreendida como um conjunto de medidas destinadas a tornar habitáveis essas comunidades; - O referido plano é parte integrante do Programa de Apoio à Infraestrutura Urbana de Bom Jesus da Lapa, componente do POLONORDESTE, que buscou atender a um dos requerimentos do Plano de Desenvolvimento Urbano da Cidade, estudo que foi concluído e finalizado pela Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste (SUDENE); - Os aspectos fundamentais desse Plano estão amparados na regularização da posse dos terrenos ocupados pelos moradores, na implantação de infraestrutura básica, na instalação de equipamentos e serviços necessários a população, bem como, na regulamentação do uso do solo.
Plano Diretor Urbano de Bom Jesus da Lapa	1998	<ul style="list-style-type: none"> - O objetivo principal de promover o ordenamento do crescimento da cidade por meio de adoção de medidas e diretrizes adequadas que possibilitem a correta gestão urbanística; - Diretrizes de uso e ocupação do solo, que remetem a proteção e preservação do morro (Santuário) e das margens do rio São Francisco;

Documento	Ano	Principais eixos norteadores
Plano Diretor Urbano (PDU)	2010	- Instrumento normativo da política de desenvolvimento urbano ambientalmente sustentável do município; - Priorizou a conservação dos ecossistemas e dos recursos naturais; - Adoção de ações de promoção do desenvolvimento socioeconômico em bases sustentáveis, contemplando a equidade social, a melhoria da qualidade de vida e a conservação e valorização dos recursos naturais e culturais.

Fonte: Elaboração própria (2021).

A análise dos documentos elencados na tabela 01 percebe-se que a noção de desenvolvimento proposto para o município de Bom Jesus da Lapa foge aos preceitos de Furtado (1974). A base de pensamento de desenvolvimento (e, conseqüentemente, de sustentabilidade) ainda tem uma predominância de pensamento colonial. Furtado (1974) questionava o que poderia acontecer se o desenvolvimento econômico que as nações estavam propondo na década de 1970 efetivamente se concretizasse. O documento datada de 1974 intitulado “Anteprojeto para a extinção da favela de Bom Jesus da Lapa” resultou no que foi apresentado nos estudos de Silva Junior (2020) em locais em sem estrutura básica de moradia da população lapense (não há saneamento básico e o esgoto das residências vai direto para o rio sem nenhum tratamento).

Por mais que os Planos de Desenvolvimento Urbano (PDU) do município, ora estudado, apresentam propostas que podem ser consideradas sustentáveis, o que se vê, na prática, é o descaso do poder público no tocante à melhoria de vida da população do município. Krenak (2019) afirma que a sustentabilidade tão difundida na modernidade é também um mito. Sendo assim, tanto as ideias de Furtado (1963, 1969, 1974) bem como as de Krenak (2019) reforçam que o pensamento dos gestores públicos vai de encontro ao que se pode pensar de um pensamento decolonial. A resposta para ele é simples: esgotamento dos recursos naturais do planeta. Eis o elo das ideias de Furtado (1974) e Krenak (2019): não se pode pensar em desenvolvimento sem se preocupar com a preservação dos recursos naturais do planeta.

Os PDUs propostos para Bom Jesus da Lapa enfatizam a necessidade de urbanizar áreas periféricas. O que se nota, na verdade, é um processo de gentrificação¹² da cidade. Harvey (2014, p. 20) já discutia essa questão ao afirmar: “é simplesmente fácil demais para as forças da reação burguesa sitiar a cidade, cortar suas linhas de abastecimento e dominá-las pela fome”. Esse pensamento se coaduna com o que se tem hoje na cidade de Bom Jesus da Lapa: uma cidade para poucos. Uma cidade para turista ver. “Somente quando se entender que

¹² O termo será discutido ainda neste capítulo.

os que constroem e mantêm a vida urbana têm uma exigência fundamental sobre o que eles produziram, e que uma delas é o direito inalienável de criar uma cidade mais em conformidade com seus verdadeiros desejos” (HARVEY, 2014, p. 21).

Furtado (1974) comenta que enquanto não se pensar nas necessidades fundamentais da coletividade o pensamento de desenvolvimento econômico é mito. Esse pensamento pode ser percebido nos PDUs idealizados para a cidade de Bom Jesus da Lapa. Esse é o mesmo pensamento de Harvey (2014) e Krenak (2019). O atual documento que norteia o desenvolvimento urbano do município possui diretrizes para a sustentabilidade e a equidade social dos munícipes. Porém, o que se vê, na prática, é outra realidade. Enquanto o pensamento colonial perdurar nos gestores públicos o tão sonhado desenvolvimento social não acontecerá.

A Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa (2021) aponta que as principais atividades econômicas estão no setor agrícola, pesqueiro, comércio e pecuária, além do turismo religioso. O Santuário, em termos econômicos para o município, é sua principal fonte de renda. Sendo assim, a romaria fez a cidade de Bom Jesus da Lapa ser considerada como uma das principais cidades religiosas do Brasil, bem como constitui a base da sua economia (STEIL, 1996). O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) do município é de 0,633¹³ (IBGE, 2021). Outro dado do município apontado pelo IBGE (2021) é o Índice Gini¹⁴ que é de 0,45. O índice em Lapa é um retrato o que se vê no país: a concentração de renda em uma minoria da população e a maioria vivendo em condições sub-humanas, dado o avanço da inflação e do desemprego do país. Esse índice reflete os dados sobre trabalho e rendimento no

¹³ O Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) é uma medida resumida do progresso a longo prazo em três dimensões básicas do desenvolvimento humano: renda, educação e saúde. O objetivo da criação do IDH foi o de oferecer um contraponto a outro indicador muito utilizado, o Produto Interno Bruto (PIB) per capita, que considera apenas a dimensão econômica do desenvolvimento. Criado por Mahbub ul Haq com a colaboração do economista indiano Amartya Sen, ganhador do Prêmio Nobel de Economia de 1998, o IDH pretende ser uma medida geral e sintética que, apesar de ampliar a perspectiva sobre o desenvolvimento humano, não abrange nem esgota todos os aspectos de desenvolvimento. Quando o resultado estiver mais próximo de 1, significa que o lugar apresenta boa qualidade de vida, demonstrando que há eficiência nas políticas públicas voltadas à saúde, educação e ao desenvolvimento econômico. Em relação ao Brasil (que possui o IDH de 0,765, verifica-se que o de Bom Jesus da Lapa está abaixo o que reflete na necessidade de mais ações por parte da gestão municipal para melhorar tal índice. Fonte: <https://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/idh0.html>. Acesso em 11 de nov. de 2021.

¹⁴ O Índice de Gini, criado pelo matemático italiano Conrado Gini, é um instrumento para medir o grau de concentração de renda em determinado grupo. Ele aponta a diferença entre os rendimentos dos mais pobres e dos mais ricos. Numericamente, varia de zero a um (alguns apresentam de zero a cem). O valor zero representa a situação de igualdade, ou seja, todos têm a mesma renda. O valor um (ou cem) está no extremo oposto, isto é, uma só pessoa detém toda a riqueza. Na prática, o Índice de Gini costuma comparar os 20% mais pobres com os 20% mais ricos. No Relatório de Desenvolvimento Humano 2004, elaborado pelo Pnud, o Brasil aparece com Índice de 0,591, quase no final da lista de 127 países. Apenas sete nações apresentam maior concentração de renda. Fonte: https://www.ipea.gov.br/desafios/index.php?option=com_content&id=2048:catid=28. Acesso em 11 de nov. de 2021.

município apontados pelo IBGE (2021): em 2019, o salário médio mensal era de 1,8 salários mínimos. A proporção de pessoas ocupadas em relação à população total era de 12,4%. Ao levar em consideração os domicílios com rendimentos mensais de até meio salário mínimo por pessoa, tinha 49,3% da população nessas condições, o que o colocava na posição 279 de 417 dentre as cidades do estado e na posição 1521 de 5570 dentre as cidades do Brasil. (IBGE, 2021). Apresenta 37,3% de domicílios com esgotamento sanitário adequado, 79,1% de domicílios urbanos em vias públicas com arborização e 9,7% de domicílios urbanos em vias públicas com urbanização adequada (presença de bueiro, calçada, pavimentação e meio-fio). (IBGE, 2021)

Em relação aos dados acerca da Educação no município, o município possui 47 (quarenta e sete) escolas de Educação Infantil, 58 (cinquenta e oito) de Ensino Fundamental e 10 (dez) de Ensino Médio. (IBGE, 2021; PMBJL, 2021). Destaque para o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano (IFBAIANO) criado através da lei 11.892 de 2008, com o objetivo de atender à demanda dos municípios localizados na região do Médio São Francisco, capacitando mão-de-obra qualificada para atuar em diversos setores da sociedade. Possui cursos de Técnico em Agricultura, Técnico em Agroecologia e Técnico em Informática (considerados cursos técnicos de segundo grau). Em relação ao ensino superior há os cursos de Engenharia Agrônômica e Gestão da Tecnologia da Informação. (IFBAIANO, 2021).

O Índice de Desenvolvimento da Educação Básica (IDEB)¹⁵ do município de acordo com o IBGE (2021) é de 4,4 (Ensino Fundamental dos Anos Iniciais), 4,1 (Ensino Fundamental dos Anos Finais) e 3,2 (Ensino Médio). Esses números são relativos ao ensino público do município. No último IDEB, realizado em 2019, a nota do Brasil é 5,7 nos Anos Iniciais do Ensino Fundamental, 4,6 nos Anos Finais do Ensino Fundamental e no Ensino Médio é de 3,9 da educação pública. Verifica-se, portanto, que as médias obtidas pelo município de Bom Jesus da Lapa estão abaixo dos parâmetros do país o que indica a necessidade da gestão pública municipal rever suas metas e estratégias em relação a tal índice. Ressalta-se que o IDEB reflete no IDH.

O município possui também, em relação a instituições públicas de ensino superior um Campus da Universidade do Estado da Bahia (UNEB) e um Campus da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB). O Campus XVII da UNEB está localizado na Avenida Agenor

¹⁵ IDEB é o Índice de Desenvolvimento da Educação Básica, criado em 2007, pelo Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (Inep), formulado para medir a qualidade do aprendizado nacional e estabelecer metas para a melhoria do ensino. Fonte: <http://portal.mec.gov.br/conheca-o-ideb>. Acesso em 11 de novembro de 2021.

Magalhães, s/n, no bairro de Amaralina, em Bom Jesus da Lapa, e conta com o Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias (DCHT). Foi o décimo sétimo a ser implantado pela instituição para o cumprimento da missão de produzir, difundir, socializar e aplicar o conhecimento nas diversas áreas do saber e possui dois cursos: Licenciatura em Pedagogia e Bacharelado em Administração (UNEB, 2021).

Centro Multidisciplinar de Bom Jesus da Lapa (CMBJL) da Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB) fica localizado na cidade de Bom Jesus da Lapa a 310 km da sede da Reitoria na Cidade de Barreiras-Bahia. O Centro iniciou suas atividades no mês de agosto do ano de 2014, com as primeiras turmas matriculadas via SISU/ENEM. Desde então passou por mudanças físicas com a reforma do Colégio São Vicente, atual sede, e a construção do módulo laboratorial de Engenharia Elétrica e a reforma da Oficina Mecânica. Oferece dois cursos de graduação na área de Ciências Exatas, a Engenharia Elétrica e Engenharia Mecânica. Possui uma estrutura de 16 (dezesesseis) laboratórios didáticos de apoio às ações de Ensino, Pesquisa e Extensão, salas de aulas climatizadas e equipadas com projetores, data center local, biblioteca e auditório (UFOB, 2021).

Em relação aos indicadores de saúde do município, apontam que taxa de mortalidade infantil média na cidade é de 15,5 para 1.000 nascidos vivos. As internações devido a diarreias são de 0,8 para cada 1.000 habitantes. O município possui 22 unidades de saúde conveniadas ao Sistema único de Saúde (SUS). (IBGE, 2021) em relação a questões relacionadas à pandemia do novo coronavírus (Covid 19), dados do boletim epidemiológico fornecido Secretaria Estadual de Saúde do Estado da Bahia (2021)¹⁶ apontam que já foram confirmados 6.236 (seis mil duzentos e trinta e seis casos) da doença. Em relação à cobertura vacinal, 74,1% da população apta para tomar vacina já teve a primeira dose aplicada. Em relação à segunda dose, 80,2% da população. A cidade possui o Hospital Municipal Carmela Dutra e um Centro de Atendimento para enfrentamento à doença: há coleta para exames laboratoriais, testagens e orientação sobre isolamento domiciliar e acolhimento psicológico. O município não possui unidades de saúde de referência e retaguarda para tratamento de pacientes com Covid-19. Caso alguém necessite, é deslocado para a cidade de Barreiras, já que Bom Jesus da Lapa faz parte da macrorregião Oeste para definição de políticas de saúde do Estado da Bahia.

Apesar de ser banhada pelas águas do Rio São Francisco, Bom Jesus da Lapa desenvolveu-se em torno do Santuário (CASTRO, 2005). O Rio São Francisco percorre cerca

¹⁶ Disponível em: <https://bi.saude.ba.gov.br/transparencia/> Acesso em 24 de novembro de 2021.

de setenta quilômetros do município de Bom Jesus da Lapa (SILVA JUNIOR, 2020). Assim como todo em percurso, o Rio da Integração Nacional ou Velho Chico, possui significativa importância para a população das cidades que ele percorre. Há, porém preocupação na época das cheias bem como nos períodos de estiagem. Tal fato ocorre por conta de, na época de cheias, há inundações em lugares que não possuem infraestrutura adequada para atender a população. Outrossim, nas estiagens a navegabilidade torna-se arriscada e há muito encalhe de navegações (BARBOSA, 1995).

Figura 7- Ponte Gercino Coelho sob o rio São Francisco em Bom Jesus da Lapa



Fonte: Acervo pessoal (2023).

Os principais afluentes do Velho Chico no município de Bom Jesus da Lapa são os rios: Corrente, das Rãs e o Santana (IBGE, 2021). Porém, a degradação que o rio passa ao longo dos anos é fator preocupante para a população banhada por suas águas. Poluição das águas, desmatamento da mata ciliar, assoreamento, condições de vida degradante da população ribeirinha são questões apontadas por Silva Júnior (2020).

Silva (2017) aponta que a relação da cidade com o rio intensificou-se com a morte do padre Francisco da Soledade, pois, as pessoas que ali circundavam paravam na vila para descanso ou então para visita ao morro. Ademais, a cidade desenvolveu-se atrelada ao lado do morro e não do rio. Um fato apontado por Silva Junior (2020) diz respeito à segregação socioespacial da cidade de Bom Jesus da Lapa bem como a degradação do rio, com a invasão de áreas de preservação permanente e a inexistência de obras de infraestrutura nos bairros próximos ao Velho Chico, a saber, o Beira Rio. Não há planejamento de ocupação do espaço urbano nesse bairro e, em períodos de cheias, a população se vê imersa em inundações.

Na perspectiva de se pensar em algo em prol do desenvolvimento do município, na década de 50, do século XX, o país discutia ações de desenvolvimento regional, principalmente, para o interior da nação. Neste cenário e na busca de evitar o êxodo rural, o governo de Juscelino Kubistchek (JK) começou um ambicioso projeto com tal objetivo. A seca era (e é) um problema que assolava a Região Nordeste do Brasil. Furtado (1967, p. 68) afirma que: “a política tradicional do governo tem consistido em reter essa população o mais possível próxima a seus locais de trabalho, abrindo um certo número de frentes de obras públicas”.

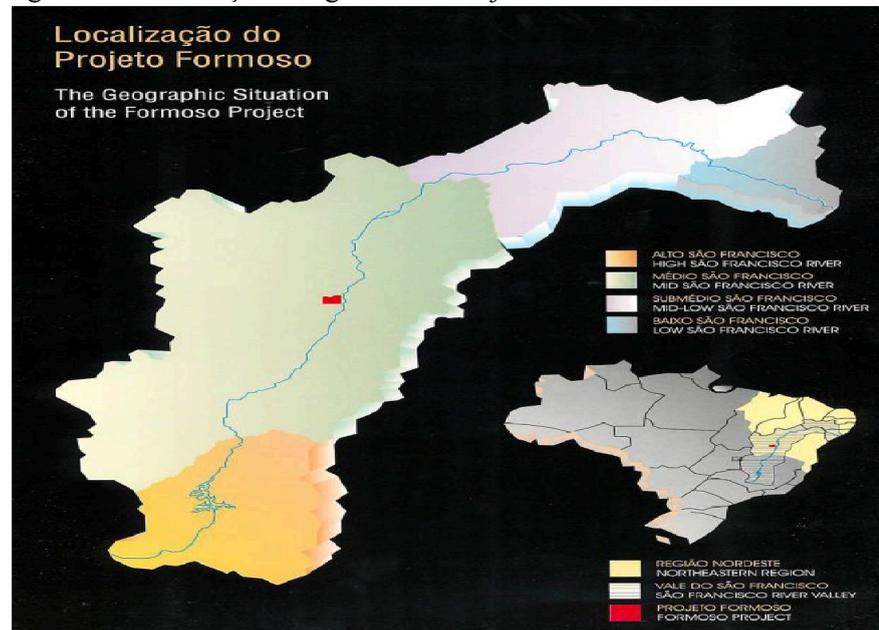
JK implantou em 1956, o Grupo de Trabalho para o Desenvolvimento do Nordeste (GTDN) e convidou Celso Furtado para coordenar os trabalhos. Ele também era diretor do Banco Nacional de Desenvolvimento (BNDE) que, em 1982, passou a ser denominado de Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Dentre as diversas ações do GTDN, em consonância com as ideias propagadas pela Comissão Econômica para a América Latina (CEPAL), foi produzido “Uma política de desenvolvimento econômico para o Nordeste”, com a definição de ações para minimizar os efeitos dos longos períodos de estiagem na região, com a definição de políticas públicas, como, por exemplo, a irrigação pública. Os estudos desenvolvidos pela equipe de Furtado foram fundamentais para a criação da Superintendência do Desenvolvimento do Nordeste - SUDENE - (ROCHA, 2016).

Do embrião do GTDN, surgiu o Perímetro Irrigado do Formoso, distante 30 (trinta) quilômetros de Bom Jesus da Lapa, gerenciadas pela Companhia de Desenvolvimento dos Vales do São Francisco e Parnaíba (CODEVASF) que possui a sua 2ª Superintendência Regional (SR) em terras lapenses. Esta SR atende uma área de 222.930,4 quilômetros quadrados, instalados no Território do Médio São Francisco, responsável pelo acompanhamento de nove perímetros instalados na região supracitada. No perímetro, dentro do território de Bom Jesus da Lapa, destaca-se o plantio de bananas. (COELHO NETO, 2004)

Santos (2015) afirma que no território do município de Bom Jesus da Lapa, instalou-se o Projeto Formoso A (com quase 9.000 hectares irrigados) e o Projeto Formoso H (com mais de 4.000 hectares irrigados) (CAR-BA, 1997). Coelho Neto (2004) afirma que a área era maior, porém, partes das terras que seriam destinadas ao projeto foram realocadas para abrigar as pessoas desalojadas quando da construção da Barragem de Sobradinho, no norte da Bahia. A área foi desapropriada pelo Instituto Nacional de Colonização e Reforma Agrária (INCRA) que implantou o Projeto Especial Colonização Serra do Ramalho, a cidade do futuro¹⁷.

¹⁷ A cidade foi retratada no filme intitulado “Cidade do Futuro”. O termo foi cunhado pelos militares na década de 1970, pois o município foi criado para abrigar pessoas deslocadas dos seus lares, por conta da construção da

Figura 8 - Localização Geográfica do Projeto Formoso



Fonte: Rocha (2016).

No projeto estão situadas 04 (quatro) agrovilas que dão suporte para o setor de serviços e comércio do Projeto. A área também serve de residência para os donos dos lotes e também dos trabalhadores que prestam algum tipo de serviço. No centro do Projeto, situa-se também o Distrito de Irrigação do Formoso (DIF). Rocha (2016, p.90) afirma que: “o DIF é uma entidade associativa, sem fins lucrativos que administra e é responsável pela operação e manutenção das estruturas comuns e coletivas do perímetro irrigado”.

represa de Sobradinho. Ao misturar ficção com realidade, o filme retrata o cotidiano da população. Disponível em:

https://www.jornaldocomercio.com/_conteudo/2018/04/cultura/623777-a-cidade-do-futuro-disseca-o-drama-na-serra-do-ramalho.html. Acesso em 21 de nov. de 2021.

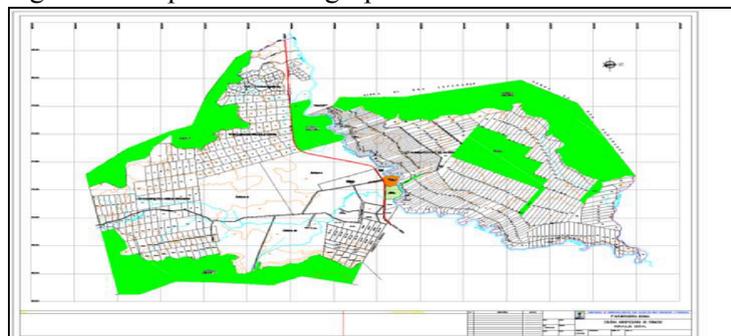
Figura 9 - Imagem aérea do Projeto Formoso - detalhe Vila Setor 33



Fonte: Rocha (2016).

Na principal vila do DIF, comumente conhecida por Vila do Setor 33, há um posto de combustível, um posto policial, escolas de ensino fundamental e médio. Porém, serviços essenciais como água potável, eletricidade, saúde, possuem qualidade ruim ou são inexistentes. No projeto inicial, seriam construídas 07 (sete) agrovilas. No entanto, são apenas 02 (duas): a do Setor 33 e a Agrovila 04. A ocupação desordenada do perímetro que está situado no Projeto resulta em diversos problemas de ordem social, como, por exemplo, violência constante e descuido com o descarte de lixo. (ROCHA, 2016). O projeto original contava com a área do município de Coribe, que se situa às margens do Rio Formoso (a localidade é conhecida como Colônia Formoso). O Projeto pode ser considerado como mais importante da região de Bom Jesus da Lapa e deu início a um processo de produção e renda do município, que, até então, estava vinculado às práticas religiosas das romarias e aproveitamento do rio São Francisco. (ROCHA, 2016)

Figura 1 - Mapa Colônia Agropecuária do Formoso - CAP



Fonte: Rocha (2016).

O projeto situa-se às margens do Rio Corrente (afluente do Rio São Francisco). Além da produção de banana (que predomina o projeto) há cultivo de laranja, melancia, mamão e outras frutas. O município de Bom Jesus da Lapa, associado à religiosidade, possui a alcunha de “Capital da Fé e da Fruta: quem chega a estas paisagens jamais a esquece”. (SANTOS, 2019). A geração de empregos, advindas com o projeto, segundo dados da CODEVASF (2021) é de que foram 6 mil empregos diretos e 10,3 mil empregos indiretos. O valor bruto da produção agrícola em 2016 foi de R\$ 285 milhões e a produtividade em R\$ 179 milhões de reais. As exportações devem ser ampliadas ao Mercado Comum do Sul (MERCOSUL).

Rocha (2016) aponta que com o projeto, o município de Bom Jesus da Lapa tornou-se o maior produtor de bananas do Brasil. Por tal questão, “iniciou um processo alternativo de produção e renda ao município, anteriormente vinculada às práticas religiosas das romarias e aproveitamento do rio São Francisco” (ROCHA, 2016, p. 210). Aponta também que os números de produção do projeto são divergentes aos divulgados pelo IBGE e pela CODEVASF, o que dificulta mensurar com exatidão os impactos econômicos do projeto para a captação de impostos (em especial o Imposto sobre Circulação de Bens e Serviços - ICMS) para o município. Destaca-se que o potencial econômico do projeto deve ser atrelado com a sustentabilidade sócio-ambiental, com o fito de potencializar o investimento que resulta do projeto.

A CODEVASF promoveu a partir dos anos 2000, a Feira de Fruticultura e Agronegócio (FRULAPA). Ao todo foram 10 (dez) edições, sendo alguns anos contínuos e outros intercalados. O objetivo do evento era divulgar para a população do município de Bom Jesus da Lapa as potencialidades do Projeto: expor para o município o que o Projeto Formoso produzia. Outra atividade que o evento promovia era a capacitação de produtores, através de Palestras e Cursos, além da comemoração de toda a produção realizada. A população do município tinha pouca informação sobre o Projeto Formoso e quais os benefícios que ele trazia para Bom Jesus da Lapa. O evento foi ganhando capilaridade e havia necessidade de aporte financeiro de parceiros da CODEVASF para a sua realização.

Porém, após 10 (dez) edições, o evento findou-se. O motivo da descontinuidade foi a falta de foco de alguns parceiros, principalmente a Prefeitura Municipal nas duas últimas edições, a qual iniciou um processo de desvirtuar os objetivos principais da Feira para transformá-la em festa pública, o que trouxe descontentamento dos parceiros vinculados diretamente à atividade produtiva, como a própria CODEVASF, do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e do Distrito de Irrigação do Formoso.

Figura 21- Material de Divulgação da FRULAPA

IX FRULAPA 2013
3ª FEIRA TERRITORIAL - VELHO CHICO

PRODUZINDO RIQUEZAS, GERANDO NEGÓCIOS.

03 a 06 Out
BOM JESUS DA LAPA - BAHIA

LOCAL: IF BAIANO - PROJETO FORMOSO
ESTÁDIO BENJAMIN FARAH

DIÁLOGOS TERRITORIAIS
04/Out - IF BAIANO

ARTESANATO
CULTURA
SHOWS

PALESTRAS
WORKSHOP
EXPOSIÇÕES
BOTE (TRANSPORTE)

CURSOS

INFORMAÇÕES: LAPA: 77 3481-8017 | BARREIRAS: 77 3611-3582

REALIZAÇÃO: CODEVASF, FORMOSO, CODETER-VC, LAPA, SEBRAE

PARCEIROS: Banco do Nordeste, Bahia, BRASIL

Fonte: CODEVASF (2021).

A fruticultura irrigada é de suma importância não somente para a economia do município de Bom Jesus da Lapa bem como de toda a região em seu entorno. Rocha (2016), em sua dissertação de mestrado, fez um estudo com produtores (moradores) do Projeto Formoso, destacando questões como: ocupação e produção do lote, características da produção e realidade do trabalho. Em suma, os proprietários apontam que o acesso à água potável para consumo humano é o principal problema do Projeto seguido da precariedade das estradas vicinais do perímetro. Em relação à melhoria da qualidade de vida dos respondentes, destaca-se que 92% dos entrevistados afirmaram que melhoram de vida.

A pesquisa aponta para uma questão debatida por Furtado (1974) acerca do mito do desenvolvimento econômico. Por mais que a percepção do morador/produtor do Projeto seja de que a sua vida melhorou, “o desenvolvimento econômico - a ideia de que os povos pobres

podem algum dia desfrutar das formas de vida dos atuais povos ricos - é simplesmente irrealizável” (FURTADO, 1974, p. 75).

É inegável que a implantação do Projeto Formoso incrementou a economia de Bom Jesus da Lapa. Nos estudos de Rocha (2016), o pesquisador aponta que não houve melhoria da qualidade de vida para a população do município como um todo. A concentração de renda ainda é imperante e parte significativa da população depende dos programas de transferência de renda do Governo Federal (como o Bolsa Família¹⁸) para sua sobrevivência. Sendo assim, o desenvolvimento econômico percebido pelos produtores é um simples mito, como assevera Furtado (1974).

2.2 O SANTUÁRIO DO BOM JESUS DA LAPA

Situado às margens do Rio São Francisco, o santuário do Bom Jesus da Lapa é o principal cartão postal do município. Segura (1937) afirma que o Santuário foi descoberto em 1691. A Enciclopédia dos Municípios (1958) aponta que Duarte Coelho (capitão donatário de Pernambuco), avistou o Morro da Lapa, quando fez viagem de exploração do sertão da Bahia.

Os componentes da primeira bandeira, organizada em 1553 pelo 1º governador-geral, Tomé de Sousa, chefiada pelo espanhol Francisco Bruzza Espinosa, da qual também fazia parte o jesuíta Aspilcueta Navarro, chegaram até a conhecer a gruta. E Belchior Dias Moreira, o "Muribeca" deixou sinais de sua passagem nas inscrições que fêz no teto da saleta da "Água do Milagre", desaparecidas no incêndio de 1903, e nas que se conservam ainda hoje, no lado do cêrro, e que teriam sido escritas no ano de 1602 (IBGE, 1958, v. 20. p. 77).

Apesar da afirmação de que foi Duarte Coelho que primeiro avistou o morro que hoje fica o Santuário, a maioria dos estudos afirmam que foi descoberto por Francisco Mendonça Mar. O morro não é apenas um lugar no sertão margeado pelo Rio São Francisco e, sim, para os devotos um local sagrado. Miranda (1999, p. 279) descreve que: “de longe se avista o paredão rochoso [...] mais do que um mero acidente geográfico, ou um simples morro onde o tempo esculpiu uma série de grutas, o fiel católico normalmente o vê como uma arquitetura divina”. Kocik (1988, p.62) faz a seguinte descrição do Santuário:

Margeando o rio São Francisco, bem no sertão baiano; aí é que se localiza o Santuário do Bom Jesus da Lapa. Vê-se imponente, um maciço de calcário, de noventa metros de altura, recortado de galerias e grutas. De cor negra, o penhasco carrega em si a vegetação comum da região castigada pela seca. O morro parece um retalho de montanha calcária, isolado no meio de uma

¹⁸ O Programa Bolsa Família. Foi substituído pelo Auxílio Brasil que é um braço social do Governo Federal e integra em um só programa várias políticas públicas de assistência social, saúde, educação, emprego e renda. Fonte: <https://www.gov.br/cidadania/pt-br/auxilio-brasil>. Acesso em 24 de nov. de 2021.

planície, com a base quase dentro da água e a margem coroada de cactos, bromélias de espinhos e minaretes de formas diversas. Nele se encontram várias grutas: a do Bom Jesus ; da Lapa [...] a da Soledade [...] e, além disso, para admiração dos romeiros e visitantes, existem outras lindas grutas menores.

O Santuário de Bom Jesus da Lapa é um lugar sagrado, dotado de significado especial para seus visitantes. Sobre essa questão, Andrade (2013, p. 18) afirma que:

para o homem religioso, os lugares e os tempos não são iguais e igualmente significativos. Alguns desses lugares foram dotados de especial importância porque neles se revelou a presença ou a ação de Deus, ou também, porque têm a capacidade de despertar sentimentos religiosos ou dar a experiências desse tipo.

Figura 12 - Santuário de Bom Jesus da Lapa em 2023



Fonte: Acervo pessoal (2023).

“A cidade de Bom Jesus da Lapa começou sua existência à sombra do Santuário do Bom Jesus” (OLIVEIRA, 2014, p. 33). Segura (1937) relata que a gruta foi descoberta em 1691. Com a chegada do Monge Francisco Mendonça Mar (popularmente conhecido como Francisco da Soledade) ao lugar, nos idos de 1750, havia entre o morro e o rio São Francisco apenas algumas palhoças de índios Tapuias. O padre começou devoção ao Bom Jesus e, junto ao Santuário, construiu um hospital e um asilo para os pobres e doentes, dos quais cuidava. Assim começou a crescer, ao lado da lapa do Bom Jesus, um povoado, que assumiu o nome de Bom Jesus da Lapa. (SEGURA, 1937; MICEK, 2006).

Francisco Mendonça Mar instala-se em Salvador, capital do império, em 1679 e investiu em seu negócio próprio: uma oficina de ourivesaria, ofício aprendido em Portugal, sua terra natal. Em 1688, Matias da Cunha, governador da Bahia à época, o contratou para decorar o Palácio da Aclamação, que era residência oficial do governo. Destaca-se que

Francisco possui habilidades de pintor, daí sua contratação para o serviço. (SEGURA, 1937; MICEK, 2006).

Findadas as atividades no Palácio da Aclamação, Francisco dirigiu-se até o governador para o pagamento de seus serviços. O pintor investiu recursos próprios para finalizar o trabalho. Porém, ao invés do pagamento, recebeu açoite e foi preso juntamente com seus escravos, que trabalhavam com ele. Como não recebeu seus honorários, decidiu escrever uma carta e enviá-la para Dom João VI, Rei de Portugal à época, relatando sua situação. Assim, conseguiu sua liberdade. Após sua saída da prisão, abdicou dos bens que possuía, libertou seus escravos e comprou duas imagens: uma do Senhor Bom Jesus e outra da Virgem Santa - Nossa Senhora da Soledade. (MICEK, 2006).

De posse dessas duas imagens e vestindo-se de um grosso burel¹⁹ ele decide enveredar-se pelo interior da Bahia, em busca de um local solitário com o objetivo de dedicar a sua vida a Deus. Ele caminhou cerca de 200 léguas (aproximadamente 1.200 quilômetros) durante vários meses até avistar um morro, às margens do rio São Francisco, habitado por índios Tapuias. (MICEK, 2006; MIRANDA, 1999). “[...] no esplendor crepuscular de uma tarde, depois de vários meses de incessante caminhada, vencidos todos os perigos avistou o morro [...]” (SEGURA, 1937, p. 54). Quando ele entrou a gruta encravada no morro, viu uma fenda proporcional à cruz que carregava e resolveu ficar ali. Naquele local, decidiu fazer sua residência: um local de oração. (MICEK, 2006; MIRANDA, 1999).

Segura (1937, p. 36) aponta que há lendas sobre a descoberta do Morro.

Que o ermitão vivia na gruta no meio de onças e o aparecimento da imagem foi devido a um vaqueiro que correndo atrás de uma réz, entrou pela gruta e ele acompanhando-a, Lá encontrou a imagem e deu publicidade ao achado [...] Para uns o Bom Jesus apareceu ao pé do morro no lugar que depois foi cemitério [...] um velho dizia que quando sua mãe era menina, ouviu contar ao avô dela que uma criança pequena veio passear pelo morro e, entrando na gruta, viu um crucifixo com a imagem de Jesus Cristo [...] para outros foi um jesuíta, que perseguido vinha fugindo das missões do interior, trazendo a imagem do Bom Jesus [...] para outros uns caçadores, os quais, procurando onças dentro da gruta, encontraram dois frades, um morto e outro agonizante, mas com forças ainda para mostra-lhes o Bom Jesus, e recomendar-lhes que que fizessem da gruta uma igreja.

Torres (2020) descreve que há outras histórias acerca que quem primeiro avistou o morro. Uma dessas, conta que foi Duarte Coelho, donatário da Capitania de Pernambuco, em viagem expedicionária pelo Rio São Francisco entre os anos de 1543 e 1550, quando realizava explorações no sertão baiano. Porém, a história oficial aponta que foi o português Francisco

¹⁹ Tecido grosseiro de lã usado para confecção de roupas. Hábito religioso feito com esse tecido, geralmente usado por freiras ou frades. Fonte: <https://www.dicio.com.br/burel/> Acesso em 15 de nov. de 2021.

Mendonça Mar (ou Francisco da Soledade) que primeiro avistou o morro. (SEGURA, 1937; STEIL, 1996; MIRANDA, 1999; MICEK, 2006; OLIVEIRA, 2011; SILVA, 2017; TORRES, 2020). Francisco da Soledade começava, então, a vida de eremita, com devoção a Jesus e Maria da Soledade. Sobrevivia da pesca e de pequenos cultivos. (MICEK, 2006). Paralelo a este acontecimento (no final do século XVII), deu-se as descobertas as primeiras minas de pedras preciosas na região do hoje estado de Minas Gerais, época historicamente conhecida como Ciclo do Ouro. O rio São Francisco era o caminho mais viável para adentrar o interior do Brasil (CASTRO, 2008; OLIVEIRA, 2011).

Com o aumento do fluxo de pessoas, na corrida pelo ouro, várias pessoas paravam para descansar no entorno do Morro. Como havia as imagens do Bom Jesus e da Maria Soledade, colocadas por Mendonça Mar, essas pessoas aproveitam para rezar, agradecer, pedir proteção, fazer e pagar promessas. (MICEK, 2006). Francisco ficou conhecido como o Monge da Gruta e, aos poucos, evangelizava índios e escravos de quilombos próximos ao Morro. Além disso, dava abrigo e comida aos viajantes, transformando o local num ponto de acolhimento para doentes, pobres e idosos (MICEK, 2006).

Dom Sebastião Monteiro da Vide, arcebispo da Bahia, tomou conhecimento do pregador do Evangelho de Jesus, na região de sesmaria do Conde da Ponte - Antônio Guedes de Brito. O então arcebispo enviou, em 1702, um Visitador Geral até a região com o objetivo de averiguar sobre a existência do homem que habitava uma gruta e fazia milagres. (SEGURA, 1937; MICEK, 2006). O Visitador constatou tal fato além de relatar que havia também uma pequena romaria ao lugar. Sendo assim, Dom Sebastião decidiu elevar a gruta à condição de capela, intitulada Igreja de Senhor Bom Jesus e Nossa Senhora da Soledade. (SEGURA, 1937; MICEK, 2006).

Em 1706, a pedido de Dom Sebastião, Francisco Mendonça Mar viajou até Salvador com o objetivo de preparar-se para o sacerdócio. Em 1709, foi ordenado padre e passou a ser chamado de Padre Francisco da Soledade: nome dado em homenagem à santa de sua devoção - Nossa Senhora da Soledade. A capela passou a receber cada vez mais pessoas em busca de acolhimento e cura de enfermidades. (SEGURA, 1937; MICEK, 2006).

Em 1717, o Padre Francisco da Soledade, escreve ao rei de Portugal solicitando a doação das terras em que se situa o santuário para a construção de hospital:

Portanto, pede a Vossa Majestade muito por serviço de Deus, Nosso Senhor, seja servido mandar dar à Lapa do Bom Jesus a mesma porção de terra que Vossa Majestade foi servido mandar dar aos vigários dos sertões, ficando a dita igreja da Lapa no meio da mesma terra, correndo esta pela margem do São Francisco, para que assim possa o suplicante remediar as necessidades

dos passageiros e romeiros e mais pobres e enfermos [...] (SEGURA, 1937, p. 119).

Francisco da Soledade faleceu por volta de 1722, aos 65 anos, aproximadamente. Aos poucos, os devotos decidiram construir moradias nas proximidades do Morro Integrado aos índios que habitavam o local, ergueu-se o arraial Bom Jesus da Lapa (SEGURA, 1937; MICEK, 2006). Oliveira (2008) aponta que entre os idos de 1670 e 1745 não há muitos relatos sobre a história do arraial.

Em 1750, havia um arraial de cerca de 50 casas de barro cobertos de palha. Cem anos depois, em 1852, um grupo de geólogos austríacos, em relatório que escreveu sobre a região de Bom Jesus da Lapa e de São Francisco, conta que o arraial da Lapa tinha 128 casas com duzentos e cinquenta sedentários. Dezoito anos depois, a Lapa era considerada distrito de paz e possuía delegacia e cerca de 405 casas habitadas por 1.400 pessoas. (OLIVEIRA, 2008, p.3-4)

Segura (1937) faz um resumo dos principais acontecimentos da vida do Padre Francisco da Soledade conforme pode ser visto na tabela 02 a seguir:

Tabela 2 - Principais acontecimentos da vida do Padre do Francisco da Soledade

Ano	Acontecimento
1657	Nascimento do monge em Portugal
1679	Viagem à Bahia
1688	Pintou a casa do Governador da Bahia
1691	Conversão e descoberta da Gruta
1703	Visita do Delegado do Senhor Arcebispo à Gruta
1706	Ordenação Sacerdotal
1717	Carta a El-Rei de Portugal
1722	Morte do monge

Fonte: Segura (1937)

O crescimento do povoado está ligado às constantes peregrinações ao lugar. (SEGURA, 1937; SANTOS, 2019). O Decreto Estadual de 18 de setembro de 1890, assinado pelo governador Virgílio Clímaco, elevou o arraial à categoria de vila (OLIVEIRA, 2008). Em 1894, a Capelania da Lapa do Bom Jesus foi elevada à categoria de Curato. Em 1902, os padres Agostinianos chegam à Lapa e iniciam os trabalhos no Santuário e na pastoral por quinze anos (SANTOS, 2019).

No final do século XIX, Bom Jesus da Lapa foi elevado à categoria de município, desmembrando-se de Urubu - atual município de Paratinga. A condição de cidade aconteceu em 31 de agosto de 1923, através da Lei Estadual nº 1.682. Em 1931, através do Decreto nº 7.455 o município passou a ser chamado de Lapa, com os distritos sede e Sítio do Mato. Em

1935, pelo Decreto nº 9.571, o município voltou a se chamar Bom Jesus da Lapa (OLIVEIRA, 2008). No final da década de 1980, do século passado, o distrito de Sítio do Mato é emancipado através da Lei Estadual nº 4.834 (SANTOS, 2019).

Nos escritos de Segura (1937) há indícios de que o fluxo de pessoas que se deslocam até Bom Jesus da Lapa para devoção seria importante para o crescimento da cidade. “No horizonte futuro pode prever-se um esplêndido por vir para esta cidade, que continuará aumentando, devido ao elevado número de romeiros que, atraídos pela pedra íman da devoção ao Bom Jesus, aqui fixam sua residência” (SEGURA, 1937, p. 25).

2.2.1 A Gruta por fora: o morro e a torre

“De longe se avista o paredão rochoso. Fica do outro lado o Rio São Francisco [...] Mais do que um mero acidente geográfico ou um simples morro, onde o tempo esculpiu uma série de grutas, o fiel católico o vê como uma arquitetura divina.” (MIRANDA, 1999, p. 279). Steil (1996) descreve que, no coração de uma imensa pedra, às margens do Rio São Francisco, em meio a um vasto platô, está o Santuário do Bom Jesus da Lapa. “O Morro inteiro é um maciço calcário com uma estrutura tão esquisita, tão extraordinária, que difícil é determinar-lhe a orientação das camadas e estudar-lhes as disposições” (SEGURA, 1937, p. 27). Alves (2014) também faz uma descrição do Morro da Lapa: mais de 15 grutas, localiza-se no perímetro urbano da cidade de Bom Jesus da Lapa, na margem direita do rio São Francisco, possuindo 93 (noventa e três) metros de altura, 400 (quatrocentos) metros de largura e, aproximadamente, 1.000 (hum mil) metros de extensão.

Para além da descrição física, Segura (1937) apresenta o seguinte relato:

A Gruta da Lapa é mais do que uma cavidade de pedras: é um santuário construído pela mão da natureza, escolhido por um monge a mais de dois séculos, para ser lugar de suas rigorosas penitências e explanações. A gruta da Lapa é o santuário tradicional, onde a misericórdia de Deus se há manifestado, produzindo inúmeros prodígios em favor da triste e padecente humanidade; é um templo santificado pelas orações do povo cristão, pela celebração do Augusto sacrifício da missa e mais cerimônias da igreja; é um santuário, enfim, onde os fiéis destes e outros estados do Brasil, atraídos por fatos extraordinários, vão com religioso respeito cumprir suas promessas e implorar novas graças e bênçãos! [...] Palácio erguido pela natureza há milhões de anos para o culto católico, concha que encerra a pérola da milagrosa imagem do Bom Jesus da Lapa, ave fênix, renascida das cinzas no incêndio. (SEGURA, 1937, p. 101-127)

Steil (1996) apresenta outras descrições sobre o Santuário. Um deles, datado de 1728, intitulado O Peregrino da América, fala que o santuário foi “[...] feito e fabricado pela natureza por permissão divina [...]” (STEIL, 1996, p. 31). O Santuário Mariano também faz

uma descrição: “[...] dentro dessa grande penha, descobriu o Ermitão Francisco da Soledade um formoso e dilatado templo [...]” (STEIL, 1996, p. 31). Em 1730, o historiador Rocha Pita também faz descrição: “[...] é fabricada esta prodigiosa lapa de natural estrutura em formas de um perfeito templo com capela-mor e colaterais [...]” (STEIL, 1996, p. 30 -31). Nos escritos de Miranda (1999) há outras explicações sobre o Santuário como por exemplo, semelhante a um “leão agachado”; ou a um “imenso pagode indiano em ruínas; também considera ser “uma procissão de monges com seus longos buréis, de capuzes enormes, marchando lentamente, em torno da imagem “sagrada”; ou então como uma mesa de um altar no retábulo de um firmamento.

No poema “O Caramuru” de José de Santa Rita Durão, datado de 1781, há versos sobre o Santuário. Já no século XIX, o explorador Richard Burton, faz um relato sobre as formas do morro e que nada o impressionou. Teodoro Sampaio, famoso engenheiro baiano, fundador do Instituto Histórico e Geográfico de São Paulo, em visita no ano de 1877, fez também descrição do morro, atribuindo-lhe seu surgimento não a questões religiosas e sim da força da natureza. (STEIL, 1996).

Visitado a mais de 300 anos, o Morro é considerado um santuário (OLIVEIRA, 2008). Sobre tal termo,

A palavra santuário vem do latim *Santum Santorum*, que quer dizer santos dos santos. Santuário é o templo, ou o edifício consagrado às cerimônias de uma religião, lugar santo em geral. Em sentido restrito ele significa a parte da igreja onde se celebram as missas. Santuário é o lugar recôndito ou vedado ao público, destinado a guardar ou conservar objetos dignos de veneração. (OLIVEIRA, 2008, p. 8)

Rosendahl (1996, p. 82) afirma que o termo santuário pode ser entendido como: “aqueles lugares considerados sagrados por uma dada população regional, nacional ou de vários países. Estes lugares sagrados, por sua vez, estão focalizados, via de regra, em templos associados a uma hierofania”. O termo hierofania foi cunhado por Mircea Eliade e serve para designar a manifestação do sagrado em objetos ou pessoas. (ROSENDAHL, 1996, 2009). “O santuário é definido como um ponto privilegiado de evangelização e libertação” (STEIL, 2003, p. 259).

Durante as Romarias é comum as pessoas subirem o Morro da Lapa. Em que há vista privilegiada do rio São Francisco. No alto do Morro, há um Cruzeiro²⁰, local que reproduz a última estação da Via Sacra. No local, verifica-se a existência de fitas amarradas pelos visitantes num sinal de referência a alguma graça alcançada. Há também a Pedra do Sino:

²⁰ Miranda (1999) afirma que tais espaços são de extrema relevância para o católico devoto tradicional, pois se trata de autêntico desaguador de manifestação da piedade popular.

acredita-se que, ao tocar o sino, se a pedra “tinir”, o visitante (romeiro) retornará no ano seguinte. Porém, se a pedra não “tinir”, provoca na pessoa a sensação de que ela estará naquele local pela última vez (SANTOS, 2019).

Figura 3 - Pedra do Sino-



Fonte: Acervo pessoal (2023).

“Mais de 20 barracas em frente da escadaria do santuário vendendo suas bugigangas” (SEGURA, 1937, p. 126). Esse é considerado o primeiro registro da área do entorno do Santuário. Sobre o entorno do Morro, Segura (1937) faz relato do que se pode dizer a primeira modificação no espaço geográfico que circunda o Santuário.

O cemitério, fechado com muro, estava situado em lugar impróprio, junto ao Morro, onde existiam algumas carneiras que foram demolidas agora para fazer a avenida do Morro, feliz empreendimento do atual Prefeito interino, Sr. Servulo Santos, que tão fecunda atividade está desenvolvendo para melhorar a Cidade. (SEGURA, 1937, p. 25)

Pelos relatos de Segura (1937) pode-se constatar que, na história do Santuário, o processo de gentrificação já existia. Acerca do termo, Mourad (2011) fez uma compilação sobre o conceito e apresenta que o fito da gentrificação é a compreensão do conjunto de processos de transformação do espaço em áreas urbanas centrais.

Mourad (2011) comenta também que o termo possui duas vertentes: uma associada à economia e à produção e outra na cultura e no consumo. Em relação à economia, a autora aponta os estudos do geógrafo Neil Smith que para compreender os processos de gentrificação se entendermos as transformações das estruturas econômicas, e como funcionam as ações dos

gentrificadores - dos produtores e dos consumidores. Outro geógrafo, David Ley, argumenta que há nos projetos de revitalização e uma nova ideologia do viver, introduzida por uma nova elite profissional. Em relação ao termo estar associado a cultura e consumo, Mourad (2011) afirma que argumentos baseados na cultura e no consumo têm sido usualmente utilizados por aqueles que, de alguma forma, comemoraram a chegada da *gentrification*, que justificaria os custos sociais envolvidos, enquanto os argumentos baseados na economia e na produção.

Em 2020, a Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa, divulgou em suas redes sociais, o Projeto “Nova Lapa”²¹ destacando o que se considera como melhoria no entorno do Santuário. Em um dos vídeos, o reitor do Santuário, Padre João Batista Alves do Nascimento²², que fala: “esse espaço está sendo readequado para dar mais acesso ao pedestre que frequenta o lugar”. No final de 2020, a TV Bom Jesus²³ fez reportagem divulgando a inauguração das reformas no entorno do Santuário. A Praça do Largo da Esplanada foi inaugurada e contou com a presença da população lapense e políticos, a exemplo do prefeito municipal e do governador do estado, Rui Costa. Na reportagem, destaque para a fala do gestor municipal à época, Eures Ribeiro, que comenta as obras e faz menção à parceria do governo do estado para a conclusão das obras. Cumpre destacar, que Dom João Santos Cardoso²⁴, bispo diocesano de Bom Jesus da Lapa, solicita do governo parceria para ajudar na obra intitulada: Caminho da Fé. O projeto consiste em requalificar todo o entorno do morro, construindo uma passarela para que visitantes contemplem o lugar. As obras da Praça da Fé e a Praça Turíbio Vila Nova estavam sendo finalizadas.

Nessa última requalificação do entorno do Morro, em 2020, é visível que o espaço ficou mais amplo para a circulação de pessoas, porém, algo é para ser questionado. Em um município em que as temperaturas são elevadas não há nenhuma árvore que possa amenizar o sol escaldante. Ora, se há preocupação com o bem-estar do visitante (leia-se romeiros e turistas) qual o motivo desse projeto não ter levado em consideração o plantio de árvores nativas? Essa estética do belo, em que há predominância de construções sem que haja

²¹ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=KaW8KLU15dk>. Acesso em 21 de nov. de 2021

²² Padre João Batista Alves do Nascimento é reitor do Santuário desde fevereiro de 2019. Fonte: <https://www.redentoristas.com.br/noticias/146-novo-reitor-do-santuario-do-bom-jesus>. Acesso em 21 de nov. de 2021.

²³ Canal oficial de notícias do Santuário. Fonte: <https://www.tvbomjesus.com/>. Acesso em 21 de novembro de 2021. O vídeo descrito neste trabalho está disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_wTIAjJcQe0. Aceso em 21 de nov. de 2021.

²⁴ Dom João Santos Cardoso (Dário Meira, 3 de dezembro de 1961) é um bispo católico brasileiro. Aos 14 de dezembro de 2011 foi nomeado pelo Papa Bento XVI como bispo da Diocese de São Raimundo Nonato. Em 24 de junho de 2015, o Papa Francisco o nomeou como Bispo Diocesano de Bom Jesus da Lapa (BA). Fonte: <https://diocesedebomjesusdalapa.com.br/diocesebjl/index.php/diocese/bispo/dom-joao-santos>. Acesso em 21 de nov. de 2021.

preocupação com questões socioambientais também é um processo de gentrificação. É importante que tanto a Reitoria do Santuário quanto a Prefeitura Municipal revejam o projeto na perspectiva de atender a essa e outras demandas que possam surgir para que se tenha um espaço que atenda às necessidades das pessoas.

Segura (1937) continua sua descrição sobre o Morro: ele mede 1.821 (hum mil oitocentos e vinte e um) metros de circunferência, 400 (quatrocentos) metros de largura e 90 (noventa) metros de altura até a base do Cruzeiro. Essa descrição também é feita por Silva (2017) e Torres (2020). O Alto do Morro é considerado como Área de Proteção Permanente (APP). A Lei Municipal nº 331, de 29 de maio de 2009, estabeleceu restrições e parâmetros para a construção de edificações em áreas relativas ao Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa, o Patrimônio Cultural do Município (TORRES, 2020). Apesar de ser considerada uma APP, a região é sempre degradada ou vítima do descaso de seus visitantes no tocante à sua preservação. Torres (2020) descreve que é comum, na subida do morro, encontrar garrafas de água mineral vazias, copos plásticos, embalagem plásticas de produtos alimentícios.

Figura 34- Morro da Lapa



Fonte: Acervo pessoal (2023).

A formação rochosa também possui uma explicação mítica: “[...] visto de cima, há quem diga que o morro tem forma de pé ou pegada, atribuída a Deus e ao Senhor Bom Jesus [...]” (SILVA, 2019, p. 33). Para além das descrições físicas ou míticas, o Santuário do Bom Jesus da Lapa é um espaço de fé e devoção. Uma hierofonia que designa o que é sagrado. (ROSENDAHL, 1996, 2009).

2.2.2 A Gruta por dentro: a Gruta do Bom Jesus, A Gruta da Soledade e a Gruta dos Ex-votos

À vista se apresenta um vasto salão em cujo fundo brilha o altar dourado do Bom Jesus da Lapa” (SEGURA, 1937, p. 90). O Santuário (gruta) ao Bom Jesus da Lapa é composto de diversas grutas. A principal delas, a gruta do Bom Jesus da Lapa possui 50 (cinquenta) metros de comprimento, 15 (quinze) metros de largura e 7 (sete) metros de altura e diversas imagens de santos e santas católicos além, é claro, da imagem do Bom Jesus. A imagem do Bom Jesus não é a original colocada pelo Padre Francisco da Soledade (a original foi destruída em um incêndio, ocorrido em 1903) (KOCIK, 1988).

Outras grutas compõem o Morro, a saber: Gruta da Ressureição, Gruta de Belém, Gruta de Maria Madalena, Gruta de Santa Luzia, Gruta de Santo Afonso, Gruta dos Santos Mártires, Gruta de Nossa Senhora Aparecida, Gruta dos Milagres, Gruta Santa Helena, Gruta São Francisco de Assis, Gruta São Geraldo, Gruta de São Cristóvão e Gruta do Santíssimo Sacramento (ALVES, 2014). Porém, a principal é a do Bom Jesus (STEIL, 1996).

A esplanada permite, portanto, as grandes manifestações de fé, particularmente nos dias de festa. Os romeiros que fazem os seus cultos em pequenos grupos congregam-se como uma multidão na esplanada. [...] A esplanada também representa um espaço de transição entre o santuário e a cidade, definindo as fronteiras entre aquilo que o clero considera como o domínio do religioso e o que define como o não-religioso ou profano. Separa o santuário da vida que pulsa nas ruas e praças, nestes dias em que o comércio, os divertimentos e a festa tomam conta da cidade (STEIL, 1996, p. 53).

Os primeiros relatos sobre a Gruta do Bom Jesus a descrevem como algo no esplendor na natureza e originada da providência divina. Em seu interior, está a imagem do Cristo Crucificado - Nosso Senhor Bom Jesus da Lapa (STEIL, 1996). A primeira imagem (colocada pelo Francisco da Soledade) foi descrita por Segura (1937) como linda: foi esculpida em uma madeira pesada (jatobá apo que parece) com olhos de vidro e dentes de marfim. Essa imagem foi destruída pelo incêndio em 1903 (SEGURA, 1937; KOCIK, 1988; STEIL, 1996). A imagem é objeto da devoção dos fiéis que fazem filas para adorá-la e admirá-la, rezar e pagar promessas. (STEIL, 1996).

Figura 15 - Gruta-Capela



Fonte: Acervo pessoal (2023).

A venerada Imagem de Cristo Crucificado, sob o título de Bom Jesus, fica exposta dentro da gruta atraindo a todos que passam por perto. (SANTUÁRIO, 2021). Por conta do incêndio de 1903 e de intervenções para o acesso de romeiros, a gruta tornou-se maior e mais arejada (KOCIK, 1988). Sobre o incêndio, Segura (1937) descreve que o sinistro foi relatado à Arquidiocese de Salvador. O incêndio aconteceu na noite de 1º de maio de 1903 e não se sabe o motivo de ter acontecido. Por conta do incêndio, a imagem original do Senhor Bom Jesus, trazida por Francisco da Soledade foi destruída. Tal fato, porém, não prejudicou os festejos naquele ano, visto que nova imagem chegou ao Santuário. (SEGURA, 1937). “A nova imagem deverá seguir no 1º dia do próximo mês de julho para ser colocada na gruta [...] e muito desejamos que este ano a romaria dos fiéis seja mais numerosa”. (SEGURA, 1937, p. 105)

O incêndio não prejudicou as atividades do Santuário. Pelo contrário, conforme afirma Segura (1937), depois do ocorrido a “[...] gruta ficou clara. O teto ou abóbada era baixa; depois alterou-se. O altar-mor estava onde agora começa o presbítero; depois alongou-se mais cinco metros”. (SEGURA, 1937, p. 106). Há relatos de que, na noite do incêndio, um morador da cidade da Bahia (Salvador), ao adentrar em sua casa, percebeu que um quadro com a imagem do Bom Jesus da Lapa estava queimando. Fato curioso foi que, ao apagar as chamas, apenas a moldura se perdeu. Ao contar sobre tal fato, o morador, dias depois ficou sabendo do incêndio no Santuário. Tal fato é relatado por Segura (1937) em sua Resenha Histórica.

As covas do Monge e da Onça e a da Serpente também estão localizadas na Gruta do Bom Jesus (STEIL, 1996). As covas do Monge e da Onça (personagens que, segundo a tradição foram os primeiros moradores da gruta) fazem parte da tradição oral em relação ao santuário (STEIL, 1996). “Esta gruta, anteriormente habitação de onças, como lugar

apropriado para elas ocultaram-se, foi convertida por Francisco em eremitério, lugar de oração e santificação” (SEGURA, 1937, p. 57). Além disso, está o túmulo do Padre Francisco da Soledade (TORRES, 2020).

Figura 46- Cova da Onça



Fonte: Acervo pessoal (2023).

Segura (1937) descreve que na parede exterior da Cova do Monge brota água que é considerada milagrosa pelos romeiros. “Brota debaixo para cima, em uma abertura natural pouco funda, no centro de uma grossa estalagmite formada de diversas capas calcáreas superpostas [...]” (SEGURA, 1937, p; 93). Outro apontamento de Segura (1937) sobre a Cova do Monge que, pelo fato de ali estar sepultado Francisco da Soledade, o lugar mantinha um martelo e uma cunha para que os romeiros retirassem terra que consideravam milagrosas.

Figura 7- Cova da Onça



Fonte: Acervo pessoal (2023).

A cova da serpente está situada na porta de entrada da gruta. (STEIL, 1996) A história da serpente permeia o imaginário popular da população lapense e dos visitantes ao Santuário. Reza a lenda que dentro da gruta vivia uma serpente com asas que, se por acaso saísse, devoraria a todos. Porém, Frei Clemente, missionário do século XVIII, pediu que a população

rezasse o ofício de Nossa Senhora e, assim, a serpente perderia suas penas. (SEGURA, 1937). Hoje, a Cova da Serpente possui dentro dela uma estátua de Nossa Senhora Aparecida - a santa mantém a serpente controlada a amarrando com fios de seus cabelos. (SANTUÁRIO, 2021).

Figura 18- Cova da Serpente



Fonte: Acervo pessoal, 2023.

Em 1966, através da construção de um túnel, surgiu a Gruta de Nossa Senhora da Soledade. Ela possui 46 (quarenta e seis) metros de comprimento, 30 (trinta) metros de largura e mede 1.100 (hum mil e cem) metros quadrados e pode abrigar até 3.000 três mil pessoas. Há quadros das dores de Maria e a imagem do Senhor Morto além das estátuas dos evangelistas Marcos (Leão), Lucas (Boi), João (Águia) e Mateus (Homem). Nos 300 anos da Romaria, em 1990, o espaço sofreu reforma com a melhoria do altar (alteração para a forma de gólgota²⁵) Atrás desta gruta está a Sala dos Milagres. (MICEK, 2003; STEIL, 1996; ALVES, 2014; SANTOS, 2019).

Figura 195- Altar da Gruta da Soledade



Fonte: Acervo pessoal, 2023.

Na Sala dos Milagres ou Gruta dos Ex-votos é assim descrita por Torres (2020, p. 61):

²⁵ Gólgota, topónimo [local da crucificação de Jesus Cristo] Lugar de grande sofrimento. Sofrimento atroz: calvário, martírio, suplício, tormento, tortura. Disponível em: <https://dicionario.priberam.org/g%C3%B3lgota>. Acesso em 15 de nov. de 2021.

Nesse lugar se encontram vários objetos, como fotos, cartas, instrumentos musicais, próteses ortopédicas, replica de membros, - como braços e pernas, em madeira ou cera -, muletas, partes de veículos, - como volantes -, como exemplo, que representam o pagamento de algum milagre ou graça alcançados, a partir de pedidos feitos aos santos, ou ao Bom Jesus, do Santuário.

Figura 20- Gruta dos Ex-votos



Fonte: Acervo pessoal, 2023.

O termo Ex-votos é oriundo do fato de ser um espaço onde são colocados objetos fruto, das promessas e das graças alcançadas por alguém (OLIVEIRA, 2007).

Ex-votos são representações físicas de promessas feitas - votos - e graças alcançadas, por intercessão de algum santo, do próprio Cristo ou da Virgem Maria. No Brasil, e em outros países, há várias igrejas que conservam objetos oferecidos em agradecimentos a promessas: peças de cera ou gesso, representando partes do corpo humano, muletas, cartas, fotografias, carteiras de identidade, peças de roupas, pinturas sobre diversos suportes. (COELHO, 2017, p. 31).

Tais representações descritas por Coelho (2017) podem ser facilmente vistas no Santuário de Bom Jesus da Lapa e pode ser considerado um dos espaços mais visitados pelos romeiros.

Os romeiros deixam os ex-votos - artefatos feitos de madeira ou parafina em formato de partes do corpo, como pés, mãos e cabeças (...) Cartas e bilhetes endereçados diretamente ao santo, com narrativas de pedidos e agradecimentos, fotografia e miniaturas, simbolizando objetos de desejo, como casas e automóveis, podem ser encontrados. É possível ver também muitos outros utensílios, entre os quais muletas, óculos, receitas médicas e contratos (SILVA, 2017, p. 98)

Steil (1996) afirma que o ex-voto que visita o santuário de Bom Jesus da Lapa expressa sua fé desde a entrada do local até o pagamento de promessas e graças alcançadas.

Na Gruta dos Ex-votos é possível ver a história de fé de quem a visitou: são cartas (endereçadas a algum santo), fotos, maquetes de casas e automóveis, além de muletas e receituário médico. Sobre a fé, Rosendahl (2009) afirma que ela é tanto visível quanto emocionante e desvela um simbolismo único, ultrapassando qualquer concepção, seja ela de natureza tradicional ou pós-moderna, de experiência de cunho religioso. Cada utensílio exposto neste espaço é parte significativa da fé e devoção de quem visita o Santuário do Bom Jesus da Lapa.

No próximo capítulo, serão discutidas questões conceituais do termo Romaria, seu surgimento e características. Em seguida, uma descrição das principais Romarias que acontecem na cidade de Bom Jesus da Lapa, a saber: Romaria ao Bom Jesus, Romaria da Terra e das Águas, Romaria Quilombola e Romaria à Nossa Senhora da Soledade. Também uma discussão do termo marca lugar bem como a análise de bastidor, na concepção de Goffman (1995) ao analisarmos as formas de comunicação da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa (e da Morrito Comunicação que possui a conta publicitária da gestão municipal) e do Santuário do Bom Jesus da Lapa.

3. E A ROMARIA SE RENDEU A MARCA LUGAR: DE QUEM É A FESTA?

*“A igreja da Lapa
Foi feita de pedra e luz
Vamos todos visitar
Meu Senhor Bom Jesus”
(Trecho do Bendito ao Santuário do Bom Jesus da Lapa)*

Este capítulo discutirá a relação entre Cultura e Religião, com destaque ao surgimento das Romarias no contexto do catolicismo, além da discussão sobre marca lugar. O que é uma Romaria? Além dessa indagação, um dos eixos do estudo: marca lugar. Para tanto, será feito um percurso teórico acerca do debate sobre o que é marca; em seguida, o de lugar, com destaque para lugar sagrado. Por fim, um enlace teórico acerca do constructo marca lugar. Ademais, a análise do bastidor do espetáculo a partir dos apontamentos de Goffman (1985) ao analisar o planejamento das ações de comunicação da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa e do Santuário do Bom Jesus da Lapa bem como da Agência de Publicidade Morrito Comunicação que possui a conta publicitária da gestão município.

3.1 E SURGE O FENÔMENO ROMARIAS

As romarias foram introduzidas no Brasil com a chegada dos colonizadores portugueses. O objeto era a expressão da fé do povo além da referência a um determinado santo. Silva (2017) assevera que elas acontecem desde o século V. Já Aziz (1976) afirma que a visita a um santo era tanto para pedir favores como também para agradecer a alguma graça alcançada. Segundo Oliveira (2011) afirma que o termo romaria tem como sinônimo de peregrinação - andar por terras distantes, lugares santos ou de devoção. Por sua vez, Scarano (2004) define que romaria se relaciona à Roma (centro da igreja), lugar de peregrinação, desde os primórdios, quando as pessoas (cristãs) iam para lá em busca de perdão ou em busca de graças. Além disso, Oliveira (2014) afirma que o termo significa literalmente ida à Roma. Segundo Valle (2006) nas línguas inglesa e francesa não há os termos romaria e romeiro: utilizam-se os termos peregrinação e peregrino. Porém, tanto na língua portuguesa quanto na espanhola há os dois termos, cujos sentidos parecem se sobrepor. Do mesmo modo, Rosendahl (2002) disserta que pode-se falar em peregrinação cristã ou romaria.

Valle (2006) destaca que há três teorias que buscam explicar o fenômeno das romarias: a funcionalista, a turneriana²⁶ e as pós-turnerianas. A teoria funcionalista possui em Micea Eliade²⁷ seu principal estudioso no Brasil. As romarias, nestas perspectivas, possuem um fator de harmonia e integração social; as romarias podem ser entendidas como um fator de união entre os povos. “As romarias funcionariam socialmente como uma mediação capaz de congregaer diversas comunidades locais e grupos em uma coletividade mais extensiva”. (VALLE, 2006, p. 41).

Na teoria turneriana, as romarias são compreendidas como ritos de passagem e permitem ao romeiro a vivência de uma situação intermediária que contrasta com o seu cotidiano. No decorrer de uma romaria há o estabelecimento de uma comunidade única, *sui generis*, que Turner alcunha de *communitas* (VALLE, 2006). Nesse nascimento espontâneo, reside a preocupação das autoridades do clero em disciplinar (ou estruturar) as romarias.

A terceira teoria é conhecida como pós-turneriana:

pensa-se que o modelo de Turner tem validade mais para as sociedades de pouca mobilidade social e geralmente de tipo rural. Torna-se de difícil aplicação em contextos modernos e pluralistas, atravessados por diversos discursos e visões de mundo (religiosos e seculares), bem como por planejamentos e interesses que podem suscitar conflitos entre as motivações, necessidades e crenças do povo romeiro e as que os demais implicados na gestão e dinâmica das romarias e dos locais visitados têm eventualmente em mente (VALLE, 2006, p.43)

Essa teoria tem uma relação direta com a dimensão da igreja acerca do fenômeno romaria. Aqui, os estudiosos se debruçam sobre a complexidade que é entender a multiplicidade de motivações de alguém a ir a uma romaria. Um fato, porém não é

²⁶ Essa concepção é feita por conta dos estudos de Victor Turner (1920-1983). É um antropólogo britânico cujas investigações sobre os ritos em geral e sobre a eficácia dos símbolos nos processos rituais e sociais, em particular, se tornaram referências fundamentais não apenas para a Antropologia, mas para as Ciências Sociais e Humanas em geral. Suas contribuições para a teoria antropológica ligam-se, entre outras, às noções de *liminaridade* e *communitas*, assim como à ideia de drama social e performance. Sua trajetória acadêmica esteve marcada de perto pela chamada Escola de Manchester, na qual se destaca o nome de Max Gluckman (1911-1975), seu orientador e influência marcante em parte de sua obra. Disponível em: <https://ea.fflch.usp.br/autor/victor-turner>. Acesso em 12 de mar. de 2022.

²⁷ Mircea Eliade nasceu na capital da Romênia (Bucareste) em 1907. Depois de adquirir a sua formação intelectual na pátria de origem e interessando-se pelo estudo das religiões, concluiu a Universidade de Calcutá, na Índia, onde permaneceu de 1928 a 1931 [...] Eliade é parte do movimento intelectual, iniciado por William James (1842-1910), na América do Norte, que buscou estudar a religião com vistas sobretudo ao conhecimento do próprio homem e não mais para tentar sondar em que consistiria a divindade. Criou-se assim uma nova frente de investigação devotada à *experiência religiosa*. Nesse particular, Eliade foi marcado em especial pela obra de Rudolf Otto (1869-1937), *A idéia do sagrado*, aparecida em 1917. Contudo, não quis seguir a mesma linha desse mestre, criando um novo método. Disponível em: <http://www.institutodehumanidades.com.br/index.php/e/234-eliade-mircea>. Acesso em 12 de mar. de 2022.

problematizado: os santuários continuam sendo um lugar central e válido na reafirmação da fé; eles continuam tendo força na evangelização e (re) evangelização de fiéis.

Em suma, as Romarias ao Santuário do Bom Jesus da Lapa se caracterizam por serem consideradas como pós-turnerianas visto a complexidade de motivações que levam oromeiro a se deslocar até a cidade. Uma questão, porém, não é questionada: a ida ao Santuário do Bom Jesus da Lapa é a afirmação ou reafirmação de fé de cada romeiro que o visita. “Os santuários têm significado religioso porque são lugares onde narrativas tradicionais afirmam que certa vez ocorreu um evento sobrenatural que deixou marcas na paisagem” (ROSENDAHL, 2018, p. 89). Oliveira (2013) argumenta que o grande objetivo de uma romaria é chegar a determinado Santuário; para além dessa questão, o mais essencial é voltar dele, ou melhor, trazer desse lugar, o lugar santo.

A motivação para a viagem de um romeiro é estar mais próximo ao lugar onde algum santo viveu, morreu ou apareceu para alguém (ROSENDAHL, 2012). Sanchis (2006) argumenta que romaria significa caminhar, na maioria das vezes, de forma dolorosa, em condições precárias, mas cheias de encantos e que podem ser entendidas como uma manifestação religiosa complexa, cultural e popular e tem seu ápice a chegada a um Santuário. Rosendahl (2002) afirma que o povo atribui sacralidade a diferentes objetos (pode ser uma pedra, uma árvore, uma gruta) e isso se constitui uma topografia sagrada. Para Oliveira (2008, p. 10): “romaria é uma viagem ou peregrinação religiosa, especialmente a quem faz uma devoção a um santuário, embora a romaria não seja privilégio apenas da religiosidade”. Fernandes (1982, p. 9) diz que: “o romeiro cumpre a devoção fazendo uma viagem, e, de romaria em romaria, os devotos desenham um círculo imaginário em torno de determinado santuário”.

As romarias também podem ter o seu significado para além da religião. Para Sanchis (1983, p. 139): “a romaria é vivida como festa, quer dizer, como acontecimento total, que se constitui em ruptura do cotidiano, irrupção de um outro universo”. Ademais, Sanchis (2006, p.88) assevera que: “as romarias são caso típico de encontro e fricção - criativa - entre a religião do ‘povo’ e a do ‘clero”.

Em relação à estrutura da romaria, Sanchis (2006) disserta que sempre há a procura caminhante ao Sagrado (princípio básico da romaria) mesmo que feito das mais variadas formas possíveis. Valle (2006) elenca o que um romeiro, na estrutura de uma romaria, faz: a) busca minimizar as suas aflições pessoais; b) sua realidade cristã cotidiana e, por fim, c) colocar sua experiência de sair de casa, do seu cotidiano para colocar-se no caminho de um

lugar sagrado. Aqui, há coerência entre a estrutura apontada por Sanches (2006) e Valle (2006), sobre os ritos de um romeiro em uma romaria.

Steil (2003, p. 251) elenca outras questões na romaria:

A romaria como um discurso metassocial que comporta duas formas de sociabilidade que operam a partir de lógicas opostas: da *communitas*, para qual a verdadeira sociedade seria expressa pelo ideal fraterno de comunhão; e da *societas* onde a regra básica de funcionamento da sociedade estaria em distinção

As *communitas* e as *societas* como aponta Steil (2003) podem ser entendidas como modelos, tipos abstratos ou duas virtualidades. Não são formas empíricas de sociabilidade porém, são utilizadas em algumas sociedades ou grupos sociais. O ideal da *communitas* pode ser entendido na busca de uma comunhão em fusão, em que a romaria aparece como esse espaço simbólico, que faz cessar as regras sociais, as hierarquias e os constrangimentos morais (STEIL, 2003).

No Brasil, como argumenta Queiroz (1973), sempre existiu dois catolicismos: o oficial e o popular. “A religião católica aparece historicamente como fator de unidade e colaboração no processo de aplicabilidade de normas entre a população, regulando a vida social no processo do estabelecimento de vilas e povoados” (SILVA, 2013, p. 128-129). Cumpre destacar, que as Romarias são fenômeno do catolicismo popular e que tal fenômeno, como afirma Albuquerque (2003, p. 57) sobre o motivo de estudos de religiões: “observar a religião do outro é tão antigo quanto o nascimento do saber histórico”.

No campo das relações entre história e cultura, há distinção entre História das Religiões e História Religiosa. A partir dessa premissa, este trabalho de pesquisa depara-se com os preceitos da História Religiosa, visto que a História das Religiões possui como eixo norteador a comparação entre religiões (ALBUQUERQUE, 2003). Ora, essa tese tem o fito de observar a produção de sentido das Romarias do Santuário do Bom Jesus da Lapa por intermédio das estratégias de visibilidade da cidade e sua marca lugar - viés do turismo - em oposição às narrativas locais a partir dos relatos daqueles (as) que vivenciam a cidade. Sendo assim, com os preceitos de Albuquerque (2003) que a História Religiosa permeia discussões especificamente sobre determinada religião e não comparações. Como as Romarias são expressão da fé católica, o trabalho versa sobre a História Religiosa deste acontecimento.

Na perspectiva do conceito de religião, Andrade (2013) afirma que ela pode ser entendida tanto como um conjunto de ideias e crenças que as pessoas podem se envolver com a estrutura para suas vivências e práticas diárias. “A religião pode ser descrita como um

sistema unificado de pensamento, sentimento e ação que é compartilhado por um grupo e que dá a seus membros um objeto de devoção, alguém ou alguma coisa sagrada em que acreditar, como um deus ou um conceito espiritual” (ANDRADE, 2013, p. 10). Para Aslan (2018) além de mitos e rituais, dos templos e catedrais, a religião pode ser entendida como linguagem composta de símbolos e metáforas que permitem que o crente se comunique consigo e com outros crentes através da experiência intraduzível da fé.

Andrade (2013) citando Bécerra (2003) discute que o fenômeno religioso é uma realidade viva que se modifica e se relaciona com a economia, a política, as formas de organização da sociedade, as mudanças ecológicas e todos os elementos que constituem a cultura. Eliade (2001) comenta que para o homem religioso nem o espaço, nem o tempo, se revelam como fenômenos contínuos. A religião também aborda rituais do catolicismo popular e perpassa pelos cultos africanos e indígenas e a mescla dessas manifestações. (ANDRADE, 2013).

Vovelle (1991), em seus escritos sobre religião popular, afirma que a religião popular possui existência própria, intangível, independente da religião recebida e ensinada. Porém, argumenta também que ela pode ser considerada como um artifício fabricado pela ciência da segunda metade do século XIX. Discussões à parte, “a religião popular é antes um conjunto de atitudes e comportamentos, uma dinâmica, em uma palavra, fundada na inversão dos valores e das hierarquias, na corrosão do riso e da loucura, opondo uma contraleitura espontânea e constantemente desmistificadora à religião e à ordem oficial” (VOVELLE, 1991, p. 165).

Segundo Ginzburg (1989) na religião popular (que está centrada na humanidade e pobreza de Cristo) há a fusão de maneira harmônica, o natural e o sobrenatural, o medo da morte e o impulso em direção à vida, a tolerância às injustiças e a revolta contra a opressão. Parker (1995, p. 47) disserta que: “a religião popular é contra o racionalismo da cultura dominante, cujo eixo articulador estaria na racionalidade formal e na ética funcional”. Além dessa questão, afirma que: “religiões populares são manifestações coletivas que exprimem a seu modo, em forma particular e espontânea, as necessidades, as angústias, as esperanças e os anseios que não encontram resposta na religião oficial”. (PARKER, 1995, p. 55-56)

A abordagem sobre a religião e cultura possui múltiplos significados. Burke (2004, p. 10) diz que:

o terreno comum dos historiadores culturais pode ser descrito como a preocupação com o simbólico e suas interpretações. Símbolos conscientes ou não, podem ser encontrados em todos os lugares, da arte à vida cotidiana,

mas a abordagem do passado e termos de simbolismo é apenas uma entre outras.

Esse mesmo pensamento é corroborado por Martins (2013, p. 175) ao afirmar que: “a relação entre cultura e religião, emerge no processo de apreensão e construção da realidade tanto nas sociedades complexas, junto à cultura erudita como nas sociedades simples, junto às estruturas míticas”. Oliveira (2011, p. 255) reitera o pensamento de Martins (2013) ao afirmar que:

[...] a experiência religiosa é uma forma de entender o homem com capacidade de produzir símbolos, sendo, portanto, produtor de cultura, crenças e ideias coletivas. Cultura e religião são fenômenos que se correspondem, pois não só têm raízes na natureza social de produzir sentido e estabelecer relações sociais, como também abrem espaço de diálogo entre indivíduo e sociedade. (OLIVEIRA, 2011, p. 255)

A relação entre cultura e religião também é discutida por Sanchis (2008, p. 76): “a religião teria, então, a ver com a cultura? Dir-se-ia tudo a ver”. “Religião é cultura. Mas religião não se confunde simplesmente com cultura. É cultura no superlativo [...] implica, ao mesmo tempo, dinamismo de viver e balizamento para o engajamento nesta vida” (SANCHIS, 2008, p.77). No âmbito desta reflexão, Parker (1995) afirma que a cultura advinda das religiões populares é manifestada na fé daqueles que buscam na religião um meio de renovar suas energias e motivações em busca de uma nova convivência social. Cumpre destacar, que a aristocracia percebe a fé de maneira diferente do proletário. Por tal fato, as religiões populares e suas manifestações, como as Romarias, são espaços onde as classes mais populares encontram aparato para manifestar sua fé, manifestar sua cultura. “A religiosidade das massas na urbe se transforma numa espécie de estratégia simbólica de sobrevivência” (PARKER, 1995, p. 115). Esse mesmo pensamento é comungado por Miranda (1999, p. 282) ao afirmar que: “a solução para os problemas sociais situam-se no plano das forças celestiais e de suas inclinações e julgamento”.

A religião surge como um elemento que regula a vida social, os princípios éticos e morais que caracterizam a sociedade patriarcal. Não obstante, que a Constituição Federal de 1824 oficializa a religião católica como a oficial do Brasil. Geralmente, os santos cultuados em áreas agrárias correspondem ao de devoção do proprietário daquela terra. (SILVA, 2013). No caso das Romarias, em especial a do Bom Jesus da Lapa, o lugar não possuía proprietários. Quando da chegada de Francisco da Soledade ele fez devoção tanto ao Bom Jesus bem como a Nossa Senhora da Soledade e catequizou os índios que moravam no entorno do morro que hoje é o Santuário.

Observa-se, porém, que as Romarias são fruto da fé popular, diferente do padrão das festas católicas do século XVII (século em que as Romarias ao Bom Jesus da Lapa se iniciaram), bem como de outros movimentos que aconteciam em outros territórios, como é o caso de Aparecida em São Paulo. As Romarias constituem-se em um evento de cunho popular. É a maior expressão de religiosidade popular que pode existir. Portanto, a relação entre religiosidade e cultura é dinâmica e diversificada, variando de acordo com o contexto cultural e religioso específico e a interação entre esses dois aspectos da vida humana pode ser harmoniosa, enriquecedora e complexa, moldando as crenças, práticas e identidades das pessoas e comunidades ao redor do mundo. Outrossim, as Romarias são expressões significativas de religiosidade e devoção que contrastam com as normas litúrgicas formais e institucionais

Silva (2013) propõe reflexão acerca da massificação e espetacularização dos festejos religiosos. O autor argumenta que, se os interesses comerciais e turísticos sobressaíram à originalidade das relações históricas construídas entre a população que vive em um lugar de fé (moradores da cidade de Bom Jesus da Lapa, por exemplo) e seus devotos (no caso, os romeiros) esse fato compromete a existência desse lugar e passa então a ser um não lugar, local em que não há articulação de quem vive nele com o lugar sagrado e os festejos religiosos perdem seu sentido, suas vivências e singularidades.

3.1.1 A Romaria no sertão baiano à beira do Rio São Francisco: as Romarias ao Santuário do Jesus da Lapa

Segura (1937) afirma que o culto ao Bom Jesus se iniciou com o monge padre Francisco da Soledade com a descoberta da Gruta em 1691. Sobre o início das Romarias ao Santuário do Bom Jesus da Lapa, Segura (1937, p. 122) diz:

Depois da morte do monge, continuou a romaria como dantes, mas a crônica se cala e a tradição não fala. Os velhos lembram-se perfeitamente que nos anos risonhos da sua infância viam anualmente, desde maio a setembro, grandes caravanas entrar na gruta do Bom Jesus, uns bem trajados, como filhos afagados da fortuna, outros mostrando no indumento desalinando a escassez dolorosa de suas algibeiras; todos caindo de joelhos no mesmo degrau, iguais perante a divindade. [...] A devoção ao Bom Jesus da Lapa está enraizada no coração do povo brasileiro e resiste a todos os embates da incredulidade, do protestantismo, do indiferentismo e da laicização da vida.

Entre os anos de 1935 e 1936, Segura (1937) disserta que o número de romeiros estava entre 15 (quinze) e 20 (vinte) mil apenas nos dias de festa, no mês de agosto. Em todo ano de 1936, contabiliza mais de 60 mil romeiros durante todo o ano. Um fato descrito por Segura (1937) não é o número de romeiros e sim a devoção que eles possuem ao Senhor Bom Jesus

“muitos romeiros que fazem a entrada na gruta, de joelhos; outros com os braços em cruz; outros amortalhados; todos com alegria, trazendo a emoção na alma e nos lábios a oração”. (SEGURA, 1937, p. 123). Sobre o ato de rezar com as mãos postas (e não com os braços abertos), Burke (2005) afirma que possui a mesma simbologia de ajoelhar-se diante do senhor feudal e colocar as mãos nele.

O Santuário do Bom Jesus da Lapa é administrado pelos Padres Redentoristas desde 1956. Num primeiro momento pelos redentoristas holandeses, e, a partir de 1973, com os poloneses. Steil (1996) assevera que os dirigentes buscavam traduzir o culto ao Bom Jesus numa perspectiva de sintonia com o movimento de renovação que a Igreja Católica estava passando. A missão redentorista polonesa ao chegar a Bom Jesus da Lapa não obteve a aceitação da comunidade local. Magalhães (2010) descreve que o distanciamento dos membros do clero, aliados ao período de ditadura militar além da seca que se alastrava na região podem ser considerados motivos para o entrave na aceitação dos religiosos.

Com o tempo, os redentoristas ganharam a empatia da população e iniciaram um processo de organização das romarias. Hoje, há um calendário de romarias, conforme descrito por Santos (2019, p. 49): “a Romaria do Terço dos Homens, a Romaria da Pastoral Familiar, a Romaria da Pastoral da Criança, a Romaria da Legião de Maria, a Romaria da Terceira Idade, o Novenário e Festa da Imaculada Conceição, a Romaria da Folia de Reis, dentre outras”.

Micek (2006) afirma que as Romarias ao Santuário do Bom Jesus da Lapa podem ser consideradas como um fenômeno religioso que reúne não apenas fiéis mas apresenta um alcance ilimitado em todo território brasileiro, visto o número de romeiros das mais diversas partes do Brasil. Não é difícil identificar um romeiro nas ruas de Bom Jesus da Lapa. “Há diversos elementos a partir dos quais os romeiros definem sua identidade, mas, entre todos, o que mais impressiona visualmente é o uso do chapéu branco, enfeitado com uma fita verde” (STEIL, 1996, p. 69). A fita verde pode ser interpretada como a esperança que Deus deixou no mundo. Já o forro branco do chapéu significa as roupas do Bom Jesus que eram brancas (STEIL, 1996).

Steil (1996) aponta que as Romarias ao Santuário do Bom Jesus da Lapa configuram-se como um espaço que redefiniu o catolicismo brasileiro no século XIX. Tal fato se deu por conta do fato da Igreja, à época, tentar dar ao Santuário ares de uma congregação religiosa europeia. Esse processo é conhecido como romanização. Porém, essa tentativa da Igreja provocou o descontentamento da população lapense e peregrinos. (MAGALHÃES, 2010). A este fato, soma-se o movimento em Canudos, liderado por Antônio Conselheiro. “O

investimento dos romanizadores na Lapa pode ser visto como um esforço para atrair para o culto das romarias as energias dos devotos de Bom Jesus que o Conselheiro havia conseguido mobilizar na guerra de Canudos contra a República” (STEIL, 1996, p. 235). Apenas com a chegada dos Missionários Redentoristas Holandeses, nos idos dos anos de 1950, que o culto ao Bom Jesus volta a traduzir uma linguagem em sintonia com a Igreja Católica (STEIL, 1996). Micek (2006) destaca que o trabalho social desenvolvido pelos Padres Redentoristas foi de fundamental importância para a dinamização e consolidação das Comunidades Eclesiais de Base (CEB) bem como da Comissão Pastoral da Terra (CTP). Esta relação estabelece o vínculo com as comunidades populares e, conseqüentemente, com a maioria dos romeiros que peregrinam ao Santuário.

As Romarias ao Santuário de Bom Jesus da Lapa representam diversas formas que fazem a composição de universo variado de práticas e símbolos que fazem sua organização tanto a partir do eixo oficial, que está centrado na liturgia presidida pelos padres, quanto em espaços alternativos, em que o romeiro atua de maneira livre, longe do controle do Clero. Ao invés de uma polarização há um jogo complexo e dialético de rituais que se sobrepõem, e muitas vezes se articulam, produzindo uma situação marcada por contradições e mal-entendidos em relação aos sentidos que cada um lhe atribui (STEIL, 1996).

O Santuário do Bom Jesus da Lapa (2022) afirma que as romarias iniciaram no ano de 1691. Essa mesma data é citada por Segura (1937) ao descrever sobre o surgimento das romarias ao Santuário do Bom Jesus da Lapa. Porém, não há somente esta romaria no Santuário. A Romaria de Nossa Senhora da Soledade (realizada em setembro), a de Nossa Senhora Aparecida (em outubro), a da Terra de Águas (entre os meses de junho e julho), Quilombola (sem data fixa) e as de Nossa Senhora da Conceição e de Santa Luzia (em dezembro). Há também a Festa de Santos Reis - Folia de Reis - e de Bom Jesus dos Navegantes (em janeiro), a Semana Santa (abril), Festa do Divino Espírito Santo (maio). Esse calendário festivo e religioso movimenta a cidade de Bom Jesus da Lapa com turistas e romeiros durante todo o ano.

A Romaria ao Santuário de Bom Jesus da Lapa recebeu, em agosto de 2022, o registro de Patrimônio Imaterial da Bahia. Tal honraria reitera a importância que a festa religiosa possui não apenas para o município de Bom Jesus da Lapa, mas sim para todo o Estado. O

evento aconteceu, durante os festejos de 2022, após dois anos de interrupção da presença física deromeiros e turista por conta da pandemia da Covid-19²⁸.

Figura 21- Cartaz de Divulgação da Romaria ao Bom Jesus da Lapa de 2022



Fonte: Santuário do Bom Jesus da Lapa (2022).

Para o Santuário (2022), a Romaria da Terra e das Águas se configuram como manifestação de fé, realizada não somente pelo Santuário, mas também por organizações sociais de diversas partes do país e, em especial, a Comissão Pastoral da Terra (CTP). Além da devoção, a Romaria é pautada por debates e discussões sobre direitos humanos, direito à água e à terra.

A Romaria da Terra e das Águas é um evento que reflete aspectos da luta por justiça social, ambiental e direitos humanos, muitas vezes em contextos rurais e de comunidades tradicionais. Essa luta está relacionada a questões como desapropriação, degradação ambiental, ameaças à cultura local e à subsistência. A romaria se torna um espaço de mobilização, visibilidade e fortalecimento dessas comunidades, refletindo a luta por justiça social e direitos fundamentais.

Nesta perspectiva, a Romaria da Terra e das Águas pode ser vista como uma expressão do direito à cidade aplicado a contextos rurais e ambientais. Assim como Lefebvre (2001) argumenta que as pessoas devem ter o direito de moldar e participar na cidade, as comunidades envolvidas na Romaria reivindicam o direito de moldar e participar na definição de seus territórios, recursos e ambientes. Ambos os conceitos envolvem a ideia de empoderamento, participação democrática e controle sobre os espaços que impactam a vida das pessoas. Outrossim, como as comunidades rurais buscam influenciar políticas de uso da

28

Disponível em:
<https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2022/08/05/com-titulo-de-patrimonio-imaterial-romaria-de-bom-jesus-da-lapa-reune-milhares-de-fieis-apos-dois-anos-suspensa-por-causa-da-covid.ghtml>. Acesso em 07 de fev. de 2022.

terra e recursos hídricos, os defensores do direito à cidade buscam influenciar políticas urbanas que afetam a vida cotidiana nas cidades.

Desde 1978, a Comissão Pastoral da Terra (CTP) realiza romarias no município de Bom Jesus da Lapa. Inicialmente, chamadas de Romaria da Terra, desde os anos 2000, são intituladas de Romarias da Terra e das Águas. Em 2022, sob o tema, “Ouvir e caminhar juntos: somos povos da terra e das águas!”, foi realizada a 45ª Romaria, entre os dias 1º e 03 de julho, contando com uma série de atividades.

Figura 6- Cartaz de Divulgação da 45ª Romaria da Terra e das Águas



Fonte: Santuário do Bom Jesus da Lapa (2022).

A relação entre religião e política é fator atenuante nos temas das Romarias das Terras e das Águas. Desde sua primeira edição, em 1978, sob o tema “Trabalho, terra e justiça para todos”, as romarias buscam a discussão sobre problemáticas vividas pelo sertanejo que, muitas vezes, são expulsos de suas terras e não conseguem ter acesso à água. (MAGALHÃES, 2010).

Figura 23 - Cartaz de Divulgação da 46ª Romaria da Terra e das Águas



Fonte: Santuário do Bom Jesus da Lapa (2023)

A seguir, na tabela 3 (três), verifica-se os temas discutidos durante esses 46 anos de Romarias da Terra e das Águas em Bom Jesus da Lapa.

Tabela 3 - Temas discutidos nas Romarias da Terra e das Águas em Bom Jesus da Lapa

Ano	Tema
1978	Trabalho, terra e justiça para todos!
1979	Romeiros, a terra é nossa!
1980	Para onde vamos?
1981	Organização dos trabalhadores
1982	A verdade vos libertará: educação e informação para todos
1983	Terra sim. Violência não!
1984	Vida para o Nordeste!
1985	Terra para quem tem fome!
1986	Lavradores: terra e constituinte
1987	Lavradores: terra, sindicato, constituinte
1988	Luta pela terra: semente da nova política
1989	Raízes na terra: semente da nova política
1990	Progredir sem destruir: a natureza é mãe da vida
1991	Vida para quem nela habita
1992	Vida na terra: caminho aberto para onde?
1993	Culturas oprimidas: memória, resistência, compromisso
1994	Família e terra gerando vida
1995	Expulsos da terra, excluídos da cidade. Estamos aqui!
1996	Cidadãos! Sim, senhor!
1997	Libertar a terra e a água é o grito da roça e da cidade!
1998	Aprendendo e ensinando uma nova lição!
1999	A nova ordem é o nosso progresso. Chega de exclusão!
2000	Já paguei demais, quero dignidade e paz!
2001	Chega de exclusão, vamos libertar a Nação!
2002	Terra, água, direitos: nosso país tem outro jeito?
2003	Terra e águas livres: vida para o sertão!
2004	Terra e água: vida livre e soberania
2005	Solidariedade e paz? Só com terra e água!
2006	Um rio de águas vivas brota de Deus! Às suas margens árvores alimentam e curam o povo
2007	Terra e água para que todos tenham vida
2008	Terra e água partilhadas, vida preservada!

Ano	Tema
2009	Do ventre da mãe Terra um clamor pela vida
2010	Terra mãe, para onde vamos?
2011	Mudar o sistema, não clima!
2012	Terra saudável, vida saudável!
2013	Que sociedade temos, que sociedade queremos
2014	Libertar a terra é defender a vida
2015	Defender as águas, um direito sagrado
2016	Cuidar da Casa Comum - uma conversão ecológica
2017	O Bom Jesus nos chama a reconstruir a esperança a partir dos pobres
2018	Justiça e Paz na terra! Compromisso e fidelidade em defesa da vida
2019	Terra, Água e Justiça: Direitos Sagrados ²⁹
2020	Terra e água: dons da vida no campo e na cidade ³⁰
2021	Terra, água, teto e trabalho aliança por justiça e paz ³¹
2022	Ouvir e caminhar juntos: somos povos da terra e das águas!
2023	Para acabar a fome neste chão: terra, água, teto, trabalho e pão!

Fonte: Santos (2019) e CPT (2023).

“Lenibé-Furáme” - é assim que o Bom Jesus é chamada pela comunidade afro descendente da Bahia. (BAHIA, 2021). Essa designação é para a descrição da Romaria Quilombola, ou Romaria dos Pretos. Segura (1937) assevera que, por conta da abolição dos escravizados, datada de maio de 1888, em junho do mesmo ano, uma imensidão de escravos recém-libertos, vindos de todos os cantos do sertão, para agradecer ao Bom Jesus a sua alforria. “[...] em agradecimento pela liberdade, fazendo pouso em torno da Gruta, durante oito dias, entoando e louvando Yurubá, cantando benditos, fazendo suas rezas e oferendas, dando vivas, tocando maracás, tambores, andeiros e chocalos de cabeças com milho”. (BAHIA, 2021, p. 71).

²⁹ No material de divulgação da Romaria da Terra e das Águas de 2019, há a presença deste pesquisador. A foto que estampa a ilustração foi parte de passeata em defesa da terra e das águas ocorrida em Correntina Bahia, no início de 2018. Disponível em: <https://www.cptnacional.org.br/acoes/romarias/117-romarias-2019/4797-42-romaria-de-bom-jesus-da-lapa-tem-c-omo-tema-terra-agua-e-justica-direitos-sagrados> Acesso em 07 de fev. de 2022.

³⁰ Romaria realizada de forma virtual por conta da pandemia do Covid-19. Disponível em: <https://www.cptnacional.org.br/acoes/romarias/118-romarias-2020/5257-43-romaria-da-terra-e-das-aguas-de-bo-m-jesus-da-lapa-ba>. Acesso em 07 de fev. de 2022.

³¹ Evento realizada de maneira virtual por conta da pandemia da Covid-19. Disponível em: <https://cebsdobrasil.com.br/44a-romaria-da-terra-e-das-aguas-bom-jesus-da-lapa-bahia-02-e-03-de-julho-de-2021/> Acesso em 07 de fev. de 2022.

Em junho de 2022, ocorreu a VI Romaria Nacional Quilombola, realizada entre os dias 17 e 18, cujo tema foi: “Políticas públicas, organização e garantia de direitos”. O evento contou com apoio da Secretaria de Promoção da Igualdade Racial (SEPROMI) do Governo do Estado da Bahia, da Superintendência de Fomento ao Turismo do Estado da Bahia (BAHIATURSA), da Coordenação Nacional de Articulação de Quilombos (CONAQ), Prefeitura de Bom Jesus da Lapa e Santuário Bom Jesus.

Figura 7 - Cartaz de Divulgação do VI Romaria Quilombola



Fonte: Santuário do Bom Jesus da Lapa (2022).

Cumprido destacar, que no município de Bom Jesus da Lapa existe a Comunidade Quilombola de Rio das Rãs (distante 70 quilômetros da sede do município) considerada a primeira área quilombola formalizada na Bahia em 1995. Já no ano de 2000, a Fundação Cultural Palmares (FCP) também a reconheceu e, até hoje, a comunidade é símbolo de resistência e luta para o povo quilombola da Bahia e do Brasil (SANTOS, 2019)

Os festejos em devoção a Nossa Senhora da Soledade acontecem regularmente desde os anos de 1952, quando o Monsenhor Turíbio Villanova Segura restaurou à devoção à santa com a chegada de nova imagem às vésperas dos festejos ao Bom Jesus daquele ano. A devoção não acontecia desde o incêndio às dependências do Santuário no início do século XX que destruiu a imagem original trazida por Francisco da Soledade, quando da descoberta da gruta. A festa é realizada no dia 15 de setembro de cada ano (BAHIA, 2021)

Apesar de ser comumente conhecido como Santuário de Bom Jesus da Lapa, para a Igreja Católica ele além da devoção ao Bom Jesus é também de devoção à Nossa Senhora da Soledade. Oficialmente, o Santuário chama-se Santuário do Bom Jesus da Lapa e de Nossa Senhora da Soledade. A principal gruta do Santuário leva o nome da Santa e foi aberta ao público, após o incêndio que ocorreu à gruta em 1901 (SEGURA, 1937).

3.2 POR UM CONCEITO DE MARCA LUGAR

Antes da construção teórica acerca do conceito de marca lugar, nesta pesquisa, há a discussão sobre os dois enunciados que o conceito faz: marca e lugar. Sendo assim, a partir da leitura de diversos autores, buscar-se-á conceituar os dois constructos e, em seguida, definir o conceito de marca lugar, constructo teórico que é o alicerce desta pesquisa.

A marca tem seu nascimento com o advento da Revolução Industrial (SEMPRINI, 2010). Posto isso, a marca era o elo entre o produtor e consumidor final: um atestado de qualidade que o produto exprimia a seus compradores. Mas, com a expansão das marcas para além da esfera comercial, por conta do advento e expansão dos meios de comunicação de massa, fez com que a marca fosse pensada para além de sua função comercial. Semprini (2010, p. 19) assevera que: “o que entrou em crise não é tanto a dimensão comercial das marcas, que continuam a ser vendidas, mas a sua legitimidade, a sua credibilidade ao se propor como uma parceira de confiança na vida cotidiana nos indivíduos”.

Os estudos de Semprini (2010) traçam um panorama de como a marca é vista na sociedade considerada pós-moderna, e apresenta: “vários exemplos de aplicação da lógica de marca além da esfera comercial, nos domínios da cultura, das mídias, da política, do espetáculo, do humanitário” (SEMPRINI, 2010, p. 19). Martins (2006, p. 8) assim descreve o conceito de marca: “é a união de atributos tangíveis e intangíveis, simbolizados num logotipo, gerenciados de forma adequada e que criam influência e geram valor”.

Freitas e outros (2015, p. 05) descrevem que:

Uma marca também atua na esfera do mágico, do que enfeitiça, fazendo-se gravar como um nome ou uma imagem, encantados, na mente humana; a identidade que podemos estabelecer é capaz de desencadear uma profusão de associações em nós. E é por intermédio de tais associações comunicacionais que se pode começar a investigar a função, a importância e os feitos de uma marca nos meandros da sociedade.

Lourenço e Campos Júnior (2015) realizaram estudo que teve como propósito revisar os critérios para definição do significado do termo marcas na Língua Portuguesa. Para tanto, debruçaram-se na visão de 05 (cinco) autores nacionais e 04 (quatro) nacionais que debatem e discutem o termo marca. A tabela 4 (quatro) traz um resumo dos achados da pesquisa:

Tabela 4 - Conceitos sobre o termo Marca

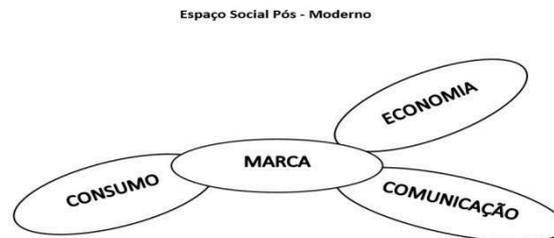
Contexto	Autor (a)	Definição
Internacional	Conejo e Wooliscroft (2015)	"Marcas são construtos multidimensionais complexos, com vários graus de significado, independência, co-criação e escopo. Marcas são sistemas semióticos de marketing que geram valor para aqueles em contato direto ou indireto, para a sociedade e para o ambiente mais amplo, através do intercâmbio de significado co-criado" (p. 1)
	De Chernatony (2010)	"... processo contínuo, uma interface dinâmica entre ações organizacionais e interpretações de consumidores ao redor de um conjunto de valores funcionais e emocionais que permitem uma promessa de experiência única e desejada."
	Kapferer (2012)	"... um nome que simboliza um engajamento, uma cruzada ou um comprometimento de longo prazo com um conjunto específico de valores incorporados à produtos, serviços e comportamentos, que faz com que a organização, pessoa ou produto se sobressaia e se destaque." (p. 12)
	Keller (1998)	"Marca é um conjunto dessas associações na memória do consumidor que contribui para que este tenha maior percepção de valor do produto ou serviço, valor esse incorporado quando tais associações forem únicas, salientes e positivas."
	Stern (2006)	Natureza da marca (significado literal ou metafórico). Função linguística (pronome - pessoa, local, produto - ou verbo - significados). Locus de representatividade (físico ou mental). Valência da percepção da marca (positiva ou negativa)
Nacional	Khauja e Prado (2008)	"A marca assume uma identidade, uma forma de expressão que faz parte do cotidiano das pessoas, as quais têm em mente um nome ao lembrar de um produto ou serviço, e, ao mesmo tempo, representa o jeito de ser da empresa e os seus princípios"
	Nunes e Haigh (2003)	"As marcas são ativos financeiros e, sobretudo, estratégicos, haja vista seu poder de influenciar consumidores, parceiros, colaboradores, e de interferir nos canais de vendas e distribuição e até nas condições e termos de fornecimento. Além disso, a marca mobiliza interesse dos investidores e pode transformar a performance da organização e seu resultado financeiro."
	Perez (2004)	"marca é uma conexão simbólica e efetiva estabelecida entre uma organização, sua oferta material, intangível e aspiracional e as pessoas para as quais se destina." (p. 10)
	Ribeiro (2006)	"... a melhor definição atribuída a uma marca é compará-la a uma cebola. Cada parte da cebola é equivalente a um contato do consumidor com a marca em questão, ou seja, para Troiano a marca não possui uma essência, um caroço, mas sim pontos de contato que, em conjunto, formarão a percepção do consumidor." (p. 94)

Fonte: Adaptado de Lourenço e Campos Júnior (2015).

A partir do estudo de Loureço e Campos Júnior (2015), verifica-se que o conceito marca possui um sentido polissêmico, tanto na literatura nacional como na internacional. Aparado pelos estudos de Semprini (2010), numa perspectiva de compreensão do termo na

pós-modernidade, ela se desenvolve a partir de 03 (três) motores lógicos: consumo, economia e comunicação.

Figura 25- Os três motores da lógica da marca



Fonte: Semprini (2010).

Sobre esses motores lógicos da marca, Semprini (2010) assevera que o consumo é uma prática que sempre esteve ligada à sociedade. Desde a concepção de consumo como o surgimento do consumo de massa, atrelado ao bem-estar econômico, passando pela sua associação a *status*, o consumo, na pós-modernidade está ligado diretamente a dimensões que buscam sua compreensão, quais sejam: o individualismo, o corpo, o imaterial, a mobilidade e o imaginário.

Cumprir destacar, que essas cinco dimensões estão interligadas. O individualismo está diretamente relacionado ao modo de cada indivíduo de vivenciar seu vínculo social. A proliferação de produtos específicos para esse tipo de consumo é revelador de sua influência sobre as decisões de consumo de grandes corporações. Atrelado à questão do individualismo, o corpo aparece no centro do debate sobre consumo. A ideia de corpo saudável, ou emancipação do corpo feminino, dentre outras questões, faz com que o debate sobre consumo e corpo seja uma tônica na pós-modernidade.

A valorização de aspectos imateriais, já descrito por estudiosos na busca de definir marca, traz à discussão a perspectiva do imaterial, de algo que não seja tácito nem palpável, como, por exemplo, o ideal de bem-estar. Aliado a essa questão, a perspectiva da mobilidade tem surgido à tônica no debate contemporâneo sobre consumo. Apesar do distanciamento social, imposto pela disseminação do novo coronavírus não impediu o ser humano de ter mobilidade através das redes sociais. Surgiu uma nova maneira de se consumir o mundo.

As dimensões que buscam explicar o consumo na pós-modernidade, tem-se o imaginário. O desencantamento do mundo, a materialidade, o racionalismo são esquecidos, pois, cada ser humano associa seu consumo a uma possibilidade. Consumo como forma de abstração da realidade, de construção de novos mundos, novos valores e de fantasia.

Semprini (2010) elenca, a partir da concepção dos cinco elementos ora apresentados (o individualismo, o corpo, o imaterial, a mobilidade e o imaginário) um resumo do que ele considera como evoluções que demarcam o consumo moderno para o consumo pós-moderno. O consumo moderno envolve a ideia de uma sociedade orientada pela racionalidade econômica e pela busca de eficiência na satisfação das necessidades materiais e simbólicas. Esse tipo de consumo é caracterizado pelo desejo de posse, pelo valor atribuído aos produtos e pela busca por status e diferenciação social por meio das marcas e bens adquiridos.

Já o consumo pós-moderno destaca uma mudança nas motivações e comportamentos dos consumidores. Nesse contexto, o consumo passa a ser mais orientado pela experiência, pela identidade pessoal e pela fragmentação das referências culturais. As escolhas de consumo se baseiam menos na lógica utilitária e mais na expressão individual, na busca por emoções e na criação de narrativas pessoais por meio dos produtos e serviços adquiridos. Sendo assim, o consumo moderno se concentra na busca por bens tangíveis e símbolos de status, o consumo pós-moderno enfatiza a experiência, a subjetividade e a criação de significados pessoais por meio das escolhas de consumo.

Na perspectiva dos três motores lógicos da marca pós-moderna, há destaque para a comunicação. Semprini (2010) destaca o avanço da comunicação de massa no mundo, principalmente por conta da quebra de monopólio público na Europa e a difusão dos meios audiovisuais (televisão e rádio) ao redor do mundo. “[...] uma marca não tem nenhuma chance de se impor sozinha, sem o suporte de uma estratégia de comunicação”. (SEMPRINI, 2010, p. 72).

A comunicação na pós-modernidade possui papel fundamental no espaço social. Para tanto, Semprini (2010) elenca três elementos que são capazes de captar essa questão: a onipresença das mídias, o abandono da mediação neutra e, por fim, a ascensão das novas tecnologias da comunicação e informação. O terceiro elemento proposto por Semprini (2010) na lógica da marca pós-moderna é a economia. Destaca-se que, nas economias pós-industriais ou ditas pós-modernas o comportamento de compra dos consumidores é fator preponderante de estudos visto que as escolhas de produtos e serviços pelos indivíduos na sociedade contemporânea perpassa pelo universo das marcas. Assim sendo, a lógica das marcas tem modificado as regras de funcionamento da economia. (SEMPRINI, 2010).

Semprini (2010) descreve que toda marca possui elementos que são capazes de captar sua lógica de funcionamento, quais sejam: a natureza semiótica da marca, a natureza relacional e a natureza evolutiva da marca. Neste sentido, marca pode ser “[...] o conjunto de discursos relativos a ela pela totalidade de sujeitos (individuais e coletivos) envolvidos em sua

construção [...] uma instância semiótica, uma maneira de segmentar e atribuir sentido de forma ordenada, estruturada e voluntária” (SEMPRINI, 2010, p. 96).

Acerca da natureza semiótica da marca, Semprini (2010) assevera que esse elemento é a capacidade da marca de construir e veicular significados. A seleção de elementos do fluxo de significados atravessa o espaço social e organiza-os em uma narrativa concisa e coerente para o público que se quer atingir. Esse pensamento acerca da Semiótica é similar ao de Santaella (1983) que afirma que, na Semiótica, todo fenômeno é um sistema de signos que produz sentido.

Sobre a dimensão subjetiva da marca, Semprini (2010) argumenta que “é o resultado de um processo contínuo de trocas e de negociações que implica diversos papéis de um grande número de protagonistas” (SEMPRINI, 2010, p. 100). Os protagonistas, por sua vez, podem ser divididos em três grandes polos: produção, recepção e contexto geral. O polo produção pode ser entendido como a empresa (quem detém a produção da marca de determinado bem e/ou serviço).

O polo recepção, para Semprini (2010) representa o que comumente é chamado de consumo. A marca não pode ser direcionada apenas ao seu público-alvo. O público de seus concorrentes ou potenciais consumidores também fazem parte desse grupo. O polo contexto geral pode ser compreendido como o espaço interior onde se organizam os processos de troca entre o polo de produção e de recepção. Contexto é o termo que pode definir esse polo visto que uma marca não pode iniciar seu projeto sem pensar em seus concorrentes, por exemplo. Neste sentido, o contexto em que esse projeto está inserido é fundamental para as decisões de produção da marca que deve atender aos anseios de seus públicos (recepção).

“A lógica de troca que está sempre implícita em uma lógica de marca é alimentada por uma promessa e solicita os destinatários dispostos a reconhecer um valor (funcional, simbólico) a esta promessa” (SEMPRINI, 2010, p. 104). Eis a dimensão contratual da marca. A promessa que a marca expressa deve ser concebida e comunicada aos seus públicos de interesse. Destaca-se também que a inovação e evolução devem ser fatores constates para as marcas.

Em sintonia com a evolução citado na dimensão contratual da marca, este elemento é considerado como natureza evolutiva da marca, pois ela está em constante evolução. (SEMPRINI, 2010). A adaptação ao contexto em que a marca está inserida é fundamental para não levá-la ao esquecimento, ao seu declínio. Neste sentido, é fundamental que as marcas executem um trabalho contínuo na perspectiva de manter-se na posição que ocupa e dinamize as suas vantagens competitivas constantemente.

Um ponto destacado por Semprini (2010) em seus estudos sobre marcas diz respeito à relação desta com sua identidade. “A marca é, antes de tudo, um mecanismo de manipulação semiótica, um sistema de produção de sentidos” (SEMPRINI, 2010, p. 113). A produção desses sentidos deve se fazer valer a todos os públicos que consomem essa marca. A marca é algo abstrato, mas deve ser algo fácil de ser reconhecida.

Nessa perspectiva, acerca da identidade da marca cumpre destacar as palavras de Semprini (2010, p. 113) ao afirmar que: “uma marca é simples e clara, o projeto e as promessas que ela propõe são imediatamente decodificados e entendidos e as manifestações que ela gera são facilmente reconhecidas e conferidas”. Em resumo, uma marca para fazer sucesso, pra ter aceitação pelos seus públicos, sabe administrar a sua complexidade para atingir uma simplicidade de complexidade que a faz existir. Petit (2003) é categórico ao afirmar que a marca é o maior patrimônio de uma organização; ela existe apenas se tiver um produto ou serviço mais forte do que ela. Sendo assim, uma marca deve fazer sentido para quem a consome, pois é a sua identidade que os seus públicos de interesse a reconhecem. “A marca é a entidade que instala e propõe um projeto de sentido a seus consumidores (SEMPRINI, 2010, p. 140).

O termo *brand equity* surgiu como sinônimo para identidade da marca. *Equity*, no seu sentido lato, é definido como valor econômico. Então, se uma marca possui uma *equity* consistente significa dizer que possui um alto valor agregado e este é percebido pelos seus públicos de interesse. *Brand equity* pode ser definido como o valor comercial que a marca possui ou o quanto ela é conhecida (SEMPRINI, 2010). Para Vieira (2002), quando a marca consegue estabelecer padrões e define critérios ela indica caminhos a serem seguidos e seus consumidores a reconhecem facilmente. “No que diz respeito especificamente ao *branding* - conceito que entendemos aqui como o processo de construção de uma marca para torná-la visível e identificável - consideramos que as marcas estabelecem identidade com quem as usa, aprecia ou deseja, além de conceitos como valor, fidelidade e afeto” (FREITAS e outros, 2015, p. 05).

Em relação à marca capital baiana da fé destaca a importância do turismo religioso e cultural na região, onde a fé e a espiritualidade desempenham um papel central. Esta marca visa capitalizar sobre essa imagem e promover a cidade como um destino que oferece uma conexão profunda com o sagrado, a história e a diversidade cultural. Isso pode envolver a promoção de locais religiosos, festivais, tradições e outros aspectos que contribuem para a identidade religiosa e cultural de Bom Jesus da Lapa. Sendo assim, a construção dessa marca envolve não apenas ressaltar os aspectos religiosos, mas também comunicar a riqueza

cultural, a hospitalidade local e a autenticidade das experiências que os visitantes (romeiros e turistas) podem vivenciar ao visitar a cidade.

A construção dessa identidade de marca perpassa pelas pesquisas de diversos autores sobre o tema. Freitas e outros (2015, p. 05) afirmam que: “a identidade de uma marca inclui ainda atributos como qualidade, tradição, emoção, alegria e criatividade. Valor, poder e força de uma marca estão, então, registrados como símbolos no engenho da memória humana”. Semprini (2010) fez um resumo dos principais estudos que atentam sobre o tema que pode ser visto na tabela 6.

Tabela 5- Modelos de construção de marcas

Pesquisador (a)	Modelo sugerido	Resumo do modelo
Jaques Séguéla	<i>A Star Strategy</i>	Caracteriza três aspectos da marca: o físico, o caráter e o estilo. Adotado na década de 1980, o modelo busca pensar, pela primeira vez, a relação entre marca e produto em termos sistêmicos.
Kevin Keller	Cognitivista	Tende a determinar de que modo a <i>equity</i> se forma, tanto no sentido econômico como no sentido simbólico. O principal valor de uma marca é seu conhecimento: <i>brand knowledge</i> .
Marie-Claude Sicard	Rosácea de Marca	Utiliza o termo DNA de marca. O seu modelo possui inspiração nas ciências cognitivas e está baseado em uma proposta de conexão e interação permanente por homeostase: um certo número de variáveis que definem as condições de existência e de funcionamento da marca em seu contexto.
Jean-Marie Floch	Integração	Proposto nos anos de 1990 possui visão centrada na semiótica e textual da marca. A identidade de marca é apresentada em termos temporais e define a sua identidade como a capacidade em manter, em um nível, certo número de invariantes, integrando, em um outro nível, a variação e a mudança.

Fonte: Elaboração Própria (2022) a partir de Semprini (2010).

Com as reflexões elucidadas por Semprini (2010) sobre modelos que buscavam entender a concepção de identidade e construção de marcas, apontadas na tabela 06, ele desenvolveu um modelo próprio que é referência em estudos sobre marca tanto em território nacional quanto no internacional. A construção de um modelo, para Semprini (2010), inicia-se com as seguintes questões:

- a) A consideração da dimensão semiótica (vs. comunicativa) como modo fundamental de existência da marca;
- b) A distinção, no interior do modelo, de duas grandes dimensões, correspondendo em termos semióticos aos planos de expressão e de conteúdo;
- c) A necessidade de integrar no modelo as noções de dinâmica e de evolução;
- d) A necessidade de manter uma hierarquia de níveis de modelo;
- e) A abertura sobre o contexto;
- f) A impossibilidade de formular o funcionamento de uma marca e sua identidade única “imagem” (SEMPRINI, 2010, p. 131-133)

A partir dos elementos elencados, Semprini (2010) afirma que é fundamental entender o lugar do produto no interior das marcas pós-modernas. É fundamental que se leve em consideração a natureza semiótica da marca e o desenvolvimento de elementos imateriais para que se proponha uma leitura adequada e satisfatória da relação produto-marca.

“Os anos 1990 representam uma reviravolta, pois é nessa época que o mercado começa a sua transição pós-moderna e orienta-se decididamente para os valores imateriais” (SEMPRINI, 2010, p. 137). Essa concepção pode ser vista no estudo de Jean-Marie Floch (apresentado na tabela 06) em que o pesquisador inicia a inserção da semiótica para os estudos sobre o termo marca. Para a construção de sua proposição de modelo de marca Semprini (2010, p. 144) afirma que: “a marca é uma instância eminentemente semiótica”. A intenção comunicativa da marca desvela-se em algo concreto que pode ser percebido pelos públicos que consome determinada marca.

Semprini (2010) destaca os elementos fundamentais para um projeto de marca, a saber: enunciação fundamental da marca, promessa, especificação da promessa, promessa em um ou vários territórios e, por fim, valores da marca. Sobre a enunciação fundamental da marca, pode ser entendido como a razão de existência da marca, a sua essência, a justificativa de sua existência. A promessa pode ser compreendida como a marca procura nela mesma sua razão de ser (a enunciação fundamental da marca deve se transformar em promessa: a marca é orientada para o contexto e para seu público).

Quando se fala em especificação da promessa, Semprini (2010) assevera que esse item diz respeito ao caráter original da marca. A promessa deve corresponder aos anseios do público que irá consumi-la. Em relação a promessa em um ou mais territórios, nesta etapa, o procedimento enunciativo da marca começa a ter forma, a se concretizar, a se definir. Na era pós-moderna a definição de território ou territórios de atuação da marca é fundamental, pois, esse (s) território (s) é (são) concreto (s) e deve (m) fazer sentido para além da semiótica.

Quando se fala de valores da marca, Semprini (2010) argumenta que esses servem para dar sentido à marca, em suas palavras servem para “colorir sua abordagem” (SEMPRINI, 2010, p. 150). Findadas as etapas, parte-se então para o projeto, em si, denominado de *excitement*. “É a análise do conjunto das manifestações da marca que permite definir sua identidade manifesta” (SEMPRINI, 2010, p. 152). A identidade manifesta da marca é um somatório das manifestações de determinada marca.

Cada manifestação da marca é uma etapa que faz parte de um conjunto, que possui valores únicos. A partir de então, há uma série de narrativas que se unem a valores da marca

que, então são originados os discursos propostos para determinada marca. Esses três níveis são definidos por Semprini (2010, p. 154), a saber:

- Nível dos valores: seria o nível de partida e o mais profundo. Os valores fundamentais e estruturais da própria identidade, os que atribuem um sentido; o nível que assegura a continuidade e a permanência da marca no tempo e seu capital de legitimidade e de memória junto ao seu público-alvo;
- Nível das narrativas: é o nível intermediário. O desdobramento deste nível permite à marca colocar em cena seus valores, atribuindo-lhes suas estruturas narrativas e precisando o tipo de papel que ela atribui.
- Nível do discurso ou das manifestações: é aquele no qual valores e narrações são enriquecidos pelas figuras do mundo: objetos, formas, cores, personagens, estilos, *slogans*, logos, etc. É o nível mais sensível ao ambiente sociocultural, aos modos de vida e ao comportamento dos receptores.

Para a compreensão desse processo sempre se inicia do discurso até chegar nos valores. O discurso criado pelo coenunciador é destrinchado em narrativas e, posteriormente, encontra os valores que estão implícitos naquele ambiente. A produção de criação de significados não é feita aleatoriamente. Ele é idealizado e modelado a partir de um contexto geral no interior do qual se manifesta e que vai se modelando e surgem as condições próprias de interpretação (SEMPRINI, 2010). A figura 26 (vinte e seis) sistematiza esse pensamento.

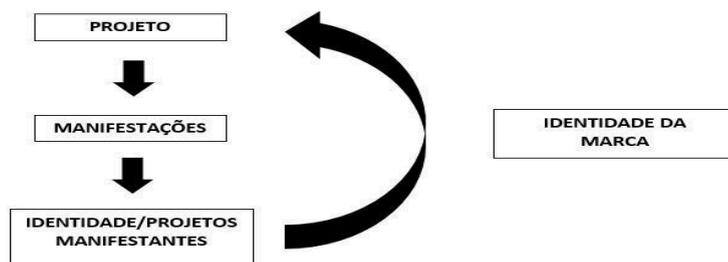
Figura 26 - O processo do significado em seu contexto



Fonte: Semprini (2010).

Assim, a identidade de marca pode ser resumida em três elementos: projeto, manifestações e identidade / projetos manifestos. A figura 27 (vinte e sete) apresenta essa ideia.

Figura 27 - A identidade da marca



Fonte: Semprini (2010).

A aplicação do conceito de projeto de marca de Semprini (2010) na construção da marca "capital baiana da fé" permite uma abordagem estratégica e integrada para comunicar a identidade da cidade como um destino religioso e culturalmente significativo para romeiros e turistas. Isso auxilia na criação de uma narrativa coesa e autêntica que ressoa com os visitantes que buscam essas experiências. O projeto de marca pode ser compreendido como o valor que a marca que ser. Sobre identidade manifesta, o que a marca consegue ser; já contrato de marca são os elos de fidelidade que a marca consegue junto aos seus públicos de interesse. Esse modelo proposto por Semprini (2010) será adotada nesta pesquisa para fins de análise do objeto desta tese de doutoramento.

Na compreensão do termo marca lugar, o constructo Lugar possui polissemia na sua conceituação. Tuan (1979 apud Correa, 2005) afirma que o lugar possui um espírito e personalidade: nesse sentido, há um sentido de lugar. Ademais, afirma que os lugares, bem como os objetos, são núcleos de valor e podem ser totalmente compreendidos por meio de uma experiência total, que engloba relações íntimas, próprias do residente (*insider*) e relações externas, próprias do turista (ou do romeiro, no caso deste estudo - aqui considerado como *outsider*)³² (TUAN, 1983).

Neste sentido, a concepção de lugar perpassa pela constituição de um recorte espacial que se reveste de familiaridade e é dotado de valor tanto para o residente que o vivencia cotidianamente como também para quem o visita (CASTRO, 2005). Ademais, o entendimento de lugar, segue a concepção de Castro (2005) que leva em consideração tanto o local da transcendência e também o local de moradia, próximo ao espaço sagrado. “A palavra

³² A noção de insider e outsider é postulada por Nobeert Elias na obra “Os estabelecidos e os outsiders: Sociologia das relações de poder a partir de uma pequena comunidade”

"topofilia" (...) pode ser definida em sentido amplo, incluindo todos os laços afetivos dos seres humanos com o meio ambiente material" (TUAN, 1980, p. 107).

Para Santos (1996) o entendimento do conceito de lugar transcende a questões não somente ligadas ao espaço de vivência material, ou mesmo vinculado às experiências subjetivas: "lugar, (...) se define como funcionalização do mundo, e é por ele (lugar) que o mundo é percebido empiricamente" (SANTOS, 1996, p.35). Sendo assim: "lugar, assim como o território, é simultaneamente uma materialidade e uma imaterialidade; é vivido e percebido; é a dimensão espacial do cotidiano" (SANTOS, 1996, p. 32).

O espaço transforma-se em lugar, quando passa a ter significado para quem nele habita e também a sua associação ao aspecto emocional das pessoas (TUAN, 1983). Essa concepção é corroborada por Costa (2011, p. 19) ao afirmar que: "são as realizações empreendidas pelo ser humano, quer seja quando produzem bens materiais para sua sobrevivência ou quando definem formas pelas quais são constituídos seus sistemas culturais, que ampliam e enriquecem o conceito de lugar".

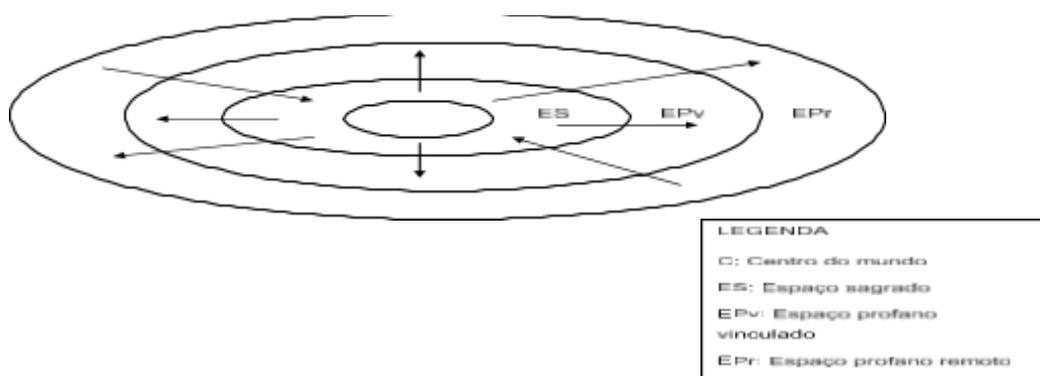
O lugar é constituído e experienciado como artefatos materiais: como eles são representados no discurso e como são utilizados como representações deles mesmos (HARVEY, 1992). Essa concepção pós-moderna, no esteio do processo de globalização, é discutido por Harvey (1992) que debate as mudanças que acontece nas identidades culturais, que se relacionam com o processo de compressão espaço-tempo. O significado de lugares é contestado por diferentes grupos culturais que tentam interpretá-los através de situações, por exemplo, como lugares turísticos (URRY, 2001).

O espaço é orientado a partir do corpo humano e resulta de uma experiência primitiva do espaço. As atenções se voltam para os valores especiais que produz uma sensação de apinhamento como experiência subjetiva (TUAN, 1983). "A localização ou posição é não é condição necessária para a constituição do conceito de lugar. É fundamental compreender o lugar enquanto constituído a partir da experiência que temos no mundo" (COSTA, 2011, p. 27). O lugar, torna-se então, um produto da experiência humana e adquire personalidade e sentido e está associado a uma dimensão simbólica (COSTA, 2011).

Certeau (1994) separa os conceitos de espaço e lugar. "Um lugar é a ordem (seja qual for), segundo a qual se distribuem elementos de coexistência. Aí acha-se portanto, excluída a possibilidade, para duas coisas, de ocuparem o mesmo lugar" (CERTEAU, 1994, p. 2001). Acerca do conceito de espaço é definido como "o lugar praticado. A rua geometricamente definida pelo urbanismo é transformada em espaço para pedestres" ((CERTEAU, 1994, p. 2002).

O lugar religioso então é considerado o centro do mundo, o eixo de toda orientação futura (ELIADE, 2001). Assim, para o romeiro, a experiência de vida que ele possui, aliado à sua devoção, torna determinado espaço sagrado, o local em que ele está mais próximo do divino. A simbologia que envolve cada romeiro é fundamental e determinante para a constituição de um lugar ser instituído de sagrado e é atrelado a um sistema simbólico que cada romeiro (ou grupo de romeiros) possui. A atribuição de significados na relação sujeito-lugar está diretamente relacionado à sua realidade cotidiana, a sua devoção e fé. “O espaço sagrado é revelado sob uma outra forma. A revelação não se produz necessariamente por intermédio de formas hierofônicas diretas: ela é obtida por vezes, através de uma técnica tradicional saída de um sistema cosmológico - a *orientatio* que é um processo de “descobrir” lugares” (ELIADE, 1993, p. 297).

Figura 28 SEQ Figura * ARABIC 9- Esquemática dos espaços sagrado e profano e suas interações



Fonte: Rosendahl (1994).

Para Rosendahl (1994), no espaço considerado sagrado há um “ponto fixo”, lugar da hierofania (neste estudo, o Santuário em devoção ao Bom Jesus da Lapa é este lugar). Além desse ponto fixo, o seu entorno, envolve além do próprio espaço sagrado, como também, os espaços profanos direta e indiretamente associados. O lugar sagrado, nesta perspectiva, é onde há a manifestação do sagrado. Fickeler (1999) afirma que a particularidade em relação ao sagrado (para além do ser puro e da atração/repulsão) repousa na possibilidade de sua transferência, sua santificação.

“Na Gruta do Bom Jesus ou morro, uma rocha não será jamais uma simples pedra, mas um objeto percebido, imaginado como algo revestido de sacralidade” (CASTRO, 2008, p. 36). A relação entre a dimensão simbólica e cultural no contexto desse Santuário possui

significativa relação e desempenha um papel fundamental na compreensão e significado desse espaço. É um local de peregrinação e devoção onde os fiéis acreditam que o Bom Jesus da Lapa realiza milagres e intercede por suas necessidades. A imagem do Bom Jesus é um símbolo poderoso de fé, esperança e proteção divina. A dimensão simbólica se manifesta nas práticas religiosas, como acender velas, fazer promessas e percorrer os caminhos de oração, todas associadas à crença na presença e intercessão do santo.

Ademais, o Santuário do Bom Jesus da Lapa também possui uma rica dimensão cultural. Ele é um ponto de encontro das tradições religiosas afro-brasileiras, indígenas e católicas, resultando em uma mistura única de expressões culturais. As Romarias atraem multidões de romeiros e turistas de diferentes origens e regiões, gerando uma atmosfera vibrante e inclusiva. A música, a dança, a culinária e as artes visuais também contribuem para a riqueza cultural do santuário.

A relação entre essas duas dimensões é entrelaçada visto que os símbolos religiosos presentes no Santuário carregam significados religiosos e culturais. As crenças e práticas religiosas dos peregrinos se entrelaçam com suas identidades culturais, enriquecendo a experiência. Do mesmo modo, as expressões culturais, como cantos, danças e rituais, são formas pelas quais os romeiros expressam sua fé. Elas também ajudam a criar um senso de comunidade e conexão entre os devotos.

O santuário, como um local de peregrinação e culto, torna-se um importante patrimônio cultural e religioso da região. A preservação desses aspectos é crucial para manter viva a tradição e o significado do local. Logo, a convivência de diferentes tradições culturais e religiosas no santuário ressalta a diversidade cultural do Brasil, ao mesmo tempo em que promove um senso de unidade em torno da fé compartilhada. Assim, no Santuário do Bom Jesus da Lapa, a dimensão simbólica e cultural se entrelaçam para criar um espaço de devoção, expressão religiosa e celebração cultural, onde as crenças espirituais e as tradições culturais se complementam e se enriquecem mutuamente.

Para além dessa questão, Castro (2005) destaca que para muitos romeiros toda a cidade é sagrada. Sob esse aspecto, Steil (1996) assevera que há duas cidades: uma, dos moradores e outra, dos romeiros. Sob essa ótica, observa-se que os limites entre o sagrado e o profano são tênues e cada indivíduo dá o seu sentido a partir daquilo que crê. Tuan (1983) argumenta que existe uma ligação emocional que é desenvolvida e mantida a partir da edificação do lugar sagrado. Portanto, a descoberta de Francisco da Soledade do Morro, que é o Santuário do Bom Jesus da Lapa, é o marco que institui aquele lugar como sagrado. Ademais, a partir da fundação de uma vila ou cidade, como assevera Tuan (1980) onde o guia

religioso traça figuras no chão e repete o mesmo gesto no ar em direção ao céu. Essa ligação emocional criada é mantida através da edificação do que constitui o lugar sagrado.

Gomes (1996) a partir dos escritos de Yi-Fu-Tuan explicita que o lugar encarna a experiência e as aspirações do povo. Quando se trata de um lugar sagrado, Tuan (1983, p. 168) afirma que: “a religião tanto pode vincular uma pessoa ao lugar como libertá-la dele. O culto aos deuses locais vincula um povo ao lugar enquanto as religiões universais dão liberdade”. Sendo assim, as romarias possuem valor significativo para os romeiros, pois estes vinculam sua devoção a ida a determinado lugar sagrado: neste caso o Santuário do Bom Jesus da Lapa. O romeiro (ou peregrino) vincula-se ao lugar sagrado para agradecer ou pedir nova graça. Neste sentido, não deve ser qualquer lugar e sim um lugar sagrado, para que ele se sinta próximo à divindade. “(...) embora Deus esteja em toda parte há locais privilegiados em que Ele se manifestou e basta que os fiéis queiram comemorar tal evento para que essas lembranças efetivamente sejam preservadas no imaginário religioso”. (HALBWACHS, 1950 apud ROSENDAHL, 1999, p. 44).

Ainda sob essa temática, Costa (2011, p. 42) afirma que:

os lugares sagrados exprimem o simbolismo e podem ser definidos pela relação direta entre o indivíduo com sua fé. Vivenciar o seu lugar sagrado é partilhar experiências que se vinculam às formas simbólicas, aos itinerários devocionais, aos nomes, entre outros elementos que sugerem um microcosmo para aquele que o vivencia.

Rosendahl (2009) corrobora com Castro (2011) que o templo (lugar sagrado) se apresenta como um importante elemento de conexão entre o sagrado e o urbano além de serem núcleos de povoamento de determinados espaços, como é o caso da cidade de Bom Jesus da Lapa. A cidade surge no entorno do morro que é o lugar sagrado para o romeiro que o visita bem como para a população. Essas cidades são denominadas de cidades-santuários. “As cidades-santuários enquanto lugares sagrados, estão localizadas, via de regra, em templos associados a uma hierofania, apresentando, portanto, algumas características comuns, repetitivas, e outras que descrevem suas singularidades” (COSTA, 2011, p. 48-49). Para Rosendahl (2009, p. 08): “por hierópolis, entendem-se aqueles lugares sagrados por uma dada população local, regional ou nacional. As hierópolis constituem lugares de peregrinação de diferentes religiões”.

“Chegar a uma hierópolis é reconhecer e apropriar-se de um espaço que se transforma em lugar” (COSTA, 2011, p. 51). O espaço passa a ter sentido para quem o visita - há um vínculo emocional, como argumenta Tuan (1983). Sobre esta questão, Santos (2001, p. 10)

argumenta que: “a influência dos principais santuários ou lugares sagrados transcende em muito os seus próprios limites físicos, em função da transposição das suas iconografias, toponímias, mensagens específicas ou rituais típicos para locais mais ou menos distantes”.

No lugar sagrado há centro, há universo. O seu inverso, no lugar profano existe apenas fragmentos da realidade. Então, viver o sagrado é viver referindo-se ao centro do mundo. Essa concepção de centro do mundo é apontada por Rosendahl (1994) ao descrever os ritos de passagem do profano para o sagrado, do efêmero e do ilusório para a realidade e para a eternidade, da morte para a vida e para a divindade. Para Cordeiro (2010, p. 59):

[...] o lugar sagrado suscita significados plurais: é orientação para o crente, ambiente material dos passos do mestre, propício a comemorações e ritualizações por sua caracterização como espaço de manifestação do divino, onde é possível cumprir deveres religiosos, purificar-se, promover recuperação da memória tradicional e resistência cultural.

Com as discussões sobre o conceito de marca e de lugar, eis as considerações teóricas sobre o constructo marca lugar. O termo “Marca Lugar” é polissêmico. Assim, Kotler e outros (2006, p. 43) conceituam de marketing de lugar:

desenvolver um posicionamento e uma imagem fortes e atraentes; estabelecer incentivos atraentes para os atuais e os possíveis compradores e usuários de seus bens de serviços; fornecer produtos e serviços locais de maneira eficiente; promover os valores e a imagem do local de uma maneira que os possíveis usuários conscientizem-se realmente de suas vantagens diferenciada.

Ao seguir o raciocínio de Kotler e outros (2006), Garcia e outros (2013, p. 111) argumentam que: “[...] os territórios competem entre si e precisam se posicionar com diferenciação e preferência na mente dos potenciais decisores para que, quando chegue o momento de eleger, eles tenham claro que a proposta de valor de um território é melhor que a de seus competidores”. Nesta mesma perspectiva, Martinez (2007) explicita que a gestão de marca de um território (imprescindíveis para sua identidade, imagem e reputação) são a comunicação organizativa e a de marketing. Essas ações são fundamentais para “fortalecer o conhecimento dos cidadãos sobre sua cidade ou país, assegurar valores e princípios e, por fim, reafirmar a cultura. A gestão desta forma de comunicação é a chave do êxito, já que permite motivar, sensibilizar e integrar a cidadania como os protagonistas deste processo de construção da marca”. (MARTINEZ, 2007, p. 95)

Ao tratar de marketing de lugar, a marca lugar é entendida como a aplicação e gestão de marcas dos lugares, seja um país, estado, cidade ou região (KAVARATZIS; ASHWORTH, 2005). Ademais, como assevera Sampaio e outros (2019, p.201): “através delas, diversas

idades, estados e nações vêm desenvolvendo estratégias de construção simbólica das suas culturas, com o propósito de fomentar o turismo local e internacional. Também outros serviços e produtos são impactados em virtude desse tipo de estratégia”.

O que foi designado inicialmente como *marketing place* surge no final da década de 1990, fomentado pela economia do entretenimento, da cultura e pelo crescimento do setor de serviços (SAMPAIO, OLIVEIRA, 2019). Sob a perspectiva do marketing de lugar, cidades, estados, países, territórios não seriam somente espaços para as atividades comerciais, mas “[...] produtos cujos valores e identidades devem ser planejados e promovidos” (KOTLER e outros, 1994, p.11). Os lugares podem ser considerados como potenciais produtos e demandam por planos estratégicos de marketing e comunicação. Nessa mesma perspectiva, Kavaratzis e Ashworth (2007) afirmam que o *branding* (seu conceito e seus métodos) podem ser utilizados por localidades com o fito de construir e dar evidências a qualidades que tornem tais espaços objetos de desejos para um determinado público.

Ashworth e Kavaratzis (2008) desenvolveram um estudo em que apontam a evolução do conceito de marketing de lugar primando pelos seguintes critérios: perspectiva do conceito, período utilizado, objetivos e principais características. Esse pensamento pode ser visto na tabela 06 (seis).

Tabela 6 - Resumo das perspectivas de marketing de lugar

Perspectiva	Período	Objetivos	Características
Promocional	Século XIX	Venda de bens tangíveis - terras/casas	Diversidade e diferenciação funcional urbana. Foco apenas promocional
Promocional	De 1930 a 1970	Crescimento do setor industrial	Promoção de incentivos para a indústria, crescimento do setor e criação de empregos de manufatura
Promocional	Década de 1980	Comercialização das cidades	Simples promoção do lugar, seus serviços e atrações a fim de incentivar o consumo das cidades por diferentes públicos
Planejamento	Início da década de 1990	Comercialização do espaço pós-industrial	Intervenções para melhoria do espaço urbano em reação à intensa competitividade entre regiões
Planejamento	Meio da década de 1990	Atender às necessidades dos residentes, atrair investimentos e turismo	Uso do <i>marketing</i> como instrumento de planejamento social e econômico. Aumento da qualidade de vida, melhoria da infraestrutura e cooperação público-privada
Planejamento	Final da década de 1990	Atração de mercados externos e correção de imagens	Mudar imagens desgastadas ou melhorar imagens neutras. Maior concentração de propagandas e mensagens da imagem dos lugares
<i>Branding</i>	Início da década de 2000	Identificar e gerenciar associações com o lugar	Uso do <i>branding</i> corporativo como instrumento de gerenciamento de lugar como marca. Foco no aspecto

Perspectiva	Período	Objetivos	Características
			comunicativo dentro das atividades de <i>marketing</i>
<i>Branding</i>	Final da década de 2000	Priorizar mercado interno e construir uma marca competitiva	Maior compreensão da complexidade do assunto. Desenvolvimento de atributos físicos e emocionais favoráveis a todos os públicos de interesse

Fonte: Adaptado de Ashworth e Kavaratzis (2008).

Verifica-se na tabela 6 (seis), que o conceito evolui ao longo do tempo, no sentido de sua compreensão está vinculada a aspectos comunicativos da marca além de criação de atributos que vinculem esta marca a determinado público. Ademais, Kotler e outros (1994) corroboram com tal ideia e ressaltam que o diálogo com a comunidade de determinado lugar e a prestação de serviços, considerados de qualidade, à comunidade da região.

Na esteira da evolução do conceito de marketing de lugar, Sampaio e Miranda (2020) apresentaram um resumo de como o termo é tratado nos Congressos da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (ABRAPCORP) entre os anos de 2007 e 2019. Vale destacar, que o trabalho abarcou não apenas o termo marca lugar mas também *place branding*, *nation branding*, *place marketing* e marca cidade que são considerados termos correlatos a marca lugar.

Com foco similar ao estudo apresentado por Sampaio e Miranda (2020), os pesquisadores Miranda, Melo e Souza (2022) desenvolveram pesquisa acerca da produção acadêmica sobre o termo marca lugar entre os anos de 2020 e 2021, período considerado o mais crucial da pandemia do Covid-19. Destaca-se que os pesquisadores Miranda, Melo e Souza (2022) desenvolveram seus estudos a partir de pesquisa nos anais de 03 (três) congressos que abordam a temática marca lugar, a saber: o Encontro de Marketing da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Administração (EMA / ANPAD), O Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação acontece anualmente, sendo realizado pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) e O Congresso da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (ABRAPCORP).

O termo marca lugar além de ser polissêmico tem atraído a atenção de diversos pesquisadores tanto em âmbito nacional bem como internacional. A produção científica sobre o termo possui caráter multidisciplinar e evidencia a importância de se pensar as estratégias de construção da imagem de lugares, no sentido de se buscar lugares que não sejam excludentes e que sempre primem pela sustentabilidade.

3.3. COMUNICAÇÃO ESTRATÉGICA PARA PENSAR A MARCA LUGAR

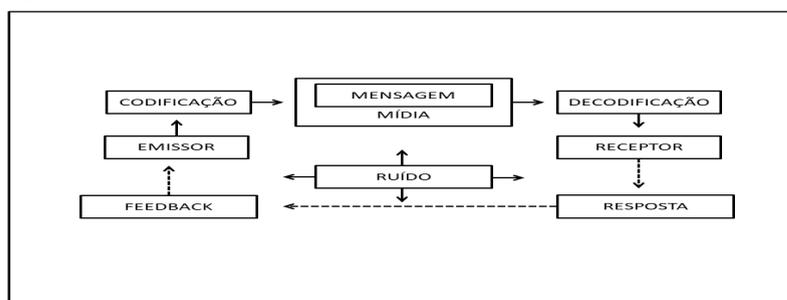
A comunicação é inerente ao ser humano. Por vivermos em sociedade, é imprescindível que a gente se comunique. Bordenave (1982) argumenta que, além dessa questão, a comunicação possui importância significativa nas relações sociais. Ora, se a comunicação faz parte das relações em sociedade, se vivemos em sociedade e as organizações fazem parte do tecido social, e essas organizações são compostas por pessoas. A comunicação dessas organizações para com seus mais diversos públicos³³ é fator primordial para o desenvolvimento e consolidação destas, como asseveram Rego (1986) e Kunsch (2008).

Acerca do conceito de comunicação, Sodré (2017, p. 196) argumenta que:

Comunicar - termo oriundo do latim *communicatio/communicare* com o sentido principal de “partilha”, “participar de algo” ou “pôr-se em comum” “agir em comum” ou “deixar agir o comum” - significa vincular, relacionar, concatenar, organizar ou deixar-se organizar pela dimensão constituinte, intensiva e pré-subjetiva do ordenamento simbólico do mundo.

O modelo tradicional de comunicação no Brasil, definido nos anos setenta, sustentava a teoria que, para que houvesse comunicação torna-se necessário ter um emissor, que emitia uma mensagem, através de um canal para um receptor. Vez ou outra podia ocorrer ruído e, esse receptor dava resposta (*feedback*) ao receptor. A figura 29 (vinte e nove) sintetiza esse esquema:

Figura 29- Modelo tradicional de comunicação



³³ Também conhecido por *stakeholders* que, segundo Freeman e McVea (1884) diz respeito partes interessadas destina-se a fornecer uma estratégia única estrutura, flexível o suficiente para lidar com mudanças ambientais sem exigir gerentes adotar regularmente novos paradigmas estratégicos. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/228320877_A_Stakeholder_Approach_to_Strategic_Management. Acesso em 1º de jun. de 2023.

Fonte: Elaboração Própria (2023).

Esse modelo tradicional de comunicação é contestado nos estudos contemporâneos sobre comunicação nas organizações. Para esta pesquisa, adotaremos o conceito de comunicação estratégica, por entendermos, que ele dá amplitude sobre as mais variadas formas de comunicação nas organizações. Não se previa, por exemplo, o contexto no qual está inserido o emissor/receptor. Ademais, conforme assevera Kunsch (2012) a comunicação organização (neste trabalho considerada como comunicação estratégica) abrange qualquer tipo de organização, sejam elas públicas, privadas ou do terceiro setor, pois está imbricada no contexto comunicacional das organizações.

Baldissera (2009) argumenta que a comunicação nas organizações, sob a perspectiva do paradigma da complexidade, é concebida como um processo de construção e conflito de significados dentro das interações organizacionais. Nessa abordagem, são identificadas três dimensões que estão em constante tensão e interdependência: a organização comunicada, a organização comunicante e a organização "falada".

A dimensão da organização comunicada diz respeito à voz oficial da organização, sua fala autorizada. É a forma como a organização se comunica de maneira direta e intencional, transmitindo informações, valores e objetivos através de canais formais de comunicação. A organização comunicante envolve não apenas a fala autorizada, mas também os diversos processos comunicativos que ocorrem sempre que alguém se conecta com a organização. Essa dimensão abrange não apenas as comunicações planejadas, mas também as interações cotidianas, as mensagens informais e as trocas entre funcionários, clientes e outros *stakeholders*. A organização "falada" aborda os processos de comunicação que se referem à organização, mas que não são resultado de relações diretas com ela. Isso inclui conversas, opiniões e percepções que as pessoas compartilham sobre a organização, muitas vezes, fora de seus canais oficiais de comunicação (BALDISSERA, 2009).

Essas três dimensões não são independentes, mas interagem de maneira complexa e muitas vezes conflituosa. A comunicação nas organizações não é apenas um fluxo unilateral de informações, mas um terreno fértil para a construção de múltiplos significados. O paradigma da complexidade reconhece que as organizações são sistemas adaptativos, e a comunicação dentro delas é constantemente influenciada por contextos, interpretações individuais e interações sociais. Portanto, a comunicação organizacional é uma teia intrincada de comunicações oficiais, interações cotidianas e percepções externas, onde os significados

são moldados, desafiados e constantemente negociados em um ambiente dinâmico e complexo (BALDISSERA, 2009).

A comunicação organizacional é apontada Taylor³⁴, em sua entrevista a Casali (2006) uma das áreas mais produtivas e promissoras em pesquisa no Canadá e nos Estados Unidos. Essa questão, para Taylor, se deve por três fundamentos que se relacionam: tecnologia, globalização e mudanças culturais. As mudanças tecnológicas levam os indivíduos a se organizarem de outras formas e, conseqüentemente, a mudanças organizacionais em diversos níveis. A expansão das organizações em escala global, por sua vez, provoca o encontro de diversas culturas locais e apresenta à Comunicação Organizacional uma série de questões sobre a formação de culturas e identidades.

Lima (2022) desenvolveu estudo acerca dos paradigmas de pesquisa sobre comunicação organizacional no Brasil e argumenta que “o paradigma dialógico é uma abordagem mais disruptiva e também mais radical, considerada pós-moderna, com foco ainda nas questões da assimetria de poder no âmbito da comunicação organizacional” (LIMA, 2022, p. 148). Apesar desse paradigma ser uma vertente na perspectiva de entender todas as nuances que envolve a comunicação nas organizações, Lima (2022) destaca que a área de estudo é alvo de críticas pelo alinhamento ao pensamento capitalista. Porém, como a autora aponta, essa nova vertente de estudo tem sido motivo de debates e discussões principalmente no âmbito da Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP) o que se assemelha ao modelo de pensamento sobre a área na escola de Montreal, defendido por Taylor (2006).

Ao corroborar as indagações de Lima (2022) sobre essa perspectiva dialógica dos estudos sobre comunicação organizacional, Baldissera (2022, p. 50) questiona se “a comunicação organizacional pode ser reduzida à ideia de comunicação organizadora?”. Para tanto, elucida que para se buscar entender o termo e sua complexidade, faz-se necessários “três atos, sobre a predileção gestonária pelo organizado e sua condição para o “ente organização” existir, seu constitutivo par dialógico organização/desorganização, e a promessa-desejo de a comunicação ser processo organizativo em simplificação de sua natureza (des) organizadora” (BALDISSERA, 2022, p. 50), a saber: ato um - o desejo pelo organizado (ou a promessa); ato dois - a organização como efervescência viva entre o

³⁴ James Renwick Taylor é doutor pela Universidade da Pensilvânia e sua obra tornou-se referência mundial em estudos da Comunicação Organizacional. É fundador e professor emérito do Departamento de Comunicação da Universidade de Montreal, Canadá. Fonte: CASALI, A. M. **Comunicação Organizacional: uma ciência híbrida**. Estudos: revista semestral do Curso de Jornalismo e Relações Públicas da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo: UMESP, n.6, p.9-15, 2006.

organizado e as perturbações sistêmicas e, por fim, ato três - comunicação organizacional como (des) organização.

Sobre o ato um Baldissera (2022) argumenta que os estudos sobre Comunicação Organizacional não parece ter recebido a devida atenção bem como, nas práticas profissionais cotidianas. Há questionamento de que se resume a noção de uma comunicação autorizada, de algo que deve ser executado, sem compreensão e percepção do todo da organização. No ato dois, reitera o fato da necessidade de compreensão das organizações numa perspectiva macro, pois “mesmo que se apresente como uma estrutura total organizada, não pode ser reduzida a uma realidade mecanicista” (BALDISSERA, 2022, p. 53). No ato três, o pensamento de Baldissera corrobora ao de Taylor ao argumentar que “é necessário reconhecer que os públicos não são simples externalidades - recursos humanos e/ou públicos-alvo -, mas, de diferentes formas, são constitutivos do ente organização” (BALDISSERA, 2022, p. 61).

A tecnologia, tanto na visão de Taylor (2006) e Baldissera (2022) é elemento crucial para os estudos em Comunicação. Mas não se deve limitar a estudar a relação comunicação e tecnologia apenas pelo viés dos aspectos objetivos da tecnologia; é imprescindível perceber que a comunicação ultrapassa a transmissão de informação e envolve os processos de interação e organização social.

O contexto é fundamental para o entendimento dos objetivos da comunicação, como argumenta Fairclough (2016). Na mesma perspectiva, Genelot (2001, apud Cardoso, 2006), afirma que o receptor analisa a mensagem baseado em três elementos denominados de: literal, situacional e interpretativo. Em relação ao elemento situacional, diz respeito à propriedade das palavras em evocar uma significação, isto porque, a comunicação considera a utilização de um mesmo sistema de codificação. O elemento situacional recupera os lugares, o tempo e as pessoas que estão envolvidas em uma situação de comunicação. As condições nas quais há expressão através das palavras ou nas quais elas são ouvidas criam a sensação de comunicação. Em relação ao interpretativo, clama um confronto com as estruturas de representação da intencionalidade do ato de comunicar e de esquemas cognitivos para haver significado. Nesse sentido, no ato de se comunicar existem diversas nuances e sutilezas inerentes a esse processo. A compreensão do todo é fundamental para que a comunicação tenha êxito.

Cardoso (2006) disserta que a comunicação é o alicerce de qualquer organização. Os estudos sobre comunicação nas organizações debruçam a discuti-la no âmbito do setor privado ou do terceiro setor. E quando essa comunicação é pública, desenvolvida e gerenciada por uma organização pública? Duarte (2001) argumenta que há necessidade de pesquisas para

a discussão do conceito de comunicação pública como também da busca de aperfeiçoar a percepção de qualidade da relação entre cidadão e organizações que possuam campo de atuação em questão de interesse público. “Mais poder para a sociedade, menos para os governos; mais comunicação e informação, menos divulgação; mais diálogo e participação, menos dirigismo; são algumas das premissas que orientam a discussão sobre comunicação pública” (DAURTE, 2011, p. 121). Ademais, Baldissera (2008, p. 169) argumenta que a comunicação organizacional é “processo de construção e disputa de sentidos no âmbito das relações organizacionais”.

Para Duarte (2011, p. 122): “comunicação pública é um termo costumeiramente relacionado à difusão pública de ideias, mas também tratado como sistema público de radiodifusão”. Para Kunsch (2012, p.13) o conceito de comunicação pública perpassa por questões de “se pautar em políticas de comunicação capazes de levar efetivamente em conta os interesses da sociedade”. Para que haja efetivamente comunicação pública é imprescindível que o interesse público esteja acima de qualquer outra questão. A grande questão é que, sempre que um determinado governo assume (seja na esfera municipal, estadual ou federal) há mudança brusca na forma desses se comunicarem e, muitas vezes, o viés ideológico político-partidário impregna a maneira de fazer a comunicação chegar quem realmente ela interessa: o cidadão. Nessa perspectiva:

Uma comunicação pública propriamente dita será possível apenas desvinculada da comunicação de governo que instrumentaliza o poder, pois demanda a inclusão do cidadão no processo comunicativo - não mais como expectador da política, mas como agente participante para propor e deliberar (GIL; MATOS, 2012, p. 157)

Essa discussão é reforçada por Duarte (2011, p. 126) ao afirmar que a comunicação pública é aquela que:

ocupa-se da viabilização do direito social individual e coletivo à informação, à expressão, ao diálogo e à participação. Fazer comunicação pública é assumir a perspectiva cidadã da comunicação envolvendo temas de interesse coletivo, alterando seu eixo, tradicionalmente centrado no atendimento dos interesses da instituição e de seus gestores. Na comunicação pública o objetivo é o atendimento do interesse público e da sociedade, simbolizado pelo cidadão. (DUARTE, 2011, p. 126-127)

O debate sobre o conceito de comunicação pública transita pela enumeração de termos que fazem parte da comunicação entre governo e sociedade, quais sejam: a comunicação governamental, a comunicação pública (propriamente dita) e a comunicação política. Sobre essa divisão, Duarte (2011, p. 126)

Comunicação governamental trata dos fluxos de informação e padrões de relacionamento envolvendo o Executivo e a sociedade. O Executivo inclui empresas públicas, institutos, agências reguladoras, área militar enquanto governo é seu gestor transitório. Já comunicação política diz respeito ao discurso e à ação na conquista da opinião pública em relação à ideias ou atividades que tenham relação com o poder. Enquanto isso, comunicação pública se refere à interação e ao fluxo de informação vinculados a temas de interesse coletivo e, portanto, contém os dois anteriores. O campo da comunicação pública inclui tudo o que está relacionado ao aparato estatal, às ações governamentais, a partidos políticos, ao Legislativo, ao Judiciário, ao terceiro setor, às instituições representativas, ao cidadão individualmente e, em certas circunstâncias, às ações privadas.

Essa divisão de conceituação é debatida por Gil e Matos (2012, p. 160) ao afirmarem que:

A comunicação governamental está relacionada à prática instrumental dos governos, em busca de legitimação da gestão estatal. A comunicação política colabora para o jogo de disputa político partidária e se esgueira ao lado do marketing eleitoral. A comunicação pública está voltada à recuperação da esfera pública em sua força expressiva e democrática de permitir à sociedade a interpelação do Estado e o direcionamento da política conforme o interesse coletivo, recuperando as demandas esquecidas, reconhecendo as exclusões para superá-las (GIL; MATOS, 2012, p. 160)

Há a necessidade da existência de recursos públicos (ou de interesse eminentemente público) para que se caracterize a necessidade de atendimento às exigências da comunicação pública que deve ser pautada pela viabilização do direito social individual e coletivo à informação, à expressão, ao diálogo e à participação. “A comunicação pública fortalece a cidadania (RYBANDT, R.; MAIA, G. M., 2002, p. 103).

Figura 100- Proposta de modelo de campo da relação pública



Fonte: Duarte (2011).

Para Kunsch (2012, p.15) são necessários alguns princípios para orientar a comunicação na administração pública:

- a) a instituição pública/governamental deve ser hoje concebida como instituição aberta, que interage com a sociedade, com os meios de comunicação e com o sistema produtivo.
- b) ela precisa atuar como um órgão que extrapola os muros da burocracia para chegar ao cidadão comum, graças a um trabalho conjunto com os meios de comunicação.
- c) É a instituição que ouve a sociedade, que atende às demandas sociais, procurando, por meio da abertura de canais, amenizar os problemas cruciais da população, como saúde, educação, transportes, moradia e exclusão social.

Kunsch (2012) reitera que esses princípios, para serem postos em prática, é mister a adoção do ela considera como verdadeiro sentido da comunicação pública estatal, que é o do interesse público. Mas, o que se vê, em muitos casos, é a apropriação do que é considerado público, visto o aparelhamento ideológico por parte de alguns governantes com vistas à manutenção do poder.

Rego (2002) argumenta que é necessário que haja modernização dos fluxos de comunicação na esfera pública. Espera que sejam ágeis e modernos menos burocráticos e, acima de tudo, que tenha indivíduos especializados nos setores de comunicação para que ela aconteça de forma eficiente e eficaz. Porém, o que se percebe é que a gerência e a composição dos setores de comunicação dos governos (seja municipal, estadual ou federal) são gerados e compostos, em sua maioria, por cargos comissionados, apadrinhados políticos que não pensam a comunicação de maneira estratégica e emancipadora, mas, simplesmente, para que seja instrumento de divulgação e enaltecimento de determinada gestão. A comunicação é um elemento essencialmente mercadológico e, a sua função pública é esquecida.

Ao reforçar as ideias de Rego (2002), Kunsch (2012, p. 27) defende:

a proposição de estratégias e ações de comunicação pública estatal pressupõe: a existência de uma política global de comunicação; a utilização de pesquisas e auditorias; planejamento estratégico; e, sobretudo, a prática de uma comunicação integrada, que capitalize eficaz e eficientemente a sinergia das distintas subáreas de comunicação social.

Reitera-se aqui a necessidade de cada governo pensar a comunicação visando ao bem público, a coisa pública. Frente ao demonstre da máquina pública, na ideia de que o Estado deva interferir cada vez menos na geração de bem estar para a população (numa visão neoliberal) é desafiador não somente para as pesquisas em comunicação organizacional que buscam exemplos dessa perspectiva dialógica em práticas do mercado que haja uma mudança no pensamento das Organizações em buscarem um mundo mais justo, humano e igualitário.

A partir das concepções teóricas sobre Comunicação Organizacional, entendida como Comunicação Estratégica, faremos análise de como a comunicação é pensada para gerir e manter a marca “Bom Jesus da Lapa: capital baiana da fé”. Para tanto, conversamos tanto com a Assessoria de Comunicação do Santuário como também da Prefeitura, além do gestor da Agência de Publicidade que atende a conta da Prefeitura Municipal. Discutiremos as aproximações, similaridades e tensionamentos na forma de realizar a comunicação da cidade de Bom Jesus da Lapa. Vale ressaltar como assevera Sousa (2011, p. 51) que: “as cidades se configuram como importantes cenários e conjunturas dos meios de comunicação, representadas tanto pela sucessão de notícias veiculadas pela imprensa quanto pelas produções voltadas ao entretenimento”. Nesta perspectiva, a relação entre desenvolvimento e expansão da urbe está condizente e relacionada às mudanças das tecnologias de informação e comunicação.

3.3.1: As formas de comunicação da Prefeitura e do Santuário

Ao ter como parâmetro a concepção de bastidor de Goffman (1985), será feita análise das formas de comunicação da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa, através de sua Assessoria de Comunicação (ASCOM) e da Morrito Comunicação (agência de publicidade que possui a conta publicitária da administração pública municipal) e do Santuário do Bom Jesus da Lapa, também através de sua ASCOM. Ao considerarmos tanto a Prefeitura Municipal (e a agência Morrito) e o Santuário como elementos do bastidor da Romaria, remete ao fato dessas instituições organizarem o evento e aqui, em específico, como organizam a comunicação para os diversos públicos que elas desejam se comunicar, desde os (as) moradores locais até os (as) romeiros (as) e turistas.

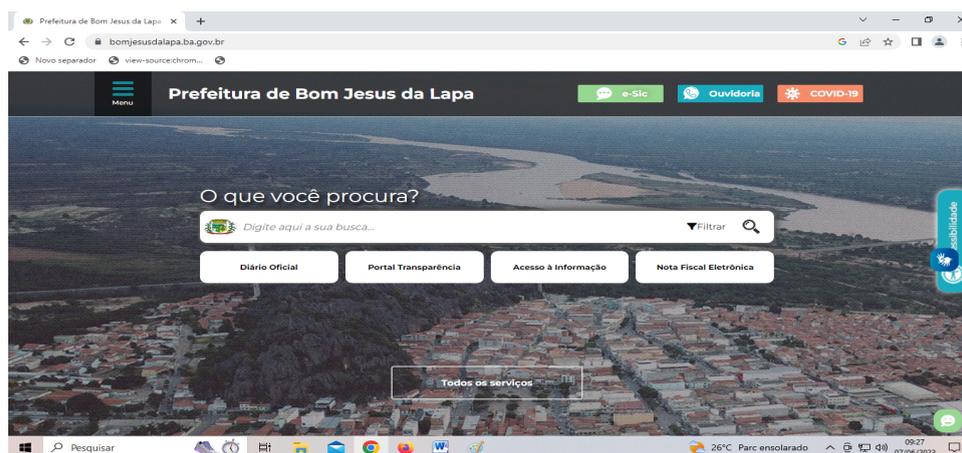
A Assessoria de Comunicação (ASCOM) da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa (PMBJL) está vinculada à Secretaria de Governo e Planejamento. Foi oficializada em 2013, na gestão do prefeito senhor Eures Ribeiro Pereira. É composta por 05 (cinco) pessoas que se dedicam a cuidar da comunicação governamental com seus diversos públicos, principalmente através dos seus canais digitais. Essa questão é apontada por Sodré (2021) ao afirmar que há um elo entre o crescimento das cidades com o aumento das transforma es tecnológicas e estes elementos são consequência da industrializa o e globaliza o da sociedade. Essa questão apontada por Sodré (2021) pode ser confirmada pelas palavras do Assessor de Comunica o do município ao afirmar que: “até pelo meio também, imagino eu,

que pela evolução da comunicação através de redes sociais, foi se fazendo necessário e hoje é oficializado”.

Um dos canais de comunicação é a página oficial da Prefeitura na internet: o conteúdo disponível na página é essencialmente relacionado a elementos ligados ao Diário Oficial do Município e ao cumprimento da Lei da Transparência (LC 131/2009). Ao clicar na aba *menu*, o usuário é direcionado para a parte inferior da página que possui os seguintes links: Diário Oficial, Portal da Transparência, Acesso à Informação, Nota Fiscal Eletrônica, E-sic, Ouvidoria e COVID-19. Além disso, um link denominado de Conteúdo Institucional, com informações sobre a cidade e fotos, vídeos e notícias relacionadas ao município. Na data de acesso à página, dia 07 de junho de 2023, verificou-se que a página se encontra desatualizada visto que os vídeos, fotos e notícias datavam do ano de 2022, bem com as notícias do município.

Segundo o Assessor de Comunicação esse fato se dá, pois, a página da Prefeitura na internet é para cumprimento da Lei da Transparência (LC 131/2009) e que não é o principal canal de comunicação da Prefeitura. O site é acessado, principalmente por empresas que buscam a nota fiscal eletrônica e por conta do acesso ao Diário Oficial do Município. Assim, percebe-se a predominância de um discurso informativo / institucional. Sendo assim, a página é um portal de informação do cidadão.

Figura 111 - Print Screen da página da web da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa



Fonte: Disponível em <https://www.bomjesusdalapa.ba.gov.br/> (2023).

O foco do trabalho da ASCOM concentra-se principalmente nas seguintes redes sociais: Facebook, Youtube e Instagram. Em relação ao Facebook (https://www.facebook.com/PMBJLapa/?locale=pt_BR), a página possui 31 mil seguidores.

As postagens estão relacionadas a datas comemorativas e reforçam o slogan da administração atual “a Capital da Fé” em alusão à marca “Capital baiana da fé”. Ademais, postagens de ações desenvolvidas pelas diversas secretarias do município. Este ano, o município comemora 100 anos de emancipação política, porém, não há postagens sobre tal fato.

Essa ausência, até então, de material sobre o centenário do município possui explicação. De acordo com a ASCOM: “teremos uma programação, sim. Já tá planejando essa programação pra esse centenário, né, dia 31 de agosto. Só que durante o ano, a partir do mês de abril, nós vamos começar com várias atividades esportivas, culturais e a romaria, a importância dela, primeiramente foi a importância religiosa”. Então, toda e qualquer atividade que possui post na página do facebook é alusiva ao centenário do município.

Figura 32 - Print Screen da página do Facebook da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa



Fonte: Facebook (2023).

Outro canal de divulgação utilizado pela prefeitura é o Youtube (<https://www.youtube.com/@PrefeituradeBomJesusdaLapa/featured>). O canal possui 1,38 mil inscritos e em sua descrição está: “Canal Oficial da Prefeitura de Bom Jesus da Lapa. Governo: Capital da Fé”. O foco do canal são vídeos de eventos realizados na cidade, como o Lapa Folia e o Lapa Cultura.

Figura 33- Print Screen da página do Youtube da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa



Fonte: Youtube (2023).

Em relação ao Instagram da Prefeitura (@prefeitura_bomjesusdalapa), segue os mesmos parâmetros de publicações do Facebook e Youtube. Possui 4.509 publicações (até o dia 17 de junho de 2023) 35, 4 mil seguidores.

Figura 34 - Print Screen da página do Instagram da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa



Fonte: Instagram (2023).

As publicações de vídeos no Instagram (Reels) estão relacionadas à tradicional Festa de São Pedro no município, além de publicização de obras realizadas pelo governo municipal através de suas diversas secretarias. Na página pode ser visto também material sobre as Romarias de Nossa Senhora da Soledade (realizada em setembro de 2022) e ao Bom Jesus da Lapa (julho e agosto de 2022). Cumpre destacar, que durante os festejos da Festa em louvor a Nossa Senhora da Soledade, dia 15 de setembro, a Prefeitura realiza um grande show católico para os (as) moradores (as). devotos (as). Em 2002, o show aconteceu dia 14 de setembro e teve como atração o Padre cantor Alessandro Campos.

Sobre as mídias tradicionais para divulgação dos eventos e comunicados da Prefeitura, a ASCOM afirma que há uma relação com as rádios além da TV Oeste (afiliada da Rede Bahia / Rede Globo) que faz principalmente o trabalho de divulgação das romarias. Em

relação à televisão, anualmente é produzido o programa Romarias da Lapa. Destaca-se que este pesquisador participou do programa no ano de 2021³⁵ (a partir do minuto 4:29).

A ASCOM da Prefeitura desenvolve um trabalho de parceria tanto com a Morrito Comunicação - que possui a conta da prefeitura - e com o Santuário). Em relação ao Santuário, “é feita de forma bem sincronizada todo ano. Sempre que o Santuário, ele lança campanha de romaria, ele comunica a nós aqui da Prefeitura”, afirmou o assessor de comunicação.

A Assessoria de Comunicação do Santuário é composta por 10 (dez) pessoas com funções definidas (anexo 03). O objetivo da Assessoria está vinculado à “utilização da estética, artes visuais, diagramação e o uso de equipamentos diversos, coordenar as atividades de imagens, textos e áudios com prévio planejamento do setor” (ASCOM SANTUÁRIO, 2023). Ademais, Gerenciar a WEB TV Bom Jesus;

- Administrar e fomentar os canais de comunicação do Santuário na rede;
- Ser a assessoria de comunicação do Santuário e da reitoria;
- Desenvolver material de divulgação do Santuário para os diversos canais de comunicação;
- Dialogar e buscar entrar em outros canais católicos, laicos, fechados e abertos;
- Ampliar nossa rede;
- Planejar para aumentar nossos seguidores e inscritos;
- Atualizar nossos equipamentos de transmissões;
- Planejar eventos, acontecimentos e celebrações extraordinárias no Santuário de grande apelo;

(ASCOM SANTUÁRIO, 2023).

A ASCOM do Santuário gerencia tanto a Rádio Bom Jesus FM³⁶ bem como as redes sociais: Youtube (TV Bom Jesus), Instagram, Facebook e site Oficial do Santuário. Cumpre destacar que, foi na década de 1980 que o bordão: “Capital baiana da fé”, criação de um de seus primeiros radialistas, o senhor Edmundo Gouveia³⁷. Esse bordão hoje é reconhecido

³⁵ Disponível em: <https://redeglobo.globo.com/redebahia/noticia/assista-ao-especial-romarias-da-lapa-de-119.ghtml>. Acesso em 16 de jun. de 2023.

³⁶ Rádio Bom Jesus FM. Disponível em: <https://rbjfm.com.br/#fwdurpPlayer0?trackid=0>. Acesso em 11 de jul. de 2023.

³⁷ José Evandro de Oliveira Brandão, também conhecido como Evandro Brandão (Paratinga, 25/04/1938 - Riacho de Santana, 14/08/1994) foi um poeta, jornalista, compositor e militante brasileiro. Ainda estudante, atuou como jornalista e um dos fundadores do jornal O Iboatinga que tinha a intenção de promover mudanças políticas e sociais na cidade de Paratinga e em Ibotirama. Foi um dos fundadores da Frente Nacionalista Paratinguense, um movimento nacionalista de esquerda. Na mesma época, Evandro também escreveu matérias para O Semanário (o maior veículo jornalístico de inclinação nacionalista - sediado na cidade do Rio de Janeiro, o jornal foi distribuído em todo o país e esteve ativo entre os anos de 1956 e 1964). Mudou-se para Belo Horizonte durante a década de 1960 e cursou Direito na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), mas não chegou a concluir

nacionalmente, e representa de forma singular a marca da cidade. Ademais, a equipe de comunicação administra as redes sociais do Santuário, com a produção de notícias, posts, vídeos, transmissões ao vivo e fotos do dia a dia do Santuário.

O site oficial do Santuário apresenta informações históricas sobre o local, bem como informações sobre os principais eventos promovidos pelos Padres Redentoristas (que administram o local). A ASCOM do Santuário mantém o site atualizado com notícias relevantes, principalmente durante as Romarias em devoção ao Bom Jesus da Lapa.

Figura 35 - Print Screen da página da web do Santuário do Bom Jesus da Lapa



Fonte: Disponível em: <https://santuariodobomjesusdalapa.com/> (2023).

Seguindo a mesma premissa de informações do site oficial, a página do Facebook do Santuário do Bom Jesus da Lapa apresenta postagens relacionadas ao cotidiano do Santuário, principalmente, com fotos dos eventos promovidos ao longo do ano, em especial às Romarias ao Bom Jesus da Lapa e a Nossa Senhora da Soledade.

o curso, pois foi perseguido pelo Regime Militar e chegou a quase ser preso em 1962, em Minas, acusado de pichar muros na Cidade Industrial, bairro da cidade de Contagem, símbolos em homenagem ao aniversário do Partido Comunista Brasileiro. Para evitar mais perseguições políticas, refugiou-se em Paratinga. Na cidade vizinha, Bom Jesus da Lapa, trabalhou como radialista - um dos primeiros radialistas da Rádio Bom Jesus - e, em sua cidade natal, atuou politicamente. Paralelamente às suas atuações como militante, escreveu poemas. Sua obra de maior sucesso, "*Acalanto*", é um dos registros mais notáveis sobre Paratinga. Morreu em 1994 em Riacho de Santana - Bahia, vítima de um infarto fulminante, durante um discurso num palanque. O Colégio Estadual Evandro Brandão, em 2000, foi nomeado em sua homenagem. Fonte: Acervo da Família Brandão (2023).

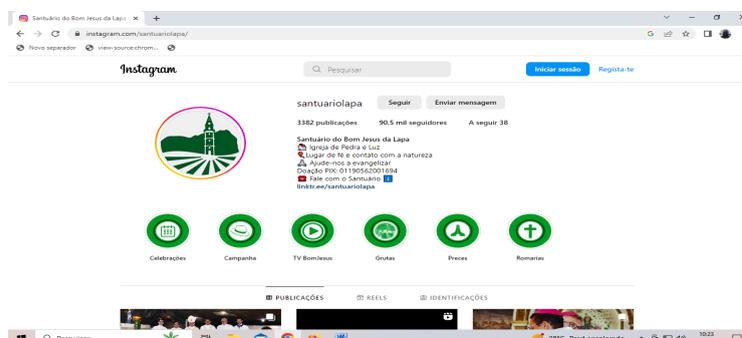
Figura 36 - Print Screen da página do Facebook do Santuário do Bom Jesus da Lapa



Fonte: Facebook (2023).

O Instagram, bem como as outras redes sociais do Santuário, possui uma interação, por assim dizer, mais direta com os usuários que seguem a página oficial desta rede social. Além das postagens dos principais eventos (como acontece no Facebook), diariamente a equipe da ASCOM do Santuário divulga *stories* (fotos e vídeos curtos) de algumas celebrações de missa que acontecem diariamente no Santuário.

Figura 37 - Print Screen da página do Instagram do Santuário do Bom Jesus da Lapa



Fonte: Instagram (2023).

Segundo a ASCOM do Santuário, a TV Bom Jesus (canal oficial do Santuário no Youtube) possui mais de 150 mil seguidores (julho de 2023) e no canal além de acervo de vídeos e reportagens relacionados ao cotidiano do Santuário, em períodos de Romarias há transmissão das principais celebrações. Cumpre destacar, que a TV Bom Jesus possui parceria com a TV Aparecida e TV Pai Eterno para divulgação das ações desenvolvidas pelo santuário, com destaque às Romarias ao Bom Jesus da Lapa e a Nossa Senhora da Soledade.

Figura 38 - Print Screen da página do Youtube do Santuário do Bom Jesus da Lapa



Fonte: Youtube (2023).

Com a chegada do Padre William dos Santos Betonio, em 2020, ao Santuário do Bom Jesus da Lapa, primeiro assumindo a Direção da Web TV Bom Jesus e a ASCOM do Santuário. Em 2021, assume também a Direção da Rádio Bom Jesus FM, para unificação dos trabalhos de comunicação em Bom Jesus da Lapa. Sua formação em Publicidade e Propaganda e experiência na Rádio e TV Aparecida foram essenciais para marcar um novo olhar do Santuário acerca de sua comunicação. Para oficializar essa mudança, foi criada uma nova marca que traduz toda simbologia em torno do Santuário do Bom Jesus da Lapa, como pode ser vista na imagem 54.

Figura39 - Marca Oficial do Santuário do Bom Jesus da Lapa



Fonte: ASCOM Santuário (2023).

A marca trabalha com o verde e o branco (cores que estão presentes no chapéu de cada romeiro devoto do Bom Jesus da Lapa). Além disso, o verde representa a natureza, visto que o Santuário é presente de Deus, conforme relato de romeiros e moradores. A marca também traz o Rio São Francisco (o Santuário está localizado em suas margens) e a Torre (que fica em

frente ao Santuário). Essa marca hoje está presente em todas as peças e mídias que o Santuário possui.

Outra questão é que, desde o início de 2023, a Rádio Bom Jesus FM também funciona como Agência de Publicidade atendendo não apenas o Santuário como também outros clientes. A concepção de criação da campanha para a Romaria do Bom Jesus da Lapa 2023 foi concepção da equipe de comunicação do Santuário, apresentada à comunidade na primeira semana de maio de 2023.

Figura 40 - Cartaz Oficial da Romaria do Bom Jesus da Lapa 2023



Fonte: ASCOM Santuário (2023).

O tema "Bom Jesus, o Pão da Vida: Vocação e Fraternidade" e o lema "Perseverar na Comunhão, no Repartir o Pão e na Comunhão" foram inspirados na Campanha da Fraternidade 2023 e no 3º Ano Vocacional do Brasil. Além disso, apresenta os principais Eventos e Romarias de 2023, a saber:

Tabela 7 - Principais Eventos e Romarias de 2023

Data	Evento / Romarias
19 e 20 de maio	4ª Romaria da Mãe Rainha
21 a 28 de maio	Setenário e Festa do Divino Espírito Santo
08 de junho	Solenidade de Corpus Christi
10 a 13 de junho	Tríduo e Festa de Santo Antônio
16 e 17 de junho	7ª Romaria Quilombola
07 a 09 de junho	46ª Romaria da Terra e das Águas
28/07 a 06 de agosto	Novenário e Festa do Bom Jesus da Lapa
19 de agosto	21ª Romaria da Pastoral da Criança
25 a 27 de agosto	2ª Romaria do Apostolado da Oração
08 a 15 de setembro	Setenário e Festa de Nossa Senhora da Soledade

09 a 12 de outubro	Tríduo e Festa de Nossa Senhora Aparecida
13 a 16 de outubro	Tríduo e Festa de São Geraldo
20 e 21 de outubro	27ª Romaria da Legião de Maria
28 de outubro	Romaria da Catequese
29/11 a 08 de dezembro	Novena e Festa de Nossa Senhora da Conceição
10 a 13 de dezembro	Tríduo e Festa de Santa Luzia
15 a 23 de dezembro	Novena de Natal

Fonte: ASCOM Santuário (2023).

A tabela 8 evidencia os principais eventos e romarias desenvolvidas pelo Santuário do Bom Jesus da Lapa. Os eventos se iniciam em maio e se estendem até dezembro, o que faz com que haja romeiros e turistas durante todo o ano. Além disso, em maio de 2023, foi realizada a Romaria do Terço dos Homens, além dos eventos relacionados à Quaresma e Semana Santa e a festa do Bom Jesus dos Navegantes (em janeiro).

Em relação à Morrito Comunicação, agência que gerencia a verba de publicidade da PMBJL, ela atua desde 2011 com sede em Bom Jesus da Lapa e filial na cidade de Barreiras - Bahia. Além da Prefeitura, possui outros clientes que possuem marcas de amplamente conhecidas no Oeste da Bahia. A agência além de sua página na internet possui Facebook, Instagram e Youtube. De acordo com um de seus sócios, o Instagram é a rede que mais possui material que divulga a empresa.

Figura 41 - Print Screen da página da web da Morrito Comunicação



Fonte: Disponível em: <https://morrito.com.br/> (2023).

O Facebook da empresa (<https://www.facebook.com/morritocomunicacao/>) apresenta informações básicas da organização (endereço e telefone) além de materiais que a empresa já produziu (seu portfólio) bem como fotos de alguns eventos que seus sócios e funcionários (as) participaram.

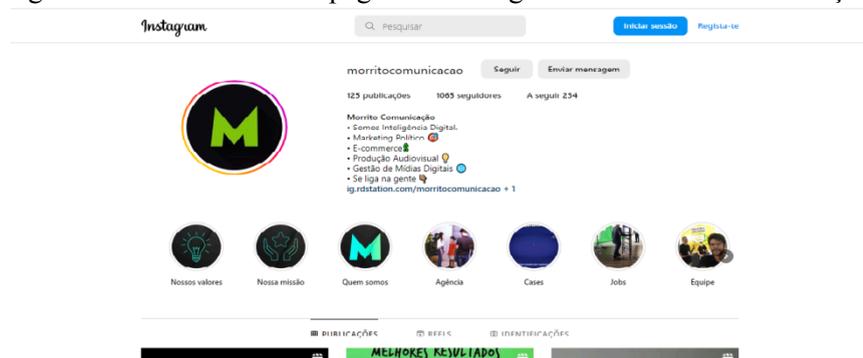
Figura 42 - Print Screen da página do Facebook da Morrito Comunicação



Fonte: Facebook (2023).

Em relação ao Instagram (@morritocomunicacao), há conteúdo similar ao apresentado no Facebook da empresa. Porém, como um de seus sócios afirmou, por conta da facilidade de interação desta rede social, ela possui mais conteúdo do que as demais redes da empresa.

Figura 17 - Print Screen da página do Instagram da Morrito Comunicação



Fonte: Instagram (2023).

No Youtube, assim como nas demais redes sociais, o material postado é similar com destaque ao material audiovisual desenvolvido pela empresa.

Figura 18- Print Screen da página do Youtube da Morrito Comunicação



Fonte: Youtube (2023).

A agência foi quem criou e produziu, em conjunto com a ASCOM da Prefeitura, a marca da atual gestão: “Capital da fé”³⁸, em alusão direta ao bordão criado na década de 1980: “Capital baiana da fé”. Além disso, as peças da campanha “Nova Lapa” que publicizou as obras de reforma no entorno do Santuário.

Além disso, a Agência criou a marca em comemoração ao centenário de emancipação política do município.

Figura 45- Logomarca comemorativa - Bom Jesus da Lapa 100 anos



Fonte: Morrito Comunicação (2023).

Em relação à construção da logomarca do “Centenário de Bom Jesus da Lapa”, um dos sócios proprietários define que ela destaca a história de resiliência e o desenvolvimento contínuo que a cidade alcançou ao longo do tempo. O ícone principal da marca é a icônica Torre de Pedra de Bom Jesus da Lapa, um símbolo duradouro que representa a força e a resistência da cidade. A sua presença na marca é uma representação visual da garra da cidade e sua capacidade de superar desafios ao longo dos anos.

A comunicação entre a Prefeitura e o Santuário de Bom Jesus da Lapa é fundamental para a coordenação de esforços e a promoção da cidade e de suas atividades religiosas. Ela se dá por meio de várias estratégias e canais, visando à coordenação de ações, promoção da

³⁸ Logomarca da gestão municipal de Bom Jesus a Lapa (2020 2024) Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=m9_YFiy8dV0. Acesso em 11 de jul. de 2023.

cidade e dos eventos religiosos, além de garantir a prestação de informações relevantes a quem visita a cidade (seja romeiro e/ou turista).

O Santuário é um importante local de peregrinação religiosa. E a Prefeitura colabora na divulgação de eventos religiosos, como Romarias e Festas, por meio de canais oficiais de comunicação, mídias sociais e sites. Em virtude disso, a marca da atual gestão é alusiva à vocação religiosa da cidade bem como os elementos que constituem a logomarca que comemora o centenário de emancipação política do município.

Em resumo, a comunicação entre a Prefeitura e o Santuário de Bom Jesus da Lapa é essencial para a coordenação de esforços, a promoção do turismo religioso e a melhoria da qualidade de vida da população local. A colaboração entre essas duas entidades contribui para uma experiência enriquecedora tanto para os visitantes (romeiros e/ou turistas) quanto para os (as) moradores (as) da cidade. É importante destacar que a comunicação eficaz entre a Prefeitura e o Santuário de Bom Jesus da Lapa visa a otimização de esforços e o fortalecimento da imagem da cidade como destino religioso e turístico.

No capítulo a seguir, serão apresentadas questões conceituais sobre Cultura e Turismo (e sua faceta para o Turismo Religioso). Além disso, uma caminhada pelas ruas do Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa, pensado como um "flâneur" proposto por Benjamin (1994) com indagações a partir das leituras realizadas de Geertz (1989), Lefebvre (2001), Harvey (2014), Sodré (2017) e Santos (2020).

4. CULTURA, TURISMO E TURISMO RELIGIOSO

*“Com fé,
ao Bom Jesus me apeguei
pra Lapa eu vou todo ano
para o ano vão vocês”*

(Trecho do jingle da Romaria de Bom Jesus da Lapa para o ano de 2022)

Neste capítulo, serão discutidos os conceitos de cultura, turismo e sua vertente para a religião. Nesta perspectiva, os eixos se entrelaçam e formam um corpus teórico para a tese bem como o debate sobre direito à cidade a partir de Henri Lefebvre e David Harvey. Ademais, indagado pelas leituras de Milton Santos, em especial ao seu texto “Por uma outra globalização” (2020) este capítulo debaterá esse tema e sua interrelação com debates contemporâneos sobre Turismo x Turismo Religioso (quais os impactos nessas cidades mercadorias?), a partir das reflexões apontadas por Bessa e Álvares (2014) que apontam que a construção do turismo possui uma linguagem foucaultiana (pós-estruturalismo). Por fim, um passeio pelas ruas do Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa, com a alma de "flâneur" proposto por Benjamin (1994) e as perspectivas de Geertz (1989) e Sodré (2017), explorando as nuances culturais e sociais nas observações urbanas e na interpretação da cultura.

4.1 CULTURA (UM CONCEITO POLISSÊMICO)

O debate acerca do conceito de cultura tem permeado a obra de diversos autores desde tempos remotos. Neste sentido, não há um conceito de cultura e sim conceitos, reiterando a polissemia que o termo possui. Eagleton (2003, p. 11-12) defende essa ideia ao afirmar que “cultura é um conceito que deriva da natureza. Um dos seus significados originários é lavoura, ocupação com crescimento natural [...] “a raiz latim da palavra cultura é colere, que

pode significar tudo, desde cultivar e habitar te prestar culto e proteger”. Eagleton (2003) desenvolve um ensaio literário acerca do conceito de cultura. O termo é considerado um termo complexo e seu sentido etimológico está relacionado à natureza. Portanto, um dos primeiros conceitos de cultura está ligado a lavoura.

Eagleton (2003) discorre sobre vários conceitos de cultura por diversos estudiosos, como pode ser visto na tabela 8 (oito).

Tabela 8 - Conceitos de Cultura

Autor (a)	Conceito
Matthew Arnold	Cultura enquanto perfeição, doçura e luz, o que de melhor foi pensado e dito, vendo o objeto como ele é de fato e por aí afora, é embaraçosamente impreciso, mas se a cultura significar apenas o modo de vida dos fisioterapeutas turcos parece desconfortavelmente preciso; a cultura, já não é, uma crítica da vida, mas a crítica de uma forma de vida dominante ou majoritária exercida por uma outra que é periférica; para a Cultura, a cultura é obscuramente sectária, enquanto para a cultura, a Cultura é fraudulamente desinteressada; para a cultura, a Cultura é demasiado etérea, e para esta, aquela é demasiado terrestre.
Margareth Archer	O conceito de cultura sofreu o mais fraco desenvolvimento analítico de qualquer conceito fundamental em sociologia e tem desempenhado um papel fundamental em sociologia no âmbito da teoria sociológica.
Edward Sapir	Cultura define-se em termos de formas de comportamento, e o conteúdo da cultura é feito dessas formas, das quais há inúmeros explosivos.
Raymond Williams	O âmbito da cultura é proporcional à área de uma língua, e não à área de uma classe; processo significativo do qual uma ordem social é comunicada, reproduzida, experimentada e explorada; cultura é um elemento constitutivo de outros processos sociais, não o seu simples reflexo e representação.
E. B. Tylor	Cultura inclui o conhecimento, a crença, a arte, a moral, a lei, o costume e quaisquer outras capacidades e hábitos adquiridos pelo homem enquanto membro da sociedade.
Stuart Hall	Cultura como práticas vitais ou ideologias práticas que permitem a uma sociedade, a um grupo, ou a uma classe, experimentar, definir, interpretar e entender as suas condições de existência.
John Frow	Toda a gama de práticas e representações através das quais a realidade (ou realidades) de um grupo social são construídas e mantidas.

George Hartman	Uma noção local e bastante limitada de cultura começou a proliferar universalmente. Neste sentido, temos a cultura da fotografia, a cultura das armas, a cultura dos serviços, a cultura de museu, a cultura dos surdos, a cultura do futebol...a cultura da dependência, a cultura da dor, a cultura da amnésia, etc.
Francis Mulhern	OS estudos culturais atuais não deixam espaço para a política para além da prática cultural, ou para solidariedades políticas para além das especificidades da diferença cultural.

Fonte: Elaboração própria (2023) a partir de Eagleton (2003).

Os conceitos apresentados na tabela 08 (oito) apontam para uma relação do conceito de cultura associado à modo de vida; a ideia de cultura está ligada ao conceito de tradições bem como relacionada à sabedoria. Verifica-se um esforço no sentido de ligar variados significados de cultura que estão gradualmente a afastar-se: cultura (na acepção das artes) define uma qualidade de vida sofisticada (cultura enquanto civilidade) que compete à mudança política concretizar na cultura (na acepção de vida social) como um todo. Outrossim, “a cultura pode ser resumida como o complexo de valores, costumes, crenças e práticas que constituem a forma de vida de um grupo específico” (EAGLETON, 2003, p. 52) ou então “[...] é o conhecimento implícito do mundo pelo qual as pessoas estabelecem formas adequadas de agir em contextos específicos” (EAGLETON, 2003, p. 53).

Numa perspectiva semiótica do conceito de cultura, como afirma Eagleton (2003), Geertz (1989) disserta que a evolução do conceito está relacionada à evolução do ser humano. Com a evolução natural, o ser humano chegou ao seu corpo que possui na contemporaneidade e, assim, passou a produzir e transmitir cultura. Para Geertz (1989) a humanidade é muito variada em sua essência e expressão e um ser humano pode ser um enigma completo para outro ser humano. Ademais, quando o homem buscou adequar-se ao ambiente que vive para sobreviver, a cultura (modo de vida) foi preponderante para o seu desenvolvimento. O ser humano é um animal preso a uma teia que possui diferentes significados construída por ele mesmo; sendo assim, a cultura é uma ciência que busca a interpretação de significados dessa teia. Para além dessa questão, a cultura é composta por estruturas psicológicas, por meio das quais os indivíduos ou grupos, guiam seu comportamento, sendo:

[...] a cultura que é mais bem vista não como complexos de padrões concretos de comportamento-costumes, usos, tradições, feixes de hábitos, com tem sido agora, mas como um conjunto de mecanismos de controle-planos receitas, regras, instruções (o que os engenheiros de computação chamam” (“ programas”) (GEERTZ, 1989, p. 56.)

A cultura, assim, é um mecanismo de controle do comportamento do ser humano. A cultura possui relação direta com o comportamento humano. Além disto, a cultura está relacionada com padrões culturais (sejam eles, religiosos, estéticos, científicos e ideológicos) são considerados de programas: “fornecem um gabarito ou diagrama para a organização dos processos sociais e psicológicos” (GEERTZ, 1989, p. 122). Para Geertz (1989) não há natureza humana sem cultura. A cultura é essencial para a atividade cerebral do ser humano. Sem ela, “um ser humano [...] uma monstruosidade totalmente sem mente e, em consequência, sem possibilidade de ser trabalhada” (GEERTZ, 1989, p. 51). A cultura é de suma importância para o desenvolvimento e sobrevivência do ser humano. Para Geertz (1989), a cultura é vista como um conjunto de significados que são transmitidos historicamente: são incorporados por meio de símbolos que se materializam em comportamentos.

Ao tratar da relação de cultura com religião, Geertz (1989) imprime à religião um sistema cultural: esse enfoque envolve a percepção de como se vê a coisa; em outras palavras, uma maneira particular de ver o mundo.

uma religião é: (1) um sistema de símbolos que atua para (2) estabelecer poderosas, penetrantes e duradouras disposições e motivações nos homens através da (3) formulação de conceitos de uma ordem de existência geral e (4) vestindo essas concepções com tal aura de fatalidade que (5) as disposições e motivações parecem singularmente realistas (GEERTZ, 1989, p. 67)

A religião projeta as ações dos seres humanos a uma ordem cósmica além de projetar imagens desta ordem cósmica no plano da experiência humana, o que ocorre no cotidiano de cada povo. “O estudo antropológico da religião é, portanto, uma operação em dois estágios: no primeiro, uma análise do sistema de significados incorporado nos símbolos que formam a religião propriamente dita e, no segundo, o relacionamento desses sistemas aos processos sócio-estruturais e psicológicos” (GEERTZ, 1989, p. 91).

A noção de cultura densa de Geertz (1989) está relacionada às Romarias ao Santuário do Bom Jesus da Lapa de maneira interessante. O autor defende que a cultura é um sistema complexo de significados, onde os símbolos e práticas têm profundas camadas de interpretação que precisam ser analisadas cuidadosamente para entender o contexto cultural mais amplo. As romarias ao Santuário envolvem uma série de símbolos, rituais e práticas que são carregados de significados culturais e religiosos. Através da abordagem de cultura densa de Geertz (1989), é possível analisar cada um desses elementos individualmente e compreender as múltiplas camadas de interpretação que estão associadas a eles. Por exemplo,

as velas acesas, as procissões e os gestos de devoção podem ser explorados em profundidade para entender como eles são interpretados e o que representam para os peregrinos.

Da mesma maneira, a cultura densa considera o contexto cultural e social em que os símbolos e práticas estão inseridos. No caso das romarias, é importante entender as tradições religiosas afro-brasileiras, indígenas e católicas que se entrelaçam na experiência da peregrinação. Além disso, é necessário considerar o contexto socioeconômico dos romeiros, as motivações individuais para a peregrinação e como isso reflete a estrutura social mais ampla.

Similarmente, a cultura densa reconhece que um mesmo símbolo pode ter significados diferentes para diferentes pessoas, e essas interpretações podem ser influenciadas por variáveis culturais e pessoais. Nas romarias, os significados partilhados entre os romeiros podem variar de acordo com suas experiências de vida, crenças religiosas e identidades culturais. A análise da cultura densa também exige a contextualização histórica das práticas culturais. No caso das romarias, é importante entender a evolução dessas tradições ao longo do tempo, como as influências culturais se fundiram e como as mudanças históricas podem ter moldado a forma como a peregrinação é realizada e interpretada.

Portanto, ao aplicar a abordagem de cultura densa de Geertz (1989) às Romarias ao Santuário do Bom Jesus da Lapa, é possível desvelar as profundas camadas de significado, compreender as motivações dos romeiros e revelar as complexas interações entre religião, cultura, história e sociedade que tornam essa prática tão significativa e enriquecedora para os envolvidos.

A partir de um pensamento pós-estruturalista³⁹, Bauman (2012) traz a cultura como autoconsciência da sociedade moderna e assim, a culturalização da natureza, ou seja, no século XX, “[...] a “cultura” não precisava mais mascarar sua própria fragilidade humana e desculpar-se pela contingência de suas escolhas” (BAUMAN, 2012, p.9). É dado que o conceito de cultura foi cunhado para distinguir e colocar em foco uma área crescente da condição humana que não podia ser plenamente determinada sem a mediação das escolhas humanas: uma área que, por essa razão, abriu espaço para a liberdade e a autoafirmação. Com isso, se adentra à temática relacionada à ideia de ambiguidade da cultura, onde ela obtém múltiplos significados e ramificações de seus conceitos.

³⁹ Pós-estruturalismo é o nome para um movimento na filosofia que começou na década de 1960. Ele permanece sendo uma influência não apenas na filosofia, mas também num leque mais amplo de campos temáticos, incluindo literatura, política, arte, críticas culturais, história e sociologia. Essa influência é controversa porque o pós-estruturalismo é visto como uma posição divergente, por exemplo, das ciências e dos valores morais estabelecidos. Fonte: WILLIAMS, J. **Pós-estruturalismo**. Petrópolis, Vozes, 2012.

Bauman (2012) sintetiza o confronto entre a concepção de cultura como privilégio da elite e seu entendimento como modo de diferenciação nas comunidades baseadas em fronteiras temporais e geográficas. Existe uma forma natural do homem se comportar. A cultura é algo herdado ou adquirido e define as características do ser humano. Ademais, o modo ideal de cultura estaria presente no indivíduo moralmente bom, belo e mais próximo da verdade da natureza. Destaca-se que: “uma pessoa que tem cultura é o antônimo de alguém inculto” (BAUMAN, 2012, p. 90). Senso assim, Bauman (2012) assevera que o conceito de cultura possui um teor hierárquico. Outrossim, “[...] herdada ou adquirida, a cultura é parte separável do ser humano, é uma propriedade de tipo muito peculiar, sem dúvida alguma [...] BAUMAN, 2012, p. 90). Não existe, porém, critério objetivo para a avaliação comparativa das culturas.

Sobre o conceito diferencial de cultura, Bauman (2012) aponta que a cultura é responsável pelos diferentes destinos dos povos; a ideia do sobrenatural (providência divina) interferindo na formação cultural é descartada; questões de raça, ambientais e econômicas são responsáveis por tal processo. Cultura é uma característica universal dos seres humanos. Os seres humanos evoluem a partir do processo de vida, não como pessoas, mas como seres epistêmicos, produtores de epistemes. Portanto, “a estrutura buscada pela compreensão estruturalista da cultura é o conjunto de regras geradoras, historicamente selecionadas pela espécie humana, que governam a um só tempo a atividade mental e prática do indivíduo humano visto como ser epistêmico [...]” (BAUMAN, 2012, p. 108).

Bauman (2013) trouxe novas reflexões sobre o conceito. Para o autor, “o conceito original, a cultura seria um agente de mudança do status quo, e não de sua preservação” (BAUMAN, 2013, p. 07). Nesse sentido, a cultura seria uma forma de aproximação do povo das elites, através da reeducação das massas, a partir da redefinição de seus costumes. Há uma associação direta entre a cultura e a ideia de trazer conhecimento para o povo, para livrá-lo da obscuridade e da superstição.

Para Bauman (2013) a cultura compreende um acordo entre quem possui conhecimento e quem não tinha. Essa ideia, de concepção iluminista, deu à cultura, a perspectiva de ser algo fundamental para a construção de uma nação, sem haver classes, para que a população viva num ambiente pacífico. Aqui, a cultura, de elemento que estimula o ser humano passa a ser uma espécie de tranquilizante, evitando que haja rebeliões, ou pensamento contrário ao que estava posto.

Ao tratar a modernidade líquida, Bauman (2013) coloca a cultura como elemento que estimula o consumo e é rapidamente descartada. Sempre haverá algo novo a ser consumido;

“[...] a cultura agora está engajada em fixar tentações e estabelecer estímulos, em atrair e seduzir [...] (BAUMAN, 2013, p. 08). Essa ânsia pelo consumo desenfreado causa um sinal de pertencimento ao que se chama de elite cultural: se eu consumo pertença; caso contrário, não.

Essa modernidade líquida afeta diretamente a identidade do ser humano. Sobre identidade, Hall (2006) assevera que as culturas nacionais como fator primordial para identidades culturais. Ademais, como a identidade moderna está cada vez mais volátil, em consonância com os escritos de Bauman (2013), por conta, principalmente, do processo de globalização e sua influência na configuração de identidades na modernidade.

Sendo assim, a identidade pode ser pensada a partir da reflexão de Hall (2006, p. 13) ao afirmar que:

o sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um "eu" coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora "narrativa do eu.

A identidade é um processo cultural, construído nos discursos sociais que circulam e permeiam determinada sociedade. Porém, na modernidade, a junção de diversas culturas afeta diretamente a construção dessa identidade pelo ser humano; esse conflito gera, o que Hall (2006) assevera que é um “jogo de identidades” e que sofre influência direta do processo de globalização. Na construção dentro e não fora do discurso, se torna fundamental à compreensão da identidade como produzida em lugares históricos e institucionais específicos, no interior de formações, práticas discursivas, estratégias e iniciativas específicas.

Para Hall (2006), a concepção iluminista, centrada no ser humano, criou-se um ser individualista. Porém, esta individualidade é questionada, ou posta em deslocamento, como o autor prefere denominar, a partir do momento dessa crise gerada pelo efeito das diversas influências que o ser humano está submetido, mais uma vez, graças ao processo de globalização. O sujeito pós-moderno é caracterizado por não ter uma identidade fixa ou permanente.

Na perspectiva de Hall (2006), o conceito de identidade é compreendido como algo fluido, construído em um processo contínuo de interação entre diferentes elementos culturais, sociais e históricos. A identidade não é vista como algo fixo, mas sim como algo que está em

constante transformação, moldada pelas influências do ambiente em que uma pessoa vive e das relações que ela estabelece com outros grupos e indivíduos.

Ao aplicar esse conceito à identidade de ser romeiro, no contexto das Romarias ao Santuário do Bom Jesus da Lapa, podemos entender que a identidade de um romeiro não é estática, mas sim resultado de múltiplas influências e processos. Além disso, Hall (2006) enfatiza o conceito de hibridismo cultural, que sugere que as identidades são frequentemente formadas a partir da interação de diferentes influências culturais. No caso dos romeiros, suas identidades são moldadas pela fusão de várias tradições religiosas, culturas locais, crenças e práticas que convergem nas romarias.

Também discorre a negociação constante da identidade: os romeiros podem encontrar-se em uma posição onde precisam negociar suas identidades, equilibrando as tradições religiosas, valores culturais e identidades pessoais em um contexto de peregrinação. Eles podem se ver em um processo contínuo de escolha e adaptação. Em outras palavras, as pessoas possuem múltiplas identidades que se entrelaçam e se sobrepõem. Um romeiro pode ter uma identidade religiosa, uma identidade cultural, uma identidade regional, entre outras. Todas essas identidades podem ser ativadas de forma diferente durante as romarias, dependendo do contexto e das relações sociais.

Ademais, Hall (2006) assevera que as identidades são frequentemente construídas por meio de narrativas. No caso dos romeiros, eles podem criar narrativas pessoais que dão sentido à sua experiência de peregrinação, conectando-a com suas histórias de vida, crenças e aspirações. Em resumo, na perspectiva de Hall (2006), a identidade de ser romeiro no contexto das romarias ao Santuário do Bom Jesus da Lapa não é uma entidade fixa, mas sim uma construção dinâmica e fluida que emerge das interações culturais, históricas e sociais. A identidade do romeiro é influenciada por uma rede complexa de fatores, incluindo crenças religiosas, experiências pessoais, influências culturais e relações sociais, e é constantemente redefinida e negociada ao longo do tempo.

Numa perspectiva de pensamento brasileiro sobre o termo Cultura, Laraia (1986) afirma que a cultura está relacionada com a natureza do homem (algo inerente a ele); há transição de uma essência humana à racionalidade da cultura (cultura como produto do homem). Os fatores biológicos são determinantes no comportamento do indivíduo e que a diferença genética em nada implica nas determinações culturais do ser humano. O comportamento dos indivíduos depende de endoculturação, em outras palavras, do tipo de “educação”: uma pessoa do sexo masculino age diferente de alguém do sexo feminino não em função de seus hormônios, mas em decorrência de uma educação diferenciada.

Em sua obra, Laraia (1986) desenvolve antecedentes históricos do conceito de cultura. No final do século XVIII, o termo germânico *Kultur* simbolizava aspectos espirituais de uma comunidade, enquanto *Civilization*, de origem francesa, referia-se as realizações materiais de um povo. Edward Tylor, com o intuito de sintetizar tudo o que abrange aquilo que se refere a conhecimento, crença, arte, moral, leis, costumes e toda e qualquer capacidade ou hábitos adquiridos pelo homem em sociedade, a chama de cultura. Apesar de o termo ter sido cunhado por Tylor, muitos outros pensadores já faziam alusão a tal ideia mesmo sem mencionar diretamente o termo Cultura, como exemplo são expostos nomes como: John Locke, Jacques Turgot e Rousseau. Kroeber em 1917 postula a supremacia da cultura em detrimento dos mecanismos biológicos.

Verifica-se, que o conceito de cultura como afirma Serra (2016) foi enriquecido por novas abordagens. As que foram apresentadas sobre a ideia de noção de cultura, e as problemáticas que estão em seu entorno, são articuladas de modo consistente tanto por Laraia (1986), Geertz (1989), Eagleton (2003), Hall (2006), e Bauman (2012, 2013). Há um diálogo instigante entre os textos que se complementam através de posicionamentos, explicações, tensionamentos e reflexões para uma compreensão sobre o que venha ser definido como cultura.

Para este trabalho de pesquisa, o conceito de cultura adotado será o de Geertz (1989) apresentado na sua obra *A Interpretação das Culturas*. Para Geertz (1989) o ser humano está preso a uma teia com múltiplos significados que ele mesmo desenvolveu; a cultura é, portanto, uma ciência interpretativa que busca sentidos. Ela é percebida como padrões de comportamento ditos complexos (como por exemplo, costumes, usos e tradições), bem como, um conjunto de mecanismos de controle (a exemplo de planos, receitas, regras e instruções) para governar o comportamento. Esse mesmo pensamento é dissertado por Sodré (2017) ao tratar a cultura também de maneira interpretativa.

A perspectiva antropológica interpretativa apontada pelo autor também será o referencial para o viés etnográfico quando da pesquisa de campo. A cultura possui um emaranhado de significados que são transmitidos historicamente e, assim, incorporados por meio de símbolos que se concretizam em comportamentos. Ademais, não haveria cultura sem o ser humano, da mesma forma, que sem o ser humano não existiria cultura.

4.2 TURISMO x TURISMO RELIGIOSO: CONCEPÇÃO E PERSPECTIVAS

Não há consenso acerca de uma definição de turismo (PAKMAN, 2004). Há, uma polissemia de conceitos sobre o termo. Carlos (2017, p. 27) assevera que:

o turismo é um dos elementos do processo de reprodução do espaço que expressa um movimento inerente ao processo de acumulação capitalista e envolve a reprodução das relações sociais de produção, aproveitando-se do universo de significados - fictícios ou real - o qual, por sua vez, pontua e funda a história diferencial dos grupos nos lugares.

As observações no conceito de turismo apontadas por Carlos (2017) levam a uma discussão sobre o papel que a atividade turística possui na economia dos lugares. Ademais, os lugares se vendem ao mercado a partir de determinada particularidade, o que pode ser chamar de sua marca lugar. Nessa perspectiva, a concepção adequada de turismo a ser adotada na pós-modernidade deve possuir os preceitos de Bessa e Álvares (2014), que pensam o turismo como dispositivo de governabilidade a partir de três princípios, quais sejam:

- a. É um conjunto heterogêneo, linguístico e não linguístico, que inclui virtualmente qualquer coisa no mesmo título: discursos, instituições, edifícios, leis, medidas de polícia, proposições filosóficas, etc. O dispositivo em si mesmo é a rede que se estabelece entre esses elementos.
- b. O dispositivo tem sempre uma função estratégica concreta e se inscreve sempre numa relação de poder.
- c. Como tal, resulta no cruzamento de relações de poder e de relações de saber.

(BESSA; ÁLVARES, 2014, p. 7-8)

A gênese de construção da estratégia turística na contemporaneidade e sua associação (direta e explícita) com os poderes intercalares constituem dispositivos em redes que se propagam em qualquer parte da Terra, pois, qualquer lugar, em qualquer parte do planeta acaba por adotar as mesmas estratégias, copiando o que julga ser bem sucedido de algum lugar (BESSA; ÁLVARES, 2014). Carlos (2017) argumenta que o turismo é um dos elementos que constitui o processo de reprodução do espaço e evidencia um movimento inerente ao processo de acumulação capitalista. Ele está situado no movimento do processo da reprodução econômica da sociedade além de ser um novo e importante setor da economia.

O turismo, como argumenta Oliveira (2003) é uma reconstrução que é considerada simples e, ao mesmo tempo, complexo ato de visitação de determinado lugar; todo turismo é necessariamente visitação. Há uma relação genérica entre dois polos que interagem: o visitante/turista e o visitado/morador, além de um meio ambiente multívoco, no sentido de pensar o espaço geográfico, modificado para ser considerado como atrativo turístico. “O turismo é um campo afeito a tensões e antinomias. De um lado, é considerado um dos fatores

de aceleração do desenvolvimento moderno e, de outro, da intensificação das redes de relações sociais do planeta, características do novo século” (COROLIANO e outros, 2009, p. 29)

A Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO)⁴⁰, foi fundada em 1970, com sede em Madrid, é uma agência especializada das Nações Unidas (desde 2003) e a principal organização internacional de âmbito turístico e um fórum mundial para o debate das questões da política de turismo. Pakman (2014) desenvolveu estudo acerca de como o conceito de turismo, a partir da atuação da OMT, o que pode ser visto na tabela 9:

Tabela 9 - Evolução do conceito de turismo

Ano	Conceito
1937/38	“A OMT, ao historiar sua própria trajetória, relata que as primeiras ações para estabelecer um leque de definições internacionais sobre o turismo datam de 1937, quando teve lugar uma reunião de especialistas para definir o conceito de turista” (p.8). Definição de turista internacional: “toda pessoa que viaja, por um período de 24 horas ou mais, para um país diferente daquele de sua residência habitual” (p.8)
1963	“Atividade desenvolvida por uma pessoa que visita um país diferente daquele de sua residência habitual, com fins distintos do de exercer uma ocupação remunerada, e por um período de tempo de pelo menos 24 horas”. (p.9)
Anos 70 e 80	“Desenvolvimento dos conceitos estatísticos e do marco para o turismo não acompanharam as mudanças na natureza e importância do turismo no mundo, bem como de seu potencial de crescimento futuro”. (p.9)
Início dos anos 90	“O turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens a e estadias em lugares diferentes de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, tendo em vista lazer, negócios ou outros motivos”. (p.10)
Fim dos anos 90	“O turismo compreende as atividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens a e estadias em lugares diferentes de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, tendo em vista lazer, negócios ou outros motivos não relacionados ao exercício de uma atividade remunerada no lugar visitado”. (p. 13)
Anos 2000	”O turismo é um fenômeno social, cultural e econômico, que envolve o movimento de pessoas para lugares fora de seu local de residência habitua”. “O turismo é um fenômeno social, cultural e econômico, que envolve o movimento de pessoas para lugares fora do seu local de residência habitual, geralmente por prazer”. (p.18)

Fonte: Adaptado de Pakman (2014)

As definições apresentadas por Pakman (2014) apontam, inicialmente, para o turismo como uma atividade de deslocamento de um país para o outro (o que se pode configurar como turismo internacional). Essa perspectiva perdurou até meados dos anos 70 e também com um viés meramente quantitativo para o impacto das atividades turísticas. A partir dos anos 90, a

⁴⁰ Organização Mundial do Turismo (OMT/UNWTO). Disponível em: <https://www.unwto.org/> Acesso em 26 de mai. de 2023.

concepção de turismo modifica-se com a percepção de deslocamento de pessoas com os mais variados fins, mas, com predominância ao prazer que a atividade proporciona. Ademais, a preocupação não apenas com os impactos econômicos da atividade turística, mas também os impactos ambientais vieram à tona após a Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, também conhecida pela sua sigla UNCED-92 (em inglês) ou CNUMAD-92 (em português), e divulgada pela mídia de ECO-92 ou Rio-92 (BORN, 1992).

Na relação de turismo com meio ambiente surge a perspectiva do turismo sustentável. A Organização Mundial do Turismo (2023) conceitua-o como “ecologicamente suportável em longo prazo, economicamente viável, assim como ética e socialmente equitativo para locais e comunidades, exigindo integração com o ambiente natural, cultural e humano”. A temática da sustentabilidade é apontada por Krenak (2019) ao afirmar que é importante que o desenvolvimento seja alinhado com os vínculos ancestrais da humanidade; sem isso, não há humanidade e o viés da sustentabilidade também é tida como falácia. Em se tratando da relação entre turismo e sustentabilidade, Irving (2018) argumenta que é fundamental discutir uma concepção de desenvolvimento turístico com pilares na sustentabilidade, a partir de uma perspectiva ética e cidadã, com visão estratégica de longo prazo. A sustentabilidade é um novo paradigma, uma concepção para além de sua relação com o meio ambiente, pois envolve atividades de cunho econômico, científico e tecnológico e sua relação com o meio ambiente, em escala mundial (CORRÊA e outros, 2009).

O Ministério do Turismo (2007, p. 22) definiu os eixos que definem os princípios básicos para a sustentabilidade no turismo, quais sejam:

Sustentabilidade ambiental: assegura a compatibilidade do desenvolvimento com a manutenção dos processos ecológicos essenciais à diversidade dos recursos.

Sustentabilidade sociocultural: assegura que o desenvolvimento aumente o controle das pessoas sobre suas vidas, preserve a cultura e os valores morais da população e fortaleça a identidade da comunidade. Tem por objetivo construir uma civilização mais igualitária, ou seja, com mais equidade na distribuição de renda e de bens, de modo a reduzir o abismo entre os padrões de vida dos ricos e dos pobres.

Sustentabilidade econômica: assegura que o desenvolvimento seja economicamente eficaz, garanta a equidade na distribuição dos benefícios advindos desse desenvolvimento e gere os recursos de modo que possam suportar as necessidades das gerações futuras.

Sustentabilidade político-institucional: assegura a solidez e continuidade das parcerias e compromissos estabelecidos entre os diversos agentes e agências governamentais dos três níveis de governo e nas três esferas de poder, além daqueles atores situados no âmbito da sociedade civil.

Cumprir destacar, que tais princípios são fundamentais para a existência entre turismo e sustentabilidade. Neste sentido, qualquer atividade turística que prime pela sustentabilidade deve levar em consideração em suas ações a autenticidade cultural, a inclusão social, a conservação do meio ambiente, a qualidade dos serviços e a capacidade de gestão local como condições fundamentais para a viabilidade da atividade turística a longo prazo. “Sustentabilidade significa política e estratégia de desenvolvimento econômico, social e cultural contínuos, sem prejuízos do ambiente (inclusive dos recursos naturais) e do homem” (COROLIANO e outros, 2009, p. 42).

Irving (2018) assevera que deve existir uma cooperação entre academia, gestão pública, movimento social e o setor privado para que o turismo seja qualificado como “sustentável” (grifo da autora). Projetos pautados em justiça social, qualidade ambiental e direito internacional são fundamentais para o delineamento de projetos turísticos com viés sustentável, seguindo os pressupostos de corresponsabilidade, participação social e governança democrática.

A definição (ou redefinição) de novos fatores que trata do que Coroliano e outros (2009) apontam como (in) sustentabilidade em relação a ações do turismo, lavam a reflexão das seguintes questões:

- Um novo paradigma para o desenvolvimento.
- Uma sociedade mais justa e solidária.
- As práticas de consumo.
- Aumento da consciência ecológica, da cidadania e da educação ambiental dos visitantes e visitados.
- A biodiversidade e a diversidade cultural não como recursos produtivos, mas como patrimônio da humanidade.
- As formas compartilhadas de planejar e gerir com base local.
- A formação profissional voltada para o resgate da afetividade e da visão humanística.
- O comportamento ético das operadoras e agências especializadas - comprometidas cada vez mais com a prática turística responsável.
- A construção de sistemas de promoção e marketing turísticos adequados aos ambientes frágeis utilizados para o ecoturismo.
- O apoio às pequenas e micro empresas.
- A proteção/conservação dos recursos naturais/culturais.
- O investimento em pesquisas científicas voltadas ao turismo.

(COROLIANO e outros (2009, p. 46)

As ações propostas por Coroliano e outros (2009) desvelam que a relação de turismo com a sustentabilidade deve ser pensada sob uma ótica multidisciplinar: por mais utópico seja em pensar uma sociedade mais justa e igualitária não se pode pensar em sustentabilidade se há desigualdade no mundo. A divisão de bens perpassa em pensar num mundo mais sustentável. Além disso, a revisão das práticas de consumo do mundo visto que o turismo “foi

transformado em mercadoria barata, invenção da sociedade de consumo” (COROLIANO e outros (2009, p. 33). Assim, repensar a maneira pensamento econômico é pensar em sustentabilidade.

A relação do turismo com a cultura é fator preponderante para que uma atividade turística seja considerada sustentável. O respeito à cultura de determinado lugar é premissa básica para ser sustentável. Essa noção vai de encontro à etimologia da palavra sustentabilidade que significa suportar, conservar em bom estado, manter, resistir, continuar (IRVING, 2018). Ademais, para nortear o debate não apenas nacional, mas internacional sobre a questão da sustentabilidade no turismo, foram desenvolvidas, desde os anos 2000 do século XX, documentos que servem de parâmetro para que nações busquem primar na busca da sustentabilidade no turismo. Esses documentos foram elencados por Irving (2018) e se configura numa matriz-síntese que busca compreender a complexa rede de dispositivos globais relacionados à sustentabilidade no turismo pós-Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento, também conhecida como Rio 92 ou Cúpula da Terra.

Essa conferência, realizada no Rio de Janeiro em 1992, teve um impacto significativo na promoção da sustentabilidade em várias áreas, incluindo o turismo e têm influência direta ou indireta na promoção da sustentabilidade no setor do turismo. Essa abordagem permite identificar as relações, sinergias e potenciais conflitos entre esses dispositivos, ajudando a construir uma visão abrangente das estratégias globais em prol de um turismo mais sustentável.

Dentre os principais dispositivos globais relacionados à sustentabilidade no turismo no pós-Rio 92, destacam-se:

Agenda 21: resultado da Conferência do Rio 92, a Agenda 21 é um plano de ação global para o desenvolvimento sustentável. Ela delinea estratégias para promover a sustentabilidade em diversos setores, incluindo o turismo, com ênfase na gestão responsável dos recursos naturais e culturais.

Declaração de Quebec sobre Turismo Sustentável: lançada em 2002, essa declaração reconhece a importância do turismo sustentável como ferramenta de desenvolvimento econômico, social e cultural, ao mesmo tempo em que destaca a necessidade de mitigar os impactos negativos.

Código Global de Ética do Turismo: Estabelecido pela Organização Mundial do Turismo (OMT), busca promover um turismo responsável e sustentável, abordando questões éticas, sociais e culturais, além de incentivar a conservação do meio ambiente.

Metas de Desenvolvimento Sustentável (ODS): adotadas em 2015, essas metas, estabelecidas pela ONU, incluem o objetivo 08 sobre crescimento econômico sustentável e emprego decente, que está diretamente relacionado ao turismo como setor econômico e às suas implicações socioambientais.

Convenção sobre a Proteção do Patrimônio Mundial Cultural e Natural: Gerida pela UNESCO, visa a preservação de locais de importância cultural e

natural, muitos dos quais são destinos turísticos. Essa convenção tem um impacto direto na gestão sustentável de destinos turísticos.

Acordos Regionais e Iniciativas Locais: além dos dispositivos globais, muitas regiões e comunidades têm desenvolvido acordos e iniciativas próprias para promover o turismo sustentável. Esses esforços regionais e locais contribuem para uma abordagem mais contextualizada da sustentabilidade no turismo.

Fonte: Irving (2018, p.38-39).

Os documentos listados por Irving (2018) foram e são imprescindíveis para que países desenvolvam suas ações de turismo norteadas pela sustentabilidade e oferecem uma estrutura valiosa para mapear e entender a interconexão dos dispositivos globais relacionados à sustentabilidade no turismo após o Rio 92. Essa abordagem ajuda a identificar como esses dispositivos se complementam e se influenciam mutuamente, contribuindo para a busca de um turismo mais consciente e responsável.

Ao levar em consideração as ações de turismo praticadas em Bom Jesus da Lapa, vale destacar que o Morro da Lapa (O Santuário) é considerado Área de Proteção Permanente (APP) que com as funções ambientais de preservar os recursos hídricos, a paisagem, a estabilidade geológica, a biodiversidade e o fluxo gênico de fauna e flora, proteger o solo e assegurar o bem-estar das populações humanas⁴¹.

Além da Lei Federal, o município criou a Lei nº 331, de 29 de maio de 2009, que estabeleceu restrições e parâmetros para a construção de edificações em áreas do Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa, considerado Patrimônio Cultural do Município (TORRES, 2020). O projeto é composto por 03 (três) áreas e iniciadas em 2019, (confirmar tal informação) e mesmo com as restrições impostas pela pandemia da COVID-19, parte das obras foram inauguradas no final de 2020. A campanha de divulgação foi intitulada “Nova Lapa” e será objeto de análise desta tese, quando tratar da relação da comunicação estratégica entre o Santuário ao Bom Jesus da Lapa e a Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa.

Tais ações desenvolvidas pela Prefeitura Municipal de Bom Jesus com vistas à preservação do entorno do Santuário, e assim, difundir seu turismo religioso vai na contramão do que se afirma ao dizer que o turismo sustentável não pode ser um turismo para as massas. Ora, as Romarias são essencialmente feitas por pessoas de baixo poder aquisitivo. Isso, não é fator para afirmar que não há respeito dessas pessoas com o meio ambiente, em especial o Santuário, que por ser obra da natureza, para muitos é considerado como “um presente de

⁴¹ Área de Proteção Permanente (APP). Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/noticias/materias/2009/04/29/o-que-sao-as-areas-de-preservacao-permanente>. Acesso em 29 de mai. de 2023.

Deus”. Assim, como assevera Mendonça (2003) e Nicoletti (2003), elitizar o turismo sustentável é algo sem fundamento algum. Ademais, associar a questão da sustentabilidade do turismo apenas a questões ambientais (ecoturismo) é algo equivocado, como argumenta Mendonça (2003) e, em Bom Jesus da Lapa, essa questão foi ampliada em outras ações e será discutida no decorrer desse capítulo.

O turismo possui diversos segmentos de atuação. Brasil - Ministério do Turismo (2018) desenvolveu um glossário com os principais segmentos da atividade turística no país e cada segmento oferece uma experiência única aos turistas, atendendo a diferentes interesses e motivações. Apesar da diversidade de segmentos apontados pelo Ministério do Turismo (2018), verifica-se que a motivação para a atividade turística pode acontecer por a mescla de um ou mais segmentos. Por exemplo: o turismo religioso, também não pode ser considerado turismo místico e esotérico, principalmente em lugares que acontecem Romarias como é o caso de Bom Jesus da Lapa? Outrossim, o turismo cultural que visa valorizar e promover os bens materiais e imateriais da cultura também não é turismo religioso, afinal de contas a Romaria ao Santuário de Bom Jesus da Lapa é Patrimônio Imaterial⁴² do Estado da Bahia.

Em relação ao Turismo Cultural, Carlos (2017) afirma que tal prática torna a cultura como elemento de mercadoria com potencial a ser explorado pelo capitalismo e pode também ser considerado como um fetiche, algo a ser consumido cada vez mais, com o objetivo único do lucro. Tal preocupação é fator de discussão apontado por Bessa e Álvares (2014) ao dissertarem que a ressignificação de lugares com objetivos meramente econômicos tende o risco a acontecer uma descaracterização desse lugar e, conseqüentemente, uma ruptura de quem vive nesse lugar (moradores) e quem o visita (turistas) questão também apontadas por Lefebvre (2001), Harvey (2014) e Santos (2020).

O turismo cultural vive em ampla expansão. Para além dessa afirmativa, essa modalidade do turismo, em alguns casos, se voltou ao desenvolvimento de atividades turísticas alinhadas ao que se denomina de alta cultura, com um viés elitista e excludente (BERTONCELLO, 2017). Arelar a ideia de turismo cultural a uma visão de que vai o consumir somente é quem possui educação é reforçar o estereótipo de culto e não culto. Essa concepção não possui sustentação em se tratando de entrelace da cultura com a religião, em especial com o fenômeno das Romarias visto que, a maioria da população que pratica esse tipo de atividade possui pouca ou nenhuma educação formal.

⁴²Romaria de Bom Jesus da Lapa se torna patrimônio imaterial da Bahia. Disponível em: <https://www.bomjesusdalapanoticias.com.br/bom-jesus-da-lapa/romaria-de-bom-jesus-da-lapa-se-torna-patrimonio-imaterial-da-bahia/>. Acesso em 26 de mai. de 2023.

Dias (2003, p. 18) argumenta que “o turismo religioso sempre está muito relacionado com outras formas de turismo, e especialmente com o cultural”. Nessa perspectiva, o turismo religioso pode ser considerado como um desmembramento do cultural ou uma nova tipologia, como sugere o Ministério do Turismo (2018). Ademais, Abumanssur (2003) argumenta que a peregrinação era a fonte de renda de diversas cidades no século XIX. A peregrinação é “vista tanto com um fenômeno religioso quanto como um fenômeno turístico” (ABUMANSSUR, 2003, p. 55). O turismo religioso, para além da motivação mercadológica (a viagem por lazer e consumo de bens e serviços) deve ser levado em consideração a religiosidade do indivíduo que viaja motivado por sua fé (ABUMANSSUR, 2003). Tratar o peregrino (ou romeiro) apenas como turista é desconsiderar ou desmerecer toda a simbologia enraizada na forma como esse indivíduo expressa sua religiosidade.

Silva (2017) afirma que a religião é um dos elementos que compõem a multiface do termo cultura e o turismo religioso pode ser considerado uma vertente do turismo cultural. Sobre tal questão, alguns estudiosos buscam definir um paralelo entre romeiro e turista. Steil (2003) utiliza a expressão “romeiros-turistas”. Alguns apontamentos foram feitos por Silva (2017) para diferenciar o que se pode ser chamado de turista ou romeiro, específico na cidade de Bom Jesus da Lapa, conforme visto na tabela 10 (dez):

Tabela 10 - Comparativo entre Romeiros e Turistas da Romaria do Senhor Bom Jesus

ASPECTOS	ROMEIROS	TURISTAS
Motivação	Fé no Senhor do Bomfim	A fé. Costumam visitar ou demonstram vontade de conhecer localidades na qual acontecem eventos religiosos
Participação na romaria	Anual. Só deixam de participar por motivos graves, como morte ou doenças graves	Querem conhecer o evento religioso ou o santuário. Não possuem compromisso de retornar outras vezes
Meios de transporte	Não importa o meio: o que interessa é chegar. São capazes de fazer percursos longos em veículos como caminhões, charretes, bicicletas e, até mesmo, a pé	Utilizam veículo próprio que proporcione conforto e segurança. Não viajam sem essas condições.
Meios de hospedagem	Não se importam com conforto. Mas, não recusam melhorias (se houver, são bem vindas). Hospedam-se em rancharias	Querem, pelo mesmo, condições mínimas de conforto e segurança. Hospedam-se em hotéis e pousadas

Serviços de alimentação	Trazem o próprio alimento e preparam nas rancharias	Alimentam-se nos hotéis/pousadas que estão hospedados ou, na ausência desse serviço frequentam bares e restaurantes
Lazer	Não é elemento essencial na viagem, mas, pode estar presente	Faz parte da viagem como elemento essencial. É obrigatório período livre para entreter-se ou divertir-se

Fonte: Adaptado de Silva (2017)

Ao analisar o fator motivação da viagem, verifica-se que o romeiro tem por principal motivo a fé ao seu santo de devoção, neste caso o Senhor Bom Jesus. Outro detalhe é a frequência às Romarias que, nesse caso, é anual. A tabela 10 (dez) aponta um dado interessante sobre o perfil de quem vai a uma Romaria: pessoas, em sua maioria, consideradas de classe baixa, que não se importam com conforto ou com sua alimentação: sua principal razão de estar num lugar de fé é sua devoção.

Ainda sobre o conceito de turismo religioso, Steil (2003, p. 35) argumenta que:

o termo turismo religioso possui uma conotação secularizada e nos remete a uma estrutura de significado que se afirma de fora para dentro do campo religioso. Ou seja, peregrinação e romaria são categorias êmicas, usadas por peregrinos, romeiros e mediadores religiosos que se posicionam no campo religioso, ao passo que o turismo religioso é externo a essas categorias, sendo usado preferencialmente em contextos político-administrativos.

A concepção apontada por Steil (2003) traz a reflexão de não reduzir o turismo religioso a uma vertente meramente mercadológica. É salutar destacar que, entender as motivações de idade de um peregrino ou romeiro a um lugar de fé é diferente das motivações de se conhecer um determinado lugar, pelos seus atrativos sejam eles naturais ou culturais. A experiência de participar de uma romaria possui relação direta com a participação deste indivíduo nos festejos em devoção a determinado (a) santo (a).

Vale destacar que, dentro das mais variadas expressões do que se chama turismo religioso, as Romarias são as mais conhecidas. Steil (2003) argumenta que o termo é algo específico das línguas portuguesa e espanhola. “Os deslocamentos mais curtos, que envolvem uma participação comunitária e combinam aspectos festivos e devocionais, são chamados de romarias” (STEIL, 2003, p. 33). O peregrino (ou romeiro) é o estrangeiro que vive em outro lugar, não pertence a determinada sociedade; é aquele que percorre determinado espaço e encontra o outro (STEIL, 2003).

A imersão que o peregrino faz em sua devoção é o elemento fundamental de uma romaria: a experiência vivenciada por um peregrino (ou romeiro) em uma Romaria é tomada

por adentrar-se ao sagrado, como um ato religioso; o turismo religioso possui um olhar externo, centrado no evento. Nessa perspectiva, analisar a participação do indivíduo nesses eventos é dar-se conta da dimensão que essas atividades religiosas possuem. Portanto, o turismo está relacionado ao espetáculo e a Romaria ao sentido da fé. Oliveira (2008, p. 10) afirma que as Romarias: “não tem data específica para os diversos e milhares de crentes. Ela pode acontecer a qualquer dia, a qualquer momento. O que é específico é a data da festa do santuário ou do padroeiro”.

A ideia de turismo religioso adotada por Abumanssur (2003) segue os mesmos preceitos de Steil (2003). O compromisso religioso do romeiro é maior do que os elementos de festividade em uma Romaria. Um dado apontado por Abumanssur (2003) é que a realização da atividade turística voltada ao religioso, no Brasil, possui uma vertente centrada em classes populares, ou turismo de pobre, tendo em vista que este romeiro ou peregrino não se preocupa com conforto em sua viagem ou na estadia e determinado lugar sagrado: o que importa é a sua fé, a sua devoção. O aspecto penitencial é o motivador de sua viagem.

Abumanssur (2003) aponta que a percepção do lugar sagrado pelo peregrino é sacralizada em sua busca por uma hierofania, questão apontada nos estudos de Rosendahl, (1996, 2009, 2012). Os romeiros buscam esse lugar em busca de devoção ao seu santo padroeiro que, por muitas vezes, é seu santo milagreiro. Diferente do que foi apontado por Fernandes (1982) ao evidenciar que os moradores de Pirapora, em Minas Gerais, não possuem devoção com o santo local a mesma atitude de distanciamento reverente observada nos romeiros que frequentam a cidade, em Bom Jesus da Lapa essa percepção é muito similar a do romeiro: consideram a cidade, em especial o Santuário o ponto central da hierofania, objeto de análise no próximo capítulo deste estudo.

A relação entre turismo religioso e seus impactos na economia no lugar onde ele ocorre faz parte da essência do turismo desde a Antiguidade. Sanchis (2006), porém argumenta que mesmo com essa celeuma de relacionar o turismo religioso com seus impactos na economia de determinado lugar não se pode deixar de considerar que este fato não anula ou macula a estrutura das Romarias.

Não se pode deixar de mencionar que o Turismo Religioso, pode causar danos ao ambiente do lugar onde ele ocorre. Sobre essa temática, Coriolano e outros (2009, p. 29) argumentam que:

Ao mesmo tempo que a atividade turística simboliza o uso e a apropriação (muitas vezes inadequada) de ambientes naturais e culturais, transfigurando-os em espaços de lazer e consumo, concentração de riquezas, especulação, segregação de espaços, degradação de ambientes, destruição de

expressões culturais, exploração de trabalhadores, também simboliza o empreendedorismo, a conquista, a descoberta e sonho de muitas pessoas.

O fato de se tratar de turismo religioso e ter relação com questões divinas (ou sagradas) que não há indícios dos impactos negativos que esse tipo de turismo pode ocasionar. Santos e Brandão (2019) relatam uma série de estudos sobre como a falta de planejamento e gestão do turismo impacta de maneira negativa sobre determinado lugar, como é o caso da cidade indiana de Vrindavan. Neste sentido, Maciel e Philomena (2000, p. 199), asseveram que é importante para o turismo e suas relações ao contexto social, cultural e ambiental tenham ações que busquem “condições de exigir um turismo que vise preservar ao máximo a população local e o ambiente [para evitar] interferências exógenas e impactos sociais, culturais e ambientais provocados pelo turismo”, não pensando apenas do fator econômico.

Ao considerarmos o arcabouço teórico acerca de Turismo, apresentado nesta pesquisa, faremos uma análise sobre a concepção de turismo em Bom Jesus da Lapa. Para tanto, realizamos entrevistas com o gestor do município e com o Coordenador Municipal de Cultura e o Secretário Municipal de Cultura de Turismo. A Secretaria Municipal de Cultura e Turismo (SMCT) de Bom Jesus da Lapa está situada nas dependências da Biblioteca Pública Leonor Magalhães César, situada na Praça do Livro, no Centro Histórico da cidade, nos arredores do Santuário.

4.2.1 A ideia de Turismo em Bom Jesus da Lapa

A atual gestão do órgão assumiu em janeiro de 2020, e a primeira modificação foi a alteração no nome da Secretaria que antes era denominada de Secretaria de Turismo e Empreendedorismo. No ano de 2019, foi aprovado o Plano Municipal de Turismo (PMT -2022/2024) com diretrizes para nortear as ações da SMCT com o objetivo de consolidar uma política de desenvolvimento do turismo no município.

Como primeira ação do aludido plano, foi instituída a nomeação dos membros do Conselho Municipal de Turismo (COMTUR) do município, através do decreto nº 066, de 21 de março de 2019. Os membros fazem parte de diversas secretarias municipais, além de representação da sociedade civil organizada (Associação dos Hoteleiros de Bom Jesus da Lapa), bem como da Câmara Municipal e da Igreja Católica (Mitra Diocesana e do Santuário).

Não consegui acesso às atas do referido Conselho que continua com a mesma formação até a presente data (junho de 2023). Um dos membros informou-me que estão em fase de reestruturação do Conselho para que façam uma avaliação dos que foi executado e desenvolverem adaptações ao PMT 2020-2024.

Segundo o PMT de Bom Jesus da Lapa, o fluxograma de ações de planejamento turístico envolve diversos agentes, numa perspectiva de interação do poder público municipal com órgão estadual e federal, além da sociedade civil organizada. Ademais, foram diagnosticados os setores, considerados como vetores do turismo no município conforme a tabela 11 (onze).

Tabela 11- Segmentos âncoras do turismo em Bom Jesus da Lapa

SEGMENTOS	PRODUTOS
Turismo Religioso	Visita ao Santuário; Visita às Grutas; Visita à Catedral; Festa do Bom Jesus da Lapa; Festa do Divino espírito Santo; Festa de Bom Jesus dos Navegantes; Festa Paixão de Cristo; Festa Nossa Senhora da Soledade; Festa Nossa Senhora da Conceição; Festa de Santa Luzia; Festa de São João e São Pedro.
Turismo Cultural	Visita Comunidade Quilombola Rio das Rãs; Visita Comunidade Quilombola da Barrinha; Lapa Folia; Festa da Marujada; Visita ao Museu; Visita ao Mercado Cultural; Visita ao Abrigo dos Pobres; Festival Gastronômico.
Turismo de Pesca	Pesca do surubim e do dourado no Rio São Francisco.
Turismo Rural	Visita ao Projeto Formoso; Visita às Comunidades Quilombolas.
Turismo de Aventura	Passeio de barco no Rio São Francisco, passando pela Ponte Gercino Coelho ate a cidade de Sitio do Mato; Subida ao Morro da Lapa; Escalada ao Morro da Lapa; Vista do pôr do sol na Ponte Gercino Coelho; Mergulho no Rio São Francisco - na Prainha.

Fonte: Plano Municipal de Turismo de Bom Jesus da Lapa (2020/2024).

A divisão conceitual das atividades listadas na tabela 23 seguiu as orientações sobre os principais segmentos da atividade turística definidos pelo Ministério do Turismo em 2018.

A maioria das atividades elencadas diz respeito ao turismo religioso (carro chefe do turismo no município) e as demais, de certa forma, estão relacionadas às Romarias que acontecem ao longo do ano na cidade. Para além do turismo religioso, o Lapa Folia (carnaval da cidade que acontece, geralmente, no último final de semana de janeiro) atrai milhares de pessoas durante seus dias de festa⁴³.

Adentrando o PMT 2020-2024, a equipe que o desenvolveu fez uma **análise S.W.O.T.** que é um importante instrumento utilizado para planejamento estratégico que consiste em recolher dados importantes que caracterizam o ambiente interno (forças e fraquezas) e o externo (oportunidades e ameaças) de uma organização. Destaca-se para o detalhamento de itens que o documento possui ao descrever essa análise para, em seguida, elencar estratégias e ações, de curto prazo (até dois anos), médio prazo (até quatro anos) e de longo prazo (acima de quatro anos).

Em relação a essas estratégias e ações, foram estabelecidos eixos temáticos, a saber: infraestrutura, gestão e legislação, sustentabilidade, sensibilização turística e promoção e comercialização. O monitoramento para verificar se as ações estão sendo implantadas e/ou desenvolvidas são feitas pelo Conselho Municipal de Turismo em conjunto com a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. Não obtive as atas em que foram discutidas tais questões. De acordo com o PMT 2020/2024, deve haver ao final de cada trimestre, revisão de datas e prazos de implementação das ações listadas no documento. Além disso, anualmente, revisão dos projetos que estão por acontecer tendo o poder de modificá-los e retirá-los.

O item **Infraestrutura** possui as seguintes linhas de atuação: sinalização turística, qualificação da oferta, estruturação e criação de serviços de apoio ao turismo, qualificação urbana e rural e acessibilidade. Ao analisar tais metas, verifica-se que, por exemplo, no item sinalização turística, do que foram estabelecidas poucas ações foram executadas. A sinalização turística da cidade ainda carece de melhoria e não há sinalização bilíngue.

Em relação ao item qualificação da oferta, a SMCT promove diversas oficinas de capacitação com o Trade Turístico além de incentivarem, junto ao empresariado local, a contratação de mão-de-obra da cidade para execução de atividades em suas organizações. Além disso, em parceria com outros órgãos como o SEBRAE e outras secretarias municipais, há o estímulo de produção de produtos que caracterizem o município, numa perspectiva de

⁴³ Lapa Folia 2023. Disponível em: <https://www.bomjesusdalapanoticias.com.br/bom-jesus-da-lapa/lapa-fofia-2023-marca-grande-retorno-do-pre-car-naval-de-bom-jesus-da-lapa/> Acesso em 16 de jun. de 2023.

estimular a indústria local, geralmente, com itens relacionados à economia criativa, como é o caso do artesanato.

Outro item do eixo Infraestrutura é o de estruturação e criação de serviços de apoio ao turismo. Neste quesito, verifica-se que, desde o retorno à presencialidade, em 2022, às Romarias, que há um ordenamento do trânsito como também a criação de espaços específicos (estacionamento) para as caravanas que chegam à cidade. As ações estabelecidas neste tópico, quando chegadas, foram as que mais tiveram sua implementação, em relação a outras do mesmo eixo. Porém, o acesso a internet gratuita próximos aos pontos turísticos e a implementação de Centros de atendimento ao Turista não foram executadas.

O item qualificação urbana e rural alguns itens foram implementados como é o caso da melhoria da iluminação pública, principalmente no Centro Histórico da cidade, além de um serviço constante de limpeza pública não somente neste espaço, mas em toda a cidade. A cidade, desde 2017, possui aterro sanitário. Antes, lixo além de detritos da construção civil era alocado no bairro que hoje funciona a nova rodoviária da cidade. A área foi requalificada e, em seu entorno, verifica-se a presença de diversos empreendimentos mobiliários além de órgãos públicos, como é o caso do INSS e da Justiça Federal. Nesse mesmo espaço, o Campus da UFOB, recebeu terreno doado pelo município para a construção de sua sede própria e também a construção do novo aeroporto da cidade (o antigo, e desativado, situa-se no Centro da cidade pertence ao Exército brasileiro).

Para finalizar o eixo Infraestrutura, o item acessibilidade, as ações foram pouco desenvolvidas. Nas obras de requalificação do Centro Histórico já realizadas há preocupação com tal quesito. Porém, ao sair desse conjunto de obras a cidade carece de acessibilidade para portadores de alguma necessidade especial. Urge, ao município, na perspectiva de cumprimento das metas não somente estabelecidas pelo Ministério do Turismo, mas também da Organização Mundial do Turismo, ao cumprimento desse requisito básico para se pensar em um turismo sustentável.

O eixo **Gestão e Legislação** possui quatro tópicos: gestão e governança, estudos e pesquisas, parcerias estratégicas e fiscalização. No quesito gestão e governança verifica-se que o poder público municipal tem promovido a criação de diversos dispositivos legais para o fomento à cultura e ao turismo, como por exemplo, a criação do Conselho Municipal de Turismo e do Conselho Municipal de Cultura (Decreto Municipal nº 104 de 18 de maio de 2022), De acordo com o Panorama dos Sistemas Municipais de Cultura da Bahia, realizado em 2021, o município de Bom Jesus da Lapa aderiu ao Sistema Nacional de Cultura, possui

órgão gestor da Cultura (a SMCT) e Leis relacionadas ao Sistema Municipal de Cultura (leis 475 e 476 de 27 de julho de 2015).

No item estudos e pesquisas, há estratégia de estudos e aplicação de pesquisas em turismo. As pesquisas, de cunho mercadológico, são realizadas pela Secretaria de Turismo do Estado da Bahia. A última realizada foi em 2017 e descrita na pesquisa realizada por Torres (2020). Aqui, em conversa informal com o Gestor de Comunicação do Santuário há o intuito por parte dos Padres Redentoristas da criação de um centro de estudos em religião semelhante ao que existe no Santuário de Nossa Senhora Aparecida, o Centro de Documentação e Memória - Padre Antão Jorge - CDM⁴⁴.

Sobre o item parcerias estratégicas, em relação ao estímulo à pesquisa acadêmica, é mister destacar que a SMCT está sempre disponível a ajudar pesquisadores que tenham como tema a cidade de Bom Jesus da Lapa. Porém, é importante sensibilizar não somente o empresariado local, mas a comunidade local e toda a sociedade civil organizada no engajamento de ações para o fortalecimento do turismo sustentável no município.

No tocante à fiscalização, as ações listadas são de execução durante todo o ano e, principalmente, em períodos de Romaria. Sendo assim, verifica-se que o poder público age em conformidade com a legislação vigente, principalmente junto a hotéis e pousadas. Destaque para a fiscalização do trânsito que teve melhoria significativa nas Romarias realizadas em 2022.

Já o eixo **Sustentabilidade**, possui dois itens: sensibilização para a sustentabilidade e gestão para a sustentabilidade. Entendemos que as ações neste eixo são de natureza multidisciplinar e perpassam por todos os itens listados no PMT 2020/2024. Sendo assim, as ações pensadas devem ser executadas a todo tempo para gerar o menor impacto (ambiental, por exemplo) possível. Recentemente, a cidade adotou o descarte correto de lâmpadas usadas⁴⁵.

O eixo Sensibilização Turística possui os seguintes itens: sensibilização para o uso, preservação e envolvimento da população e dos empresários na atividade turística e sensibilização para o impacto da atividade turística. Esse eixo possui relação estrita com a sustentabilidade, pois visa à interação da comunidade local com o turismo. As ações listadas no eixo estão voltadas para a sensibilização de todos que são envolvidos (direta ou

⁴⁴ Centro de Documentação e Memória - Padre Antão Jorge - CDM. Disponível em: <https://www.a12.com/santuاريو/cdm-centro-de-documentacao-e-memoria>. Acesso em 16 de jun. de 2023.

⁴⁵ Descarte correto de lâmpadas usadas em Bom Jesus da Lapa. Disponível em: <https://www.bomjesusdalapanoticias.com.br/bom-jesus-da-lapa/bom-jesus-da-lapa-ganha-ponto-de-descarte-de-lampadas-usadas/> Acesso em 16 de jun. de 2023.

indiretamente) no turismo. Nesse ínterim, é de suma importância que haja uma sintonia nas ações da SMCT e da ASCOM da Prefeitura no fito de desenvolvimento de campanhas para esse fim.

No eixo **Promoção e Comercialização** há os seguintes itens: planejamento de marketing, eventos, comercialização do destino, promoção do destino, turismo religioso e regionalização. Em relação ao planejamento de marketing contendo metas e indicadores de desempenho, atribuição de responsabilidades não foi desenvolvido. A SMCT possui alguns indicadores advindos da Secretaria Estadual de Turismo. Além disso, a comunicação turística da marca “Bom Jesus da Lapa: capital baiana da fé” tem iniciado, desde a gestão municipal de 2016/2019, a possuir um planejamento a ser seguido (temática a ser abordada na próxima seção desta pesquisa). Em resumo, as ações listadas no item planejamento de marketing carece de uma sistematização por parte da Prefeitura Municipal e do Santuário do Bom Jesus da Lapa com o objetivo de dinamizar e consolidar a marca da cidade como destino de turismo religioso.

No tocante ao item eventos, a SMCT sempre participa de feiras e eventos turísticos para a promoção do turismo da cidade. Recentemente, representantes da SMCT participaram da Expocatólica⁴⁶ na cidade de São Paulo, que é considerada a maior feira católica da América Latina. Ademais, a SMCT promove diversos eventos com o objetivo de promover as manifestações artísticas e culturais do município com ampla divulgação nas redes sociais oficiais do município, como foi o caso da Feira do Artesanato Lapense que aconteceu em abril de 2023.

Figura 46 - Card de divulgação da Feira do Artesanato Lapense



Fonte: SMCT (2023).

O item comercialização do destino é um desafio a ser implantado, pois depende da sensibilização do empresariado do trade turístico acerca da qualificação e oferta de produtos e serviços aos romeiros e turistas que visitam a cidade. As ações idealizadas não foram

⁴⁶ Expocatólica. Disponível em: <https://expocatolica.com.br/> Acesso em 16 de jun. de 2023.

implementadas. Já no item promoção do destino algumas estratégias foram realizadas pois dizem respeito à comunicação pública em relação à divulgação da cidade como destino turístico.

O item turismo religioso é o cerne do plano turístico da cidade. Sendo assim, desde a gestão municipal do senhor Eures Ribeiro Pereira (prefeito por dois mandatos de 2013 a 2019) a relação de aproximação da Prefeitura Municipal com o Santuário na perspectiva de fortalecimento de laços para o desenvolvimento do turismo religioso na cidade tem sido uma prioridade da gestão e continua com o mesmo pensamento na gestão atual do senhor Fábio Nunes Dias.

A parceria com o Santuário é muito boa, a gente tem dialogado muito e toda vez que sentamos, nós chegamos ao denominador. Então, o Santuário é muito importante pra Bom Jesus da Lapa, uma vez que nós temos uma outra cidade flutuante e que nos traz isso é a romaria.[...] Veja só, Bom Jesus da Lapa é uma cidade muito carente, né? E com isso nós tínhamos umas pessoas que moravam com um poder aquisitivo muito baixo. E aí foi descoberta a romaria, né? E a romaria nos trouxe um poder aquisitivo muito bom. Tanto que as pessoas de Bom Jesus da Lapa antigamente viviam da romaria, né? Nós tínhamos aí apenas dois meses de romaria, hoje nós temos, pra você ter uma ideia, seis romarias no decorrer do ano, então o poder aquisitivo cresceu muito. A gente tá investindo muito em Bom Jesus da Lapa, haja vista que nós tínhamos aí 68 anos parados, praticamente parados, e em apenas 8 anos nós transformamos a romaria de Bom Jesus da Lapa porque achamos que ela poderia nos trazer mais benefícios. Então são 8 anos, na verdade 10 anos de romaria que a gente vem acertando, então romaria cresceu muito em Bom Jesus da Lapa (PREFEITO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Além disso, a Prefeitura Municipal tem buscado apoio dos Governos do Estado e Federal para concretizar o projeto “Caminho da Fé” que adentra no item regionalização. Sobre esse item, a SMCT tem promovido ações para dinamizar o turismo na cidade (para além do religioso). Porém, assim como outros eixos abordados no PMT 2020/2024, necessitam de revisão e avaliação do que efetivamente foi feito e do que precisa ser revisado, retirado ou implementado.

Após a análise do PMT 2020/2024 destaco trechos da entrevista concedida pelo Secretário Municipal de Cultura e Turismo, senhor Adson Pereira, sobre as impressões dele em relação ao turismo na cidade. Indagado sobre qual a importância que as romarias possuem aqui para o município, ele foi enfático ao dizer que: “Não consigo imaginar Lapa sem romaria, eu já nasci com Lapa, com romaria, um dos fatos importantes é este calor humano, o que aquece, o que faz a cidade crescer, encher de pessoas, de vindas, de vários lugares”.

Sobre a Comissão Organizadora das Romarias, em especial a do Bom Jesus da Lapa, “a comissão somos nós secretários. Nas primeiras reuniões, o padre João Batista que é o reitor do santuário, ele chama o prefeito, secretários, representante da Polícia Militar, os guardas, faz essa reunião, mas não fica só nessa reunião, fica em 3, 4 reuniões”. Nesses encontros há definição das atividades que cada órgão irá desempenhar para que tudo ocorra conforme planejado. Nas palavras do Secretário são reuniões para se pensar no acolhimento de quem visita a cidade (romeiro ou turista) em tempos de Romarias.

Ademais, a SMCT promove ações específicas para o evento como: “da parte dos guias de turismo, dos artesãos, que nós aqui apoiamos, orientamos, seguimos, acompanhamos os artesãos aqui, os artistas e ultimamente no ano passado nós fizemos uma preparação com os guias, turismo, com fardas, com roupa nova, com orientações”. Ressalta também como a Romaria movimenta a cidade, em especial o comércio local.

O Coordenador Municipal de Cultura, senhor Carlos Fabiano, afirma que:

Romaria é o fundamento da cultura lapense, porque a própria cidade surgiu em torno da gruta, do morro, e aí originou essa romaria que já tem 331 anos, em 2023, agora 332 anos” [...] Se não fosse o monge que fez esse espaço, e que desenvolveu essa visitação. Daí a cidade foi crescendo em torno. Romeiro ia chegando, romeiro ia se estabelecendo, a infraestrutura da cidade foi toda saindo da gruta. Então não existe Bom Jesus da Lapa sem romaria. (COORDENADOR DE CULTURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Percebe-se a importância que este evento religioso possui para o município. Tal afirmativa é comprovada nas palavras do Coordenador ao afirmar que:

A romaria acontece praticamente agora o ano inteiro. Antes a romaria era falada só romaria de agosto. Mas agora não, a gente começa a nossa programação praticamente em junho e vai até agora a dezembro. Então, a Prefeitura é responsável por toda a infraestrutura, por todos os recursos utilizados na romaria. Então, do preparo a finalização, tudo isso cabe à Prefeitura. (COORDENADOR DE CULTURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Outro destaque em relação às Romarias diz respeito ao título de Patrimônio Imaterial do Estado da Bahia. Para o Coordenador de Cultura, o título, além de uma espécie de honraria para o morador da cidade, ajuda na captação de recursos com objetivos de melhorar ainda mais a festa, o acolhimento de quem visita, em referência às palavras do Secretário de Cultura e Turismo. A patrimonialização também serviu de parâmetro para que o município se adequasse aos trâmites legais em relação à legislação cultural, para a promoção de políticas voltadas à cultura.

4.3 QUEM TEM DIREITO A UMA CIDADE? LEFEBVRE E HARVEY E O DIREITO À CIDADE

Rolnik (1998, p.12) afirma que há um ponto essencial entre as cidades: “a de um imã, um campo magnético que reúne e concentra os homens”. Para além dessa questão, é importante destacar as transformações ocasionadas pela Revolução Industrial na busca de entender o conceito de cidade. Vasconcelos (2006) desenvolveu um histórico dos principais conceitos que permearam a literatura sobre o conceito de cidade, que pode ser visto na tabela 12 (doze), no século XIX.

Tabela 12 - Conceito de Cidade na literatura do século XIX

Autor (es)	Conceito
Karl Marx e Friedrich Engels	A realidade de concentração da população, de instrumentos de produção, dos prazeres e das necessidades.
Ferdinand Tönnies	A mais elevada e a mais complicada das formas de vida comuns em geral.
Friedrich Ratzel	Reunião durável de homens e habitações humanas, cobrindo uma grande superfície e situada nos cruzamentos das grandes vias comerciais.

Fonte: Adaptado de Vasconcelos (2016).

Essas concepções acerca do conceito de cidade carregam as transformações que o mundo passava por conta da Revolução Industrial. Começava a surgir um novo meio de consumo dos bens e produtos diferente da forma mercantil existente até então. A visão dos autores, apresentada na tabela 15, traça um panorama positivo para a cidade e sua função de espaço de produção e de consumo. Vasconcelos (2006) também aponta para teóricos que buscaram conceituar cidade até a metade do século XX (período anterior à Segunda Guerra Mundial). Há um imperativo de pensadores europeus que se debruçaram em conceituar cidade, como pode ser visto na tabela 13 (treze).

Tabela 13 - Conceito de Cidade na literatura do século XX (Antes da Segunda Guerra Mundial)

Autor (es)	Conceito
René Maunier	Uma sociedade complexa, cuja base geográfica é particularmente restrita relativamente ao seu volume, e onde o elemento territorial é, em quantidade, relativamente restrito em relação aos seus elementos humanos.
Max Weber	Considera a cidade como uma comunidade urbana e como um habitat concentrado, uma grande localidade, e do ponto de vista econômico, como uma aglomeração cuja maior parte dos habitantes vive da indústria e do comércio, e não da agricultura.
Henri Pirenne	Uma comuna, vivendo do comércio e da indústria, ao abrigo de um recinto fortificado, gozando de um direito, de uma administração e de uma jurisprudência de exceção.

Lewis Mumfor	A cidade como um ponto de concentração máxima do poderio e da cultura da comunidade mas seria também um produto da terra e um produto do tempo; a cidade, no sentido sociológico, seria um lugar onde se concentra herança social, e onde as possibilidades de intercâmbio social contínuo e de interação elevam a um potencial mais alto as atividades do homem"; a cidade seria também "um plexo geográfico, uma organização econômica, um processo institucional, um teatro de ação social e um símbolo estético de unidade coletiva.
Louis Wirth	A cidade é vista então como um núcleo relativamente grande, denso e permanente de indivíduos socialmente heterogêneo.

Fonte: Adaptado de Vasconcelos (2016).

Verifica-se, através dos conceitos apresentados na tabela 13 (treze), que os estudos são centrados em conceituar cidade, numa visão europeia. Os conceitos, porém, comungam para o entendimento da cidade como um espaço de consumo destacando que a população desses centros vive do comércio e da indústria, numa reprodução da prática capitalista, imperante na Europa da primeira metade do século XX.

Após a Segunda Guerra Mundial, começa a surgir conceitos mais críticos e reflexivos sobre as cidades, dominadas pelo modo capitalista de serem geridas, bem como o advento de um dos maiores pensadores da humanidade, o baiano Milton Santos que começa a produzir importantes obras na busca de compreender o mundo. O conceito de cidade deste baiano, bem como de autores mais críticos ao capitalismo são apresentados na tabela 14 (quatorze).

Tabela 14- Conceito de Cidade na literatura do século XX (Pós Segunda Guerra Mundial)

Autor (es)	Conceito
Pierre George	Um fato histórico e um fato geográfico, na medida em que sua forma seria um compromisso entre o seu passado e o presente, enquanto que o seu conteúdo humano e a atividade de seus habitantes seriam marcados pelo signo do presente.
Henri Lefebvre	A cidade projeta no terreno uma sociedade inteira, uma totalidade social, suas superestruturas e as relações sociais que constituem sua estrutura propriamente dita. Uma realidade presente, um dado prático, sensível e arquitetural.
David Harvey	Um sistema dinâmico-complexo no qual a forma espacial e o processo social estão em contínua interação. O lugar das tradições acumuladas ou como o berço provável do modo de produção.
Ulf Hanner	Reunião de indivíduos que só existem como seres sociais através de seus papéis, e das relações que eles estabelecem e que eles mantêm realizando os seus papéis.
Paul Claval	Uma organização destinada a maximizar a interação social.
Marcel Roncayolo	Um território particular ou uma combinação de territórios.
Guy Burgel	Produção histórica das sociedades, que as constroem em formas materiais, em práticas e representações.

Milton Santos	Contrapõe a cidade (como o particular, o concreto e o interno) ao urbano (que seria frequentemente o abstrato, o geral e o externo).
---------------	--

Fonte: Adaptado de Vasconcelos (2016)

Destaca-se, na tabela 14 (quatorze), além da conceituação proposta por Milton Santos, o entendimento do geógrafo britânico David Harvey ao assumir dois conceitos de cidade. Num primeiro momento, adota uma visão, por assim dizer capitalista, para depois um viés de cunho socialista. Os conceitos apresentados, em especial por geógrafos, conduzem a discussão do conceito de cidade para uma conexão para além da relação da cidade com o meio urbano, como apontou Paul Claval e Milton Santos.

O estudo de Vasconcelos (2006) sobre a evolução do conceito de cidade (do século XIX ao século XX) aponta para uma perspectiva multidisciplinar que o conceito possui já que é estudado não somente pela Geografia, mas também pela Antropologia, Filosofia, História e Sociologia. Na atualidade, há discussão pulsante acerca das ideias de Milton Santos, David Harvey e Henri Lefebvre no tocante à cidade na pós-modernidade, com destaque, a inter-relação entre Direito à Cidade e uma nova concepção de Globalização, frente ao avanço do neoliberalismo no século XXI, além das reflexões propostas por Sodré (2017).

Sodré (2017) ao buscar conceituar cidade faz uma mescla dos conceitos apresentados por Vasconcelos (2006) ao tratar o termo tanto na visão do século XIX bem como nas dos séculos XX e XXI.

O lugar próprio dessa realização do mundo é a cidade. Na oposição progressiva entre o rural e o urbano, o primeiro é associado ao natural (e eventualmente ao irracional), ao passo que a cidade é considerada desde o Iluminismo por urbanistas e arquitetos uma expressão maior da razão. E razões não faltam para essa convicção: a cultura e o meio ambiente tecnológico desenvolveram-se pari passu com a cidade moderna, que coincide com o mercantilismo e com a progressiva liberação dos indivíduos para o comércio e o trabalho (SODRÉ, 2017, p. 201)

Percebe-se então, que Sodré (2017) discorre sobre a cidade como o espaço que oferece ao ser humano melhores condições de vida (em relação ao acesso à saúde, trabalho e educação) do que no meio rural. Para além desse argumento, há convívio social entre as pessoas. No seu conceito, Sodré (2017) enumera que a cidade é a expressão do moderno sujeito da consciência burguesa. Sousa (2011, p. 52) argumenta que para se pensar num conceito de cidade “é fundamental entendê-lo não como algo limitado ao espaço físico, mas, acima desse enfoque, pensa-la como um organismo que se equilibra entre a “lógica” e seu caráter expressivo, este como resultado das indústrias culturais”. Aqui, vale uma reflexão: essa cidade é para todos? A partir daqui, entra as discussões sobre direito à cidade.

Sobre Direito à Cidade, Lefebvre (2001) inicia seu pensamento afirmando que o espaço é o elemento crucial para a estruturação da sociedade, em especial, a contemporânea. Quando o autor disserta, no primeiro capítulo, intitulado Industrialização e Urbanização, há uma preocupação em relação aos embates entre classe dominante e classe operária para a ocupação dos centros urbanos sendo que há uma tendência de expulsão destes últimos o que se configura, nas cidades contemporâneas, como gentrificação⁴⁷.

Lefebvre (2001) argumenta que a arquitetura da cidade moderna está sob a ótica de venda dos espaços públicos. A cidade passa a ser um lugar feito para o consumo das pessoas. O autor destaca que a construção de condomínios (para se fugir da violência urbana) transforma a cidade em um lugar vazio, diferente da concepção de cidade, empregada pelos teóricos no século XIX como apontado por Vasconcelos (2006). Ademais, “a cidade e a realidade urbana dependem do valor de uso” (LEFEBVRE, 2001, p. 14).

Sobre esse isolamento imposto pela violência urbana e o crescimento da criminalidade, Lefebvre (2001) é categórico ao afirmar que o processo de urbanização que o mundo adotou é fator preponderante para o surgimento desses fenômenos. A vida urbana proposta para ser feita nas cidades é excludente, pois há diferentes modos de viver em uma cidade. Vista como local do habitat das pessoas, a cidade passa a ser, por conta do sistema capitalista, um local de exclusão, sem vida ou participação social. A ideia de comuna propagada por Max Weber e Ulf Hanner (apud Vasconcelos 2006) é excluída, por conta do modus operandi capitalista que impera nas cidades na contemporaneidade.

Os filósofos pensaram em cidades tidas como ideias: sociedade livre, sem distinção de classes sociais. Para Lefebvre (2001), essa concepção pode ocorrer se houver uma perspectiva urbanística que venha a garantir espaços de qualidade seguros que são fundamentais para a melhoria da qualidade de vida de quem vive naquele lugar. Numa perspectiva psicológica, a cidade é vista como o lugar do desejo - como locus da troca e do mercado. Porém, essa mesma cidade, pode ser o lugar do medo, por conta do crescente aumento da violência urbana. Esse lugar do medo é intensificado, principalmente, nas áreas periféricas e suburbanas dos grandes centros urbanos. “A sociedade urbana se anuncia muito tempo depois que a sociedade no seu conjunto balançou para o lado urbano (da dominação urbana). Vem então o período em que a cidade em expansão prolifera, produto das periferias distantes (subúrbios), invade os campos” (LEFEBVRE, 2001, p. 77).

⁴⁷ O conceito foi definido e discutido no capítulo 1 deste trabalho.

A partir dessa questão, Lefebvre (2001, p. 99) faz uma análise das cidades a partir de diversos elementos, principalmente pela segregação que “destroem morfologicamente a cidade e que ameaçam a vida urbana não podem ser tomadas por efeito nem de acasos, nem de conjunturas locais”. A questão da violência e da criminalidade justificam, para as classes dominantes, o afastamento de determinadas regiões das cidades, em especial as regiões centrais e bairros mais velhos (ou tradicionais), como justificativa de uma exclusão social. Para Lefebvre(2001) a segregação (e, conseqüentemente, a exclusão) é voluntária e programada, pois elas têm mudado as noções de público e de espaço público por conta dos processos de privatização, policiamento ostensivo que criam um espaço público fragmentado onde a desigualdade se configura como um valor fundamental para esse processo.

“Quais são, quais serão os locais que socialmente terão sucesso? Como detectá-los? Segundo que critérios? Quais tempos, quais ritmos de vida cotidiana se inscrevem, se escrevem, se prescrevem nesses espaços ‘bem sucedidos’, isto é, nesses espaços favoráveis à felicidade?” (LEVRBVRE, 2001, p.110). Essas questões estão intimamente ligadas ao Direito à Cidade que está relacionado ao direito à vida urbana, transformada e renovada; ao retorno às cidades tradicionais, sem exclusão e com convívio social. A cidade deve ser o local de trocas e encontros, e deve haver igualdade para que todos possam usufruí-la. Deve haver um projeto de construção de uma nova relação de produção do espaço e do próprio ser humano na busca pelo Direito à Cidade.

Lefebvre (2001) argumenta que a classe operária é peça fundamental no processo de conquista desse Direito à Cidade: direito ao trabalho, à instrução, à educação, à saúde, à habitação, aos lazeres, à vida. Outrossim, ao se pensar na violência urbana, o problema deve ser tratado por diversos aspectos sejam eles históricos, políticos, sociais, culturais e territoriais. Excluir não é a solução. A sociedade deve buscar meios de entendê-la e encontrar saídas para esse problema que aflige a modernidade.

Harvey (2014) também faz apontamentos a partir das reflexões propostas por Lefebvre (2001). Henri Lefebvre percebeu o sofrimento de uma dor existencial no cotidiano das cidades e perspectivas de criar uma vida urbana alternativa, menos alienada, mais divertida e significativa. A classe trabalhadora tem papel crucial na disseminação dessa nova concepção de vida urbana em busca desse direito à cidade. “[...] Somente quando a política se concentrar na produção e reprodução da vida urbana como processo de trabalho essencial que dê origem a impulsos revolucionários será possível concretizar lutas anticapitalistas capazes de transformar radicalmente a vida cotidiana [...]” (HARVEY, 2014, p. 21).

Além disso, a classe trabalhadora revolucionária era formada por trabalhadores urbanos, não apenas por operários de fábricas: a multiplicidade dos movimentos urbanos de luta pela cidade. A obra de Harvey (2014) faz uma análise sobre o papel das cidades na transformação social a partir das contradições da urbanização e movimentos anticapitalistas. Lista rebeliões como a Primavera Árabe, em 2011, numa movimentação que expandiu-se para a Europa (Grécia e Espanha), até chegar no Brasil, em 2013, durante a revolta dos vinte centavos. Destaca as revoltas de Paris, em 1968, onde a cidade original foi soterrada pela urbanização capitalista descontrolada.

Tal qual Lefebvre (2001) assevera que o urbanismo das cidades na modernidade produz exclusão, Harvey (2014) argumenta que a urbanização comandada pelo modelo capitalista é responsável pelo desenvolvimento geográfico desigual. Ademais, “o capitalismo comercial e o hoteleiro estão dispostos a pagar mais pela terra devido à sua acessibilidade” (HARVEY, 2014. p. 173). Tal fato pode ser observado nos processos de ressignificação de centros urbanos de cidades que gera, na maioria das vezes, o deslocamento de seus moradores nativos para áreas pouco valorizadas ou com precariedade de serviços, o que ocasiona, também, o surgimento de bairros periféricos. O direito à cidade perpassa pela busca de alternativas ao modo de pensar capitalista que finda o lucro de maneira perpétua. É o direito do ser humano de criar, transformar e decidir sobre a produção do espaço da cidade.

Para Harvey (2014) a conquista ao direito à cidade abre espaço para uma cidade rebelde, como citado o caso de El Alto na Bolívia onde a população se rebelou contra os ditames do neoliberalismo. As cidades devem ser apropriadas a partir de um sentido coletivo, global e local. Que acontece de forma popular e espontânea “simplesmente daquilo que as pessoas fazem, sentem, percebem e terminam por articular à medida que procuram significados para sua vida cotidiana” (HARVEY, 2014, p.22).

Ademais, Harvey (2014) aponta para as seguintes questões: a) Haussmann - reforma urbana de Paris - que expulsou trabalhadores pobres do centro estabeleceu os boulevards e foi base para a revolução urbana que culminou na Comuna de 1871; b) A suburbanização nos Estados Unidos no pós-guerra, que conciliou a sociedade da casa própria, do carro e dos eletrodomésticos, resultando na crise urbana da década de 60 e na conseqüente luta pelos direitos civis da população negra; c) As crises recentes de 1997, na Ásia, e em 2007, nos EUA, Europa e parte dos países emergentes com o boom imobiliário tendo como exemplo as favelas desapropriadas da Índia.

Os problemas enfrentados pelo capitalismo e as soluções recorrentes são apontadas por Harvey (2014). Em relação à escassez de mão de obra ou salários altos aponta-se que:

desemprego induzido tecnologicamente; ataque ao poder organizado da classe operária; busca de novas forças de trabalho (imigração, exportação de capital ou proletarização de setores independentes da população); instalação das empresas em países do terceiro mundo.

Em relação à população sem poder de compra, Harvey (2014) aponta que o sistema capitalista busca novos mercados no exterior, além de novos instrumentos de crédito e novos gastos públicos financiados pela dívida. Além disso, em relação ao lucro baixo, acontece monopólios (fusões e aquisições) e exportação de capital para novos territórios. Vale destacar que, diante de qualquer obstáculo que impeça um destes fluxos, o capitalismo entra em crise (HARVEY, 2014).

Harvey (2014) direciona seus argumentos para setores da esquerda reformista e revolucionária, mostrando a necessidade de criação de alternativas globais com a articulação de espaços democráticos de produção em nível local, regional e global. Surge então, a comunalização - movimento que busca produção de bens comuns urbanos, a partir de experiências como as casas do povo e ocupação de praças como espaços que podem reverter a urbanização capitalista. Ademais, “as lutas dos trabalhadores contra a recuperação e a realização da mais valia nos espaços em que eles vivem devem ter o mesmo status das lutas nos diferentes pontos de produção da cidade” (HARVEY, 2014, p. 250).

Com concepção similar a Lefebvre (2001) e Harvey (2014), Santos (2020) enlaça argumentos que envolvem a perspectiva da economia capitalista e uma de suas faces: a globalização. “A globalização é, de certa forma, o ápice do processo de internacionalização do mundo capitalista” (SANTOS, 2020, p. 23). Sendo assim, podem-se haver três concepções de globalização que segundo Santos (2020) são: a perspectiva da globalização como fábula, a globalização como perversidade e a globalização como possibilidade. “[...] Devemos considerar a existência de pelo menos três mundos num só. O primeiro seria o mundo tal como nos fazem vê-lo: a globalização como fábula; o segundo seria o mundo tal como ele é: a globalização como perversidade; e o terceiro, o mundo como ele pode ser: uma outra globalização [...]” (SANTOS, 2020, p. 18).

Ao tratar da temática da globalização, num primeiro momento, Santos (2020) evidencia como uma falácia, uma fábula. O argumento do autor se pauta no conceito de aldeia global: “fala-se, por exemplo, em aldeia global para fazer crer que a difusão instantânea de notícias realmente informa as pessoas” (SANTOS, 2020, p. 18). Porém, esse mito é questionado, pois esse encurtamento das distâncias ou acesso à informação não é algo feito para todas as pessoas. Essa concepção de mundo perfeito é imperativa para afirmar que a globalização é uma mentira.

Num segundo momento, ao debater sobre a globalização como perversidade, Santos (2020) alicerça seu argumento no aumento do desemprego, aumento da pobreza e a perda da qualidade de vida da classe média. “A perversidade sistêmica que está na raiz dessa evolução negativa da humanidade tem relação com a adesão desenfreada aos comportamentos competitivos que atualmente caracterizam as ações hegemônicas” (SANTOS, 2020, p. 20).

Em relação à globalização como possibilidade, Santos (2020) argumenta que ela pode ser mais humana tal qual Sen (2010) destaca em sua obra *Desenvolvimento como Liberdade*. A mistura de povos, para Santos (2020) colabora para a idealização de um mundo novo, com novas possibilidades: “a existência de uma verdadeira sociodiversidade, historicamente muito mais significativa que apropria biodiversidade” (SANTOS, 2020, p. 21).

Sob a perspectiva de uma nova globalização, Santos (2020) se aproxima dos pressupostos estabelecidos por Lefebvre(2001) e Harvey (2014) em relação ao Direito à Cidade. Se este direito está ligado à inclusão e não há exclusão, a construção de espaços de interação social nas cidades, ela se encaixa perfeitamente na perspectiva de se pensar um novo mundo, um mundo mais humano e justo, buscando erradicar a pobreza e a violência.

Com o olhar de um *flâneur*, proposto por Benjamin (1994) e Jacques (2012) e as considerações teóricas já tecidas ao longo deste capítulo, narrarei minha experiência em caminhadas nas ruas da cidade de Bom Jesus da Lapa, em especial no Centro Histórico, ao longo do ano de 2022, após a flexibilização das medidas de controle da pandemia do novo coronavírus (Covid 19). A rua para Freitas (2011, p. 22) ao analisar os conceitos de Abraham Moles e Elizabeth Rohmer⁴⁸ argumenta que há três espaços que fazem parte do plano geral de uma cidade: “o meu espaço - sou eu quem domino -, e o espaço do outro - é ele quem domina -; o espaço da potência pública - é o policial quem domina”. A rua se localiza nesse último espaço e, o centro da cidade é considerado um espaço semipúblico, o local onde se é praticamente obrigado a comprar algo.

4.3.1 Um passeio por Bom Jesus da Lapa sob o viés etnográfico

Como descrito no percurso metodológico deste trabalho, andar pelas ruas de Bom Jesus da Lapa sob uma perspectiva etnográfica e como um "flâneur" pode proporcionar uma compreensão rica e multifacetada da vida urbana, das práticas culturais e da dinâmica social

⁴⁸ Freitas (2011) analisou a obra “*Labyrinthes du Vécu - L'Espace: Matière D'Actions*”, em que os autores fazem discussões acerca da rua e seus microeventos.

da cidade, fui convidado a mergulhar nas nuances da experiência humana e a compreender as ricas interações entre pessoas, espaço e cultura.

Sob a lente etnográfica, me aproximei dos moradores de Bom Jesus da Lapa com uma atitude de respeito e curiosidade. Observei suas atividades diárias, interações sociais e expressões culturais. Através de conversas informais, coletei histórias pessoais que revelaram os valores, crenças e tradições que moldam a identidade da cidade. Ao participar de eventos locais, como a cerimônia de Patrimonialização da Romaria ao Bom Jesus da Lapa como patrimônio imaterial do Estado da Bahia, de algumas missas no Santuário, me inseri no tecido social, permitindo-me vivenciar as dinâmicas que dão vida a Bom Jesus da Lapa.

Como um "flâneur", tornei-me observador curioso e contemplativo das ruas e espaços urbanos, em especial do Centro Histórico da cidade. Caminhei aberto às surpresas que as esquinas e vielas podem oferecer. Minha atenção estava voltada para as modificações urbanísticas que a cidade passou após o retorno gradual à vida urbana por conta da vacinação contra a Covid-19. Cada elemento contribuiu para a atmosfera única da cidade, como peças de um quebra-cabeça cultural que se revelam enquanto perambulava pelas ruas.

Ao entrelaçar essas duas abordagens, capturei as complexidades da vida em Bom Jesus da Lapa. As histórias contadas pelos moradores ganham vida através das observações detalhadas das ruas. As práticas culturais e religiosas ganham profundidade quando vistas através das lentes do "flâneur". Essa interação entre a perspectiva etnográfica e a postura de "flâneur" nos permite não apenas entender, mas também sentir a pulsação da cidade e das pessoas que a habitam.

Em última análise, andar pelas ruas de Bom Jesus da Lapa como um observador etnográfico e um "flâneur" não é apenas uma experiência de mapeamento visual, mas uma imersão completa na cultura, nas histórias e nas experiências humanas. É um convite para descobrir a alma da cidade através de olhares curiosos e reflexões profundas, capturando a essência das ruas e das vidas que nelas se desdobram.

Confesso que estava ansioso em retornar à cidade, objeto de estudo desta pesquisa, principalmente para conhecer a "Nova Lapa", campanha divulgada pela Prefeitura Municipal para anunciar as reformas na cidade para a espera deromeiros e turistas, visto que as Romarias foram realizadas sem a presença de pessoas por dois anos seguidos: 2020 e 2021⁴⁹. Resido a 90 km da cidade de Bom Jesus da Lapa, na cidade de Santa Maria da Vitória, desde

⁴⁹ Romarias ao Bom Jesus da Lapa 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/ba/bahia/noticia/2022/08/05/com-titulo-de-patrimonio-imaterial-romaria-de-bom-jesus-da-lapa-reune-milhares-de-fieis-apos-dois-anos-suspensa-por-cao-da-covid.ghml>. Acesso em 16 de jun. de 2023.

julho de 2016, quando do ingresso na carreira do magistério superior na Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB), especificamente, no Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória (CMSMV). Em maio de 2022, acordei cedo e embarquei às 6h da manhã com destino à Capital Baiana da Fé.

Após 1h30 de viagem, avisto o Morro da Lapa. A primeira mudança percebida na “Nova Lapa” (grifo nosso) foi a transferência da rodoviária municipal para outro local. A rodoviária antiga (situada na principal avenida da cidade, a Manoel Novais) foi desativada e agora abriga um terminal de transporte alternativo, conhecido como Ponto das Vans, que possui carros com saída para cidades próximas à Bom Jesus da Lapa, como Riacho de Santana, Sítio do Mato, Serra do Ramalho, além de São Félix do Coribe e Santa Maria da Vitória. Dentro do ônibus, ouvi alguns passageiros que “agora Lapa tem uma rodoviária que merece”, pois era queixa da população e também dos visitantes do estado precário do terminal rodoviário.

Figura 47 - Antiga Rodoviária de Bom Jesus da Lapa



Fonte: Acervo pessoal (2022).

A nova rodoviária fica distante cerca de 5 km do Centro da cidade. Como o ônibus para na garagem da empresa para abastecimento (em frente à antiga rodoviária), decidi saltar ali e fui caminhando até o centro Multidisciplinar de Bom Jesus da Lapa (CMBJL) que fica na mesma avenida da garagem, cerca de 10 minutos de caminhada de onde estava. O meio de transporte mais utilizado pelos lapenses e visitantes é mototaxi, mas, por conta da pouca distância, decidi fazer o percurso a pé.

Fiz uma rápida parada no CMBJL para rever alguns amigos e de lá, segui em direção ao Santuário, andando cerca de 15 minutos. Antes de chegar na hoje denominada Praça da Fé, notei que havia uma nova rua no entorno do Santuário. Esse novo espaço (Avenida Monsenhor Turíbio ou Rua da Avenida, nome dado pelos moradores) surge dentro do Projeto Caminhos da Fé⁵⁰. Andei mais um pouco e deparei-me com a Praça da Fé, que foi inaugurada em 31 de dezembro de 2020⁵¹, antes denominada Praça Marechal Floriano Peixoto.

É uma nova praça, bem diferente da que vi em dezembro de 2019 (data de minha última ida à cidade). A arquitetura da praça possui inspiração em praças de Roma na Itália. A praça é circundada por arcos, além de esculturas em mármore de leões que remetem à Tribo de Judá: cada leão representa um dos filhos de Judá: no catolicismo, José (considerado o pai terreno de Jesus Cristo) é descendente direto da Tribo de Judá e, este, é referido na Bíblia Sagrada como um dos filhos de Jacó que recebeu uma bênção especial de Deus, que atingiria também todos os seus descendentes. Os arcos são denominados como Arcos da Professora Ivonildes de Melo, considerada uma das maiores educadoras da área de História da cidade.

Figura 48 - Praça da Fé - antes (2019) e depois da reforma (2022)



Fonte: Acervo pessoal; ASCOM PMBJL, 2022.

Pude perceber que estes arcos de Bom Jesus da Lapa lembram os Arcos da Lapa (Aqueduto da Carioca) na cidade do Rio de Janeiro. Os da capital carioca têm relação com aquedutos. O que hoje é ponto turístico na cidade, antigamente era utilizado para levar água para a população. Outro detalhe da praça é a presença de quatro imagens que representam as quatro estações do ano: primavera, verão, outono e inverno. As imagens estão dispostas nos cantos da praça e, em seu conjunto, formam uma bela imagem. No centro da praça, que pode

⁵⁰

Disponível

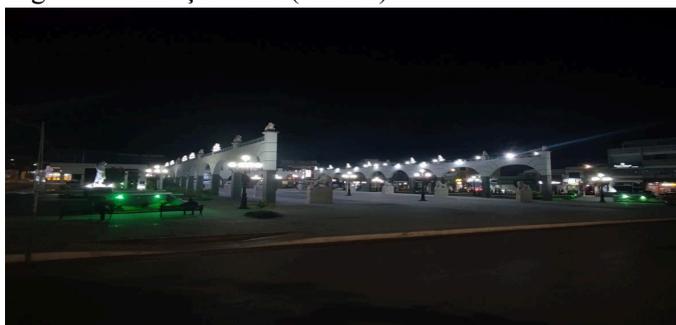
em:

<https://www.bomjesusdalapanoticias.com.br/prefeituras-em-acao/governo-e-prefeitura-de-bom-jesus-da-lapa-discutem-proximos-passos-do-projeto-caminho-da-fe/>. Acesso em 30 de mai. de 2023.

⁵¹ Disponível em: <https://www.centraldalapa.com/praca-da-fe-bom-jesus-da-lapa/>. Acesso em 30 de mai. de 2023.

ser entendido como o centro do tempo, há uma fonte luminosa (voltei à noite para vê-la bem como a iluminação especial que toda praça possui) com a imagem de Francisco Mendonça Mar, mais conhecido como Francisco da Soledade, a mesma imagem que já existe na entrada principal do Santuário.

Figura 49 - Praça da Fé (à noite)



Fonte: Acervo pessoal (2022).

No entorno da praça, há uma variedade de bares, lanchonetes, pizzarias, sorveterias além de hotéis. À noite, o local costuma ser frequentado não apenas por quem visita a cidade, mas também por seus moradores. O local virou um espaço "instagramável"⁵². É comum ver pessoas tirando fotos ou fazendo vídeos para postarem em suas redes sociais.

Apesar da mudança no local, pude perceber que o espaço carece de árvores. Senti que, durante o dia, por conta da alta temperatura da cidade (em média 35° C), o local é vazio ou conta com a presença de romeiros e turistas. Ouvi de um taxista que possui ponto na praça que o local precisa de árvores, pois, na maioria do tempo, é um espaço vazio. Há presença constante de Guardas Civis Municipais para evitar a depredação do espaço. "A gente não deixa que as pessoas subam nas imagens nem entrem na fonte luminosa. A gente precisa preservar, pois aqui ficou um lugar lindo para a gente que mora aqui e para quem visita Lapa", comentou um guarda com quem conversei.

Parei para tomar café em uma padaria que costumo frequentar. Apesar de ser uma quarta-feira, 11/05/2022, a cidade possui fluxo de pessoas que, na maioria dos casos, se deslocam até Bom Jesus da Lapa em busca de serviços de saúde ou de algum órgão, como a Justiça Federal ou o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS). Conversei rapidamente com a atendente e perguntei sobre os comentários sobre a reforma na praça: "muita gente gostou, o povo vive tirando fotos", foi sua resposta.

⁵² São locais físicos, cenários ou ambientes que são visualmente atraentes e interessantes o suficiente para se tornarem populares entre os usuários do Instagram e outras redes sociais.

Segui em direção à Avenida Duque de Caxias em direção ao Santuário. Na Praça do Livro está situada a Biblioteca Pública Leonor Magalhães César, além da sede da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. Andando mais uns 5 minutos deparei-me com a Praça do Largo da Esplanada do Santuário (antes denominada Praça da Bandeira), muito diferente do que vi em dezembro de 2019. A sua inauguração deu-se em 04 de dezembro de 2020, dia de Santa Bárbara.

Figura 50 - Esplanada do Santuário



Fonte: Acervo pessoal (2022).

A Praça também possui arquitetura de inspiração romana e é considerada o coração da cidade visto que a urbe começou após a descoberta do Morro pelo missionário Francisco da Soledade. Com a requalificação, surgiu um grande calçadão que impede a passagem de carros e/ou motos. A Praça possui arcos além do Shopping do Romeiro, espaço que conta com 84 (oitenta e quatro) lojas que vendem objetos ligados ao movimento do turismo religioso da cidade.

Apesar de o espaço possuir alguns estabelecimentos comerciais (hotéis, em sua maioria), considero que as obras deram uma visão melhor ao Santuário além de segurança, visto que não há mais a passagem de carros e motos (algo que acontecia até 2019). Além disso, houve a instalação de banheiros públicos e de rampas de acesso para portadores de deficiência. Outro detalhe foi que a Avenida Monsenhor Turíbio que fica no entorno do Santuário, foi asfaltada e alguns moradores deslocados de sua moradia para o início das obras do Projeto Caminhos da Fé. A rua foi aberta até encontrar com a Avenida Manoel Novais.

Em conversa informal com alguns comerciantes do local, disseram que houve processo indenizatório para quem morava ali. Perguntei para onde essas pessoas foram e, muitos disseram que foram para o Bairro Vila Maia, que é para “onde a cidade está crescendo”, disse-me um senhor, pois lá estão indo os órgãos federais e construída a nova rodoviária. Pensei que, apesar de terem sido indenizados, o bairro é distante do centro comercial da cidade e, acredito que, a maioria das pessoas, possuem pouca ou quase nenhuma renda o deslocamento até o Centro é dificultoso visto que não há transporte público na cidade

e as corridas de mototáxi, variam entre R\$ 5,00 e R\$ 10,00 a depender da distância (esse valor é definido entre o usuário e o mototaxista antes da corrida acontecer). Conversei com um mototaxista que possui ponto na Praça da Fé e uma corrida de lá até a nova rodoviária fica R\$ 10,00. De táxi, em média, R\$ 25,00 (fiz consulta de preço a uma taxista).

Entrei no Santuário, depois de quase dois anos. Há controle de entrada de pessoas e a obrigatoriedade do uso de máscaras. Como de costume, fiz uma oração aos pés da imagem do Nosso Senhor Bom Jesus da Lapa e fiz-lhe um pedido. Em seguida, adentrei o Santuário até a Gruta de Nossa Senhora da Soledade e, em seguida, até a Gruta de Santo Antônio (santo que sou devoto). Fiz minhas orações e também um pedido para a recuperação da saúde da mãe de um grande amigo que estava na Unidade de Tratamento Intensivo (UTI) em um hospital na cidade de Barreiras - Bahia. Fiz foto da imagem de Santo Antônio e encaminhei para ele, via mensagem no aplicativo *whatsapp*, com a seguinte mensagem: “Que Nosso São Toninho ilumine e guie a recuperação de sua mãe”.

Figura 51 - Gruta de Santo Antônio



Fonte: Acervo pessoal (2022).

Não demorei muito dentro do Santuário. Apesar de pouca gente, não me senti confortável em alguns momentos, principalmente porque algumas pessoas tiravam as máscaras quando iam fazer alguma foto ou vídeo mesmo com a presença de placas e cartazes reforçando o uso de máscaras e o pedido de funcionários (as) da equipe de segurança do lugar.

Do Santuário, continuei minha caminhada até a Praça Monsenhor Turíbio Vila Nova (antes Rua Miguel Calmon), um novo espaço que surgiu no processo de requalificação do entorno do Santuário. Um dado interessante sobre essa Praça é que sua inauguração (colocar a data exata), os restos mortais do Monsenhor foram sepultados dentro da Gruta de Nossa Senhora da Soledade. Esse fato se deu, pois, era um desejo dele que fosse enterrado no

Santuário. Antes, seus restos mortais estavam no Cemitério São Francisco Xavier, situado no Convento da Ajuda, na cidade do Rio de Janeiro. Nesse dia, aconteceu uma alvorada na cidade, bem como uma carreata com os restos mortais do Monsenhor pela cidade. Em conversa com o Coordenador de Cultura e o Secretário de Cultura e Turismo, finalmente a cidade enaltecia aquele que a engrandeceu, a que a tornou conhecida no mundo, em alusão à Resenha Histórica, escrita pelo Monsenhor Turíbio Vila Nova Segura que narrou a história das Romarias. O livro é datado de 1937.

Figura 52 - Praça Monsenhor Turíbio Vila Nova Segura



Fonte: Acervo pessoal (2022).

Na praça, no centro dela, há uma estátua do padre. Além de arcos que pude observar em outros espaços. Destaca-se que a estátua (com cerca de quatro metros de altura) não se encontra virada para o Morro da Lapa, mas sim como quem está saudando quem visita à cidade. Nessa perspectiva, o religioso, está saudando quem visita Bom Jesus da Lapa, em especial o Santuário. Um detalhe é que o Monsenhor está segurando a sua famosa Resenha Histórica.

Na estátua, em cada parte de sua base, há descrição de fatos importantes relacionados à cidade de Bom Jesus da Lapa, a saber: “1543 - Itaberaba Pedra Resplandecente - primeiras notícias do lugar que hoje é a cidade de Bom Jesus da Lapa”; “1691 - ano de fundação, pelo

Monge Francisco da Soledade, do Santuário do Bom Jesus da Lapa”; “1888 - ano da primeira Romaria Negra - ou Romaria dos Pretos”; “1923 - A vila do Bom Jesus da Lapa é elevada à categoria de cidade”. Esses fatos são relatados na Resenha Histórica. A descrição desses acontecimentos é acompanhada de esculturas feitas em alto relevo.

Na mesma Praça, ganhou destaque com a requalificação o Museu do Santuário Memorial Padre Lucas Kocik, em homenagem a este religioso, da Ordem dos Redentoristas que foi o primeiro administrador da Missão Redentorista da Bahia e do Santuário de Bom Jesus da Lapa. Dentre suas obras, na sua administração estão: a construção do Abrigo dos Pobres e da residência das Irmãs Filhas da Caridade (Vicentinas), além da igreja de Santa Luzia e, juntamente com o Padre Ceslau Stanula, a nova casa do Santuário, onde hoje abriga a comunidade redentorista. Essas obras aconteceram na segunda metade da década de 1970.

Figura 53 - Fachada do Museu do Santuário



Fonte: Acervo pessoal (2022).

O Museu do Santuário funciona de segunda à sexta-feira, das 8h às 12h e das 14h às 18h e é cobrada uma taxa de R\$ 2,00 (dois reais) para ter acesso às suas dependências. O valor cobrado é revertido para manutenção do espaço. No museu, encontra-se uma série de fotografias, roupas eclesíásticas, além de imagens sacras. O local é limpo, arejado, com boa circulação, sinalização de todos os seus espaços. Para a atendente, ali está “um pouco da memória não somente das Romarias, mas também de outras manifestações religiosas da cidade, a exemplo da Festa do Divino Espírito Santo”. Além disso, “com a reforma da praça o lugar ficou mais visível e é mais visitado”, afirmou a atendente do museu.

Figura 54 - Museu do Santuário (visão interna)



Fonte: Acervo pessoal (2022).

Findada a visita ao Museu, fui almoçar para retornar no final do dia para Santa Maria da Vitória. Durante o almoço, escutei as pessoas comentando sobre as obras executadas e a expectativa para o retorno presencial das Romarias, em especial a do Bom Jesus, além do Novenário que aconteceu de 28 de julho até 06 de agosto de 2022. A expectativa é de um número maior de romeiros esse ano.

Almocei com um amigo (e colega de trabalho) que me hospedou na casa dele sempre que vou à Bom Jesus da Lapa. Ele disse que a cidade é outra desde que ele chegou lá (ele é professor da UFOB e reside em Lapa desde outubro de 2016). A sua namorada nos acompanhou (ela é natural da cidade e reside lá) e disse que a cidade mudou e para melhor e que a expectativa para a Romaria é a melhor possível frente às melhorias (não somente físicas no espaço), mas também as que já foram anunciadas pela Prefeitura, como por exemplo, o reordenamento do trânsito nos dias que antecedem a Procissão em homenagem ao Bom Jesus da Lapa (06 de agosto) e também o espaço específico para o camelódromo, que ela considera que será um bom espaço visto que, até então, durante o período de Romaria as ruas do entorno do Santuário ficam intransitáveis além de sujas e com mau cheiro, pois não havia um espaço específico para esses comerciantes.

Esse cenário apresentado por ela lembra-me dos relatos do pesquisador Carlos Alberto Steil em sua famosa obra “O Sertão das Romarias: um estudo antropológico sobre o Santuário do Bom Jesus da Lapa - Bahia”. Ela espera (assim como outros lapenses) que essa ideia de desorganização, bagunça e sujeira fique no passado. Outra questão é que nesse período, todo comércio entra em liquidação e é um “convite às compras”, segundo relatos dela e também a inauguração da reforma do Mercado Municipal.

Findo o almoço, voltamos à UFOB e fiquei por lá até às 16h30. Meu amigo levou-me até a nova rodoviária, pois o ônibus para Santa Maria da Vitória. No caminho, vi a avenida que abriu até chegar lá: Avenidas Agenor Magalhães. Percebi vários loteamentos com espaços à venda e também órgãos federais que se fixaram no percurso da avenida. Olhando mensagem de *whatsapp*, deparo-me com a notícia de meu amigo que sua mãe havia saído da UTI: não

me contive de emoção e, umas lágrimas saíram de meus olhos. Respirei e agradei a Santo Antônio e ao Bom Jesus pela graça alcançada. Guardo as mensagens que troquei com ele para ser testemunho desse momento de fé!

Figura 55 - Troca de mensagem pelo aplicativo whatsapp



Fonte: Acervo pessoal (2022).

Ao chegar à rodoviária, de nada se parecia com a anterior. Espaço com estacionamento, limpo e agradável para quem chega à cidade. Ao comprar minha passagem, registrei minha satisfação do ambiente com o atendente da empresa de ônibus e ouvi algo que, durante esse dia ouvi muito: “Lapa merece estar assim”. Realmente, uma Nova Lapa surgiu.

Figura 56 - Nova Rodoviária



Fonte: Acervo pessoal (2022).

A viagem transcorreu de maneira tranquila e, antes de findar esse relato, destaco que meu pedido ao Bom Jesus foi atendido: estaca com uma questão processual junto à UFOB para conceder-me a minha transferência por motivos de saúde e o processo estava travado desde março, visto que necessitei passar por perícia três vezes. Ao chegar em casa, liguei meu computador e abri meu *email* (nesse dia, iniciava um Projeto de Extensão que desenvolvo) e, para minha felicidade, houve parecer favorável para mim. Coincidência? Eu chamo isso de fé. Fé no Bom Jesus! Ajoelhei em direção ao Santuário, chorei e fiz uma oração de agradecimento.

Esse relato me fez refletir sobre as múltiplas identidades de pesquisador e de romeiro. E como elas se fundem. Aqui, lembrei-me do conceito de do entre-lugar proposto Santiago (2000) texto lido e debatido nas aulas de Seminários Avançados em Cultura, ministrada pela professora doutora Edilene Dias Matos. As reflexões trazidas pelo texto foram importantes para que eu pudesse o espaço entre o pesquisador x romeiro: a análise das múltiplas identidades do pesquisador e do romeiro revela uma complexa interação entre perspectivas individuais, experiências culturais e papéis sociais. Ambos os papéis carregam consigo uma série de elementos que moldam as percepções, as motivações e as interações de cada pessoa.

As identidades do pesquisador e do romeiro são distintas, mas também podem se fundir em momentos de observação participativa, reflexão e diálogo. Essas interações enriquecem a compreensão mútua e contribuem para uma visão mais holística e contextualizada dos fenômenos culturais e espirituais. Essa fusão de identidades cria um espaço enriquecedor onde os limites entre pesquisador e romeiro se desvanecem. Essa abordagem holística e interconectada permite uma compreensão mais completa e autêntica dos fenômenos estudados, promovendo um diálogo entre a objetividade da pesquisa acadêmica e a subjetividade da experiência pessoal.

Foi com esse espírito que retornei à Bom Jesus da Lapa para a primeira fase da pesquisa de campo: a entrevista com romeiros e camelôs/vendedores ambulantes. A pesquisa possuiu inspiração na abordagem qualitativa. Perguntava a cada participante se queriam participar do estudo e, em seguida, solicitava a assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), para que assim a entrevista fosse iniciada. As entrevistas duravam, em média, cerca de 10 (dez) minutos. Com essa mesma dinâmica, retornei em novembro de 2022 e realizei as entrevistas com moradores e comerciantes da cidade. Entre os meses de fevereiro e junho de 2023: com o Prefeito Municipal, Secretário Municipal de Cultura e Turismo, Coordenador Municipal de Cultura, Reitor do Santuário do Bom Jesus da Lapa, Coordenador de Comunicação do Santuário do Bom Jesus da Lapa, Assessor de Comunicação da Prefeitura Municipal e Sócio proprietário da Agência de Publicidade que possui a conta da Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa e o Presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) de Bom Jesus da Lapa.

Retornei a Bom Jesus da Lapa, em agosto de 2022, para realização da pesquisa de campo da minha tese de doutoramento e também, para além dos registros em entrevistas que fiz, observar o funcionamento da urbe durante a terceira maior Romaria do Brasil. Estava de férias do trabalho e consegui chegar lá dia 02 de agosto. Na ida (sai de Vitória da Conquista, distante cerca de 400 km de Lapa) o ônibus estava repleto de romeiros ávidos para voltarem a

encontrar o Bom Jesus. Cheguei por volta das 4h da manhã e o terminal estava repleto de pessoas, em sua maioria, visto que alguns estavam com o famoso chapéu branco com fita verde e outros com camisas produzidas com mensagens alusivas à Romaria.

Fui de táxi até o local que ia ficar hospedado (bem no Centro da cidade, cerca de 10 minutos da Praça da Fé) e, conversando com o taxista ele comentava que “a cidade estava mais cheia como nunca visto”. Perguntei se algum passageiro havia feito comentários sobre as obras realizadas e a sua resposta foi que “ninguém reclamou de nada..tudo tá bonito..a começar pela rodoviária; uma rodoviária que Lapa precisava”. Lembrei-me dos comentários que ouvi quando estive na cidade em maio.

Após um breve descanso, saí de casa às 7h da manhã e fui caminhando em direção ao Santuário. Antes de chegar à Praça da Fé, percebi que foram colocadas barreiras para identificação e passagem de moradores. Conversando com um dos guardas que estava fazendo a verificação de documentos, fui informado que a passagem era autorizada para moradores ou donos de comércios na região. Lembro-me que o trânsito ficava realmente um caos em tempos de Romaria na cidade. A decisão da Organização da Festa em regulamentar o trânsito trouxe mais segurança e melhorou o fluxo das pessoas, não somente os romeiros como também dos moradores da cidade.

Chegando à Praça da Fé, diferente do que vi em maio, estava lotada de pessoas que contemplavam o lugar, tirando fotos e fazendo vídeos. O sol que já brilhava com todo esplendor (uma média de 25°C) não afastava dali que estava a admirar a nova praça. Ouvia os comentários mais positivos do lugar com uma ressalva: “porque aqui é a Praça da Fé? A fé está lá no Santuário. Lá é que deveria ser a Praça da Fé. Se tem uma coisa a reclamar é o nome. Eu não gostei!” comentava uma senhora para outra.

O local, pelo visto, durante o dia continua a ser visitado apenas por quem visita à cidade. Conversei com um dos guardas que trabalha lá e ele me confirmou. Acredito que, como o espaço não possui um abrigo para se proteger do sol ou não há árvores, o calor afasta os moradores. À noite, como ocorreu em maio, a população frequenta o espaço que, desta vez, também estava com muitos visitantes que não se cansavam de tirar fotos e fazer vídeos, contemplando a iluminação que é um charme à parte no local.

Decidi fazer o mesmo percurso que fiz em maio, mas, desta vez, não consegui tomar café na padaria que costumo frequentar: estava muito cheia e a fila de espera era longa. Continuei minha caminhada e a toda hora chegavam grupos de romeiros sempre entoando algum cântico em alusão ao Bom Jesus. Fiz uma parada em frente à Biblioteca Municipal: no espaço haviam vários artesãos vendendo seus produtos e alguns romeiros que disputavam a

sombra de algumas árvores. Nessa parada, observei os comentários de quanto “Lapa está bonita” ou “você já viu a fonte luminosa da praça nova funcionando?”. A “Nova Lapa” agradou em cheio aos romeiros.

Já mais perto da entrada do Santuário, percebi que todos os hotéis e pousadas estavam cheios. Quando o romeiro não está no Santuário, costumam ficar em frente aos locais que estão hospedados, ouvindo música, fazendo churrasco e, alguns, consumindo bebida alcoólica (preferencialmente cerveja). Algumas casas que vi em maio com placas de “aluga-se para romeiros” estavam ocupadas por grupos vindos de diversos lugares, principalmente do Sul da Bahia e Norte de Minas Gerais.

Figura 57 - Largo da Esplanada em agosto de 2022



Fonte: Acervo pessoal (2022).

A Praça do Largo da Esplanada estava com uma média de 100 (cem) mil pessoas, segundo estimativas da secretaria de Cultura e Turismo de Bom Jesus da Lapa. As lojas do Shopping do Romeiro estavam também cheias e vi muitas pessoas comprando produtos alusivos à Romaria. Fui até a Central dos Romeiros (local em que os chefes de Romaria informam de onde estão vindo e com quantas pessoas) e o movimento era intenso de pessoas cadastrando suas caravanas. Um sentimento expressado que ouvi muito nesse dia era de que “como estava com saudade do Bom Jesus”, estampando nas expressões de felicidade de cada romeiro que andava num ritmo frenético pela esplanada.

Conversei com algumas funcionárias da Central do Romeiro para saber do fluxo de chegadas e elas disseram que “a Romaria deste ano promete ser a maior de todas”. Questionei se os romeiros falavam sobre as obras no entorno do santuário e foram enfáticas ao afirmar que não se tem queixa ou reclamação: “acharam tudo lindo”. Enquanto estava na Central, percebi um grupo que estava chegando de Xique-Xique. Aproximei-me disse que nasci perto de lá (sou natural de Morro do Chapéu) e conversei rapidamente com o grupo para saber quais impressões tinham da cidade, como foi a viagem e quanto tempo iam ficar. Prontamente, uma

das senhoras me respondeu, dizendo que via na internet fotos e vídeos das mudanças feitas, mas que a sua vontade mesmo era de estar presente em Lapa, algo que faz a mais de 30 anos. Logo, perguntei como foram os dois anos ausentes da Romaria: “foi triste. Via as missas pela internet, mas não é a mesma coisa”. A gente precisa sentir o Bom Jesus. Precisa visitar aqui todo ano para renovar a nossa fé”, respondeu-me com um sorriso no rosto.

Voltando sobre as impressões sobre a cidade, ela disse que como as ruas estão mais espaçosas ela se sentia mais segura em andar pelo Centro. Perguntei se ela já tinha ido ao camelódromo ou ao mercado municipal: disse que iria depois de fazer algumas orações dentro do Santuário, mas, já tinha ouvido falar, no hotel que estavam hospedados que a cidade está mais organizada e limpa. Logo, pensei na fala da namorada de meu amigo quando comentou que nessa época do ano, a cidade ficava suja e com mau cheiro.

Mesmo com muita gente entrando no Santuário (as medidas de proteção contra o novo coronavírus perduraram e era necessário o uso de máscara - utilizei durante toda minha caminhada) para adentrar ao espaço. Algo não mudou desde 2019, quando estive presente na Romaria da Terra e das Águas (julho de 2019) e na Romaria ao Bom Jesus da Lapa (agosto de 2019) a devoção dos romeiros. Muitos adentravam o Santuário ajoelhados ou amparados por alguém para conseguir dar seus passos (principalmente, idosos com dificuldade de locomoção). Fiquei apenas no salão principal (Altar do Bom Jesus) e continuei minha caminhada pelas ruas do Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa.

Decidi passar pela Praça Monsenhor Turíbio Vila Nova e, igual aos outros espaços, estava cheio e muita gente, mais uma vez, fazendo fotos e vídeos em frente à estátua do Monsenhor. No caminho até a Praça, várias casas com placas anunciando aluguel para romeiros estavam ocupadas (foi assim até o final da minha caminhada). Continuei andando, e decidi ir até o camelódromo e ao mercado municipal. Como houve a interrupção do tráfego de carros e motos nas ruas do entorno do Santuário, ficou mais tranquilo andar por lá. Porém, as calçadas continuam irregulares, que dificulta a caminhada de quem possui dificuldade de locomoção. A acessibilidade nas ruas de Bom Jesus da Lapa é praticamente inexistente para cadeirantes. Uma questão a ser resolvida pelo Poder Público para sensibilizar a população sobre o ordenamento das calçadas para facilitar a locomoção das pessoas, principalmente as que possuem pouca ou nenhuma mobilidade.

Ao chegar ao camelódromo, o espaço estava cheio de pessoas comprando produtos, em sua maioria, vestuário. O espaço possuía toldos que inibiam a chegada do sol e dava um descanso à pele visto que, àquela hora (já passava das 10h) a temperatura beirava os 36°C. O calor, a multidão não impedia que vendedores buscassem chamar a atenção dos possíveis

compradores. Verifiquei que no local não estavam apenas romeiros e sim, muitos moradores. De lá, fui ao mercado municipal que passou por reforma e acabara ser reinaugurado (confirmar tal informação) e pude observar a venda de artesanato, material para cozinha e comida. O espaço também possuía restaurante.

Figura 58 - Camelódromo



Fonte: Acervo pessoal (2022).

O que ouvi, com muita frequência, nessa caminhada pelo Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa foi a de “matar a saudade do Bom Jesus”, seguida de como “tudo está lindo”, “a Lapa está mais bonita do que nunca”. Foi com esse sentimento que encerrei minha caminhada (quase 12h - retornei à noite para ver a iluminação da Praça da Fé) e fui descansar para, no dia seguinte, dar início a iniciar a pesquisa de campo.

Sendo assim, no próximo capítulo, amparado pelo aporte teórico de Fairclough (2016) e Maingueneau (2002) sobre análise do discurso (AD) e o auxílio do software de análise de dados qualitativos ATLAS.ti, serão analisadas e discutidas as entrevistas realizadas com o grupo de bastidor (Prefeitura, Santuário e Câmara de Dirigentes Lojistas) e fachada (Romeiros, Moradores e Comerciantes / Camelôs). Essa divisão dos grupos possui inspiração na teoria da dramaturgia social concebida por Goffman (1985).

5. OS DISCURSOS DA/NA ROMARIA: UMA ANÁLISE À LUZ DOS ESTUDOS DE FAIRCLOUGH (2016) E MAINGUENEAU (2002)

*“Pelos horas do bendito
Louvado seja o velho Chico
Louvado seja o velho Chico
Espelho d'agua que se move manso
Feito notícia boa no remanso
Pelos benditas horas
Seja louvado o velho Chico*

Seu arraial do Bom Jesus da Lapa Santa” (Trecho da canção Lapa Santa de Maria Bethânia)

O capítulo quatro apresenta a partir das orientações de Fairclough (2016) e Maingueneau (2002) sobre Análise do Discurso e com a utilização do software de análise de dados qualitativos ATLAS.ti, a análise dos dados coletados na pesquisa de campo com os participantes desta pesquisa, a partir da concepção de bastidor nas representações da vida cotidiana proposto por Goffman (1985) serão analisados os discursos tanto do Poder Público (Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa e Secretaria Municipal de Cultura e Turismo), da Morrito Comunicação (Agência de Publicidade que possui a conta da Prefeitura Municipal) e do Santuário do Bom Jesus da Lapa e Nossa Senhora da Soledade bem como a interface de como a comunicação é gerida por essas instituições (aproximações, similaridades e tensionamentos). Em relação ao comércio relacionado ao turismo religioso, uma entrevista com o presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) da cidade.

Também foi realizada a análise das entrevistas com outros participantes da pesquisa, a saber: romeiros (as) e turistas, moradores (as) da cidade de Bom Jesus da Lapa - que professam a fé católica e de outras religiões como protestantes, espíritas e de matriz africana bem como os (as) que se consideram agnósticos (as) - e a relação das Romarias com a economia da cidade: comerciantes do trade turístico e camelôs que participam da Romaria ao Bom Jesus da Lapa. Essas vozes, aqui relatadas, partem da perspectiva apresentada no capítulo anterior, agora na ideia de fachada nas representações da vida cotidiana proposto por Goffman (1985).

Goffman (1985) desenvolveu o conceito de bastidor e de fachada para descrever como as pessoas gerenciam suas apresentações públicas e interações sociais, revelando que a maneira como nos comportamos em diferentes contextos muitas vezes envolve um jogo complexo de representação. As pessoas alternam entre a fachada e o bastidor, adaptando sua apresentação para se adequar às expectativas sociais e à audiência presente. O comportamento

nas situações do cotidiano é, portanto, uma representação cuidadosamente planejada e interpretada para controlar a impressão que os outros têm de nós. Sendo assim, ao utilizar uma situação do cotidiano (aqui representada pelas Romarias) definiu-se o grupo de bastidor (quem organiza o evento) e quem o assiste (fachada).

5.1 OS BASTIDORES DO ESPETÁCULO: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS NO ATLAS.ti

Na tabela 26 (vinte e seis) é apresentado as principais categorias temáticas que emergiram a partir das entrevistas realizadas com os diversos grupos que participaram da pesquisa. Neste primeiro momento são apresentadas as frequências de ocorrências dos excertos codificados dos grupos: Comunicação, Prefeitura (Gestão) e do Monsenhor (Santuário), totalizando 08 (oito) entrevistados. A análise das entrevistas se deu através do ATLAS.ti que é um software de pesquisa qualitativa que auxilia na análise de dados qualitativos. Ele fornece ferramentas poderosas para organizar, explorar, codificar e analisar dados textuais, visuais, de áudio e vídeo, permitindo uma abordagem sistemática na compreensão de padrões, temas e relações nos dados.

A Prefeitura atua nos bastidores da Romaria como uma entidade responsável pela organização logística e infraestrutura do evento. Isso inclui o fornecimento de serviços públicos, como limpeza, segurança, regulamentações de trânsito e saúde pública, que são importantes para acomodar o fluxo de romeiros e turistas. Ao garantir a segurança e o conforto de quem visita a cidade nos períodos de Romaria, a Prefeitura cria as condições para que a Romaria aconteça de maneira ordenada e tranquila.

Já o Santuário representa um dos bastidores centrais da Romaria, pois é o local onde a devoção acontece. Ele desempenha um papel crucial na organização dos rituais e das celebrações religiosos. Ele mantém a tradição e cria o ambiente espiritual que molda a experiência dos romeiros. O Santuário age nos bastidores para coordenar cerimônias, oferecer espaços de oração, fornecer informações religiosas e facilitar a conexão dos romeiros com o sagrado.

A Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) pode ser vista como um bastidor comercial na Romaria. Enquanto os romeiros e turistas estão concentrados em suas práticas religiosas, a CDL desempenha um papel nos bastidores ao promover o comércio local, oferecer serviços aos visitantes e estimular a economia local durante o evento. Isso pode incluir a coordenação de promoções e eventos comerciais.

Ademais, a Assessoria de Comunicação (ASCOM) tanto da Prefeitura quanto do Santuário, além da Agência de Publicidade que possui a conta da atual gestão municipal revela como essas entidades desempenham papéis cruciais nos bastidores para influenciar indiretamente a experiência dos peregrinos e a imagem pública do evento. A ASCOM da Prefeitura em parceria com a Agência de Publicidade Morrito Comunicação são responsáveis por destacar a importância do evento para a cidade em termos de turismo religioso e impacto econômico.

Em relação à ASCOM do Santuário, ela desempenha um papel importante nos bastidores ao divulgar informações religiosas e eventos relacionados à romaria. Isso inclui a programação das cerimônias, informações sobre os rituais, mensagens espirituais e conteúdo que promove a devoção. Através da comunicação, a ASCOM do Santuário molda a experiência religiosa dos romeiros e turistas, informando-os sobre as práticas a serem seguidas e criando expectativas para a jornada espiritual

Tabela 15 - Comparação entre os diferentes grupos de documentos e as principais categorias temáticas. (n = 8)

	Comunicação 3 106	Gestão 4 144	Monsenhor 1 45	Totais
COMÉRCIO 251	12	16	1	29
COMUNIC... 94	42	11	6	59
FÉ 157	1	1	1	3
ROMARIAS 282	21	17	10	48
ROMEIROS 758		55	15	70
SANTUÁRIO 63	6	1	5	12
TURISMO... 515	24	43	7	74
Totais	106	144	45	295

Fonte: Elaboração própria via ATLAS.ti (2023)

Observação: 1) Os números que aparecem ao lado dos temas indicam a ocorrência de trechos codificados.

Quando os entrevistados foram convidados a falar sobre o turismo na Cidade de Bom Jesus da Lapa, o que se percebeu inicialmente em função das frequências é que o comércio

local é diretamente impactado pela presença dos romeiros que buscam, nas romarias, a expressão da sua fé, da sua religiosidade.

Na concepção das equipes responsáveis pela gestão de Bom Jesus da Lapa, o que se percebeu é que as romarias desempenham um papel crucial na economia de Bom Jesus da Lapa, gerando empregos, movimentando o comércio e atraindo turistas para a cidade. As romarias são responsáveis por cerca de 80% a 90% da economia da região, beneficiando setores como hotéis, postos de gasolina, bares, lanchonetes e artistas locais.

a romaria, a importância dela, primeiramente foi a importância religiosa. Ela trouxe devotos do mundo inteiro para cá e depois ela se tornou também importante no fator econômico, que o comércio foi desenvolvendo também ao redor disso, pessoal com barracas vendendo lembranças, os hotéis que primeiramente eram as pensões, e até hospedarias informais que a pessoa só saía de dentro de casa, muitas vezes para poder alugar ali e ter um dinheiro extra nesse período do mês de agosto. E cresceu bastante, se tornou ainda o principal meio econômico da cidade e religioso também. (ASCOM PREFEITURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Veja só, Bom Jesus da Lapa é uma cidade muito carente, né? E com isso nós tínhamos umas pessoas que moravam com um poder aquisitivo muito baixo. E aí foi descoberta a romaria, né? E a romaria nos trouxe um poder aquisitivo muito bom. Tanto que as pessoas de Bom Jesus da Lapa antigamente viviam da romaria, né? Nós tínhamos aí apenas dois meses de romaria, hoje nós temos, pra você ter uma ideia, seis romarias no decorrer do ano, então o poder aquisitivo cresceu muito. (PREFEITO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Além disso, serviços essenciais como energia e abastecimento de água também são beneficiados pelas romarias. A cidade se sustenta graças a esse fluxo de visitantes e muitos comerciantes locais dependem desse período para garantir uma boa renda durante todo o ano.

É muito difícil imaginar Bom Jesus da Lapa sem romarias, porque hoje eu tenho 42 anos E nunca me peguei... é difícil, é impossível imaginar Lapa sem a romaria, até o próprio nome da cidade já diz tudo, é Bom Jesus da Lapa, então foi tudo formado em torno da romaria. (ASCOM PREFEITURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Além da cultura, a cultura religiosa e também a economia. Sem que, talvez você não saiba, mas aqui, para mim, o carro forte da economia de Bom Jesus da Lapa é a romaria. Tudo gira em torno da romaria. (CDL, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A pandemia afetou as romarias, reduzindo o número de visitantes e causando dificuldades para o setor hoteleiro, mas com o relaxamento das restrições, o movimento tem

voltado a crescer. A construção de um aeroporto na região também traz expectativas de aumento na receita da cidade. A romaria é vista como uma oportunidade econômica, incentivando o empreendedorismo, criando oportunidades de trabalho e gerando renda para diversos setores. Os guias de turismo e artesãos também são beneficiados pelas romarias, recebendo suporte e orientação da cidade.

Aqui nós temos pessoas que têm preparações, que fazem formações, que fazem treinamentos e uma maneira de que eu sei crescer, pensar e fazer o que eu romaria, tenha mais esse passo, que é o empreendedorismo. (SEC DE TURISMO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Tem, da parte dos guias de turismo, dos artesãos, que nós aqui apoiamos, orientamos, seguimos, acompanhamos os artesãos aqui, os artistas e ultimamente no ano passado nós fizemos uma preparação com os guias, turismo, com fardas, com roupa nova, com orientações, com todo o apoio e estrutura da Secretaria de Cultura. (SEC DE TURISMO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

O poder aquisitivo, ele aumenta, a gente tem muitas pessoas que dependem da romaria. A gente tem tanto o Bom Jesus da Lapa como as outras cidades que vêm para trabalhar e ganhar seu dinheirinho. (PREFEITO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Bom Jesus da Lapa foi construída em torno dessa movimentação de pessoas e o turismo religioso desempenha um papel fundamental no desenvolvimento da cidade. A romaria é considerada a alma da cidade, impulsionando sua economia e beneficiando tanto os moradores locais quanto os visitantes.

todo mundo que vem aqui através de... pra conhecer a gruta, pra agradecer religiosamente, ela vai vendo que o comércio é um comércio forte, um comércio promissor, então isso só gera o quê? Porque o cara tá no comércio na cidade dele, tá vendo que ele tá desandando lá, pode vir pra cá que aqui vai ser bem recebido e a população sempre vai ajudar. (CDL, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

É muito difícil imaginar Bom Jesus da Lapa sem romarias, porque hoje eu tenho 42 anos E nunca me peguei... é difícil, é impossível imaginar Lapa sem a romaria, até o próprio nome da cidade já diz tudo, é Bom Jesus da Lapa, então foi tudo formado em torno da romaria. (ASCOM PREFEITURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

o que eu posso dizer é que a importância da romaria para a cidade da Lapa é fundamental, é o coração pulsante da cidade, do comércio local, de tudo que acontece na cidade. [...] a cidade, ela vive por causa do romeiro, por causa da romaria, por causa dessa movimentação religiosa que acontece aqui em Bom Jesus da Lapa. (ASCOM SANTUÁRIO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Essa diversidade de romarias contribui para fortalecer a imagem de Bom Jesus da Lapa como um local de devoção e fé, capaz de acolher os diferentes grupos religiosos. Os entrevistados ressaltam que a romaria é um evento que deve ser mantido e valorizado, já que faz parte da identidade e história da cidade de Bom Jesus da Lapa.

a Morrito foi uma empresa vencedora do processo licitatório e já trabalha com a gente há um tempo. É uma agência que tem já um know-how para trabalhar com a dimensão que é o município e até a prefeitura municipal, é um trabalho com a parceria que vem rendendo bons frutos, a gente está vendo o alcance que nós temos fora da cidade, nós tivemos uma proposta inicial da gente alavancar essa marca, o nome de Bom Jesus da Lapa, esse jargão de capital baiana da fé, e conseguimos lançar a capital da fé, que não se tornou algo só regional, então hoje é algo nacional, nós tivemos para impulsionar também esse trabalho, nós tivemos em 2009, se não me engano, 2015, a escolha das maravilhas do Brasil, das Sete Maravilhas do Brasil, e o nosso morro ficou como a primeira das Sete Maravilhas do Brasil. Então através disso aí nós pensamos numa campanha para intensificar esse nome, não ficar só como uma variação de slogan de campanhas de comércio, como era utilizado na capital baiana da fé, era utilizado mais nesse sentido. Hoje nós temos capital da fé como uma marca que já ultrapassou as barreiras, as fronteiras aí de municipais, estaduais e bem vista no país inteiro. (ASCOM PREFEITURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Romaria é o fundamento da cultura lapense, porque a própria cidade surgiu em torno da gruta, do morro, e aí originou essa romaria que já tem 331 anos, em 2023, agora 332 anos. (COORDENADOR DE CULTURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A fé, a religiosidade, tudo isso se deu através de um peregrino, vindo distante de outro lugar, de Portugal, cansado, decepcionado com o que fizeram há anos atrás, injustiçado, resolveu se tornar um ermitão, ter uma vida de contemplação, de solidão, em oração e trouxe mais Bom Jesus, ia ser mais Bom Jesus, povoou a cidade e todos que vêm anualmente aqui em nossa cidade, tudo isso congrega, crescer, estruturar, passar experiências de fé um para o outro. (SEC DE TURISMO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A fé foi trazida de longe, nós podemos ver, e com essa fé veio o que chamamos de um olhar voltado à religiosidade, não só com a questão da vinda do monge, mas também com os moradores que tinham aos redores. E a história nos diz que antes da chegada do monge, já existiam vaqueiros da Fazenda Morro, Antônio Guedes de Brito, índios da (Rastrages) [00:04:25], cada um com sua história, cada sua religião, cada um com sua fé, ele só veio somar com a gente. Então é capital baiana da fé, de vários modos, da sua fé, da sua crença e da sua religiosidade. (SEC DE TURISMO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ao longo das entrevistas, ao serem questionados sobre a frase “Bom Jesus da Lapa, capital baiana da fé”, o que se percebeu é que as pessoas entrevistadas citaram principalmente que é uma das cidades que mais mobiliza pessoas com um propósito comum, ou seja, as

romarias em torno do santuário. Além disso, ela é visto como uma marca forte, que representa a religiosidade, o romeiro brasileiro e a sua devoção (figura 59 - cinquenta e nove).

A nuvem de palavras é uma representação imagética, que geralmente é usada para explorar temas e verificar as maiores frequências de palavras citadas em uma *corpora*. No caso da figura 59 (cinquenta e nove), quanto mais vezes uma determinada palavra (e suas derivações) aparece no *corpus* de texto das entrevistas analisadas, maior será o seu tamanho. A situação inversa se aplica para as palavras com menor frequência de ocorrência. Neste caso, as cores são usadas apenas para destacar as palavras umas das outras, mas não têm nenhuma relação com a frequência de ocorrência.

Normalmente, uma nuvem de palavras pega as palavras usadas com mais frequência e as exibe em uma representação visual atraente que identifica palavras-chave em diferentes tamanhos e cores com base nas frequências. Ao examinar as frequências em uma nuvem de palavras, um pesquisador pode procurar padrões específicos de palavras e frases, ou a falta deles, em dados de texto (DEPAOLO; WILKINSON, 2014). Transcendendo ao seu mero apelo ilustrativo, as nuvens de palavras têm sido consideradas uma opção à análise de textos e na disseminação de resultados de pesquisas de abordagem qualitativa. Acrescentam clareza e transparência na comunicação de ideias, revelando padrões interessantes a análises posteriores (DEPAOLO; WILKINSON, 2014). A análise do conteúdo temática permite ir além das falas individuais ao organizar, codificar, categorizar e implicar as palavras mais citadas (BARDIN, 2011).

Na etapa de análise de discurso buscou-se acesso aprofundado às vozes de indivíduos imersos em condições que não poderiam ser descritas na mera representação gráfica estática que as nuvens de palavras proporcionam. A partir das palavras mais frequentes destacadas nas nuvens de palavras, retornou-se ao seu registro nas entrevistas e seus respectivos contextos temáticos. Assim, as nuvens de palavras foram empregadas com o propósito de apontar temas a serem analisados enriquecendo as análises realizadas. Em síntese, as nuvens de palavras podem ser consideradas uma alternativa valiosa às análises de discurso, acrescentando transparência e fornecendo insights para o reconhecimento de padrões ocultos entre as ideias expressas nas entrevistas.

executar as obras necessárias, garantir a segurança, saúde e divulgação adequadas, visando atrair mais visitantes e transformar a cidade em um importante destino turístico. Anualmente, são realizadas reuniões para avaliar e planejar as romarias, além de contar com a participação dos romeiros, visitantes, hoteleiros e comerciantes para discutir suas necessidades e ideias. A CDL também oferece apoio, tanto durante as romarias quanto nos períodos de menor fluxo de romeiros (as) e turistas através de promoções e suporte ao setor de cultura.

Antes nós tínhamos duas romarias, e hoje nós temos seis romarias, então através do Santuário, Prefeitura também colaborando, ajudando, então conseguimos realizar isso, então ficou muito maior. Só que tudo dentro daquele planejamento que nós tínhamos, a expectativa de crescer, nós já tínhamos ciência disso aí. Até o momento nós já estamos já com algumas reuniões com o Santuário, para a gente discutir algumas ações que serão feitas. O poder público já vem com as ações relacionadas à insegurança pública, em parceria com o Governo do Estado, que aumenta o efetivo policial para estar junto na romaria. Nós temos os investimentos também de tecnologia na segurança, a polícia civil vem com todo o equipamento de câmera de segurança, reconhecimento facial que usaram agora no Carnaval do Salvador. Então tudo isso aí dá mais segurança para o romeiro. Então são planejamentos na saúde, a gente reforça a nossa UPA, o nosso hospital, todos os meios de saúde aqui, os equipamentos de saúde a gente reforça. E a campanha de divulgação, nós estamos agora aguardando somente o fechamento, por meio de santuário, para a gente já adquirir todo o material que eles tiverem, todo padrão para a gente começar a desenvolver a romaria. (ASCOM PREFEITURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

a Prefeitura é responsável por toda a infraestrutura, por todos os recursos utilizados na romaria. Então, do preparo a finalização, tudo isso cabe à Prefeitura. (COORDENADOR DE CULTURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A parceria com o Santuário é muito boa, a gente tem dialogado muito e toda vez que sentamos, nós chegamos ao denominador. Então, o Santuário é muito importante pra Bom Jesus da Lapa, uma vez que nós temos uma outra cidade flutuante e que nos traz isso é a romaria. (PREFEITO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

[...] as reuniões, elas iniciam em junho, um mês antes da primeira romaria, que é da Terra e das Águas. E tudo isso é pensar a questão da estrutura, a questão do espaço de acolhimento, tanto o santuário quanto a prefeitura municipal de Bom Jesus da Lapa. (SEC DE TURISMO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A cidade de Bom Jesus da Lapa tem investido em mídias sociais e parcerias com agências de comunicação para promover e divulgar o turismo religioso na região. A agência Morrito tem sido responsável pelo trabalho de divulgação, incluindo a criação de programas de TV sobre as romarias da cidade. Além disso, há um bom relacionamento entre a prefeitura e os meios de comunicação locais

para a divulgação das ações do município. As redes sociais, o site da prefeitura e o WhatsApp são os principais canais de comunicação utilizados. Acredita-se que o compartilhamento de informações e fotos dos romeiros nas redes sociais tem potencial para atrair mais visitantes e promover a cidade de Bom Jesus da Lapa em nível nacional.

Primeiramente, quase não obrigatoriamente, hoje, pelas redes sociais que nós temos oficiais, Instagram, Facebook; nós temos também a comunicação massiva através de WhatsApp, os compartilhamentos, os grupos de WhatsApp, e o portal de informação, o site da Prefeitura, com portal de informação, a ouvidoria também, nós temos trabalho eu diria muito efetivo aqui na cidade. Então os meios de comunicação são esses aí. (ASCOM PREFEITURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

[...] a Morrito foi uma empresa vencedora do processo licitatório e já trabalha com a gente há um tempo. É uma agência que tem já um know-how para trabalhar com a dimensão que é o município e até a prefeitura municipal, é um trabalho com a parceria que vem rendendo bons frutos, a gente está vendo o alcance que nós temos fora da cidade, nós tivemos uma proposta inicial da gente alavancar essa marca, o nome de Bom Jesus da Lapa, esse jargão de capital baiana da fé, e conseguimos lançar a capital da fé, que não se tornou algo só regional, então hoje é algo nacional, [...]. (ASCOM PREFEITURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Qualquer coisa relacionada à comunicação do município externa, eles sempre estão entrando em contato com a gente, né? E eles sempre estão fazendo essa parceria com eles, fornecendo informações, né? Algumas vezes quando há necessidade também a gente cede alguma estrutura que seja necessária, né. Mas sempre há essa interação entre comunicação do município e outros meios de comunicação de fora. (PREFEITO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Sempre que o Santuário, ele lança campanha de romaria, ele comunica a nós aqui da Prefeitura, né? A gente já começa a pensar todo material de impresso, material de rede social, tudo no mesmo padrão, pra gente ficar sempre bem ajustado ali com todo mundo. Então é um relacionamento muito bom e fundamental para o desenvolvimento de cada romaria de todo ano. Então a relação é muito tranquila, muito bem vista mesmo. (ASCOM PREFEITURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

O coordenador de Cultura explica que a romaria é o fundamento da cultura da cidade, pois a própria cidade surgiu em torno da gruta do morro onde ocorre a romaria. Ele também destaca a importância da prefeitura na organização e infraestrutura das romarias, que acontecem ao longo do ano.

Romaria é o fundamento da cultura lapense, porque a própria cidade surgiu em torno da gruta, do morro, e aí originou essa romaria que já tem 331 anos, em 2023, agora 332 anos. (COORDENADOR DE CULTURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

O Coordenador de Cultura menciona que a reformulação do entorno do Santuário foi pensada para atrair mais visitantes e melhorar o fluxo das romarias. Ele também menciona que a romaria foi reconhecida como patrimônio imaterial do estado, trazendo benefícios econômicos e facilidades na captação de recursos para a infraestrutura. O coordenador destaca a importância das políticas públicas, tanto da prefeitura quanto do estado, no fomento das romarias. Além disso, ele menciona que existem leis municipais e estaduais que abordam a patrimonialização e a cultura em geral, sendo a romaria parte integrante da cultura da cidade.

A romaria acontece praticamente agora o ano inteiro. Antes a romaria era falada só romaria de agosto. Mas agora não, a gente começa a nossa programação praticamente em junho e vai até agora a dezembro. Então, a Prefeitura é responsável por toda a infraestrutura, por todos os recursos utilizados na romaria. Então, do preparo a finalização, tudo isso cabe à Prefeitura. (COORDENADOR DE CULTURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Por sua vez, o presidente da CDL (Câmara de Dirigentes Lojistas) de Bom Jesus da Lapa fala sobre a importância das romarias para a cidade, tanto em termos culturais e religiosos como também na economia, destacando que o período da romaria é o momento de maior venda e movimentação econômica na cidade. Ele menciona que a CDL apoia as romarias e segue as indicações da Secretaria de Cultura.

Além da cultura, a cultura religiosa e também a economia. Sem que, talvez você não saiba, mas aqui, para mim, o carro forte da economia de Bom Jesus da Lapa é a romaria. Tudo gira em torno da romaria. (CDL, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

[...] a CDL, ela apoia em tudo que a prefeitura indicar. O CDL está aqui para apoiar, porque é uma coisa que tem que partir da Secretaria de Cultura, entendeu? Então a Secretaria de Cultura planeja tudo, e o que depender do CDL, o CDL apoia. (CDL, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Durante o primeiro semestre de cada ano, a CDL cria promoções e liquidações para movimentar o comércio, visto que as Romarias acontecem a partir de julho de cada ano. O presidente da CDL destaca que Bom Jesus da Lapa é a capital baiana da fé e que a romaria impulsiona o empreendedorismo na cidade. Ele também menciona que é possível identificar os romeiros e turistas pelas diferenças nas vestimentas e jeito de falar. Ele avalia positivamente as romarias e destaca que o Santuário e a prefeitura trabalham para o bem-estar do comércio local. Por fim, ele acredita que as romarias estão cada vez mais bem organizadas e melhorando a cada ano.

Por sua vez, na concepção do Prefeito, a romaria é muito importante para Bom Jesus da Lapa porque trouxe desenvolvimento econômico para a cidade. Antes, a população vivia com baixo poder aquisitivo, mas com a descoberta da romaria, o poder aquisitivo aumentou. A cidade deixou de ter apenas dois meses de romarias por ano e passou a ter seis romarias ao longo do ano.

Veja só, Bom Jesus da Lapa é uma cidade muito carente, né? E com isso nós tínhamos umas pessoas que moravam com um poder aquisitivo muito baixo. E aí foi descoberta a romaria, né? E a romaria nos trouxe um poder aquisitivo muito bom. Tanto que as pessoas de Bom Jesus da Lapa antigamente viviam da romaria, né? Nós tínhamos aí apenas dois meses de romaria, hoje nós temos, pra você ter uma ideia, seis romarias no decorrer do ano, então o poder aquisitivo cresceu muito. A gente tá investindo muito em Bom Jesus da Lapa, haja vista que nós tínhamos aí 68 anos parados, praticamente parados, e em apenas 8 anos nós transformamos a romaria de Bom Jesus da Lapa porque achamos que ela poderia nos trazer mais benefícios. Então são 8 anos, na verdade 10 anos de romaria que a gente vem acertando, então romaria cresceu muito em Bom Jesus da Lapa. (PREFEITO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A prefeitura investiu muito na área da romaria e realizou obras no entorno do Santuário para melhorar a experiência dos romeiros. Além disso, há um projeto chamado Caminho da Fé que vai contemplar as grutas da região.

[...] nós temos um outro projeto que é muito ousado, que é o Caminho da Fé. [...] Esse Caminho da Fé, a gente já tá com o projeto pronto, nós iremos levar ao presidente, esse projeto vai contemplar o morro todo, nós fizemos um levantamento, nós temos aí em torno de quinze locas, que a gente chama aqui de 15 grutas, que a gente está descortinando e levando para a população, tanto de Bom Jesus da Lapa como os nossos visitantes. (PREFEITO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Na concepção do prefeito, o processo de realocação das pessoas que moram no entorno do santuário está em andamento e elas serão indenizadas.

Vão ser indenizados, essas pessoas terão a indenização, obviamente eles devem procurar um outro lugar para poder se instalar, mas já começamos as tratativas e eu acredito que até o final do ano a gente resolve esse problema. (PREFEITO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Para o prefeito, a parceria entre a prefeitura e o Santuário é muito boa e eles dialogam para tomar as melhores decisões.

A parceria com o Santuário é muito boa, a gente tem dialogado muito e toda vez que sentamos, nós chegamos ao denominador. (PREFEITO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Na concepção do gestor municipal, Bom Jesus da Lapa é considerada a capital baiana da fé porque as pessoas depositam sua fé no Bom Jesus e vêm em busca de paz e cura. A romaria do ano passado foi um sucesso, mesmo com a pandemia, e a cidade se beneficia com o aumento do poder aquisitivo e a movimentação de pessoas durante as romarias. Após cada romaria, a prefeitura se reúne com o santuário para avaliar o evento e buscar melhorias para os anos seguintes.

Por sua vez, o Secretário de Turismo comenta sobre as romarias na cidade de Bom Jesus da Lapa. O Secretário destaca a importância das romarias para a cidade, o papel da Prefeitura na organização desses eventos, as obras de revitalização do entorno do santuário e o incentivo ao empreendedorismo na cidade. Ele também menciona o diálogo com os moradores que serão afetados pelas obras e a identificação dos romeiros, turistas e moradores locais durante as romarias. O Secretário menciona a necessidade de mais espaços para acomodar as romarias e a realização de reuniões entre a Prefeitura, o santuário, comerciantes e hoteleiros para planejar as romarias.

Caminhos da Fé é esperado por muitas pessoas e acredito que vai ser uma obra muito importante, mais um ponto turístico nesse caminho da fé que também vai ter que demolir várias casas em torno do morro nós vamos poder ver o sol perto do morro, a raiz com esse caminho da fé, um passeio que vai dar lugar para que vários turistas ou mesmo visitantes possam apreciar melhor o morro caminhando entre eles, esse caminho da fé.

[...]

Poucos têm um pouco de resistência, mas eles [os moradores] sabem muito bem que vai ser para o bom o crescimento e desenvolvimento da cidade como aconteceu na praça Monsenhor Turíbio. Começaram algumas resistências, mas depois viram o resultado. Ficaram perplexos, gostaram da ideia. Mesmo que fosse sacrificar seu lar, mas foram indenizados, o que é importante e viram que foi de bons resultados isso. (SEC DE TURISMO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Em relação à comunicação, o Padre William (assessor de comunicação do Santuário) comentou que o Santuário do Bom Jesus da Lapa utiliza diversos canais de comunicação para se comunicar com a população, incluindo rádio, TV, redes sociais, site oficial e aplicativo.

acho que depois que eu cheguei aqui a gente cresceu e investiu mais também nas redes sociais, que eu acho que é o foco, né. Essas transmissões nós fazemos para as tvs abertas, nós criamos também um canal de Youtube onde a gente transmite todo dia que é a TV Bom Jesus, então as pessoas podem ter acesso também nessa programação da TV Bom Jesus, pode ver as novenas passadas. [...] Temos Facebook também com mais de meio milhão de pessoas que seguem o nosso Facebook e o nosso Instagram também com produção de vídeos, de *reels*, de informações sobre Santuário, que é hoje um dos principais meios de comunicação desses mais contemporâneos, que é o nosso Instagram, onde a gente fornece essas informações [...], e agora a gente já superou os 80 e já superamos 80 mil seguidores já também. (ASCOM SANTUÁRIO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Para o Padre William, o Santuário possui uma boa relação com a prefeitura da cidade, trocando informações e buscando parcerias para a divulgação de eventos e projetos. Durante a pandemia, a prefeitura apoiou na transmissão das celebrações religiosas.

A relação do Santuário com a prefeitura, eu vejo assim, desde quando eu cheguei aqui, eu percebo que ela é muito boa. Existe uma preocupação por parte do poder público de Bom Jesus da Lapa, pelo menos do que eu conheço aqui, ou da gestão que está, e quando eu cheguei da gestão que estava, uma preocupação muito grande com a romaria. Inclusive, nos anos de pandemia, a Prefeitura deu vários suportes que a gente necessitou, inclusive na transmissão, [...].(ASCOM SANTUÁRIO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Finalmente, o padre destaca a importância do turismo religioso para o desenvolvimento da cidade e menciona planos de ampliação da equipe de comunicação, reforma da rádio, aquisição de gerador de energia e modernização elétrica do Santuário.

[...] para 2023 agora, a gente ampliou um pouquinho a equipe, quer ampliar um pouco mais, porque a gente tem alguns projetos, porque essas televisões, elas nos cobraram também a possibilidade de a gente produzir alguma coisa que vá além dos devocionais, aquilo que a gente produz ao vivo – religioso, missa, terço –, então a gente está com um projeto aí de talvez nascer uma pequena, uma minissérie para a época da romaria, para uma TV católica, então é um projeto nosso, então vai ser... [...] Nós vamos dar início à reforma da Rádio Bom Jesus, que é projeto também que eu acho de modernização e de valorização da comunicação aqui em Bom Jesus da Lapa [...]. O Santuário continua investindo também na parte de infraestrutura, [...] a gente precisa refazer toda a instalação elétrica do Santuário e isso não é fácil, porque hoje a gente tem uma instalação elétrica que já foi feita e ela é reparada a cada vez, mas a gente precisa de um projeto técnico de eletricidade no Santuário que, inclusive, entre dentro das normas também da questão ambiental, que o Santuário é um Santuário natural, então o Santuário está vendo isso, se preocupando com isso também. (ASCOM SANTUÁRIO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ainda em relação a comunicação, o representante da Agência Morrito afirma que a romaria é considerada essencial para o desenvolvimento de Bom Jesus da Lapa, pois impulsiona o turismo e coloca a cidade como referência na região.

A questão da romaria é a mola propulsora, né, pro desenvolvimento de Lapa, entendeu? Da cidade. Eu não consigo ver a Lapa hoje sem a romaria. Imagina, o que seria a Lapa aqui sem essa romaria? (MORRITO COMUNICAÇÃO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A agência de comunicação Morrito trabalha com a prefeitura há oito anos, participando de reuniões e desenvolvendo estratégias para atrair mais visitantes. A campanha "Nova Lapa" foi criada para divulgar as melhorias na cidade e incentivar as pessoas a visitarem. Também foi desenvolvido o programa "Romaria do Bom Jesus" para mostrar os eventos relacionados à romaria.

Exatamente, quase oito anos que a gente presta serviço para o município de Bom Jesus [...] desde o planejamento das romarias, que ela se inicia com o próprio Santuário onde tem as reuniões com o poder público, com todas as entidades representativas do município por processos organizacionais da romaria, e ela se dá, a partir de agora, do mês de março, abril mais ou menos e começa a primeira romaria, que é a Romaria da Terra, que é uma das... já inicia o período mais forte com relação aos visitantes, a Romaria da Terra, a Romaria do Bom Jesus, Nossa Senhora da Soledade e Nossa Senhora Aparecida. Então assim, a agência, ela participa desde o planejamento, acompanha as reuniões, ouvindo a ideia de cada um, o planejamento do próprio santuário. [...] por que Nova Lapa? Porque foi feita toda uma reestruturação na parte do turismo religioso para poder receber romeiros e turistas. Aí nós começamos essa campanha em Nova Lapa e pegou muito bem, inclusive na cidade se falou muito, uns 4 anos dessa questão da Nova Lapa, o negócio pegou assim de uma forma excepcional. (MORRITO COMUNICAÇÃO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A agência investe em média 130 mil reais por ano em mídia durante as romarias e tem parceria com a TV Oeste (afiliada da Rede Bahia - repetidora do sinal da Rede Globo de Televisão na região). A agência de comunicação da cidade de Bom Jesus da Lapa, no Paraná, trabalhou junto com a prefeitura para promover a cidade como "capital da fé". Foram utilizados programas de TV e redes sociais para divulgar as romarias, e a agência planeja expandir sua presença nas mídias digitais.

[...] nós fizemos um plano de mídia muito interessante naquela época. Hoje a gente tem uma parceria com a TV Oeste, que a gente faz um planejamento de investimento de mídia, cerca de 130 mil reais por ano, para poder – isso em época de romaria. Nosso desafio era trazer a TV para cá, porque a TV estando aqui, a gente conseguiu gerar conteúdos com eles para poder gerar essa mídia em massa para outros canais. (MORRITO COMUNICAÇÃO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A análise das entrevistas do grupo elencado como bastidor desvela que há sintonia em suas ações para a organização das Romarias. Há uma gestão conjunta entre o Poder Público e o Santuário para que os eventos religiosos aconteçam da melhor maneira possível, em especial, aqueles que tradicionalmente atraem um maior número de romeiros (as) e turistas como é o caso das Romarias ao Bom Jesus da Lapa e a Nossa Senhora da Soledade.

5.2 A FACHADA DO ESPETÁCULO: ANÁLISE DAS ENTREVISTAS NO ATLAS.ti

Na perspectiva de Goffman (1985), a análise da fachada dos (as) moradores (as) locais, comerciantes e romeiros (as) em uma Romaria nos permite examinar como esses grupos atuam para construir e apresentar uma imagem pública específica de si mesmos durante o evento. Os (as) moradores (as) locais representam uma fachada na Romaria, pois estão cientes da presença dos (as) romeiros (as) e turistas e podem escolher como interagir com eles (as). Durante o evento, os (as) moradores (as) podem demonstrar hospitalidade, amabilidade e conhecimento sobre a cidade e suas tradições religiosas. Podem também se apresentar como guias informais, oferecendo informações, orientações e assistência aos peregrinos, criando uma imagem positiva da comunidade local. Essa fachada pode ser uma estratégia para promover a cidade, criar um ambiente acolhedor e incentivar a visita recorrente de visitantes (romeiros e turistas). Nesse grupo, entrevistamos não apenas moradores (as) que professam a fé católica, mas também que são protestantes, de religiões de matriz africana, bem como espíritas e ateus (ateias).

Os (as) comerciantes também desempenham uma fachada na Romaria ao adaptar sua apresentação para atender às necessidades e expectativas dos peregrinos. Eles (as) podem oferecer produtos e serviços específicos voltados para os visitantes (romeiros e/ou turistas), como lembranças religiosas, alimentos e itens de conveniência. Ao fazer isso, os (as) comerciantes estão construindo uma imagem de disponibilidade, atendimento e conexão com o evento religioso, demonstrando uma compreensão das necessidades dos romeiros e visitantes. Essa fachada pode ser uma estratégia de negócios para atrair um público específico durante o evento. Juntamente com os comerciantes locais, dos mais variados ramos de atividade, entrevistamos os (as) camelôs que se instalam em local próprio denominado Camelódromo e ficam entre os meses de julho a setembro no espaço.

Decerto, os (as) próprios (as) romeiros (as) e turistas podem também estar conscientemente construindo uma fachada durante a Romaria. Eles (as) podem escolher enfatizar publicamente sua devoção, participando ativamente de rituais, expressando emoções

religiosas e demonstrando sua conexão espiritual. Ao fazer isso, os (as) romeiros (as) e turistas estão construindo uma imagem de profunda fé e comprometimento religioso diante dos outros peregrinos e da comunidade local. Essa fachada pode ser uma expressão de identidade religiosa e uma maneira de se conectarem com um grupo de pessoas que compartilham crenças semelhantes.

As entrevistas realizadas para este estudo aconteceram entre os meses de julho e 2022 (durante o Novenário em louvor ao Bom Jesus da Lapa) e prosseguiram até junho de 2023. Durante o Novenário e Festa ao Bom Jesus foram realizadas as entrevistas com romeiros (as) e turistas e também com camelôs que estavam instalados em espaço próprio denominado Camelódromo. Em seguida, entre os meses de setembro e dezembro de 2022, realizou-se entrevistas com moradores (as); aqui, destaca-se que este pesquisador buscou ouvir as vozes de pessoas que residem na cidade que não fossem apenas católicos (as), mas também seguidores (as) de religiões de matriz africana, evangélicos (as), espíritas e ateus (ateias). Nesse mesmo período, entrevistaram-se comerciantes dos mais variados ramos de atividade; num primeiro momento, proprietários (as) de hotéis, pousadas, restaurantes, lanchonetes, farmácias. Depois, pessoas ligadas a transporte (mototaxista, taxista, empresas de ônibus) além de outros ramos de atividade que, de certa forma são impactados com as Romarias.

No mesmo período da entrevista com moradores (as) e comerciantes, porém estendendo até junho de 2023, entrevistou-se a Gestão Municipal: Prefeito Municipal, Secretário de Cultura e Turismo, Coordenador Municipal de Turismo e Assessor de Comunicação da Prefeitura. Já no Santuário, o seu Reitor bem como o seu Assessor de Comunicação. Para finalizar, o sócio proprietário da Morrito Comunicação (agência de publicidade que possui a conta publicitária da prefeitura) e o presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas da cidade. As entrevistas duraram em média 10 (minutos) e cada participante assinou o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) autorizando a gravação de sua fala e assim, participando da pesquisa. As entrevistas foram analisadas por meio do software ATLAS.ti, que auxilia na análise dos discursos, numa perspectiva quantitativa da pesquisa.

Com o intuito de verificar como os temas se distribuíram entre os entrevistados, foi elaborada uma matriz de co-ocorrência entre os temas principais (Tabela 17).

Tabela 17 - Tabela de co-ocorrência entre os temas da pesquisa. (n= 73)

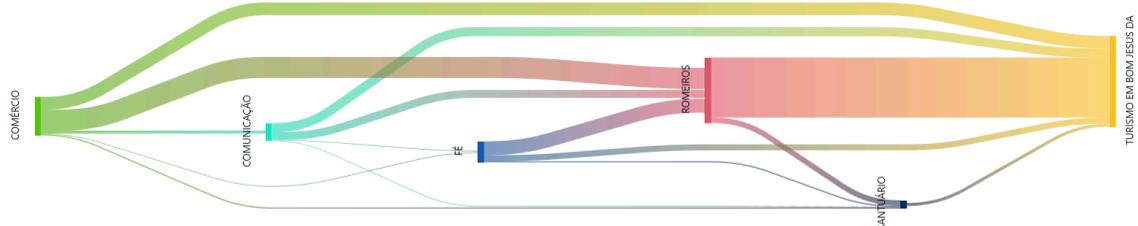
	● COMÉRCIO 251	● COMUNICAÇÃO 94	● ROMARIAS 282	● ROMEIROS 758	● SANTUÁRIO 63	● TURISMO EM BOM JESUS DA LAPA 515
● COMÉRCIO	251	115	274	847	41	508
● COMUNICAÇÃO	94	115	194	310	33	352
● FÉ	157	14	5	123	39	247
● ROMARIAS	282	274	194	1607	93	708
● ROMEIROS	758	847	310	1607	218	2403
● SANTUÁRIO	63	41	33	93	218	120
● TURISMO EM BOM JESUS DA LAPA	515	508	352	708	2403	120

Fonte: Elaboração própria via ATLAS.ti, (2023).

Observação: 1) Os números que aparecem ao lado dos temas indicam a ocorrência de trechos codificados.

Entre as co-ocorrências o que se percebe é que Comércio, Comunicação, Fé, Romarias e Santuário estão intrinsecamente relacionados a Romeiros (as) e Turismo em Bom Jesus da Lapa. Por sua vez, Romeiros (as) e Turismo em Bom Jesus da Lapa são os temas mais fortemente ligados entre si e que têm as maiores frequências de excertos codificados. Para favorecer a visualização dessas co-ocorrências, na Figura 1 é apresentado um diagrama de Sankey, demonstrando as co-ocorrências entre os temas (para melhor visualização veja Apêndice A). As cores de cada um dos temas variam em função das cores atribuídas a eles via ATLAS.ti.

Figura 60 - Diagrama de Sankey demonstrando as principais co-ocorrências entre os temas. (n=73)



Fonte: Elaboração própria via ATLAS.ti (2023).

Na sequência será apresentada uma análise dos principais temas em função dos principais conjuntos de entrevistados, a saber: Comércio local / Camelôs (n = 25), Moradores (as) (n = 18) e Romeiros (as) (n = 22), totalizando 65 entrevistas. Para tanto, e seguindo os

preceitos do Conselho Nacional de Saúde (Resoluções 466/12 e 510/16), os nomes de cada entrevistado (a) foi modificado para preservar a integridade da pesquisa.

Na Tabela 33 é possível observar a distribuição dos temas em função dos grupos: Comércio local / Camelôs, Moradores (as) e Romeiros (as).

Tabela 18 - Distribuição das categorias e suas codificações em função das entrevistas analisadas. (n=65)

		Comércio Local 📄 25 🗨️ 882	Moradores 📄 18 🗨️ 336	Romeiros 📄 22 🗨️ 682	Totais
● COMÉRCIO 🗨️ 251		180	40	2	222
● COMUNICAÇÃO 🗨️ 94		18	16	1	35
● FÉ 🗨️ 157		19	25	110	154
● ROMARIAS 🗨️ 282		122	41	71	234
● ROMEIROS 🗨️ 758		380	35	273	688
● SANTUÁRIO 🗨️ 63		12	15	24	51
● TURISMO EM BOM JESUS DA LAPA 🗨️ 515		148	161	132	441
Totais		879	333	613	1825

Fonte: Elaboração própria via ATLAS.ti (2023).

Inicialmente, o que se percebe é que os subtemas mais recorrentes entre os entrevistados que compõem o conjunto “Comércio local / Camelôs” foram: “a romaria é fundamental para o sucesso do comércio”, “perfil dos romeiros”, “melhorias a serem feitas na cidade” e “renovação da cidade”. Entre os (as) entrevistados (as) do conjunto “Moradores”, os subtemas que mais se destacaram foram: “melhorias a serem feitas na cidade”, “perfil dos turistas” e “renovação da cidade”. Finalmente, dentre os entrevistados do conjunto “Romeiros” o que mais foi evocado são os subtemas: “os motivos da fé” e “renovação da cidade”.

5.2.1 A voz dos (as) romeiros (as): a fé como elemento de transformação social

Nas análises a seguir serão apresentados nomes fictícios para cada um dos entrevistados apresentados com o intuito de proteger a sua identidade. Os outros dados são reais. Dona Maricélia é uma romeira que visita Bom Jesus da Lapa há 27 anos por causa da sua fé no Bom Jesus e por ter recebido bênçãos lá. Ela costumava fazer romarias com grupos,

mas agora vai apenas com a família. Ela fica na cidade por cerca de uma semana e se hospeda no Hotel Grande Rio.

[...], eu venho a Bom Jesus da Lapa há 27 anos.
A fé no Bom Jesus e já recebi grandes bênçãos aqui [é a minha motivação].
E para mim eu fiz romaria também, eu fazia as caravanas da Bom Jesus, fiz 25 anos, tem dois anos que eu venho só como romeira. E pra mim é muito importante estar aqui, aqui é o meu porto seguro. (MARICÉLIA, 55 anos, Eunápolis - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Quando chega lá, ela vai às missas e novenas e depois passeia pela cidade, gostando de visitar os centros históricos e comprar artesanatos. Ela valoriza tanto o preço quanto a qualidade dos produtos que compra.

Ir as missas, né, novenas, e depois sair pra passear, curtir um pouco a cidade também, né?
Normalmente [visitamos] os centros históricos de Bom Jesus da Lapa, a gente vai muito, e passeia bastante.
Normalmente [compro] bordados, algumas coisas... artesanatos, né, que eu gosto, eu chego e compro também.
[...] vou pela qualidade também, porque tem um preço que tem que ser bom e também a qualidade. (MARICÉLIA, 55 anos, Eunápolis - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Maricélia já teve graças alcançadas, como a cura da depressão grave de seu marido, e vem a Bom Jesus da Lapa para agradecer por isso e para pedir novas graças, especialmente para a cura e libertação de sua família. Ela se sente muito bem e em paz na cidade, esquecendo dos problemas e focando na fé.

Meu esposo teve uma depressão muito grave, por quatro anos de lutas com essa depressão, era muita correria para Salvador, para ele se recuperar, e era muito difícil. E quando eu fiz a promessa ao Bom Jesus, ele foi curado, e até hoje ele não sente mais nada, graças a Deus.
Venho agradecer por essa e pedir novas.
Eu sempre peço graça para a família, curas e libertações, entendeu? É isso. (MARICÉLIA, 55 anos, Eunápolis - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Para Maricélia, a romaria e o Santuário do Bom Jesus são muito especiais, e ela tem orgulho de ser baiana e de estar lá todos os anos. Apesar da pandemia da Covid-19, ela conseguiu assistir às romarias pela internet e ficou emocionada ao poder voltar lá com segurança. Para ela, a Lapa é seu porto seguro e tem uma fé inexplicável. Ela avalia as romarias como lindas e maravilhosas e não tem críticas sobre a organização da cidade. Ela

ainda não explorou todos os espaços novos que foram reformados e construídos, mas está ansiosa para visitá-los.

[...] quando a gente chega aqui, esquece que os problemas existem, focamos na fé do Bom Jesus, nas orações, e aí tudo vai passando. Então por isso que eu sinto aqui um porto seguro.

Muito orgulho. Tenho orgulho de ser baiana e orgulho de estar aqui todo ano, e pra mim é tudo.

Ficamos um pouco afastados devido à Covid, mas estamos de volta nos preparando com segurança, mas estamos aqui.

[...] assistindo direto e chorando muito com vontade de estar aqui e não podia, mas agora esse ano foi permitido nós estarmos aqui e estamos aqui.

[...] se hoje... eu não visse o Bom Jesus, a Lapa, como está hoje, para receber o romeiro, eu poderia fazer críticas antes, mas agora eu não tenho críticas. Está muito organizado, parabéns aos políticos que ajudaram, porque eu agora achei a Lapa muito limpa, maravilhosa, está ótimo, ótimo. (MARICÉLIA, 55 anos, Eunápolis - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A Elivana é uma mulher que vai ao Santuário da Lapa, na Bahia, para fins turísticos e não religiosos. Ela costuma ir em grupo de sua cidade, Ibicaraí/BA, e fica hospedada no local por uma semana. Durante sua visita, ela faz compras de roupas e comida, como rapadura.

[...], eu vim em grupo.

Lá de Bicaraí, sim, em romaria.

Uma semana, uma semana completa.

Eu fui na feira, a primeira coisa que eu fui foi ir na feira. Porque eu não sou muito de ir na igreja não, aí a primeira coisa que eu fui foi ir na feira, ver as comidas, eu sou mais de turista gastronômica.

Faço, compra de roupas, mais isso mesmo, roupas, alguma comida diferente, rapadura, essas coisas. (ELIVANA, 32 anos, Ibicaraí - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela não é religiosa e não fez promessas. A cidade da Lapa representa uma memória afetiva de sua infância, quando sua avó costumava trazê-la. O cruzeiro e a movimentação de pessoas são o que mais a chama atenção na cidade.

Através dela, através da minha avó, que vinha... trazia ônibus e trazia... ela trazia três ônibus por ano, vinha duas vezes no ano, e aí, a gente vinha junto, criança. Aí é mais uma memória familiar mesmo.

A subida no cruzeiro, era o que mais me chamava a atenção. Pela atividade, por ver a cidade de cima, a quantidade de pessoas também, chama bastante atenção, é mais isso, assim, a quantidade de gente, a movimentação de pessoas por uma causa, né, que é uma causa religiosa, e a subida no cruzeiro me chamava a atenção quando criança, e hoje também pela parte geográfica mesmo assim, da cidade. (ELIVANA, 32 anos, Ibicaraí - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Elivana acredita que a Lapa se destaca como a capital baiana da fé devido ao movimento religioso e comercial. No entanto, ela não tem interesse em voltar à cidade, pois acha muito quente e com poucas opções de atividades além das compras. Ela percebe que a cidade é marcada pela pobreza e falta de acessibilidade. Ela sugere melhorias na acessibilidade e na limpeza da cidade.

Eu acho que a cidade, por ser uma cidade que recebe muitas pessoas e uma variedade muito grande de pessoas, eu acho que é uma cidade que tem pouca acessibilidade, assim, você vê pelos passeios, eles são muito irregulares, isso dificulta pessoas com dificuldade de acesso. Aquilo que eu comentei na praça também, eu acho que pelo fluxo de pessoas na cidade, a cidade tem poucos lixos pra você, então você às vezes se vê obrigado a deixar alguma coisa na rua, porque você procura, anda vários quarteirões e não vê vaso de lixo pra você depositar, e aí acaba... eu acho que falta esse cuidado nesse sentido de acessibilidade e de limpeza mesmo. (ELIVANA, 32 anos, Ibicaraí - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Alizete considera Bom Jesus da Lapa um lugar sagrado de paz e fé. frequenta a igreja, mas acredita que Deus está em todos os lugares e faz sua devoção em casa. Ela fala sobre suas visitas ao Santuário de Bom Jesus da Lapa, descrevendo que se sente bem lá e que já teve pedidos atendidos.

Porque me sinto bem, e tenho feito muitos pedidos e já fui contemplada com os pedidos que fiz. Não tenho nem como... nem tenho palavras de falar o que eu sinto. (ALIZETE, 78 anos, Itajuípe - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela menciona que costuma comprar lembrancinhas para os netos no comércio próximo ao Santuário. Também relata uma promessa feita para a cura de sua irmã que foi cumprida.

Agora mesmo tinha feito, recentemente, minha irmã adoeceu, e eu pedi a Bom Jesus da Lapa que se ele... se o problema dela tivesse cura, que ele curasse, e se não tivesse, não deixasse ela sofrer. E graças a Deus, a ele, a situação dela infelizmente foi irreversível, né, mas ele não deixou ela sofrer, devido ao problema que ela teve, ela não sofreu. Então, eu não tenho nem palavras de agradecer, porque morreu lúcida, falando tudo, e o que ela sentiu, mediante o problema dela, praticamente não sentiu nada. (ALIZETE, 78 anos, Itajuípe - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela expressa uma sensação de paz e que estar na Lapa é como estar em outro mundo. A entrevistada destaca a fé e o povo como pontos fortes do Santuário, sendo a capital baiana da fé.

Ah, eu não tenho nem palavras, eu me sinto muito bem, parece que eu estou em outro mundo.

A fé, o povo, a fé do povo, e isso nos traz uma paz muito grande, de ver os testemunhos, os milagres que o Bom Jesus opera, não só na minha vida, como na vida de todo mundo, aqueles que têm fé.

É justamente a verdade, a Lapa é a capital baiana da fé. No meu entendimento, é. (ALIZETE, 78 anos, Itajuípe - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Alizete fala sobre a pandemia afetando as romarias e que acompanhou as romarias online, sentindo-se emocionada ao vê-las novamente. A entrevistada não vê necessidade de melhorar a romaria, já que cada ano possui algo diferente.

Rapaz, eu não tenho por que dizer que tinha que melhorar, porque cada ano que passa, tem sempre uma coisa diferente, né (ALIZETE, 78 anos, Itajuípe - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A entrevista é com Juciara, uma romeira que visita a cidade de Lapa várias vezes devido à sua devoção ao Bom Jesus. Ela fala sobre suas experiências na cidade e nas igrejas, e conta sobre uma promessa que fez de assistir a uma missa de joelhos e agradecer pela sua saúde.

[...] eu sou muito devota de Bom Jesus.

[...] assisti a missa toda de joelho, na esplanada, toda de joelho, com vários objetos na mão, acho que pacote de vela e dinheiro pra ofertá-la no Bom Jesus, depois que eu terminava de assistir à missa, aí eu ia, as pessoas que estavam comigo iam me levando porque eu levantava ruim, eu não colocava nada debaixo, só era.... No chão duro mesmo.

Ah, foi para minha saúde, eu estava muito doente, muito doente, e graças a Deus hoje eu vivo bem. (JUCIARA, 63 anos, Ibicarai - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Juciara também menciona suas atividades durante a visita, como ir à feira e comprar roupas para seus bisnetos.

O que eu gosto de comprar aqui? Ontem mesmo eu comprei roupinha para meus bisnetos, bisneta, e assim... é roupa mesmo, pessoal, é só isso mesmo.

[...] gosto do peixe daqui, o dourado, e a rapadura, né (JUCIARA, 63 anos, Ibicarai - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela expressa sua tristeza em relação ao ano de 2020, quando não pôde visitar a cidade devido à pandemia.

[...] na pandemia, eu só fiquei um ano sem vir, mas o ano passado, em maio, eu estive aqui, tava tudo fechado, mas eu vim aqui.

Ah, muito triste. Fiquei feliz porque pude entrar na esplanada, pude entrar na Gruta do Bom Jesus, assistir à missa, mas pra ver nada, nada, não, tudo fechado. (JUCIARA, 63 anos, Ibicarai - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Juciara destaca a importância da fé e da devoção ao Bom Jesus da Lapa, e diz que a cidade é especial para ela por causa da emoção que sente na Gruta do Bom Jesus. Ela também elogia a organização da cidade e diz que não tem sugestões para a organização da romaria. A entrevistada sugere que está tudo bom e não vê necessidade de melhorias nas romarias.

Ah, a gruta, né? Aquela pedra, nossa, aquela pedra enorme que começa de lá do começo e... imensa. E quando eu entrei debaixo daquela gruta que eu vi aquela coisa linda, nossa, eu me emocionei.

Para a organização? Eu, aqui, nada, eu acho aqui uma cidade tão limpa, tão organizada, não sei se é porque eu venho de ano em ano, mas eu admiro muito aqui. Quando termina a missa, já estão todo mundo lá varrendo, limpando, então eu não tenho nada a contra. (JUCIARA, 63 anos, Ibicarai - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Alexandre é um homem que faz peregrinações para Bom Jesus da Lapa por motivos religiosos. Está em sua 12ª romaria à cidade. Ele vem sozinho ou com grupos de pessoas e costuma ficar hospedado em hotéis por seis dias.

Estou vindo pela 12ª vez.

Venho sozinho, que eu sou solteiro. Bom, mas eu venho com um grupo, que eu venho no ônibus que vem muita gente, vem entre 50, 42, 43. (ALEXANDRE, 63 anos, Itajuípe - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Além de visitar a igreja e participar das missas, ele não costuma fazer muitas outras atividades na cidade, apenas compras na feira livre. Ele também faz promessas e acredita que a cidade representa fé para ele. O entrevistado descobriu o santuário através de um amigo e o que mais o chama a atenção na cidade é a fé e a igreja. Para ele, a Lapa é a capital baiana da fé.

No meu caso é fé, eu venho exclusivamente pela fé.

Ah, foi um amigo meu que me trouxe pela primeira vez, disse que era muito bom e aí eu já alcancei algum milagre. Primeiro eu descobri a doença do meu sobrinho aqui, que ele é esquizofrênico e eu não sabia, e mais e mais, a cada ano que vem a gente se renova, né?

É porque... se eu não me engano, acho que é a terceira... a primeira... a terceira maior do Brasil, então isso quer dizer que não é à toa que ele ganhou esse posto de Bom Jesus, a Capital da Fé. (ALEXANDRE, 63 anos, Itajuípe - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ele acredita que a organização da romaria melhora a cada ano, e não tem sugestões para melhorias. Ele acha que a fé é o mais importante, não importa o que tenha na cidade.

Tá boa, todo ano melhora mais né, todo ano tá melhor.

Ah rapaz, eu acho que ficar melhor aí não dá né, eu acho que melhor mesmo era quando a gente vinha de caminhão, que tinha aquele (pueril) [00:04:00],

mas a fé é o que reina, não importa o que tenha na cidade, o que é a cidade, o que importa é a fé de cada um, né(ALEXANDRE, 63 anos, Itajuípe - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Paulo tem 27 anos de idade e é um romeiro que frequenta a cidade de Bom Jesus da Lapa desde os seus dois anos de idade em função de uma tradição familiar.

[...] eu venho aqui no Santuário desde os dois anos de idade. Na verdade, por conta dessa questão, a família, minha avó, meu avô, há quase... mais de 50 anos, na verdade, vem colocando romarias e a família se envolve por completo, então não fica ninguém de fora. (PAULO, 27 anos, Itajuípe - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ele considera que Bom Jesus da Lapa investiu mais na infraestrutura da cidade desde 2019 quando esteve pela última vez, como melhorias nas praças, no saneamento básico na rodoviária e no futuro aeroporto que está para ser inaugurado.

a gente vem também um pouquinho para aproveitar, para descansar, fazer essa fraternidade com os amigos, com os familiares também, então a gente vai comprar, vai conhecer os lugares novos, as novas atrações turísticas, esse ano está cheio de novidades aqui na Lapa, uma nova cidade, há dois anos atrás a gente veio aqui, hoje retornando, totalmente diferente do que a gente deixou em 2019.

Assim, as praças, essa questão de estrutura, e saneamento básico também melhorou bastante, porque eu já venho aqui há mais de 10 anos consecutivos, e a gente vê uma melhoria de saneamento básico, de nível de infraestrutura na cidade, investimentos, praças, a feira, a rodoviária, o aeroporto que vai ser inaugurado, então a gente vê a Lapa em constante desenvolvimento. . (PAULO, 27 anos, Itajuípe - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Paulo diz que as romarias são bem-estruturadas, mas que há problemas com os preços altos dos aluguéis de casas e hotéis, o que dificulta para os romeiros de poucos recursos financeiros. Ele também menciona que a cidade precisa melhorar em termos de asfaltamento e acessibilidade.

Olha, as romarias a nível da paróquia, do Santuário, são bem estruturadas, bem-organizadas. Agora, tem essa questão... a gente já ficou... hoje estamos aqui em pousada, mas já ficamos muito em casas, e a gente percebe que há um aproveitamento maior da situação, valores exorbitantes, e muitas vezes o povo romeiro que vem, não é um povo de valor aquisitivo muito alto, então fica um pouco puxado para o romeiro. A nível de estrutura da cidade ainda há muito a melhorar, questão de asfaltamento, de acessibilidade, mas estamos a caminho. Mas de forma mais firme a gente fica com essa questão dos aluguéis das casas, os hotéis também se aproveitam um pouco, precisam se estruturar, se adequar mais, para dar um conforto melhor ao romeiro. (PAULO, 27 anos, Itajuípe - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Glauber é um romeiro de 33 anos da cidade de Ibicaraí/BA. Ele já veio a Bom Jesus da Lapa cinco vezes de bicicleta, movido pela sua vontade de conhecer a cidade e pela sua fé em Bom Jesus da Lapa e Nossa Senhora Aparecida. Ele faz parte de uma equipe de ciclistas e eles acampam na cidade durante a romaria.

O principal motivo, a vontade que eu tinha de vir de bicicleta aqui, conhecer a cidade de Bom Jesus da Lapa, né, e muita fé que eu tenho em Bom Jesus da Lapa, em Nossa Senhora Aparecida, e sempre tive aquela vontade de seguir essa trajetória que é o ciclismo, né? Lá nós temos uma equipe, aí a gente veio em cinco, mas só que tem mais, mas os outros não puderam vir, aí só vê a gente. E aí a gente chega aqui, nós somos abraçados pelo Zé Carlos, que é de lá, que é o romeiro que traz o povo, e nós ficamos acampados aí. (GLAUBER, 33 anos, Ibicaraí - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Além de participar das missas e novenas, ele gosta de comprar lembranças para a família quando visita a cidade.

Quando dá para levar alguma lembrança, a gente leva, né? Para a família. Levo aí umas rapaduras que minha esposa gosta muito, umas lembranças para minhas duas filhas, e pra minha mãe, pro meu pai, e pros meus irmãos. (GLAUBER, 33 anos, Ibicaraí - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Glauber já pagou uma promessa anteriormente após um acidente de bicicleta e considera estar em Bom Jesus da Lapa como uma experiência de fé.

O outro ano que eu vim eu tive um acidente de bicicleta, e eu paguei uma promessa, tive que pagar uma promessa, porque Deus me deu outra oportunidade de vida. Que eu tive um acidente, passei 14 dias internado em Itabuna de um acidente que eu tive, e estourou uma veia dentro da minha cabeça, e uma fratura que eu tive aqui no rosto, quebrou esse osso aqui do rosto. Então o guardião não queria que eu fosse naquele momento, então ele me deu outra oportunidade de vida, e eu vim agradecer a ele, entendeu? Porque eu podia bater na pedra e lá mesmo eu ficar, e já ia para o paletó de madeira e pronto, entendeu? (GLAUBER, 33 anos, Ibicaraí - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ele soube do Santuário através de amigos e se encantou com a natureza da região.

Os amigos que já vinham aqui já de bicicleta, aí eu tinha aquela vontade, aí falava que aqui era isso e aquilo, aí eu, “não, eu tenho que ir ver com os meus próprios olhos”, então aí eu vim e me encantei, né, pela coisa da natureza, né? Aquele jeito ali, né, que é... Tudo [chamou a atenção], além do santuário tudo, né, aquelas coisas todas ali, do Santuário. Mas aí a gente tem que ver que é coisa do guardião, da natureza, aquilo ali. Aquilo ali não tem explicação, né, para a gente ver. (GLAUBER, 33 anos, Ibicaraí - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Bom Jesus da Lapa é a capital baiana da fé para Glauber e ele sentiu tristeza ao ver pouca gente durante a pandemia, mas acredita que é importante cuidar da saúde e do próximo. Ele pretende voltar com a família no próximo ano.

Você vê que nós passamos dois anos da pandemia sem poder vir aqui, eu vim em setembro, eu vi como é que tava, tinha pouca gente mesmo, as cadeiras, poucas pessoas, mas mesmo assim eu vim, que eu tive que fazer minha... agradecer pela minha... a promessa que eu tive que fazer, e aí... mas a gente viu como é que é, olha a diferença de setembro pra agora, entendeu?
[...] nós ainda estávamos passando por um momento ainda de risco, mas aí a gente tem que se precaver, né, usar a máscara, cuidar da nossa saúde, e cuidar também do próximo, né? Não é só cuidar só da gente, né, é cuidar do outro também. (GLAUBER, 33 anos, Ibicarai - BA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Para Glauber, estar em Bom Jesus da Lapa representa fé e enquanto estiver vivo e saudável, continuará visitando o local. Ele menciona que a fé é o que move as pessoas e que acreditar é importante para alcançar as graças desejadas. Glauber não pode comparar Bom Jesus da Lapa com outros locais de fé, mas acredita que a fé está presente em qualquer lugar quando se tem fé e se acredita. Ele está gostando da organização das romarias até o momento, mas menciona o movimento de carros e motos como um ponto a ser melhorado.

César, 64 anos, natural de Carneirinho/MG, diz que já visitou Bom Jesus da Lapa há cerca de 06 anos e que gosta de vir aqui porque se sente bem e gosta do ambiente religioso. Ele vem em grupo e fica hospedado em uma pousada e, além de ir às missas, costuma visitar o comércio local.

Porque eu gosto do... me sinto bem aqui, né?
Porque é do lado da igreja, de tudo... o ambiente aqui, pra quem é devoto, é bom.
[...] nós vimos em grupo.
Nós ficamos sempre seis dias. (CÉSAR, 64 anos, Carneirinho - MG, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Além de participar das missas e novenas, ele gosta de comprar lembrancinhas e visitar as grutas. César conta que já fez várias promessas e que se sente bem e feliz estando em Bom Jesus da Lapa.

Primeiramente é ir na missa, né?
Aí depois, o que sobrar, inclusive, vem justamente para as missas, vem para a missa, para a novena. Aí depois, comprar alguma coisa é o normal, e ir nas grutas é necessário.
representa estar... me sinto bem, o coração abre, né? (CÉSAR, 64 anos, Carneirinho - MG, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ele acredita que a cidade toda não é necessariamente santa, apenas o Santuário. César conhece o Santuário desde criança, mas não se lembra quem o apresentou a ele. Na primeira visita que fez, ele se impressionou com o jeito das grutas da igreja.

O negócio de ser santo, isso daí vai da fé. Então eu vou mais pelo santuário e a fé que a gente tem, que se sobrar a fé... A gente vem pelo dever, mas a fé é o que vale, tanto aqui, que nem lá. (CÉSAR, 64 anos, Carneirinho - MG, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

César concorda que Bom Jesus da Lapa é a capital baiana da fé devido aos mistérios da gruta. Ele pretende voltar à cidade se Deus permitir, pois sua vontade de voltar é movida pela sua fé. Para ele, Lapa não é diferente de outros lugares aonde as pessoas também vão pela fé, como Aparecida do Norte.

[...] porque os mistérios da gruta aí, não é qualquer lugar que tem não, né? Eu acho que é só aqui, eu nunca vi em outro lugar. Só isso. Não, onde eu tenho frequentado tudo é mesmo... é igual. [Eu frequento] Aparecida do Norte eu vou, pra muitas romarias. [É tudo igual?] É. (CÉSAR, 64 anos, Carneirinho - MG, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ele acha que a organização da romaria melhorou e considera a cidade mais bonita a cada vez que visita.

Tá bom, inclusive deu uma melhorada boa, tanto na cidade, no jeito das romarias, deu uma melhorada boa. (CÉSAR, 64 anos, Carneirinho - MG, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ao final das entrevistas (ver apêndice 02), foram realizadas algumas perguntas a todos os romeiros, solicitando que eles expressassem o que as palavras “Igreja”, “Milagre”, “Promessa” e “Fé” representavam para eles. As respostas foram codificadas e depois organizadas em quatro nuvens de palavras (imagem 61 - sessenta e um).

Figura 61- Nuvem de palavras dos termos: Igreja (A), Milagre (B), Promessa (C) e Fé (D). Cada nuvem tem 20 palavras. (n = 22)

A

B



Fonte: Elaboração própria via ATLAS.ti e WordClouds.com (2023).

Maricélia associa a igreja a uma casa de oração, promessa a ser cumprida, fé inexplicável no Bom Jesus e a ocorrência de muitos milagres. No final da entrevista, Elivana associa igreja com religião, promessa com fé e milagre com descrença. Para Alizete associa a igreja à fé, promessa a milagre, fé como o que motiva as pessoas e milagre como esperança de vida e gratidão. Ela responde com a palavra fé quando são mencionadas palavras como igreja, promessa e milagre. Alexandre ao ser perguntado sobre algumas palavras-chave como igreja, promessa, fé e milagre, ele as associa à importância religiosa e à crença em Deus.

Paulo responde com frases curtas, destacando a importância da igreja, da fé, da gratidão a Deus e dos milagres para fortalecer a fé. Glauber associa a igreja e a promessa à fé, a sabedoria à fé e o milagre à glória. César ao falar sobre promessa, ele diz que depende da fé da pessoa e que, uma vez feita, é obrigado a cumprir. Ele acredita que todos os católicos têm fé, assim como os crentes, cada um à sua maneira. Sobre milagres, César afirma que eles vêm da fé que as pessoas têm. Quando perguntado sobre igreja, César responde que é o lugar que os cristãos frequentam.

Finalmente, para os romeiros, a frase “Bom Jesus da Lapa - capital baiana da fé” foi analisado via frequência de palavras, gerando uma nuvem com as 50 palavras mais frequentes (veja imagem 62 - sessenta e dois).

Os romeiros entendem que o slogan representa o lugar no qual é possível perceber que a cidade é uma edificação divina e que precisa ser preservada, ao afirmarem que é uma “construção de Deus”. Eles definem a cidade como “santa” e, ao mesmo tempo, sentem alegria de estarem participando das romarias, sentem que é um lugar especial, que podem proferir sua fé, receber milagres e agradecer pelas graças alcançadas.

As entrevistas com romeiros (as) e turistas desvelaram o quanto a cidade de Bom Jesus da Lapa possui vocação natural para se professar a fé, em especial, a devoção ao Bom Jesus, tradição secular, considerada patrimônio imaterial do estado da Bahia. Ademais, os (as) romeiros (as) e turistas enalteceram as modificações urbanas realizadas no entorno do Santuário e reiteraram que é uma Nova Lapa, mas continua sendo a capital baiana da fé.

5.2.2 A cidade de Bom Jesus da Lapa pelos lapenses

A partir de agora será apresentado a cidade à luz das entrevistas dos (as) moradores (as) (n=18). Dona Nena fala sobre a importância das romarias em Bom Jesus da Lapa, afirmando que trazem divisas para a cidade e demonstram a fé do povo.

A cidade precisa da romaria. Ela vive... comercialmente, ela vive muito em prol da romaria. Quer dizer, traz divisas para a cidade e contando também a fé do povo que vem. A gente vê, nota a fé, aquele ardor que tem pelo santuário aqui. (Dona Nena, 85 anos)

Ela também menciona que seu esposo foi quem criou o termo “capital baiana da fé” e que a cidade não seria a mesma sem a romaria.

[...] [o meu esposo] trabalhou... Logo que começou a rádio Bom Jesus, dos padres aqui. Então, quando ele começou a trabalhar, ele criou um bordão, que sempre na entrada ele falava, “bom dia, ou boa tarde, ou boa noite. E aqui nós estamos falando...”, aí ele falou, “vou inventar uma coisa, uma coisa que chegue à cidade junto também”. Então falou “a capital baiana da fé”. Aí ficou toda vida. (DONA NENA, 85 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Apesar de não poder participar das romarias devido a problemas de saúde, ela já participou no passado e tem uma amiga que a ajudaria a ir. Dona Nena é devota do Bom Jesus e reconhece que a cidade passou por melhorias após a pandemia, tornando-se mais confortável para os romeiros.

Bom, assim, para a comodidade do romeiro melhorou, mas ficou mais amplo, porque ali era muito apertadinho. Então, na procissão mesmo do Bom Jesus, era um sacrifício que tinha que passar, suspender fios, mandou passar. E era gente muita, é gente muita que vem pra aqui. Justamente na procissão é

que o fluxo é maior. Uma semana antes a cidade tá que ninguém suporta de pessoas, de... aquele ambiente mesmo de fé que a gente tem, né?

Bom, eu não vi assim como que foi criado, depois que estava pronto mesmo que eu fui ver. Eu achei mais viável para o romeiro, embora... Quer dizer, a cidade foi, agora, o principal, a gruta foi sempre aquela ali, então ela não foi modificada. É só a esplanada ali que foi um pouco mais modificada, mas eu acho que para o romeiro e para o morador da cidade é uma coisa bonita de se apresentar à cidade. (DONA NENA, 85 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ao final da entrevista Dona Nena comentou que consegue identificar os romeiros pelo barulho, pela manifestação de alegria e pelos chapéus com fita que eles geralmente usam.

A gente conhece pelo barulho, pela alegria que eles têm, que conversam demais, né? E andam sempre em grupos. E o chapéu também que eles usam, o chapéu branco com a fita verde.

A verde é muito mais o pessoal do sul da Bahia, né? A azul acho que era mais o pessoal de Minas, né? Então era uma forma de identificar de onde é que eles vinham. (DONA NENA, 85 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Finalmente, Dona Nena vê uma melhoria na relação entre a prefeitura e o santuário, e sugere que a organização do fluxo de carros e pessoas durante as romarias ainda precisa melhorar. Acredita-se que a cidade ainda está aquém do desejado nesse aspecto.

Antes era assim, como se fosse até, tinha uma certa guerrinha entre o santuário e a política. E hoje eu vejo que está muito mais alinhado, muito mais organizado, muito mais harmônico entre eles.

Eu acho que para melhorar mais um pouquinho, é mais a organização de rua, na rua mesmo, o fluxo de carro, dessa coisa de vir, de estacionar, eu acho que ainda tá muito aquém do desejado, né? (DONA NENA, 85 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Cássio, 36 anos e católico, acredita que ainda é necessário melhorar a questão da mobilidade durante a romaria. Mesmo com as medidas tomadas, ainda há momentos em que o trânsito fica congestionado e dificulta a locomoção pela cidade. Além disso, seria interessante investir em mais opções de estacionamento para os romeiros, já que muitos enfrentam dificuldades nesse sentido.

As reformas trouxeram uma melhoria na cidade em termos de aspecto pro romeiro, teve uma conexão maior com a fé, onde trouxe uma história da cidade para contar. Teve a questão da melhoria nos estacionamentos, teve a proibição dos ônibus de circulação na cidade, que melhorou um pouco a mobilidade. Então tem várias partes. Melhorou o espaço do morro, onde não aperta tanto para a gente assistir uma missa durante esse período de romaria. Então tem esse cuidado maior, de uma maneira geral, com a romaria hoje. (CÁSSIO, 36 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Outro aspecto a ser melhorado é a infraestrutura em geral, como banheiros públicos e pontos de descanso ao longo dos trajetos das procissões. Isso proporcionaria mais conforto aos participantes. Cássio também ressalta a necessidade de melhorar a alimentação e o tratamento dado aos peregrinos, enfatizando a importância de oferecer qualidade para diminuir a distinção entre turistas e peregrinos. Ele sugere que os órgãos públicos podem ajudar nessa fiscalização e cuidado. No mais, acredito que a romaria está em um bom caminho e tem evoluído ao longo dos anos.

Bom, mobilidade é um dos pontos que a gente discute de melhoria. Uma outra questão eu acho que precisa também ainda dar uma melhoria de hospedagem ao romeiro, ao visitante. Eu acho que, assim, os órgãos precisam ter uma exigência melhor em relação a hotel, em relação a conforto. Nós temos uma cidade muito quente, então assim, tem muitos aspectos ainda em relação a cidade que precisa melhorar. Uma exigência melhor em relação à alimentação, um cuidado maior com o romeiro, não é porque é romeiro que está vindo aqui passar que a gente tem que as pessoas tem que explorar ou tem que fazer tudo de todo jeito, tem que dar uma qualidade até para diminuir essa questão de “oferecimento para o turista é uma coisa e para o romeiro é outra”. Parece que há um certo tratamento um pouquinho diferenciado, mas isso é em qualquer segmento, a gente percebe que há essa distinção social ainda. Então o órgão público pode ajudar em relação a essa fiscalização, a esse cuidado. (CÁSSIO, 36 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Durante a entrevista Patrícia (30 anos, evangélica), destaca a importância econômica das romarias para a cidade, com famílias trabalhando durante esse período para sobreviver o restante do ano.

Eu acho que tudo aqui acontece em torno da romaria. Principalmente a parte econômica. Eu vejo muito a parte econômica das romarias. Como eu trabalho com estudantes aqui também, eu vejo que as famílias, elas trabalham em si naquele período de romaria, aquele período de agosto, setembro, que é o período maior, para sobreviver, às vezes, o restante do ano. Então, a principal fonte de renda que eles têm aqui é da romaria. Então, eu acho que economicamente, acho que o principal foco, benefício para a sociedade em si seria econômico. (PATRÍCIA, 30 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela não professa a fé católica, mas entende o significado do título de “capital baiana da fé” para as pessoas que professam a religião. Ela imagina a cidade sem as romarias e acredita que seria totalmente diferente.

[...] o significado de pessoas que veem professar uma religião, é uma fé delas, né, então assim, eu acho que o termo é por causa disso, né, eu acho que esse significado dessa fé de pessoas que veem exercer mesmo a sua fé, né, a sua crença. (PATRÍCIA, 30 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela consegue identificar a diferença entre romeiros e turistas, com os romeiros sendo aqueles que vêm professar a fé de forma mais intensa, principalmente pessoas mais idosas.

Hoje eu acho que a gente tem muito mais turista no sentido de que romeiro, eu não sei se eu tenho uma compreensão certa de romeiro, porque romeiro é aquela pessoa que vem realmente professar a fé. E acho que os romeiros hoje, assim, a gente tem uma cultura mais forte daquelas pessoas mais idosas. Eu enxergo assim, né? Das pessoas mais idosas, que vêm realmente. Só que vêm muita gente na juventude, assim, porque os pais vêm, os avós vêm e vêm turistar mais. (PATRÍCIA, 30 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Durante o período de romaria, a cidade enfrenta muitos desafios, como congestionamento e falta de água, o que faz com que os moradores sofram. Ela menciona que a cidade passou por modificações na infraestrutura devido às romarias, mas ainda carece de melhorias na recepção aos visitantes.

Sim. Eu acho que no abastecimento, às vezes na organização do trânsito, algumas coisas, tem muitos acidentes, às vezes assim, de bater carro, sabe, da organização do trânsito ali naquele centro. Eu acho que sim, acho que sempre é bom melhorar algumas coisas de infraestrutura. (PATRÍCIA, 30 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Finalmente, Patrícia percebe uma boa relação entre o santuário e a prefeitura na organização das romarias, e acredita que houve melhorias significativas na organização das romarias, principalmente em aspectos estruturais. Como sugestão de melhoria, ela destaca a necessidade de melhorias na infraestrutura para receber os visitantes, mas que também levem em consideração o bem-estar dos moradores.

Para a entrevistada Maria Luiza (48 anos, católica), as romarias são importantes para a economia, a cultura e a religião da cidade de Bom Jesus da Lapa. Ela acredita que a cidade é a capital baiana da fé devido à devoção e emocionante fé dos peregrinos que visitam o local. Ela mesma frequenta as procissões e se emociona ao ver a devoção das pessoas.

A romaria de Bom Jesus da Lapa é a mentora para a economia da cidade. A cidade foi construída a partir dessas romarias. E ela que é o sustentáculo maior econômico da cidade. E por tabela, por extensão, a questão cultural e religiosa também.

[...] é muita emoção, porque a fé que move essas pessoas, esses peregrinos vindo de todas as regiões, de outros estados, e assim, pra quem viveu desde a década de 80 aqui, né, quando eu vim pra cá, e a gente via aqueles romeiros vindo de caminhões, aquele sem infraestrutura nenhuma, e aí a gente percebe que realmente tem um significado muito forte em relação a fé dessas pessoas, em acreditar mesmo que aqui é a terra dos milagres. (MARIA LUIZA, 48 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela consegue distinguir entre os romeiros e os turistas que visitam a cidade, observando que o perfil dos visitantes mudou ao longo dos anos. Ela relata que a cidade passou por mudanças significativas desde a década de 80, especialmente na estrutura e acessibilidade para os romeiros e turistas.

Agora já consigo, porque na década de 80, na minha opinião, no meu olhar de cidadã, só existia romeiros, não existia turista, porque o romeiro é característico, aquela pessoa mais humilde, que vem com chapéu, que vem nos carros, nos caminhões, que entra de joelho. E agora a gente percebe que já houve uma mudança do perfil dessas pessoas, o que a gente intitula de turista, são aqueles que já vêm com poder aquisitivo maior, que vão para os hotéis, que já vêm de carro, que visitam a igreja como só aquele monumento mesmo geográfico, né? Aquele morro e que usufrui também da área de lazer, que é à beira do rio, e vem pro profano também, pra algumas festas também. Então esse é o turista, que eu acho bem distinto do romeiro e do turista. Eu consigo distinguir um do outro.

Na década de 80, havia as rancharias, que são aquelas casas que as pessoas retiravam e arrendavam para aquele grupo de romeiros. E hoje não, hoje tem hotéis climatizados, tem elevador, a questão da acessibilidade para atingir esse público de acessibilidade são idosos e deficientes, então há uma evolução muito grande, assim, na qualidade de recepção do romeiro e do turista. (MARIA LUIZA, 48 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela destaca que as reformas feitas pelo poder público foram benéficas, mas também ressalta que algumas características tradicionais foram perdidas no processo. Ela não tem conhecimento de uma consulta pública sobre as demolições de casarões na região do santuário. No entanto, ela elogia a organização das romarias após as reformas e acredita que houve uma parceria positiva entre o poder público e o Santuário.

Foram, foram boas na questão de acessibilidades que permitiu, porque antigamente as ruas eram estreitas, irregulares. Então o fator de acessibilidade foi muito bom; de conforto também, porque abriu muito aquela área lá, então ficou bonita, ficou esteticamente bonita e ficou confortável também para as pessoas. Só que eu acho que perdeu um pouquinho as características, né? Eu acho que precisava mais um simples culto, locais, ter sido representado, acho que foi uma falha. E também da preservação dos casarões que tinham vindo naquelas ruas que eles derrubaram. Então, eu ainda acho que deveria ter alguma forma de ter preservado mais alguns casarões.

Eu não tenho conhecimento de que tenha consultado a comunidade ou que tenha divulgado esse aspecto cultural de preservação, não. Eu, pelo que eu vejo, que ouço, que houve foi mesmo a intenção de demolir, né, para abrir o espaço, e não levou-se em consideração esses aspectos culturais. (MARIA LUIZA, 48 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Finalmente, Maria Luiza acredita que sempre há espaço para melhorias, mas no geral defende que as romarias estão em um bom ponto. Ela não tem sugestões específicas para o

poder público e o Santuário, pois acredita que os principais aspectos, como limpeza, segurança e acessibilidade, estão sendo atendidos.

Para Carlos (27 anos, ateu), a romaria em Bom Jesus da Lapa possui uma grande importância econômica para a cidade, gerando renda não apenas para os comerciantes e hotéis, mas também para os moradores que alugam suas casas durante esse período.

Eu acho que é uma fonte econômica muito grande. Porque na época de romaria, não é só as pessoas que têm comércio, que têm hotéis. Muitas pessoas que têm em suas casas, eu conheço amigos que têm, a família tem a casa no centro da cidade que aluga. E essa fonte que eles fazem dura para o ano todo, é tipo uma reserva para o ano todo. (CARLOS, 27 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Além da romaria principal em agosto, também há movimento de romeiros durante todo o ano, devido às novas romarias que surgiram. Para o entrevistado, Bom Jesus da Lapa é considerada a capital baiana da fé principalmente devido à visita de pessoas de várias partes da Bahia.

Olha, ela é a capital da fé, mas ela é, que eu vejo o crescimento como todo no Brasil dos evangélicos, então eu creio que seja a capital da fé, mais pela visita pessoas mesmo, porque realmente vem muita gente de vários lugares da Bahia. (CARLOS, 27 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Para ele é possível identificar os romeiros e os turistas em função da familiaridade que os romeiros têm com a cidade e seus locais turísticos.

Dá pra identificar e depois identificar ainda os romeiros que vem há muito tempo, porque eles já tem um conhecimento mais ou menos da cidade, e apesar de você ver que normalmente são pessoas de terceira idade, eles já conhecem mais o andamento da cidade, onde ir, onde é mais perigoso, então não dá pra realmente reconhecer.

[...] o romeiro ele já tem a visão de ir em pontos específicos. Ele vai ali na gruta, ele sai, vai no mercado, compra lá seu doce, seus materiais lá, seus mantimentos, seus temperos, e aí eles retornam pro lugar deles ou eles vão para agora as atrações novas que tem as praças. (CARLOS, 27 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Na concepção de Carlos, as praças reformadas contribuem para o desenvolvimento das romarias, sendo visitadas tanto pelos romeiros quanto pelos moradores. As obras de reforma do entorno do Santuário ajudaram na organização e no acesso durante as romarias.

[...] a Praça do Monsenhor Turíbio acabou se tornando uma espécie de ponte cultural, tem muitos shows ali, aqueles shows de sertanejo, que é normalmente o que acontece em bares, show mais de MPB, mais voltado para a cultura local, então virou um ponto cultural. A Praça da Fé, por não

ter árvore, não ter arborização, ela não é muito visitada de dia, mas durante a noite ela se torna também um ponto. Muita gente vai lá tirar foto, principalmente ali para as crianças pequeninhas que vão lá tirar foto com os leões, elas gostam, então ali realmente se tornou uns novos pontos, são lugares que são visitados bastante. (CARLOS, 27 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A população ficou sabendo das obras, e houve comunicação efetiva sobre as áreas desapropriadas. Não se sabe para qual local as pessoas foram após a desapropriação, mas provavelmente foram para os novos bairros que estão crescendo na cidade.

Teve [comunicação efetiva], porque repercutiu muito com as áreas que iam ser desapropriadas. Teve muita repercussão de pessoas que não queriam sair do valor que estava sendo, então as pessoas sabiam que tinha aquilo. Sabiam também que ia mudar a praça, porque querendo ou não a Praça, onde era a Praça da Fé, era um lugar que tinha muito movimento, então com isso aconteceu o quê? As pessoas sabiam que ia ter alguma alteração, alguma mudança.

Não sei para onde [essas pessoas foram depois da desapropriação], eu sei que elas receberam o valor que é estipulado, mas eu não sei. Ainda mais que agora na cidade tem vários bairros novos crescendo, principalmente na questão da direção da rodoviária, do aeroporto. Creio que muitas pessoas devem ter ido para aquelas regiões. (CARLOS, 27 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

O fato das obras terem acontecido durante o ano de 2020 (início da pandemia do novo coronavírus) pode ter ocorrido uma comunicação ineficiente da Prefeitura para com a população de Bom Jesus da Lapa. A comunicação da Prefeitura pode ter sido vaga, ambígua ou insuficiente, isso pode ter levado a uma falta de compreensão objetiva sobre os motivos e o processo de desapropriação, deixando espaço para interpretações diversas pela população do município.

Para mitigar esses problemas de percepção, é fundamental que a Prefeitura adote uma abordagem de comunicação transparente, clara e regular. A transmissão de informações detalhadas sobre o processo de desapropriação, os motivos por trás dela, os direitos dos (as) moradores (as) afetados (as) e os planos futuros pode ajudar a construir uma compreensão mais precisa da situação e a reduzir a incerteza e a desconfiança junto a população lapense.

Finalmente, para Carlos a Romaria de 2022 foi mais organizada que a anterior de 2019, devido à parceria entre o Santuário e a Prefeitura. O entrevistado sugere que a organização do trânsito seja melhorada para garantir a segurança dos pedestres durante as romarias.

[...] acho que a questão que tem muito daqui é a organização do trânsito, que o trânsito de Bom Jesus da Lapa não é organizado durante todo o ano. E

como tem mais gente ainda nas épocas de romaria, fica uma questão muito... chega a ser perigosa porque as pessoas ocupam as calçadas, os bares, essas coisas, aí faz com que as pessoas andem na rua. E essas pessoas andando na rua, ainda tem carro estacionado do lado, aí vai para o meio da rua. E como tem muita gente de idade, cria um grande risco, então acho que a organização do trânsito é um grande passo para a cidade também. (CARLOS, 27 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A moradora Eva (37 anos, católica), inicialmente fala sobre a importância das romarias na região. Para ela, as romarias representam uma importante manifestação de fé, tanto para a cidade de Bom Jesus da Lapa como para todo o Brasil, além do impacto econômico e cultural que elas trazem.

Eu acho importante primeiro pela questão da fé, não só Bom Jesus, mas toda a região baiana e também pelo país Brasil. Acho importante economicamente para a cidade, mas econômica e culturalmente, né? E isso que mais eu falo. (EVA, 37 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela também mencionou a sensação de presenciar a energia e a devoção dos romeiros durante as procissões. A entrevistada participou de uma romaria chamada Romaria das Águas e descreveu a experiência como algo incrível, onde foi possível ouvir relatos de fé de vários romeiros.

Eu participei da de agosto que chama Romaria das Águas e achei muito bonito. Fui para os novenários e fui para a procissão. achei uma coisa mais linda. A energia é uma coisa surreal. Tanto na hora das missas, quanto na procissão, você sente uma energia que você vê que o povo é fé mesmo, a fé de verdade mesmo. É incrível. Você vê que a fé é algo que move mesmo. Você vê que ele [o romeiro] conquistou aquilo e ele veio pagar promessa, porque conquistou de verdade e acredita que realmente teve a interferência do Bom Jesus e da Nossa Senhora da Soledade. (EVA, 37 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela afirmou que a cidade de Bom Jesus da Lapa é um destino não só sagrado, mas também profano durante as romarias, com muita música e dança.

Eu achei, minha mãe achou um absurdo, né? Que minha mãe veio e ela pegou o iniciozinho dessa última romaria que teve agora, que é da Nossa Senhora de Soledade. E a gente veio pela uma rua que praticamente ela chamou de Sodoma e Gomorra. Porque era música mesmo, assim, bem do mundão mesmo. E a galera... e cheia. A rua, assim, como se os romeiros eles fossem pra missa durante o dia, e à noite eles aproveitassem pra, tipo, extravasar alguma coisa que tem lá. Então seria uma... eu acho que é um destino não só sagrado, mas é um pouquinho profano também ((riso)), porque você vê que são, eu acho que realmente são as pessoas que vêm mesmo de viagem, porque as ruas lotam. É bebida, é muita música e muita

dança, é uma rua próxima ao santuário, bem próximo [ao santuário]. (EVA, 37 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Para Eva ainda há muitas melhorias a serem feitas em relação à infraestrutura da cidade como um todo, não apenas no entorno do santuário, mas a parceria entre o poder público e o santuário precisa atentar para a organização das romarias. Por fim, ela sugeriu melhorias na questão da energia, internet, água e limpeza das ruas durante os períodos de romaria.

Pelo que eu vi agora sim, está existindo [uma relação boa entre a prefeitura e o santuário para a organização das romarias], está começando a existir, porque eu vi pela situação que os romeiros viviam antigamente pelos relatos, não que eu tinha visto. A situação era bem complicada para eles, mas ainda supermercado, internet. Essas coisas, energia, isso tem que dar uma melhorada bastante, porque na época de romaria fica bem tensa.

Internet, energia cai. Em alguns bairros principalmente central aqui.

A questão de energia acho que [o poder público] tem que concentrar... Porque são poucos... comparado a uma 360 dias, são poucos dias que não se pode investir. A gente entende que não pode se investir num todo pra poucos dias, mas a questão de geradores podia melhorar, centrais de internet eu não sei como que faz isso, mas podia dar uma melhorada nessa época, poder público podia se preocupar um pouquinho com isso. Questão de água, saneamento de limpeza das ruas, ser intensificada nessa época. (EVA, 37 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A entrevistada Raquel (68 anos, professora), destaca que a romaria em Bom Jesus da Lapa é de extrema importância para a cidade, tanto economicamente e culturalmente quanto para o desenvolvimento regional. A romaria atrai visitantes ao longo do ano, impulsionando o comércio local.

A importância da romaria, a Romaria da Lapa, ela surgiu e ela agrega muitos valores, né? Entre eles, eu acredito que é o valor da movimentação, do intercâmbio com outros municípios, com outros estados, né? E a romaria, ela que gera recurso para nós que moramos aqui, além do valor religioso, da fé, agrega esses valores, que as pessoas vivem, a maioria aqui de romaria, desocupa suas casas para alugar, para ceder para o romeiro, para ganhar seu dinheirinho, vende suas coisas que fabricam, outros confeccionam muito artesanato. Eu mesmo já vendi muito berimbau na Romaria da Lapa, até então eu vendia berimbau no período de Romaria da Lapa. Eu vendi muito ki-suco no período de Romaria da Lapa, logo no início, que vinha aqueles paus de arara, que não era como é hoje. Então assim, tem esse valor, além de cultural, que agrega também muitos grupos de reis que vêm, que vêm pagar suas promessas, é um valor que a gente não tem nem palavras para definir, porque todo mundo, todo mundo se beneficia com a Romaria da Lapa, é um momento de muita fé, de muita religiosidade, [...]. (RAQUEL, 68 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Para ela, a cidade é conhecida como a capital baiana da fé devido ao seu forte vínculo com a romaria. Por conta disso é possível fazer uma distinção clara entre os romeiros e os

turistas, justamente porque os romeiros tendem a ser de renda baixa, geralmente agricultor. Já o turista vem para conhecer os pontos turísticos da cidade e se divertir.

[...] eu costumo falar que o olhar do romeiro é aquele olhar mais... não é de sofrimento, mas é de lamento assim, de penitência, que ele chega aqui, ele sai aliviado, é como ele tivesse tirado um peso das suas costas, ele sai renovado. E o do turista é diferente, a gente sabe que o turismo cresceu no Brasil, isso traz o turista para cá, porque o padrão financeiro do turista é diferente do romeiro, aquele agricultor, aquele que vive lá na sua roça, ele planta, ele colhe, ele junta seu dinheirinho para vir na romaria pagar a sua promessa, é diferente do turista. O turista vem curtir, ele vem admirar, mas já o romeiro, ele vem consagrar a sua fé no Altar do Bom Jesus. (RAQUEL, 68 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ao longo da entrevista, Raquel menciona que nos últimos anos houve melhorias na infraestrutura da cidade para receber os romeiros e torná-la mais atrativa. Porém foi necessário que surgisse um movimento chamado “Morro a Vista” com o intuito de coibir o crescimento desordenado da cidade nas proximidades do santuário.

[...] eu cresci ouvindo essa história [de uma cigana que disse que os lapenses não iam mais ver o morro], que o Morro da Lapa ia sumir, e a gente pensava que o morro ia desmoronar, devido à degradação natural mesmo que se dá, a gente tinha essa ideia que o morro ia sumir dessa forma. Depois a gente foi entender qual era a filosofia que essa cigana passava para a gente, no sentido das construções ao redor do morro, e a gente começou a perceber que o que ela queria dizer era muito mais além do que a gente pensava, não era propriamente que o morro ia desmoronar, mas assim, essas construções ao redor do morro, a gente foi percebendo que a gente estava perdendo a visão do morro em si, aí a gente começou a entender. Aí surgiu o movimento Morro a Vista, que foi a junção de várias entidades, inclusive as escolas, até o próprio Santuário, ele se engajou nesse movimento. Criou-se uma lei na Câmara Municipal, que era proibido construir, a partir daí, x metros de altura ao redor do morro, nos prédios. Então pra mim foi muito importante esse movimento Morro a Vista. (RAQUEL, 68 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A professora Raquel também comentou que as melhorias impactam positivamente tanto os turistas quanto os moradores, trazendo qualidade de vida e lazer, porém elas precisam ser mais bem pensadas para evitar impactos ambientais na cidade.

[...], eu sempre falo que todas as modificações, toda a inovação que surge na cidade, quando ela respeita o meio ambiente, principalmente o nosso morro, quando eu falo nisso, as espécies que estão no morro, certa vez eles colocaram uns refletores ali no morro, foi um projeto que ganhou pelo Estado da Bahia, o governador veio aqui, e eles achavam que ia beneficiar muito, mas de certa forma causou um impacto ambiental na cidade. Porque lá nós temos muitas espécies de morcego, de pássaros, as abelhas em si, que é muito importante para esse equilíbrio do nosso ecossistema aqui da região, então assim, eles viram que tiveram que parar com isso imediatamente. Então eu acho que quando se vai fazer uma modificação de qualquer área, eu acho que tem que ter um aval de um biólogo, tem que fazer uma pesquisa de

campo, o que é que vai causar. Então eu sou a favor sim, mas que não degrade o meio ambiente, o morro principalmente, que é o que mais atrai oromeiro e o turista em Bom Jesus da Lapa, é o morro, quando ele avista o morro, é uma alegria no coração, ele começa a cantar, a igreja da Lapa é feita de pedra e luz, o que é a pedra? É o morro. Então a gente tem que estar levando em consideração tudo isso. (RAQUEL, 68 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Outro aspecto que a entrevistada ressalta é a importância da capoeira como manifestação cultural e seu papel nas praças públicas, apesar das restrições impostas pela prefeitura.

[...] eu sempre aproveitei os espaços independente de ter modificação nesse espaço físico ou não, por exemplo, a Praça da Fé, a gente tem 30 anos de capoeira ali, a gente realiza um evento todos os anos, há mais de 30 anos, que é o Encontro de Mestre. Quando houve essa modificação, surgiu que nós não poderíamos mais apresentar capoeira lá na praça, porém a gente resistiu a isso, a gente sentou com o gestor e falou que a capoeira é patrimônio e material da humanidade reconhecida pela Unesco, existe uma lei que não pode proibir a capoeira e a gente sabe que esses movimentos culturais é que traz pessoas para a praça, e a praça é do povo, é inadmissível proibir qualquer manifestação cultural em qualquer praça pública, eu acho isso burrice de qualquer gestor. Então eu sempre aproveitei. As pessoas gostaram, houve muita crítica que a praça... faltava verde na praça, faltava árvore na praça, e eu acredito que com o tempo eles podem estar fazendo isso, e realmente falta verde na praça, uma praça, ela tem que ter bastante árvore. Mas as pessoas gostaram da obra, admiram muito, viram um cenário, e eu aproveito sim, estou lá fazendo capoeira direto, estou na porta da igreja, naquele novo espaço, faça capoeira, e assim, o pessoal gostou, foi aprovado. Pra mim, eu só tenho a dizer que foi bacana. (RAQUEL, 68 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela acredita que as romarias deste ano foram mais organizadas em comparação às anteriores e aponta que a prefeitura tem desempenhado um papel importante na organização das romarias, fomentando eventos e garantindo a segurança e infraestrutura adequadas.

Eu acompanhei a da Soledade o andar, eu acompanhei a do Bom Jesus, e eu vi a organização. Então as pessoas se sentiam à vontade, os espaços, a questão da segurança, que é muito importante, porque isso era um fator que eu via que as pessoas reclamavam muito, então tinha bastante segurança, o policiamento muito legal, eu achei muito... um fator muito positivo esse ano em relação às outras. (RAQUEL, 68 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ao final da entrevista, Raquel ressalta a importância da limpeza das vias públicas e da segurança, mas também mostra preocupação com os camelôs que participam das romarias e o alto preço dos locais de venda. Ela acredita que é importante acolher e negociar com eles de forma justa.

Eu acho que tem que continuar a organização do jeito que tá, né? A questão da limpeza pública também achei que melhorou bastante, então eu ouço os

comentários dos camelôs, dos turistas falando em relação, eu ouvi muito falando sobre isso, a questão da segurança, da limpeza pública. E uma coisa que eu ouvi negativa em relação, foi a questão dos camelôs que muitos deixaram de vir, eu achei o preço dos locais muito caro, a gente não pode deixar, a romaria, ela é feita com os camelôs também que vem de fora, isso a gente não pode deixar de agregar a eles, porque faz parte da história da romaria, e você cobrar valor absurdo para aqueles que vêm de outros estados, isso para mim também foi um fator negativo. Não pode jogar eles de qualquer jeito, eu acho que tem que acolher, tem que negociar com a maneira melhor para eles. (RAQUEL, 68 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Outro entrevistado, o Anselmo (20 anos, umbandista), sente que a romaria tem uma importância espiritual muito forte para a cidade de Bom Jesus da Lapa, onde as pessoas depositam fé e esperança. Ele acredita que, sem a romaria, a cidade seria mais vazia.

Eu acho que a importância da cidade, quando eu cheguei aqui, eu me admirei muito, porque ela é um polo gigantesco de fé. É onde o povo vem pra depositar fé, tipo, quando eu entrei na gruta pela primeira vez, foi algo muito mágico pra mim, não importa a religião que você tenha, é algo mágico. É onde você percebe que a cidade, ela tem um misticismo, uma coisa tão forte que interpassa barreiras religiosas, né? Quem entra sente. Ali é um povo, onde o povo deposita suas fés, suas esperanças, então a romaria é muito mais algo do que algo físico; romaria é quase puramente espiritual. Pelo menos ao meu ver. (ANSELMO, 20 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Anselmo vê a cidade como a capital baiana da fé, um local onde ocorre o depósito de fé. Ele não pratica a fé católica, mas sua avó participa da romaria e ele já ouviu testemunhos de fé de sua família. Ele considera o Santuário como um lugar sagrado e identifica romeiros (as) pela idade e pela vestimenta.

Capital baiana da fé. É realmente... esse é o significado que eu acabei de falar que eu tenho por mim, né? Porque é esse local que ocorre esse depósito de fé. Porém, mais católica e tal, tranquilo, mas realmente é uma coisa muito forte que tem na cidade.

Não, nunca participei, porém toda minha família já participou, minha avó realmente ama aqui. Minha avó hoje em dia, mesmo sendo mais da Umbanda, participando, ela tem muito apreço e queria muito vir pra cidade. E realmente quem é da Umbanda em si, ela se sente muito representada por toda aquela parte do sincretismo dos santos. Então, ainda tem uma participação, ainda tem uma forma de representação. (ANSELMO, 20 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ele acredita que a relação da Prefeitura com o Santuário melhorou com o tempo, resultando em melhorias na estrutura e na segurança. Anselmo vê as reformas como algo positivo, e acredita que ainda é possível melhorar a organização das romarias. Ele não tem sugestões específicas, mas acredita que há potencial para melhorias.

Foram boas, porque aquela primeira... hoje em dia tem uns arcos, aqueles arcos, aqueles arcos hoje em dia não permitem mais entrar de carro. E também policiou muito quem frequenta aquele local na questão de ambulantes e coisas, porque, por exemplo, quando eu cheguei na Lapa para visitar a gruta, quando minha família consultou o carro, já chegou um cara pedindo dinheiro para olhar o carro. Esse cara estava tipo com uma chave, um prato de ferro na mão, sabe? Tipo assim, se não der dinheiro, eu risco o seu carro, entendeu? ((riso)) Então, era uma coisa bem mais agressiva, que até com a repetição dos ambulantes era bem mais agressiva. Hoje em dia, eu voltei lá e para mim, o policiamento era, sim, policiamento que eu falo, a rigidez das regras eram bem maiores e eu acho que isso melhora a experiência do turista, do romeiro. (ANSELMO, 20 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Finalmente, Anselmo sugere que haja uma melhor alocação de pessoas durante as romarias, pois ele já passou pela situação em que foi despejado de sua casa para acomodar peregrinos. Ele menciona que costuma haver superlotação e exploração dos (as) romeiros (as), com pessoas cobrando preços exorbitantes. Ele acredita que a criação de um centro de acolhimento ou moradia poderia ajudar muitas pessoas, além de proporcionar uma melhor organização durante as romarias.

A sugestão que eu tenho é mais a questão de alocação de pessoas, porque ocorre... como é que eu posso explicar? Eu sou morador, eu moro de aluguel em uma casa e essa casa sempre que ocorre romarias, meio que a dona me despeja pra botar pessoas, entendeu? E aí são pessoas amontoadas em cima de pessoas, gente se aproveitando de romeiro, cobrando muito, muito caro. Então, se tivesse um centro ou algum local de acolhimento ou moradia, já ajudaria muita gente e já organizaria muita coisa. (ANSELMO, 20 anos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Para os moradores, a frase “Bom Jesus da Lapa - capital baiana da fé” foi analisado via frequência de palavras, gerando uma nuvem com as 50 palavras mais frequentes (figura 63 - sessenta e três).

Figura 63 - Nuvem de palavras com as 50 palavras mais citadas pelos moradores. (n = 18)



Fonte: Elaboração própria via ATLAS.ti e WordClouds.com (2023).

Na tabela 20 (vinte) é apresentada a lista ordenada das dez palavras mais frequentes e suas respectivas ocorrências.

Tabela 20 - Relação das 10 palavras mais frequentes e de suas respectivas frequências.

Palavra	Extensão	Contagem
Cidade	6	19
Romaria	7	13
Bahia	5	9
Católica	8	9
Significado	11	9
Forte	5	8
Religião	8	8
Marca	5	7
Causa	5	6
Centro	6	6

Fonte: Elaboração própria via ATLAS.ti (2023).

Os (as) moradores (as) expressam que a frase representa o lugar no qual é possível perceber que a cidade só existe por causa da romaria. Eles (as) definem que a religião católica é a religião mais preponderante, porém não é a única manifestação religiosa na cidade. Ao

mesmo tempo, acreditam que a frase é uma marca registrada da cidade e que ela atrai principalmente pessoas da Bahia, mas há frequentadores do Brasil como um todo.

Ao final das entrevistas com moradores (as) percebe-se que a comunidade local reconhece que a interação entre a Prefeitura Municipal e Santuário tem proporcionado melhorias na cidade durante as Romarias. Porém, há preocupação na melhoria contínua da infraestrutura da cidade, para além da sua vocação religiosa como também, em seu cotidiano e também a questão da sustentabilidade ambiental: como a cidade possui um calor intenso (média de 35 graus em qualquer época do ano), os (as) moradores (as) reconhecem a necessidade de implementação de ações que visem proteger o meio ambiente, em especial, o Rio São Francisco que margeia a cidade.

5.2.3 A fé e seus desdobramentos sobre a cidade: outras vozes querem falar sobre as Romarias (comerciantes e camelôs)

A partir de agora será apresentado a cidade à luz das entrevistas do comércio local e camelôs (n=25). A lojista Carina (47 anos), em sua entrevista comenta inicialmente sobre o impacto das romarias nas vendas da loja. Ela menciona que o período de maior aumento nas vendas ocorre no final de julho e na primeira semana de agosto, quando acontece a principal romaria da cidade.

O período que a loja percebe que aumenta o número das vendas é no final, na última semana de julho. Aí vem a romaria da primeira semana de agosto, que aumenta muito, o fluxo de romeiro entrando na loja é muito grande, e aí fica na de setembro que já diminuiu um pouco. Mas assim, o fluxo maior é o final de julho e a primeira semana de agosto. (CARINA, 47 anos, lojista, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela menciona que os compradores durante esse período são principalmente romeiros e turistas. Carina observa que os romeiros tendem a ser mais humildes, enquanto os turistas têm um maior poder aquisitivo. A loja realiza promoções durante esse período.

Os que vêm em agosto são os romeiros mesmo, turistas mesmo, que vêm assim todo ano, já conhecem a loja, já vêm e são romeiros de muitos anos. Tem diferença, né? Os romeiros a gente percebe que são aqueles que vêm, são mais humildes, e os turistas são os romeiros que vêm, tem um poder aquisitivo maior, né, de compra. Fazemos uma promoção. Sempre na época... no período de final de julho e agosto, a gente sempre coloca uma promoção na loja que é o nosso atrativo, né. (CARINA, 47 anos, lojista, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Carina destaca que as romarias são muito importantes tanto para o comércio quanto para a cidade, pois atraem turistas. Ela também menciona a diferença que a pandemia causou nas vendas durante os anos em que as romarias não puderam ser realizadas. Ela comentou que os romeiros têm elogiado a cidade e a mudança que perceberam. Ela observa que as vendas aumentaram comparadas à última romaria realizada em 2019.

Pro comércio aumenta as vendas, que a gente já aguarda esse período, é muito bom em agosto. E também para a cidade, né, que a gente vê a cidade recebendo muito turista então, e isso é muito bacana também para o comércio.

Nós sentimos a falta, sentimos uma diferença bem grande nos dois anos com a pandemia.

[Na última romaria] aumentou o número, a venda, aumentou. Da última romaria pra essa [de 2019] aumentou.

A de agosto, principalmente. Nós sentimos muita diferença, foi muito melhor.

Foi muito mais, muito mais [pessoas]. Nas vendas também aumentaram. (CARINA, 47 anos, lojista, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ao ser questionada sobre o significado de Bom Jesus da Lapa ser a “capital baiana da fé”, Carina destaca o aspecto religioso e a importância da fé para os romeiros.

Eu sou moradora daqui, sempre morei aqui, então quando fala capital baiana da fé, a gente entende justamente pela fé que atrai os romeiros, quando eles... Teve romeiro que chegou aqui e falou pra mim que ele vinha com a avó quando era pequeno e assim, a avó faleceu e ele mantém essa tradição de vim, porque alcança graça. Então assim, essas coisas a gente vê só de conversar, né? Só de conversar com as pessoas, a gente vê o que move mesmo, que é a fé, a fé no Bom Jesus. (CARINA, 47 anos, lojista, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Daniela tem 43 anos é do ramo hoteleiro e da fotografia. Em sua entrevista, ela explica a diferença entre turistas e romeiros, afirmando que os romeiros são movidos por motivação religiosa, enquanto os turistas buscam lazer e conhecer novos lugares. Para ela, a maioria dos visitantes são romeiros que procuram fé e devoção no Santuário de Bom Jesus da Lapa. Ela descreve os romeiros como dedicados à oração, conversas, confissões, missas e cumprimento de promessas, além de terem uma simplicidade física característica.

O turista, ele vem fazer um passeio e conhecer algo aleatório. Às vezes por curiosidade, às vezes por momento. O romeiro, ele é cativo, ele é fiel, ele é de oração, sabe? Ele é de presença humana, ele conhece, ele não vem passear ou conhecer. Ele vem conversar, ele vem confessar, ele vem assistir à Santa Missa, ele vem rezar, ele vem se entregar, ele vem cumprir uma promessa. Então, assim, a forma física também é diferente, ele é mais simples, ele tem um chapeuzinho com a fitinha verde, ele leva alguns objetos na mão. Assim, o olharzinho é um olhar que brilha mais, que é mais forte. Então, assim, a

gente distingue muito facilmente. Não que o turista também pode vir a se tornar um romeiro peregrino, né? Porque tudo é muito encontro. E a gente vê muito isso também, pessoas que vêm por curiosidade e falam “ah, eu não deixo de vir na Lapa mais nunca”. (DANIELA, 43 anos, hotelaria e fotografia, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Daniela se considera uma romeira e acredita que Bom Jesus da Lapa, “capital baiana da fé” significa ter um encontro próximo com Deus e consigo mesmo, além de agir de acordo com a fé interior. Ela acha a expressão “capital baiana da fé” viva e bonita.

Eu acho que é isso, é fé. É ser um local e um lugar onde a gente faz um encontro muito próximo com Deus. E muito próximo intimamente com a gente mesmo, porque eu acho que fé é ligada a nós, ao nosso interior, ao nosso pensar, ao nosso agir. E a Bom Jesus da Lapa, o Santuário, que remete à cidade, tem essa ligação forte. Eu sou da Lapa, eu nasci aqui, mas eu me considero uma romeira também, sabe? Porque o Santuário, pra mim, é um lugar de encontro. Eu faço o meu encontro com Deus. Eu presto serviço, eu sou Ministra da Eucaristia, sou leitora. Pra mim, é a minha casa. Santuário, a Igreja do Bom Jesus, é a minha segunda casa. Então, na hora que a gente ouve assim, “capital baiana da fé”, a gente se sente dentro, ingerido, dentro desse contexto. É a minha fé que está ali. É uma expressão muito viva e muito bonita, que a gente fala assim com muita naturalidade. (DANIELA, 43 anos, hotelaria e fotografia, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

João (34 anos, ramo da alimentação), começou suas atividades de restaurante em março de 1990, após a morte de sua sogra, que já tinha um restaurante na Barrinha. O movimento de turistas e romeiros aumenta em cerca de 90% durante a romaria, que começa em julho e vai até outubro.

A partir do dia 1º de março de 1990, há 32 anos atrás. Aqui na Barrinha, e aí quando [...] [minha sogra] faleceu a gente assumiu o restorantezinho a partir de março de 1990. Por isso eu estou até hoje. Quando começa a romaria, a partir de julho, o nosso movimento aqui aumenta praticamente noventa por cento. Noventa por cento são turistas, são romeiros do Bom Jesus, são pessoas que vêm pagar suas promessas, que vêm visitar o santuário. E aí, o nosso... Como é que fala? A nossa renda aumenta 90% com o turismo religioso aqui de Bom Jesus da Lapa. (JOÃO, 34 anos, alimentação, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ele comentou que a Romaria significa tudo para o comércio dele, já que aumenta as vendas e a renda do restaurante. Desde 1990, o negócio vem melhorando e a vida dos comerciantes tem melhorado cada vez mais.

Rapaz, significa tudo, né?
Porque aumenta as vendas da gente, aumenta a nossa renda, então é tudo a romaria pra nós.

Olha, eu acredito, pelo menos para nós aqui, vem sempre aumentando, todo ano vem aumentando e vem melhorando a vida da gente. Como comerciante, para todos que trabalham na área, sim, vem melhorando, sim. (JOÃO, 34 anos, alimentação, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

João afirma que a cidade é conhecida como a capital baiana da fé, haja vista que Bom Jesus da Lapa se destaca entre outras cidades vizinhas pela devoção religiosa e pelas pessoas acolhedoras.

[...] se você pegar outras cidades vizinhas, que eu conheço inúmeras cidades vizinhas, outros estados, em termos de romaria na nossa região não tem uma cidade igual a nossa.

[...] [As] pessoas [são] aconchegantes, são pessoas hospitaleiras, você chega na cidade e na maioria, qualquer dia que você chegar, você encontra um restaurante, você encontra um barzinho aberto à noite, que em outra cidade você não encontra. Então, tudo tem muita coisa boa na cidade. (JOÃO, 34 anos, alimentação, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Finalmente, segundo João, durante os dois anos em que não houve romaria, foi difícil para o comércio sobreviver, mas eles conseguiram graças ao apoio das autoridades e à fé em Deus. João já ouviu muitas histórias de romeiros que vieram pagar promessas, inclusive tem uma sua própria, em que rezou para Nossa Senhora antes de fazer uma cirurgia e sua pressão sanguínea baixou miraculosamente.

Olha, na realidade nós não ficamos mesmo os dois anos, nós passamos por períodos que quando as coisas diminuía um pouquinho, as autoridades iam lá e dava uma segurada, não teve da gente passar 90 dias sem poder trabalhar, aí ficou difícil. Você já pensou, você tem o comércio, você paga funcionários, você paga suas contas, você ficar 90 dias com as portas fechadas, fica difícil, né? Isso não é só na área, na área de, vamos supor, do turismo. É em toda a área, mas na área do turismo foi a que mais sofreu, então foi difícil, foi difícil. A gente sobreviveu, porque Deus é grande, e nós estamos aí trabalhando. (JOÃO, 34 anos, alimentação, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Arivaldo (64 anos) se apresenta como um empresário que trabalha com distribuição de bebidas e aluguel de materiais para festas. Fora das romarias, Batista se reinventou com a locação de materiais para eventos, como aniversários e casamentos. Ele afirma que as romarias em Bom Jesus da Lapa, durante os meses de julho a outubro, são responsáveis por um aumento significativo nas vendas de água mineral e na locação dos materiais.

Tem um período específico, entre julho a outubro. Nós temos três romarias aqui, a Romaria do Bom Jesus, a romaria... primeiro a da Terra, vamos começar, que é uma romaria que é uma romaria mais de sindicato, essas

coisas que as pessoas veem no mês de julho, no início de julho, a primeira romaria aí é o pontapé do início das romarias aqui. Aí dia 6 de agosto nós temos a principal romaria, que é a romaria do nosso padroeiro Bom Jesus da Lapa. 15 de setembro, passou agora, a romaria do Nossa Senhora da Soledade, e aí está se tornando mais uma romaria que é o dia 12 de outubro, que é de Nossa Senhora Aparecida e já o fluxo aumentou bastante, e isso aí não para. Quando é no final do ano, o fluxo de turismo que vem de Brasília, do oeste do país aqui, se torna muito forte também, que todo mundo quer passar aqui para visitar o santuário, entendeu? (ARIVALDO, 64 anos, distribuidor de bebidas, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Para ele, devido à pandemia, houve uma redução nas vendas e na movimentação da cidade.

Rapaz, abalou a estrutura da cidade inteira, viu? Foi muito difícil, porque é uma cidade que, normalmente, dia 6 de agosto, aqui nós temos em torno de 400 mil visitantes aqui, certo? E isso aí foi reduzido devido à pandemia, né? Eles eram permitidos naquela Praça do Santuário ali, e hoje devem abrigar uns 5 mil, mais de 5 mil pessoas ali naquele moinho. E o que acontece? Isso aí tudo ficou reduzido em torno de 400 pessoas que era permitido. Já quando a pandemia está aliviada, aliviou, porque no primeiro ano, por exemplo, de 2020, não houve. Foi completamente... nós passamos por portas fechadas. E o seguimento que eu acho que mais sofreu, foi o seguimento de hotéis. Hotéis e pousadas, rancharias. Que eu não sei se você sabe, mas me parece que Bom Jesus da Lapa é a terceira maior em número de leito da Bahia. Bom Jesus da Lapa é como a maior rede hoteleira da Bahia, perde pra Salvador, Porto Seguro e aí vem Bom Jesus da Lapa, porque aquele entorno do morro ali, do santuário, aquilo ali se torna hotel... A casa que não é hotel, o cara aluga a casa de uma rancharia e vai, mistura com a família e ali todo mundo ganha seu dinheirinho nessa época. (ARIVALDO, 64 anos, distribuidor de bebidas, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Finalmente, Arivaldo comenta que a romaria é a sobrevivência da cidade, empregando muitas pessoas e sendo essencial para sua economia. Além disso, ele menciona que a cidade depende das romarias para a economia, com cerca de 80% a 90% dos negócios se baseando nesse período.

As romarias significam tudo. Bom, a economia de Bom Jesus da Lapa, acho que 80% a 90% é em cima dessa romaria, das três romarias. A nossa cidade aqui, o principal meio de vida aqui é a romaria. (ARIVALDO, 64 anos, distribuidor de bebidas, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A empresária Dona Neide da Barrinha (50 anos) trabalha no comércio de alimentos desde 1990, e afirma que a romaria é essencial para o seu negócio. Ela consegue identificar os romeiros e destaca que alguns deles frequentam seu comércio desde que inaugurou seu restaurante.

Assim, a gente sobrevive da romaria, né? Nós, sem a romaria, não temos muito futuro, não.

Eu conheço todo mundo aqui, mas eu sei identificar cada um deles, dos romeiros.

Eu tenho cliente quando eu comecei aqui.

Hoje são meus amigos. (DONA NEIDE DA BARRINHA, 50 anos, restaurante, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Segundo ela, durante a pandemia, o negócio foi complicado, mas ela conseguiu se manter e após o retorno à normalidade, houve um aumento nas vendas.

Moço, foi puxado. A gente sobrevive também com o pessoal da cidade, mas foi muito complicado para a gente. E depois que voltou ao normal, a vida da gente melhorou cada vez mais. (DONA NEIDE DA BARRINHA, 50 anos, restaurante, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Para Dona Neide, a romaria acontece principalmente nos meses de agosto e setembro, mas há turistas o ano todo. Ela acredita que sem a romaria, não teria o mesmo sucesso.

É o ano todo, que nem eu não tô te falando. É o ano todo a gente tem turista aqui. Em dezembro também vem muita gente, né? Final de ano, tudo assim. Muita gente mesmo.

[Sem a romaria] nós não somos ninguém. Tanto que tem pessoas que falam assim, “ah, me dê o cardápio do povo da Lapa”. Falei, “não, o cardápio é igual. Não tem diferença. O dinheiro do pessoal da Lapa com o turista, é suado, é a mesma coisa”. Então não tem diferença nenhuma, entendeu?

Agora que nem a gente tem o comércio que tem hoje, se não fosse a romaria, não tinha não. (DONA NEIDE DA BARRINHA, 50 anos, restaurante, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela também menciona que Bom Jesus da Lapa é a capital baiana da fé e que a romaria traz milagres. Segundo ela, Lapa é uma terra sagrada e o Rio São Francisco é a base de tudo. Ela tem uma relação de respeito com o rio e acredita que a preservação melhorou nos últimos tempos.

Ah, pra mim é assim, eu não tenho nem palavra pra te dizer, viu? Porque a fé remove montanha. A gente vê tantos milagres, assim, alcançados, né, através da romaria, que eu não tenho nem palavra.

[...] Deus abençoou todo mundo. Então, nós sem o Bom Jesus aqui, nós não somos ninguém. E sem o nosso Rio São Francisco aqui, que é a base de tudo. Aqui... ultimamente agora o pessoal está preservando mais. Meio que antigamente, eles devastaram um bocado. Principalmente naquela época que veio o INCRA para aí, que deu aquele loteamento, que desmataram a beira do rio, entendeu? Aquilo ali foi o que acabou muito nosso rio São Francisco. Mas hoje está bem assim, preservado. (DONA NEIDE DA BARRINHA, 50 anos, restaurante, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Finalmente, Dona Neide comentou que os romeiros reconhecem as melhorias da cidade. Ela ressalta que na Barrinha falta uma estrutura melhor e segurança, principalmente

para trabalhar à noite. Também menciona a necessidade de uma entrada mediana para o bairro.

Aqui na Barrinha falta, no caso, uma estrutura melhor, segurança. Que no caso aqui mesmo, aqui a gente não trabalha à noite, só trabalha durante o dia porque a gente não tem segurança. Tanto pra gente como o cliente que vem de lá pra cá, aquela subida ali mesmo – de qualquer forma, você tem que parar para poder vir para cá, ou se for para Santa Maria de qualquer forma, você tem que parar ali, você não sabe o que está te esperando ali, não tem segurança nenhuma. (DONA NEIDE DA BARRINHA, 50 anos, restaurante, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Para o empresário Gabriel (34 anos, diversas empresas), o romeiro é fiel à marca e as lojas. Segundo ele, o romeiro geralmente visita a sorveteria todos os dias durante sua estadia na cidade. Além disso, os funcionários da loja conseguem identificar o romeiro pelo perfil e preferência de sorvete que ele escolhe. Para ele, a Chiquinho Sorvete é a melhor no segmento de sorvetes soft no Brasil e como isso cria fidelidade dos clientes. Ele menciona uma influenciadora digital com mais de um milhão de seguidores que frequenta a loja e elogia o produto.

[...] como a cidade não é grande, as pessoas da loja já identificam o cliente, aquele cliente gosta do sorvete X. Então assim, a pessoa que é fã da marca, ele praticamente toda semana está lá, então a gente familiariza com eles. E o romeiro, é interessante que ele vem e ele fica deslumbrado com o sabor do nosso produto. E esse romeiro, ele chegou na sexta. Ele vem sexta, ele vem sábado, ele vem domingo.

Ele fica fiel. Assim, não por eu ter, mas eu sou suspeito a falar, mas hoje no segmento que a Chiquinho Sorvete trabalha, é o melhor hoje no Brasil. Então assim, ela hoje realmente tem o melhor produto soft do Brasil, então assim a pessoa que realmente prova, ela nunca vai provar algo igual, então ela realmente gosta e toma mesmo, porque o produto é diferenciado. Então a gente acaba fidelizando até o próprio romeiro. Até falei ontem, tinha uma menina que postou ontem, e alguém conhecido meu postou e falou que a menina estava marcando aleatoriamente a Chiquinho, que estava indo na Chiquinho, que ela amava o sorvete da Chiquinho. Ela tem mais de um milhão de seguidores. E aí eu mandei no Instagram, no WhatsApp do grupo da loja “essa menina teve aí? Que ela falou que ia aí”. Aí o pessoal respondeu “não, ela está aqui desde o dia que chegou. Todo dia ela vem aqui, posta e toma sorvete. Então assim, espontaneamente as pessoas vão postando, marcando e isso é bem interessante. (GABRIEL, 34 anos, empresário em diversos ramos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ele também diz que os romeiros e turistas sempre estão presentes na cidade de Bom Jesus da Lapa, capital baiana da fé, e que essa tradição passa de geração em geração. Ele destaca a importância da família e das promessas feitas pelos romeiros para o turismo da região.

Eu acredito que assim, é uma cidade religiosa que traz muitas pessoas que vêm com essa cultura de “Eu venho, o meu filho vem”, e aí vem trazendo essa cultura de pai para filho, isso é bem interessante. Então assim, quando a gente conversa com algum jovem, o jovem está vindo porque o avô veio; o avô não vem mais, mas falou que enquanto aquele jovem fosse vivo tinha que vir porque ele veio a vida toda, porque alcançou uma graça. Isso é interessante que passa pela família. E esse relato que eu estou falando eu já vi de várias pessoas, e isso é muito interessante, porque o romeiro daqui da cidade, ele é muito fiel. Não é aquela pessoa que vem e depois não volta. Ele faz uma promessa, ele vem pagar, ele bota para a família vir junto, e isso acho que faz com que nosso turismo cada dia cresça mais. (GABRIEL, 34 anos, empresário em diversos ramos, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

O empresário Marcone (56 anos) fala sobre a área hoteleira em Bom Jesus da Lapa. Ele menciona que seus pais também eram do ramo hoteleiro e que isso o motivou a entrar no negócio. Ele observa um aumento na procura durante o período das romarias, especialmente entre julho e novembro.

A motivação vem dos meus pais, né? Eu nasci dentro do hotel, praticamente. Meu pai é um dos pioneiros na hotelaria aqui em Bom Jesus da Lapa. E isso me motivou a entrar no ramo também.

A cidade é uma cidade que está em expansão. E aí os romeiros, os turistas, eles estão enxergando as melhorias na cidade. E isso cria-se... seria um atrativo a mais para eles virem conhecer a cidade, mas ainda requer muita coisa. (MARCONE, 56 anos, hotelaria, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Marcone também diferencia entre romeiros e turistas, afirmando que os primeiros vêm por devoção e para pagar promessas, enquanto os turistas estão mais interessados nas belezas naturais da região. Ele destaca as melhorias na cidade, incluindo a construção de uma praça, que estão atraindo os turistas.

São figuras diferentes. O turista vem para conhecer a beleza natural das grutas, e o romeiro vem como penitente. Ele vem pela devoção, para pagar a sua promessa e para fazer a sua penitência. O romeiro que vem, ele tem que subir ao cruzeiro e bater na famosa pedra do sino. E já o turista, não, o turista olha o morro, fotografa e vai embora, não tem essa parte da devoção.

[...] a cidade está em expansão e, assim, tem obras que estão enchendo os olhos dos turistas, tipo essa praça que tem uma arquitetura italiana, e aí nos remete aquelas praças lá de Roma, enfim, tem a praça lá, Monsenhor Turíbio, que é muito parecida com esta praça. Tem a catedral, que está quase que em fase de conclusão, né? Tem uma praça muito bonita também no entorno da catedral, e isso é que atrai o turista para conhecer, fotografar o turista e o romeiro. (MARCONE, 56 anos, hotelaria, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Finalmente, Marcone menciona que as romarias têm um impacto significativo na economia dos hotéis e na cidade como um todo, trazendo milhares de pessoas durante o

período das festividades. Ele concorda com a ideia de que Bom Jesus da Lapa é a “capital baiana da fé”, pois acredita que a fé é o que motiva tanto os moradores quanto os turistas.

As romarias significam uma alavancada na economia dos hotéis, não só do meu, dos hotéis de Bom Jesus da Lapa e na economia da cidade como um todo, porque é um volume muito grande de pessoas que entram na cidade, pra você ter uma ideia, a cidade hoje deve ter em torno de 70, 75 mil habitantes, e isso vai a 500 mil pessoas na cidade, 600 mil pessoas na cidade. Em um período, isso eu estou falando no período da romaria de agosto, mas se pegar o ciclo fechado de romaria a romaria, que corresponde a romaria da Terra e das Águas até a romaria de Nossa Senhora da Soledade, aí nós temos um volume aí em torno de um milhão de pessoas que visitam a cidade. Mas aí eu abro um parêntese também falando seguinte, que o ciclo das romarias não finda na romaria de Nossa Senhora da Soledade, que foi essa, agora, do dia 15 de setembro. Nós temos ainda o 12 de outubro, que é a Nossa Senhora Aparecida, a cidade recebe um número muito volumoso de turistas e romeiros, e temos também o dia 12 de dezembro, que é Santa Luzia, que hoje também está sendo uma, assim, uma quarta romaria em Bom Jesus da Lapa.

É um termo que foi, assim, criado e eu acho muito bem utilizado para a Lapa, porque se você pegar uma cidade no oeste baiano, com o sol causticante no nordeste, o calor chega... beira aos 40 graus e o povo vem com essa devoção, com essa fé viva para ir até o altar do Bom Jesus, então nada como o título de capital baiana da fé, porque essa fé é quem move o Bom Jesus da Lapa e move também esses turistas que vêm pela fé, pela devoção. (MARCONE, 56 anos, hotelaria, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Jarbas (41 anos) é gerente de uma empresa de transporte intermunicipal e interestadual - uma empresa de ônibus que atua principalmente na região Oeste da Bahia. Durante o período de romaria em Bom Jesus da Lapa, eles observam um aumento de venda de passagens e aluguel de ônibus. Eles disponibilizam carros extras para atender a demanda e a maior parte dos passageiros é proveniente do sul da Bahia, como Itabuna e Porto Seguro.

Aumenta, sim. Aumenta em torno de 150% a quantidade de veículos. Disponibilizamos carros extra para vários locais. A linha onde a gente atende na Bahia, a Novo Horizonte, 70% da operação da Viação Novo Horizonte é no estado da Bahia. E em Bom Jesus da Lapa é frequentada, principalmente, por pessoas do sul da Bahia, Itabuna, Porto Seguro, a partir de Vitória da Conquista ali. Então a maior demanda é nessas pessoas que vão para essa região. (JARBAS, 41 anos, Transporte Intermunicipal e Interestadual, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A intensidade do movimento é maior entre 1º de agosto e 6 de agosto, que é o ápice da festa religiosa. No entanto, com as inovações da prefeitura, a romaria tem se estendido por mais tempo, dos meses de julho a dezembro.

O período de maior intensidade aqui do movimento é de 1º de agosto até dia 6, que é o ápice da festa. E depois do dia... vai assim menos intensidade até o

dia 15 de setembro. E agora com essa inovação da cidade que deu uma melhoria na infraestrutura de praças, de organização mais... a prefeitura organizou mais a romaria, então está atraindo mais pessoas durante o ano. Isso está estendendo a romaria hoje, não é uma romaria mais intensiva, porque antigamente a romaria era mais no mês de agosto, de primeiro a seis. Hoje, com essas inovações que o poder público fez, isso acabou estendendo para mais época do ano. Hoje a romaria é praticamente seis meses do ano, a partir do mês de julho até no mês de dezembro. (JARBAS, 41 anos, Transporte Intermunicipal e Interestadual, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Além da venda de passagens, a empresa também oferece locação de veículos, principalmente para grupos que vêm de outras regiões. A romaria é muito importante para a Viação Novo Horizonte, pois impulsiona as vendas, melhora os veículos e aumenta a quantidade de funcionários. Durante a pandemia, as mudanças estruturais da cidade e a divulgação das inovações pela prefeitura incentivaram mais pessoas a visitarem Bom Jesus da Lapa.

A romaria ela é um, assim, para a Viação Novo Horizonte, ela impulsiona a venda e faz com que a empresa melhore os seus veículos e intensifica, aumenta a quantidade de funcionário. Ela realmente, a empresa dá maior atenção para atender todos os clientes aqui, porque é onde impulsiona as vendas.

[A mudança estrutural da Lapa] tem refletido, sim, porque as pessoas vêm aqui na Lapa e também através do meio de comunicação que a Prefeitura divulga essas inovações que teve no Bom Jesus da Lapa, então incentiva outras pessoas virem. As pessoas vêm pra conhecer como é que ficou, conhecer algumas obras de arte que a prefeitura fez na praça e isso acaba incentivando mais pessoas vim pra Bom Jesus da Lapa. (JARBAS, 41 anos, Transporte Intermunicipal e Interestadual, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Finalmente, para Jarbas, a cidade é considerada a capital baiana da fé, pois recebe muitos turistas religiosos e tem se destacado cada vez mais.

Eu considero que bom jesus da lapa seja, porque é a cidade onde mais recebe turistas religiosos na bahia, para estar a terceira do brasil. então isso aí significa que a cidade ela tem... pelo fato de ter esse nome, ela tem atraído mais pessoas devido a esse nome... cada dia que passa pega mais forte ainda, por conta da divulgação, da organização que está tendo mais. cada dia que passa o poder público procura organizar mais ainda, procura fazer mais obras que agregam valor à igreja para atrair mais fiéis. (JARBAS, 41 anos, Transporte Intermunicipal e Interestadual, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Dentre os camelôs, Vandrê (48 anos) é vendedor de jeans de Feira de Santana/BA. O vendedor também é motorista de Uber e vende principalmente shorts e bermudas. Ele explica que as cuecas importadas de R\$5,00 (cinco reais) são os produtos que mais vendem na Lapa, uma festa religiosa.

Sai mais shorts e bermuda, shortinho de mulher e bermuda masculina. Aqui está vendendo mais cueca de 5 reais, essas cuecas importadas ali de 5, o que mais vendeu na Lapa. (VANDRÉ, 48 anos, Camelô, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ele costuma vender em várias festas religiosas, desde o Caxixi em Nazaré das Farinhas até Ituberá, na Bahia. Ele não participa da romaria porque não professa a mesma fé e não considera a atual festa da Lapa como antes, quando era mais rica e acontecia em um circuito maior. Ele acredita que a festa tende a acabar e a se tornar turismo.

Rapaz, Lapa já teve de especial. Hoje pra você ter uma ideia, esse ponto aqui, olha pra ele, 13 mil e 500 reais. A cada dois metros aqui foi 3 mil, na poeira, dentro da terra, sujo, olhe pra isso, olhe pros fardos aí. O ex-prefeito, que foi o que ele conseguiu, o grupo dele vencer, ele disse que ia acabar a Romaria da Lapa, que ele quer isso aqui para turismo. Então o que vocês ainda estão vendo, essa festa, era no circuito todinho, pegava esse circuito todinho aqui da Manoel Novaes, entrava ali pelo circuito ali da Marinha, subiu perto de (Elió) [00:02:35], era uma festa riquíssima, entendeu? E a tendência é a promessa dele cumprir. Ele vai acabar com essa romaria, isso vai virar turismo. (VANDRÉ, 48 anos, Camelô, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A transformação de uma Romaria em uma atividade turística é um fenômeno que pode ter implicações significativas em termos de cultura, economia e identidade local. Esse processo de mudança pode ser analisado considerando diversos aspectos, incluindo as perspectivas culturais, sociais e econômicas, bem como as implicações para os envolvidos, sejam o Santuário, a Gestão Municipal, bem como moradores (as), turistas e o comércio local.

Ao se pensar numa modificação, em termos de cultura e identidade, pode levar a uma mudança na natureza do evento. Elementos espirituais e religiosos podem se tornar secundários em relação aos aspectos comerciais e de entretenimento voltados para os visitantes. Isso pode impactar a identidade cultural e a tradição da comunidade local, que pode se ver confrontada com uma adaptação das práticas religiosas às demandas do turismo.

Em relação ao viés econômico, essa mudança pode trazer benefícios econômicos para a comunidade local, como geração de renda através de serviços turísticos, hospedagem, restaurantes e comércio. No entanto, é importante considerar a sustentabilidade econômica, a longo prazo, e garantir que a exploração turística não leve a impactos negativos, como a perda de autenticidade cultural.

Além disso, a remodelação da Romaria em turismo pode criar conflitos de interesses entre os moradores locais, comerciantes e os romeiros. O foco nas necessidades dos (as) turistas pode levar a deslocamentos de moradores (as), preços inflacionados para produtos e

serviços e uma percepção de exploração dos aspectos religiosos, o que pode ser visto como desrespeitoso por parte dos (as) fiéis à fé católica. Da mesma maneira, a transformação em turismo requer uma abordagem de gestão cuidadosa para garantir a sustentabilidade e a preservação dos recursos naturais e culturais envolvidos.

Vandré reclama do aumento dos preços e do desaparecimento de muitos comerciantes na Lapa.

É, eu vou para outra festa, porque assim, tem festa que custa 2 mil pontos e lá eu vendo... um exemplo, 30 mil reais. Eu venho para uma festa dessa, 13 mil, se eu levar 70 mil daqui é muito. Agora bote aí, só 20% do ponto, e os funcionários, e os combustíveis, e a alimentação? Um banho aqui é 5 reais, um café da manhã é em torno de 10 reais, almoço era 15 reais, o rapaz fez 10 reais ali pra gente, todo camelô tá indo comendo lá, 10 reais, entendeu? Então eu acho que deve se rever o conceito, é romaria ou ele quer turismo? Porque você, daqui a dez anos, você estiver vivo e eu estiver vivo, você vai ver que a tendência é isso aqui diminuir. E ele diz que não faz questão de camelô sujando a cidade dele. Isso é uma tradição, quantos anos tem isso aqui? E o camelô sempre veio, o mascate, como era chamado antigamente. Como é que ele chega pra agora? Ele que foi colocado pelo povo. Muitos estão chorando, porque essa frente aqui era vários comerciantes, por uma invasão há mais de 30 anos atrás, e ele retirou todo mundo, aí eu te pergunto, cadê o usucapião? Como é que você é um empresário, você criou filho, fez tudo, passa o seu filho no comércio, e seu filho agora perde? Tem muita gente aí que enlouqueceu. Então, ele fez melhoria? Fez, ele tá criando perto da... aquela praça ali era estourado, aquela praça ali não cabia de gente, pra que tanta boniteza se não tem ninguém? Eu fiquei arrepiado, você é daqui? Eu fiquei arrepiado. Aquela praça era pai de família vendendo seu cachorro-quente, pai de família vendendo seu hambúrguer, pai de família vendendo seu (capeta) [00:05:49], muitos, bote ali 40 ou 50 pais de família, ele tirou tudo. Ele usurpou. (VANDRÉ, 48 anos, Camelô, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ademais, Vandré critica a gestão municipal, mas elogia a cidade em si e a importância da fé. Ele questiona se a cidade vai perder seu título de Cidade da Fé ou se vai se tornar apenas um lugar de turismo. Ele termina a entrevista afirmando que a fé não se brinca e deve ser respeitada.

[...] havia uma tradição, se havia uma cultura, se havia um costume. Como você é historiador, você sabe que a riqueza está na cultura e no costume. Quando se perde a cultura e o costume, desaparece tudo, é confusão, o bequinho apertado e o povo indo, porque havia esperança. O gestor é que eu acho que ele foi desumano. A cidade está maravilhosa, a cidade está bonita, a cidade está... mas chega um momento que tudo sobe, que pessoas deixam de vir, pelos autos... você éromeiro, você veio peregrinar, se seus antepassados vieram, o seu custo hoje, eles vinham, se não, cinco anos, o dinheiro que você está gastando aqui, para estar aqui, na sua devoção, seus antepassados vinham cinco anos. Aí eu te pergunto, e seus sucessores? Será que vai aguentar? Então eu acho que deveria se repensar no que ele quer, se ele quer que Bom Jesus da Lapa perca esse título merecido de Cidade da Fé, ou ele quer que o povo venha aqui só fazer turismo, só

magnata, só a pessoa de SW4, de carros... cadê o povo do caminhão, cadê o povo do buzu? Isso é fé, e com fé de ninguém não se brinca, e nem se explica se respeita ou não. Essa é a minha palavra final. (VANDRÉ, 48 anos, Camelô, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

O questionamento de Vandrê diz respeito ao que ele considera como autenticidade de uma Romaria que é algo extremamente importante, especialmente devido à natureza religiosa e espiritual desse evento. A fé é uma questão profundamente pessoal e significativa para muitas pessoas, e qualquer abordagem que envolva a Romaria, seja para o turismo ou para outros propósitos, deve ser realizada com um respeito cuidadoso pela autenticidade da experiência religiosa. A preservação das tradições é um ponto que o entrevistado destacou com veemência.

Denilson (camelô) é um vendedor que mora na cidade de Presidente Tancredo Neves, Bahia. Ele estudou até o oitavo ano do ensino fundamental e tem 25 anos de idade. Além de vendedor, ele já trabalhou como guarda municipal, bombeiro civil e agricultor. Ele também pratica a religião do candomblé e sofre preconceito por isso.

Eu já trabalhei como guarda municipal, já trabalhei como bombeiro civil, entre outras funções do dia a dia, como até agricultor.

Eu tenho outra utilidade, que eu também faço parte de uma religião que hoje em dia sofre várias críticas em nosso estado, nosso país, que é o candomblé, uma religião muito linda, provinda dos africanos, de África, e que por muito tempo vem sofrendo um preconceito, tanto por parte de protestantes, por parte de pessoas católicas, na qual a gente também carrega o sincretismo, que é um peso que vem desde a época da escravidão. (DENILSON, 25 anos, Camelô, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Na sua barraca, ele vende roupas masculinas e utensílios esportivos, sendo que as roupas esportivas são as mais vendidas. Ele viaja para várias cidades religiosas para vender seus produtos, como Bom Jesus da Lapa, Tocantins, Triângulo Mineiro, Valença, Ituberá, Itamaraju, Porto Seguro, Arraial d'Ajuda, Canudos e Anguera.

Bom, eu trabalho aqui com roupas masculinas, né, enfim, vários utensílios também, moda esporte, moda esportiva, [...]

Bom, de fato a gente tem um calendário próprio, que a gente cria de acordo às festas religiosas de cada cidade, ou de cada estado. Normalmente a gente faz cerca de 20 municípios, agora do período de agosto a dezembro, começando aqui em Bom Jesus da Lapa, vamos até o Tocantins, fazemos uma rodagem também no Triângulo Mineiro, algumas cidades do interior, como também no baixo sul da Bahia, Cidade de Valença, Ituberá, Itamaraju, Porto Seguro, Arraial d'Ajuda, Canudos e Anguera, aqui na região de Feira de Santana. (DENILSON, 25 anos, Camelô, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Denilson costuma vir para Bom Jesus da Lapa todos os anos durante a romaria de agosto, onde fica por cerca de dois meses. Ele frequenta a romaria e descreve a emoção de participar do evento. Ele destaca a receptividade dos moradores de Bom Jesus e a importância das amizades feitas durante as viagens.

Eu fico aqui em Bom Jesus da Lapa cerca de dois meses, agosto e setembro. Eu não tenho palavras para descrever a emoção de estar ali, em meio ao povo, em meio à imagem do Bom Jesus, é um sentimento de cura, de libertação, a aquele que faz por si, aquele que acredita, que vai com o coração limpo pedindo saúde, que é uma coisa que eu sempre peço, saúde, que com saúde eu consigo realizar todos os outros objetivos. O que Bom Jesus tem de especial é, para mim, eu tenho em questão os moradores, são pessoas acolhedoras, os romeiros, as amizades que a gente acaba fazendo com pessoas de outros estados, outros municípios, e aquilo ali nos torna família, eu tenho esse consentimento. (DENILSON, 25 anos, Camelô, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Por fim, para Denilson a cidade Bom Jesus da Lapa é a capital baiana da fé, pois ela representa uma renovação espiritual.

Para mim tem sim, porque eu não venho aqui só com o foco em entrar embaixo de uma gruta, num sobrado de pedra, mas eu venho em busca de uma renovação espiritual, na qual Deus fez e deixou aí para todos verem, e eu acredito que os romeiros não vêm aqui à toa, vem porque tem algo de especial, tem uma coisa que brilha aqui em Bom Jesus da Lapa que é a fé, a fé do Altíssimo. (DENILSON, 25 anos, Camelô, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Rita (47 anos, Camelô) mora em Caetité/BA e trabalha vendendo produtos de cama, mesa e banho. Ela também é funcionária pública. A vendedora vai em várias festas religiosas para vender seus produtos.

Sou funcionária do Estado.
Vamos, vamos sim, vamos em Cocos, vamos em... só não vamos em Trindade, vai em Cocos, vai em Barreiras, vai em Curvelo. (RITA, 47 anos, Camelô, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Ela compra os produtos de fabricação própria em Caetité. Ela tem fé no Bom Jesus e já fez uma promessa para que seu filho passasse na faculdade, o que aconteceu. Ela viaja muito vendendo em festas religiosas e achou que as pessoas na Lapa investem mais em suas compras.

Pedi pro meu filho passar na faculdade.
Passou, federal.
Faz Direito, tá terminando. (RITA, 47 anos, Camelô, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Finalmente, Rita admira a cidade e acha que ela mudou após a pandemia. Ela coloca sua barraca na Lapa todos os anos, exceto durante a pandemia. Ela acredita que a Lapa é a capital baiana da fé por causa da quantidade de romeiros que visitam a cidade.

Transformou, admirei da praça, lindíssima a praça.
 Todo ano eu coloco, só na pandemia que eu não coloquei.
 Tem, é básica... essa quantidade de romeiros aqui, é a terceira, né?
 Basta ir amanhã lá e você ver tanta lágrima. (RITA, 47 anos, Camelô,
 Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Enfim, para os comerciantes locais e camelôs, a frase “Bom Jesus da Lapa - capital baiana da fé” foi analisada via frequência de palavras, gerando uma nuvem com as 50 palavras mais frequentes (figura 64 - sessenta e quatro).

Figura 64 - Nuvem de palavras com as 50 palavras mais citadas pelos comerciantes/ camelôs. (n = 25)



Fonte: Elaboração própria via ATLAS.ti e WordClouds.com. (2023).

Na tabela 21 (vinte e um) é apresentada a lista ordenada das dez palavras mais frequentes e suas respectivas ocorrências.

Tabela 21 - Relação das 10 palavras mais frequentes e de suas respectivas frequências.

Palavra	Extensão	Contagem
Cidade	6	19
Romaria	7	13
Romeiros	8	8
Sentimento	10	6
Comerciante	11	5
Terceira	8	5

Título	6	5
Bahia	5	4
Conversar	9	4
História	8	4

Fonte: Elaboração própria via ATLAS.ti (2023).

Os comerciantes locais e camelôs expressam que o slogan representa o lugar no qual é possível perceber que a cidade só existe por causa da romaria. Eles definem a cidade como aquela que tem a terceira maior romaria do país. Ao mesmo tempo, acreditam que a frase “Capital baiana da fé” atrai principalmente romeiros da Bahia, mas há pessoas do Brasil como um todo que vem para demonstrarem sua devoção, sua fé.

Embora as Romarias incrementem o comércio da cidade, camelôs e comerciantes acreditam que deva existir um aprimoramento na organização dos eventos religiosos na cidade. Pode ser notado, durante as entrevistas, o impacto que o isolamento social imposto pela pandemia do coronavírus (Covid 19) trouxe para o comércio local e a expectativa do retorno à presencialidade na Romaria em devoção ao Bom Jesus da Lapa. Outro destaque percebido nas falas, em especial a dos camelôs diz respeito ao Camelódromo: se por um lado a população local e romeiros (as) e turistas apoiaram a gestão pública municipal em colocar esse espaço, os camelôs tiveram queixas em relação ao valor cobrado pela Prefeitura para o aluguel de cada local em que eles ficaram.

As reformas urbanísticas na cidade foram aprovadas por esse grupo e reforçam a preocupação da gestão pública do município em trazer melhorias para quem visita a cidade e para quem mora nela. Muitos comerciantes e camelôs professam a fé católica e buscam tirar um tempo, em períodos de Romarias, para participar dos festejos em louvor ao Bom Jesus e a Nossa Senhora da Soledade.

5.3 BASTIDOR x FACHADA: APROXIMAÇÕES E TENSIONAMENTOS DAS VOZES DOS (AS) ENTREVISTADOS (AS)

Ao final do processo de análise das entrevistas, sob a perspectiva de bastidor e fachada proposto por Goffman (1985) e tomando como ponto de partida a tabela 22 (vinte e dois), é possível observar todos os temas que emergiram da análise de discurso em função dos grupos de documentos analisados (n = 73 entrevistas).

Tabela 22 - Distribuição das categorias e suas codificações em função das entrevistas analisadas.
(n=73)

	Comércio Local 25 882	Comunicação 3 106	Gestão 4 144	Monsenhor 1 45	Moradores 18 336	Romeiros 22 682	Totais
● COMÉRCIO 251	180	12	16	1	40	2	251
● COMUNICAÇÃO 94	18	42	11	6	16	1	94
● FÉ 157	19	1	1	1	25	110	157
● ROMARIAS 282	122	21	17	10	41	71	282
● ROMEIROS 758	380		55	15	35	273	758
● SANTUÁRIO 63	12	6	1	5	15	24	63
● TURISMO EM BOM JESUS DA LAPA 515	148	24	43	7	161	132	515
Totais	879	106	144	45	333	613	2120

Fonte: Elaboração própria via ATLAS.ti (2023).

Fica evidente que, em relação aos entrevistados do Comércio Local o tema “Romeiros” é um dos mais recorrentes, seguido de “Comércio” e de “Turismo em Bom Jesus da Lapa”. Como já explicitado nas análises anteriores, esses temas são os principais focos de atenção desse grupo, haja vista que a cidade Bom Jesus da Lapa tem no turismo religioso a sua principal fonte econômica.

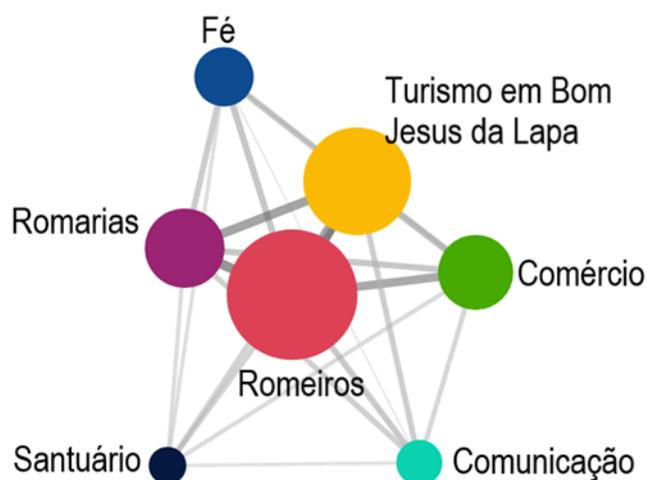
Por sua vez, quando os responsáveis pela Comunicação foram abordados nas entrevistas, os temas mais recorrentes foram “Comunicação”, “Turismo em Bom Jesus da Lapa” e “Romarias”. Novamente, reforçando o que já foi apresentado, no sentido que a comunicação atual está voltada para a motivação do turismo religioso (as romarias) em Bom Jesus da Lapa, com o intuito de incentivá-las e agregar cada vez mais adeptos deste movimento religioso e cultural. Já os entrevistados do grupo Gestão, apresentam os temas “Romeiros” e “Turismo em Bom Jesus da Lapa” como os mais recorrentes.

Assim, como apresentado ao longo das análises, a gestão está na busca por melhores condições para os romeiros estenderem a sua permanência na cidade e ampliar o número de visitas ao longo do ano ao fomentar mudanças na estrutura física da cidade e na organização de eventos ao longo de todo o ano vigente. Por sua vez, a entrevista do Monsenhor focou no papel dos romeiros e das romarias.

No caso dos entrevistados do grupo Moradores (as) evocaram principalmente os temas: “Turismo em Bom Jesus da Lapa”, “Romarias” e “Comércio”. Novamente, é possível perceber que estes temas estão interligados na visão desse grupo, haja vista que muitos deles são influenciados pela convivência com os romeiros e a dinâmica da cidade em função do turismo em Bom Jesus da Lapa. Finalmente, o grupo de entrevistados Romeiros apresenta uma forte relação com os temas: “Fé”, “Romarias” e “Turismo em Bom Jesus da Lapa”. Eles (as) mostram que o que os move em suas romarias está focada na sua fé, nas suas crenças e

valores religiosos. Essas relações entre os temas ficam evidentes na figura 65 (sessenta e cinco).

Figura 65 - Gráfico de direcionamento de forças dos temas evocados pelos entrevistados. (n=73)



Fonte: Elaboração própria via ATLAS.ti (2023).

Na figura 65 (sessenta e cinco), é possível observar que os temas mais evocados pelos (as) entrevistados (as) - Romeiros, Turismo em Bom Jesus da Lapa, Romarias e Comércio - assumem um tamanho maior em detrimento do tamanho de outros temas - Fé, Santuário e Comunicação. Por sua vez, as linhas mais densas apresentam uma forte correlação entre os temas evocados e uma linha mais tênue mostra uma correlação mais fraca. Finalmente, é possível observar que praticamente todos os temas estão interligados entre si.

A metáfora de bastidor e fachada evidencia a ideia de que a performance social é frequentemente uma empreitada coletiva, mesmo que um indivíduo esteja desempenhando o papel principal. As equipes de bastidores e de fachada desempenham papéis cruciais na manutenção da aparência social desejada e na interação bem-sucedida com o público. Essas equipes podem ajudar um indivíduo a se ajustar às expectativas sociais, fornecer suporte emocional e criar um ambiente que permita a execução eficaz da apresentação pública. Desse modo, a equipe de bastidores e a equipe de fachada são conceitos fundamentais para a teoria da dramaturgia social proposta por Goffman (1985), enfatizando a importância da colaboração e do suporte social na construção e manutenção das apresentações sociais.

Ademais, será feita análise das entrevistas realizadas para este estudo, utilizando a metáfora de bastidor e fachada proposto por Goffman (1985) a análise da marca “Bom Jesus da Lapa: capital baiana da fé” com a abordagem semionarrativa proposta por Semprini (2010)

se refere à maneira como uma marca constrói sua identidade e significado por meio da interação entre elementos narrativos e semânticos. O autor Destaca como as marcas não apenas comunicam informações funcionais, mas também contam histórias e evocam emoções para estabelecer conexões com os consumidores como elementos de discurso (a forma como as ideias são comunicadas), narração (a forma como a história é contada) e algum conceito associado a valor (relacionação com seu significado ou propósito)

A abordagem semionarrativa considera que as marcas não são apenas símbolos estáticos, mas sim sistemas de signos que operam como narrativas em constante evolução. Isso envolve o uso de elementos visuais, verbais e simbólicos para criar uma experiência coesa e envolvente em torno da marca. O autor ao contar histórias por meio de seus símbolos e mensagens, assevera que as marcas podem criar uma identidade única, uma relação emocional com o público e um senso de continuidade ao longo do tempo (SEMPRINI, 2010).

Assim, realizou-se a classificação das categorias (chamadas de categorias pai e filhas⁵³) feitas para as análises no ATLAS.ti conforme suas particularidades, visando uma análise da frequência dos temas, discurso, narração e valores a partir das amostras entrevistadas, separando em dois grupos: bastidor (Gestão Municipal, Santuário e CDL) e fachada (Moradores (as), Romeiros (as) e Comerciantes locais e Camelôs). Na tabela 23 (vinte e três), mostra essa divisão:

Tabela 23 - Categorias Pai e Categorias Filhas

CATEGORIAS PAI	CATEGORIAS FILHAS
Comércio	<ul style="list-style-type: none"> ● Romaria é fundamental para o sucesso do comércio ● Camelódromo: maior período de vendas ● Camelódromo: produtos vendidos
Romaria	<ul style="list-style-type: none"> ● Número de visitantes ● Período pandêmico ● Pós-pandemia ● Romarias ao longo do ano ● Romaria de Nossa Senhora da Soledade

⁵³ Na análise de dados no ATLAS.ti, são criadas categorias para agrupar e organizar diferentes partes dos materiais a serem analisados. Essas categorias podem ser organizadas em uma estrutura hierárquica, onde algumas delas podem ser "categorias pai" e outras podem ser "categorias filhas". A "categoria pai" é uma que atua como um nível superior na hierarquia. Ela geralmente abrange temas mais amplos ou conceitos gerais que você deseja explorar em seus dados. As "categorias filhas" são categorias mais específicas que estão relacionadas a esses temas amplos. Elas são usadas para organizar e classificar dados mais detalhados que se encaixam nas categorias pai correspondentes. A organização hierárquica de categorias em "categorias pai" e "categorias filhas" ajuda a estruturar a análise e a fornecer uma visão mais organizada e profunda dos dados além de permitir também a visualização das relações entre diferentes níveis de conceitos e como eles se conectam com a pesquisa que está sendo analisada.

CATEGORIAS PAI	CATEGORIAS FILHAS
Fé	<ul style="list-style-type: none"> • Idiossincrasias • Manifestação • Motivos • Renovação • Significado
Romeiros	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil sócio demográfico • Perfil de compra
Comunicação	<ul style="list-style-type: none"> • Favorecimento do turismo • Divulgação nas redes sociais • Organização das lideranças para as Romarias • Auxílio aos romeiros • ASCOM da Prefeitura • Renovação da imagem da cidade - Nova Lapa • Transmissão das missas via TV e rádio
Santuário	<ul style="list-style-type: none"> • Melhorias urbanísticas • Turismo religioso
Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Capital baiana da fé • Localização geográfica do município • Cidadão lapense • Reformas no entorno do Santuário

Fonte: Elaboração própria (2023).

Em seguida, realizou-se a junção dos temas predominantes (categorias pai) com as categorias, denominadas de filhas com maiores frequências. Assim, a partir da categoria **Comércio**, desenvolveu-se análise de sua relação com o Comércio Local, Comunicação e Gestão. A tabela 24 (vinte e quatro) apresenta a relação entre Comércio e Comércio Local.

Tabela 24 - Análise da relação entre Comércio e Comércio Local

TEMA(S) PREDOMINANTE(S) “CATEGORIA PAI” COMÉRCIO	TIPO DE DISCURSO	NARRAÇÃO	VALOR
Romaria é fundamental para o sucesso do comércio (categoria filha)	Cultural e Ideológico	Valorização do comércio	Econômico
Camelódromo: maior período de vendas (categoria filha)	Cultural e Ideológico	Valorização do comércio	Econômico
Camelódromo: produtos vendidos (categoria filha)	Cultural e Ideológico	Valorização do comércio	Econômico

Fonte: Elaboração própria (2023).

Verifica-se que há predominância do discurso cultural e ideológico, visto que reforça a percepção que cada comerciante / camelô possui sobre como as Romarias impulsionam as vendas no comércio local e o espaço do Camelódromo é fundamental para a economia na cidade no período que fica na urbe entre os meses de julho a setembro. Na relação entre Comércio local e comunicação as entrevistas desvelam que há ocorrência significativa relacionando as Romarias com o comércio local, reiterando o discurso do tipo cultural e ideológico e o valor econômico. A mesma correlação se repete na junção de Comércio local e Gestão.

A mesma análise fez para a categoria **Romaria**. Em relação entre Romaria e Comércio local as principais incidências estão relacionadas ao número de visitantes (romeiros e turistas que a cidade recebe), seguido de questões relacionadas ao período pandêmico (2020/2021) em que não houve a presença de pessoas nas Romarias; em seguida, a Romaria no que foi considerado pós-pandemia (as entrevistas ocorreram entre julho de 2022 e junho de 2023) bem como foi citado que as Romarias estão aumentando ao longo do ano e, por fim, destaque para a Romaria de Nossa Senhora da Soledade. As frequências podem ser vistas na tabela 25 (vinte e cinco)

Tabela 25 - Análise da relação entre Romaria e Comércio

TEMA(S) PREDOMINANTE(S) “CATEGORIA PAI” ROMARIA	TIPO DE DISCURSO	NARRAÇÃO	VALOR
Número de visitantes (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico
Período pandêmico (categoria filha)	Institucional	Cuidados com a saúde	Humanístico
Pós-pandemia (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico
Romarias ao longo do ano (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico
Romaria de Nossa Senhora da Soledade (categoria filha)	Institucional	Retorno à presencialidade e na festa	Religioso

Fonte: Elaboração própria (2023).

Na relação da Romaria com a Comunicação e com a Gestão houve predominância similar na questão relacionada à questão do surgimento de novas Romarias ao longo do ano o

que reforça a importância que tais eventos têm para a cidade, principalmente por incrementar a sua economia. Os impactos econômicos das Romarias para a cidade de Bom Jesus da Lapa.

Ao realizar a análise da categoria pai intitulada de Fé, foram criadas as seguintes categorias filhas: idiossincrasias, manifestação, motivos, renovação e significado. Em seguida, a sua relação com os temas Comércio local, Comunicação e Gestão. Na tabela 26 (vinte e seis), observa-se a relação entre Fé e Comércio Local.

Tabela 26 - Análise da relação entre Fé e Comércio

TEMA(S) PREDOMINANTE(S) “CATEGORIA PAI” FÉ	TIPO DE DISCURSO	NARRAÇÃO	VALOR
Idiossincrasias (categoria filha)	Institucional	Relação do Santuário com outras religiões	Religioso
Manifestação (categoria filha)	Institucional	A fé se manifesta no Santuário	Religioso
Motivos (categoria filha)	Institucional	Cada romeiro tem motivação individual	Religioso
Renovação (categoria filha)	Institucional	A fé renova o indivíduo	Religioso
Significado (categoria filha)	-	-	-

Fonte: Elaboração própria (2023).

Neste quesito, analisou-se particularmente a entrevista com o então Reitor do Santuário de Bom Jesus da Lapa⁵⁴ onde se verifica a predominância do discurso institucional - discurso oficial do Santuário - ou a organização comunicada segundo Baldissera (2009) - e de valor religioso. O termo idiossincrasias foi utilizado pelo fato de haver, na fala do entrevistado a sua relação com as outras religiões (seja de matriz africana, evangélica ou espírita) a forma como ele trata de maneira respeitosa, harmônica e pacífica a sua condição de sacerdote da Igreja Católica perante quem não professa a sua fé. Em relação a Fé e Comunicação há incidência também em idiossincrasias, quando o entrevistado mostra-se à vontade em debater

⁵⁴ Até a realização do Novenário e Festa ao Bom Jesus da Lapa o reitor era o Monsenhor João Batista, que foi entrevistado para esta pesquisa em junho de 2023 e agora é Bispo da arquidiocese de Barra - Bahia. O novo reitor do Santuário, desde 08 de agosto de 2023 é o padre Roque Silva CSsR (“Congregação do Santíssimo Redentor” - Congregatio Sanctissimi Redemptoris - a família Redentorista

com pessoas que professam outra fé. Ademais, na relação com a Gestão o mesmo item e a maneira pacífica e harmônica que ele trata a Gestão Municipal.

Quando se trata da categoria **Romeiro**, a relação com comércio local a maior predominância foi associado ao perfil sócio demográfico destes indivíduos: gênero, idade, escolaridade e local de residência. Já ao relacionar com gestão também com o perfil sócio demográfico, porém relacionado ao romeiro que efetua compras no comércio local. Não houve incidência entre romeiro e comunicação.

Tabela 27 - Análise da relação entre Romeiro e Comércio / Gestão

TEMA(S) PREDOMINANTE(S) “CATEGORIA PAI” SANTUÁRIO	TIPO DE DISCURSO	NARRAÇÃO	VALOR
Perfil sócio demográfico (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico
Perfil de compra (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico

Fonte: Elaboração própria (2023).

A relação do comércio local com a categoria **Comunicação** percebe-se que há a maior incidência de como a comunicação favorece o turismo na cidade, realçando a narrativa de valorização da cidade com valor econômico. Há também destaque para a divulgação das Romarias nas redes sociais, realçando a imagem da nova cidade (valorização da urbe) com valor econômico como pode ser analisado na tabela 28 (vinte e oito);

Tabela 28 - Análise da relação entre Comunicação e Comércio

TEMA(S) PREDOMINANTE(S) “CATEGORIA PAI” FÉ	TIPO DE DISCURSO	NARRAÇÃO	VALOR
Favorecimento do turismo (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico
Divulgação nas redes sociais (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico
Organização das lideranças para as Romarias (categoria filha)	Institucional	Empregabilidade e para a população local	Econômico
Auxílio aos romeiros (categoria filha)	Institucional	Valorização das Romarias	Econômico

Fonte: Elaboração própria (2023).

Já a associação entre a categoria Comunicação com a categoria-filha comunicação (entendida como as nuances da comunicação seja a oficial do santuário e da Prefeitura seja a informal - de moradores e turistas, comerciantes locais e camelôs) a principal ocorrência foi a da divulgação nas redes sociais, seguida do papel da ASCOM da Prefeitura. Os resultados podem ser vistos na tabela 29 (vinte e nove).

Tabela 29 - Análise da relação entre Comunicação e Comunicação

TEMA(S) PREDOMINANTE(S) “CATEGORIA PAI” FÉ	TIPO DE DISCURSO	NARRAÇÃO	VALOR
Divulgação nas redes sociais (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico
ASCOM da Prefeitura (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico
Renovação da imagem da cidade - Nova Lapa (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico
Transmissão das missas via TV e rádio (categoria filha)	Institucional	Valorização das Romarias	Religioso

Fonte: Elaboração própria (2023).

Em relação a relação entre Comunicação e gestão a incidência se deu para fortalecimento do turismo. Essa questão, com valor econômico, tem sido a tônica na análise dos discursos captados nas entrevistas, que reforça os esforços da gestão municipal em melhorar a imagem da cidade tanto para os seus moradores quanto para romeiros (as) e turistas.

Ao tratar da categoria **Santuário** depreende-se que as melhorias urbanísticas no entorno do Santuário do Bom Jesus da Lapa foi a temática mais comentada nas entrevistas, seguido pelo fato do turismo estar vinculado à religião, com a narrativa de valorização da cidade que reflete o reverbera no valor econômico de tais discursos. Essas são as principais inferências na relação entre Santuário e comércio local como pode ser visto na tabela 30 (trinta).

Tabela 30 - Análise da relação entre Santuário e Comércio

TEMA(S) PREDOMINANTE(S) “CATEGORIA PAI” SANTUÁRIO	TIPO DE DISCURSO	NARRAÇÃO	VALOR
Melhorias urbanísticas (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico
Turismo religioso (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico

Fonte: Elaboração própria (2023).

Já a relação entre Santuário e comunicação induz-se que, tal qual em comércio local, a questão relacionada das melhorias urbanísticas no entorno do Santuário foi a principal temática dos discursos analisados, com narrativa de valorização da urbe, que destaca a importância que os eventos religiosos possuem para a cidade e, conseqüentemente, os ganhos econômicos que a cidade recebe. Tal fato pode ser visto na tabela 31 (trinta e um):

Tabela 31 - Análise da relação entre Santuário e Comércio

TEMA(S) PREDOMINANTE(S) “CATEGORIA PAI” SANTUÁRIO	TIPO DE DISCURSO	NARRAÇÃO	VALOR
Melhorias urbanísticas (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico
Turismo religioso (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Econômico

Fonte: Elaboração própria (2023).

Para finalizar essa categoria, as reformas que aconteceram nas ruas próximas ao Santuário resultaram na principal ocorrência no cruzamento de Santuário e gestão. Aqui, nota-se o discurso de valorização da cidade e tal qual descrito em relação ao turismo, o valor é econômico.

Ao se analisar a categoria **Turismo** e sua relação com o comércio local verifica-se que o bordão “Capital baiana da fé” é a principal ocorrência. Ressalta-se aqui que há uma narrativa de valorização da cidade, além do orgulho de estar nela, por considerá-la uma hierópolis. O valor percebido pode ser um misto de histórico, religioso e econômico por conta do significado que tal bordão possui, a partir das percepções dos entrevistados neste estudo. Na tabela 32 (trinta e dois) podem-se ver essas ocorrências:

Tabela 32 - Análise da relação entre Turismo e comércio

TEMA(S) PREDOMINANTE(S) “CATEGORIA PAI” TURISMO	TIPO DE DISCURSO	NARRAÇÃO	VALOR
Capital baiana da fé (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Histórico, Religioso e Econômico
Localização geográfica do município (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Histórico, Religioso e Econômico
Cidadão lapense (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Histórico, Religioso e Econômico
Reformas no entorno do Santuário (categoria filha)	Institucional	Valorização da cidade	Histórico, Religioso e Econômico

Fonte: Elaboração própria (2023).

A categoria filha “Capital baiana da fé” também é a principal incidência ao relacionar turismo com comunicação e turismo com gestão. Mais uma vez, fica evidenciado a importância que esse título (marca lugar) que a cidade de Bom Jesus da Lapa possui. Ademais, as reformas urbanísticas realizadas na cidade também possuem significativa ocorrência ao relacionar tanto turismo com comunicação tanto com gestão.

Para finalizar a análise, a partir da proposição de análise semionarativa de Semprini (2010), a tabela 33 (trinta e três), apresenta as principais incidências de categorias filhas em cada categoria pai realizada para este estudo.

Tabela 33 - Principais incidências nas categorias pai deste estudo

TEMAS(S) PREDOMINANTE(S) NAS ENTREVISTAS (Categorias pai)	TIPO DE DISCURSO	NARRAÇÃO	VALOR
Comércio	Econômico	Valorização da cidade	Econômico
Romaria	Informativo	Tempo de peregrinação	Religioso
Fé	Cultural	Motivação para a fé	Religioso
Romeiros	Cotidiano	Perfil socioeconômico	Cultural e Ideológico
Comunicação	Institucional	Favorece ao turismo	Econômico
Santuário	Institucional	Melhorias no entorno	Religioso e Econômico
Turismo	Institucional	Capital baiana da fé	Econômico

Fonte: Elaboração própria (2023).

Verifica-se, portanto, através da análise da tabela 33 (trinta e três) que há predominância do discurso institucional, na constituição da marca “Capital Baiana da Fé”, permeada por narrativas que discorrem sobre a valorização da cidade, tanto para quem visita (romeiros e turistas), tanto para quem vive nela. Além disso, a narrativa de fortalecimento do turismo através das Romarias possui muita relevância de acordo com os entrevistados. Em relação ao valor que a marca possui há uma mescla de entre seu sentido religioso e econômico.

A abordagem semionarrativa de Semprini (2010) destaca a importância de reconhecer a fluidez dos significados e as conexões entre diferentes níveis de análise, desde os elementos linguísticos até as estruturas narrativas mais abrangentes. Tal fato remete a questão de que a comunicação é um processo complexo, onde as palavras, as imagens e as estruturas narrativas interagem para criar experiências compartilhadas e múltiplas interpretações.

Ao analisar a interseção entre os discursos e as narrativas, a análise semionarrativa de Semprini (2010) oferece uma perspectiva profunda e rica sobre como os sentidos são produzidos e transmitidos em diversos contextos, sejam eles midiáticos, culturais ou sociais. Dessa forma, contribui para uma compreensão mais abrangente da construção de significados e das dinâmicas comunicativas que moldam a compreensão do mundo ao nosso redor.

Baldissera (2009) assevera que a comunicação nas organizações, sob o viés do paradigma da complexidade, compreende a comunicação não como um processo linear e

simples, mas sim como uma ação entrelaçada de construção e conflito de significados que ocorrem dentro das interações organizacionais. Isso implica que a comunicação não é apenas uma transmissão direta de informações, mas sim uma interação dinâmica onde as pessoas atribuem significados às mensagens, criando uma rede complexa de interpretações.

O paradigma da complexidade sugere que as organizações são sistemas adaptativos complexos, nos quais os elementos individuais (indivíduos, equipes, departamentos, dentre outros) estão interconectados e interagem de maneira não linear. Dessa forma, a comunicação organizacional não é apenas uma troca de informações, mas uma construção coletiva de significados que emerge da interação entre esses elementos. (BALDISSERA, 2009)

A constante tensão e interdependência entre as dimensões apontadas por Baldissera (2009) refletem a complexidade inerente da comunicação organizacional. As interpretações individuais, as percepções e os conflitos de significados emergem dessa interação dinâmica, influenciando como a organização é percebida interna e externamente e coadunam para a constatação de que a comunicação nas organizações é um processo complexo, onde a construção de significados e a interação entre as dimensões da comunicação organizacional desempenham um papel central na formação da realidade percebida e na dinâmica organizacional. Pode-se também fazer uma relação com a ideia dos mundos possíveis de Semprini (2010) que enfatiza a multiplicidade de interpretações da marca, enquanto a manifestação da marca aborda como a marca é apresentada e percebida pelos seus públicos de interesse. A manifestação da marca precisa ser flexível e adaptável para acomodar diferentes interpretações e contextos, permitindo que a marca se conecte com diferentes públicos de maneira significativa.

Na perspectiva de compreensão da comunicação apresentada por Baldissera (2009), faremos análise da representação de bastidor e fachada, a partir das entrevistas realizadas ao longo do trabalho de campo desta pesquisa. A comunicação falada é analisada nas entrevistas com a Gestão Municipal, Santuário e Câmara de Dirigentes Lojistas (CDL) e constituem o bastidor neste estudo.

Ao analisar as entrevistas, a partir das orientações de Fairclough (2016) e Maingueneau (2002) sobre Análise do Discurso, concedidas pelo Prefeito Municipal, Secretário de Cultura e Turismo, Coordenador Municipal da Cultura, além do Reitor do Santuário e Presidente da CDL, bem como com os assessores de comunicação (Prefeitura e Santuário) não há tensão entre o que Baldissera aponta como organização comunicada e organização comunicante visto que há sintonia entre o Poder Público Municipal e o Santuário para a organização e realização das Romarias em Bom Jesus da Lapa.

A parceria com o Santuário é muito boa, a gente tem dialogado muito e toda vez que sentamos, nós chegamos ao denominador. Então, o Santuário é muito importante pra Bom Jesus da Lapa, uma vez que nós temos uma outra cidade flutuante e que nos traz isso é a romaria. (PREFEITO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

As reuniões, elas iniciam em junho, um mês antes da primeira romaria, que é da Terra e das Águas. E tudo isso é pensar a questão da estrutura, a questão do espaço de acolhimento, tanto o santuário quanto a prefeitura municipal de Bom Jesus da Lapa. (SEC DE TURISMO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A romaria acontece praticamente agora o ano inteiro. Antes a romaria era falada só romaria de agosto. Mas agora não, a gente começa a nossa programação praticamente em junho e vai até agora a dezembro. Então, a Prefeitura é responsável por toda a infraestrutura, por todos os recursos utilizados na romaria. Então, do preparo a finalização, tudo isso cabe à Prefeitura. (COORD. DE CULTURA, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A CDL, ela apoia em tudo que a prefeitura indicar. A CDL está aqui para apoiar, porque é uma coisa que tem que partir da Secretaria de Cultura, entendeu? Então a Secretaria de Cultura planeja tudo, e o que depender do CDL, o CDL apoia. (PRESIDENTE DA CDL, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Nós já fizemos algumas conversas mais restritas com uma ou outra entidade, e estamos agora agendando uma reunião para esses dias próximos com todas essas instituições. Então nós vamos nos encontrar aqui por volta de oito, dez dias no máximo, estaremos juntos no auditório do Santuário aqui, onde ali nós vamos apresentar para as instituições o projeto da Festa do Bom Jesus, da Festa da Soledade, todo o material que temos produzidos, material de divulgação, a música temática da romaria, que está muito bonita também, E vamos também, de certa forma, o Santuário, nessas reuniões, pede para essas instituições que elabore o projeto de atuação durante esse período. Os Bombeiros, a Marinha, a Polícia Militar, o Ministério Público, as diversas secretarias do município, principalmente aquelas secretarias mais ligadas à movimentação da romaria, como Secretaria da Saúde, da Vigilância Sanitária, do Turismo, né? Aí eles apresentam o projeto de atuação. Então assim nós vamos realizando a romaria com essas parcerias. (REITOR DO SANTUÁRIO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2023)

No tocante à comunicação das Romarias, há também unidade nos discursos tanto da Prefeitura (através da ASCOM e da Agência Morrito) como também da ASCOM do Santuário.

Ela é feita de forma bem sincronizada todo ano. Sempre que o Santuário, ele lança campanha de romaria, ele comunica a nós aqui da Prefeitura, né? A gente já começa a pensar todo material de impresso, material de rede social, tudo no mesmo padrão, pra gente ficar sempre bem ajustado ali com todo mundo. Então é um relacionamento muito bom e fundamental para o

desenvolvimento de cada romaria de todo ano. Então a relação é muito tranquila, muito bem vista mesmo. (ASCOM SANTUÁRIO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2023)

O município, ele entrou com uma contrapartida muito grande pra essa divulgação, né? Ser um município não consegue se fazer tanto quanto faz hoje. Não consegue. Porque o Santuário, por mais que ele tenha as doações, as arrecadações. Mas a gente como agência, a gente enxerga que o município tem um papel fundamental nesse processo de divulgação, de ampliação do nome da cidade. Então, sem a prefeitura, o processo de organização da romaria não acontece, entendeu? (MORRITO COMUNICAÇÃO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2023)

Então a gente procurou várias TVs católicas e a prefeitura nos ajudou muito, principalmente nas TVs em que a gente não conseguiu as parcerias não onerosas. E aí nas parcerias onerosas, a prefeitura entrou e nos ajudou justamente por isso, para poder divulgar a festa do Bom Jesus e não deixar que ela minguasse, diminuísse. E aí eu acho que o grande crescimento foi essa colaboração, essa ajuda que a prefeitura deu também. (ASCOM SANTUÁRIO, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2023)

Em relação à organização “falada”, serão analisadas as entrevistas do grupo que para Goffman (1985) elencamos como fachada, a saber: moradores (as), comerciantes locais e camelôs e romeiros (as). Na visão dos (as) moradores (as), há tensionamentos na forma que esse público percebe as Romarias.

Eu acho que talvez seria, na verdade, nesse período de romaria organizar de uma certa forma melhor o trânsito. Tudo bem que tem outras pessoas que estão espalhadas para cuidar dos patrimônios que foram recém feitos. Porém, eu acho que organizar o trânsito, porque, por exemplo, os romeiros nas demais cidades, eles têm a faixa de pedra, as faixas de pedestres, eles conseguem passar numa boa. Aqui não, as pessoas no trânsito não têm tanta segurança. Então, assim, a gente só vê pessoas, principalmente os turistas romeiros, sempre no meio da rua, né? Então, assim, acaba que a gente pisa na faixa. Até nós próprios moradores pisamos na faixa, o carro não para. Então, assim, acho que essa organização do trânsito, nem só no período da romaria, mas em todos os períodos, mas acho que no trânsito é essencial. (FRANCISCO, morador católico, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Então eu vejo que a melhora para a cidade talvez – não para a romaria, para a cidade talvez -, seja essa questão de urbanização, dos bairros, que já tem acontecido; a questão de água também da cidade, que é uma coisa que na época de romaria fica muito difícil na cidade. Os bairros mais distantes, né, porque o número de pessoas que têm recebido é muito grande, e a adutora não dá mais, mas já está em obras também de fazer uma adutora nova, até em Igaporã, Riacho de Santana. Enfim, eu acho que é mais a questão mesmo de estruturação da cidade. A cidade é uma cidade pequena que está crescendo rapidamente, entendeu? (JOSÉ, morador evangélico, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Acho que a questão que tem muito daqui é a organização do trânsito, que o trânsito de Bom Jesus da Lapa não é organizado durante todo o ano. E como tem mais gente ainda nas épocas de romaria, fica uma questão muito...chega a ser perigosa porque as pessoas ocupam as calçadas, os bares, essas coisas, aí faz com que as pessoas andem na rua. E essas pessoas andando na rua, ainda tem carro estacionado do lado, aí vai para o meio da rua. E como tem muita gente de idade, cria um grande risco, então acho que a organização do trânsito é um grande passo para a cidade também. (PABLO, morador ateu, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Eu sou morador, eu moro de aluguel em uma casa e essa casa sempre que ocorre romarias, meio que a dona me despeja pra botar pessoas, entendeu? E aí são pessoas amontoadas em cima de pessoas, gente se aproveitando de romeiro, cobrando muito, muito caro. Então, se tivesse um centro ou algum local de acolhimento ou moradia, já ajudaria muita gente e já organizaria muita coisa. (ANSELMO, morador religião de matriz africana, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Pelo que eu vi agora sim, está existindo, está começando a existir, porque eu vi pela situação que os romeiros viviam antigamente pelos relatos, não que eu tinha visto. A situação era bem complicada para eles, mas ainda supermercado, internet. Essas coisas, energia, isso tem que dar uma melhorada bastante, porque na época de romaria fica bem tensa. (EVA, moradora católica, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Sob a ótica dos (as) moradores (as) percebe-se que a infraestrutura da cidade para receber romeiros (as) e turista necessita de maior aporte do poder público nessa questão. Por mais que existam investimentos na melhoria dos serviços de água, luz e internet, por exemplo, em período das principais Romarias (como a do Bom Jesus e a de Nossa Senhora da Soledade) há relatos, conforme descrito nas entrevistas, que ainda precisa ser melhorado. Outro ponto questionado pelos (as) residentes locais é o trânsito. A cidade, no entorno do Santuário, não possui avenidas largas e o movimento de carros, motos e ônibus, durante as Romarias fica intenso e pode gerar acidentes, além de prejudicar o vai e vêm de quem reside na cidade.

Porém, outros (as) moradores (as) estão em consonância com o discurso oficial e enaltecem a organização do evento, com destaque para as ações da Prefeitura e também as Romarias como vetor econômico para a urbe.

A gente teve o fomento por parte da prefeitura de eventos que com certeza trazem mais romeiros, mais turistas e movimentam a economia local. E teve também um alinhamento muito forte no momento da romaria em si, onde a gente percebeu o policiamento gigantesco, apesar da quantidade de gente ser imensurável, houve policiamento também que era muito visível; houve a infraestrutura médica que foi percebida também. Então o poder público, ele é

um fomentador da marca capital baiana da fé, ele se alimenta disso. E eu percebo que ele tem dado algo em troca, né, que é manter a organização e pensar a cidade para que mais romeiros venham, apesar de ser um movimento religioso, ele é um movimento financeiro municipal. (DJAVAN, morador católico, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

De uma maneira geral, eu tenho uma boa percepção da romaria hoje. E, principalmente o período hoje, pós-pandemia, eu percebo a grande importância da romaria. Vi muitos moradores sofrendo, muitos comerciantes fechando a empresa, pra fechar a empresa. E eu vi que a cidade gira em torno da romaria, então eu dou muita importância hoje à romaria e ela melhorou em vários aspectos e tem uma sequência de melhoria que a gente tem visto, isso é bom. (CÁSSIO, morador católico, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Acho que as pessoas daqui tendem a serem mais os que se beneficiam enquanto comerciantes. Acho que foi, a perspectiva que o turista vem, ele usufrui do espaço e acaba em números mais, melhorando o fluxo da cidade, melhorando a recepção. (ADRIANO, morador ateu, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Na fala dos (as) comerciantes e camelôs percebe-se também que há questionamentos em relação ao período em que a cidade recebe romeiros (as) e turistas.

Alguns falam do tema da praça, que não tem nada a ver por ser uma capital baiana da fé, que deveria ter uma imagem do Bom Jesus, alguma coisa relacionada à cidade. (TÁSSIA, comerciante do ramo de alimentação, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

A única coisa que pega em Bom Jesus da Lapa até hoje, eles sabem que é o trânsito. O trânsito de Bom Jesus da Lapa não é emancipado, deixa a desejar demais. As autoridades, as autoridades da prefeitura que tomam conta do trânsito, deixa muito a desejar. No dia 6 de agosto, é um dia que nós taxistas teremos que trabalhar, a prefeitura fecha a cidade. No dia 15 eles fecham a cidade 8 horas. (MARCOLINO, taxista, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Aquela praça ali era estourado, aquela praça ali não cabia de gente, pra que tanta boniteza se não tem ninguém? Eu fiquei arrepiado, você é daqui? Eu fiquei arrepiado. Aquela praça era pai de família vendendo seu cachorro-quente, pai de família vendendo seu hambúrguer, pai de família vendendo seu (capeta) [00:05:49], muitos, bote ali 40 ou 50 pais de família. [...]Eu amo o Bom Jesus da Lapa, são mais de 30 anos fazendo romaria, e tudo indica que... não sou só eu não, essa festa aqui, ela não tá com 30% dos camelôs, e a tendência é acabar, porque eu sou um dos que se ela não reagir a partir de amanhã, eu não vou... a tendência é eu não vir mais para ela. (VANDRÉ, camelô, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

O aluguel é muito caro, mas é bom. [...] Mais seguro, só tá caro. (RITA, camelô, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Similar à fala de um (a) morador (a) da cidade, a tônica da problemática do trânsito na cidade volta a ser citada aqui. Além disso, apesar do discurso oficial anunciar uma nova cidade, uma Nova Lapa, a fala de uma comerciante divergi desse discurso oficial. Ela embasa seu argumento por ouvir de romeiros (as) que não gostaram das modificações na então Praça Marechal Floriano, hoje Praça da Fé. Esse mesmo sentimento é apontado por um camelô ao questionar se realmente as modificações urbanísticas trouxeram benefícios para a cidade além de, na fala de outra camelô do valor cobrado pelo aluguel do espaço do Camelódromo: reconhece que há mais segurança é organizado mas o valor cobrado é alto e prejudica no negócio e pode acarretar a não vinda de camelôs para o ano de 2023.

Diferente da percepção de alguns (mas) moradores (as) e de comerciantes e camelôs, para os (as) romeiros (as) tudo que envolve a Romaria, desde as modificações urbanísticas, a infraestrutura da cidade não há crítica a essas questões.

Quando eu vim a última vez não estava assim, né, a praça está toda reformada, já fui na outra praça, na outra lá da frente, já fui na feira hoje também comprar umas rapaduras e a feira está toda organizada também, que não era daquela forma. Eu acho que a cidade desenvolveu bastante, houve um investimento grande, porque é uma cidade turística, então tem que ter essa organização. (NORMEIDE, romeira, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

[...] agora eu não sei lhe responder o que fazer para melhorar, porque eu não estou achando... estou achando que está muito bom. (GRASIELA, romeira, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Elas são boas, pra mim não tem nada de negativo, tudo é positivo. (TARSILA, romeira, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Eu acho que nada, porque eles vêm perfeito, o ônibus é perfeito, a moça que faz a lotação é perfeita, entendeu? (ÁDILA, romeira, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Pra mim, está tudo bom, meu irmão, tudo bom, porque graças a Deus, está tudo bom, porque estou aqui, mas nosso tchau aqui, esse que é o que comanda nossa romaria, aqui ó, 50 anos. (MANAN, romeira, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

[...] eu acho que ficar melhor aí não dá né [...] (ANDRÉ, romeiro, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Acho que melhorou muito agora nos últimos anos, principalmente aqui, né? Porque antes, a última vez que a gente veio aqui, aqui em torno tinha um monte de bares, não sei se você acompanhou. E hoje não, né, está mais calmo, não tem aquele pessoal mesmo, aqui que está mais restrito só para a igreja mesmo. Melhorou muito. (CÉSAR, romeiro, Trecho da entrevista concedida ao autor, 2022)

Então, a proposta de Baldissera (2009) sobre comunicação nas organizações é um processo intrincado e vital que requer uma abordagem sensível à complexidade. Reconhecer a interdependência entre as dimensões da comunicação e a construção de significados é essencial para uma compreensão mais profunda da realidade organizacional e para o desenvolvimento de estratégias eficazes de comunicação e gestão.

Para finalizar este estudo, as considerações finais, aqui neste trabalho denominadas de “Termina uma Romaria e já começa outra” resume os principais pontos da pesquisa e fornece uma síntese das descobertas e conclusões desta caminhada. Essa seção oferece aos leitores um encerramento, destacando a importância do estudo, resposta à pergunta de pesquisa e os objetivos, além de destacar a contribuição para os estudos em Cultura e Sociedade, em específico, pesquisas que fazem correlação entre Cultura e Desenvolvimento.

6. TERMINA UMA ROMARIA E JÁ COMEÇA OUTRA

“Senhor Bom Jesus da Lapa
 Dai-me calma, paz e luz
 Que agora vou embora
 Adeus, adeus, Bom Jesus.
 Pra cumprir minha promessa
 De joelho me dispus
 E entrei na santa igreja
 Adeus, adeus, Bom Jesus”.

(Trecho do bendito *Despedida dos Romeiros do Bom Jesus da Lapa*)

Uma caminhada começa com o primeiro passo, já diz o ditado popular e também de música conhecida no país. E essa caminhada iniciou, em julho de 2019, quando fui ao Santuário do Bom Jesus da Lapa, após missa em que fui agradecer o término de meu estágio probatório, que um amigo falou: “está na hora de pensar no doutorado!”. E replicou: “como você gosta tanto de vir aqui porque não estuda a cidade de Bom Jesus da Lapa”. Indaguei de volta e perguntei como faria isso. Ele comentou do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade da Universidade Federal da Bahia (PósCultura / UFBA) e do Grupo de Pesquisa LOGOS - Comunicação Estratégica, Marca e Cultura, coordenador pelo Professor Doutor Adriano de Oliveira Sampaio.

Ao chegar a Santa Maria da Vitória fui pesquisar tanto o Programa quanto o Grupo de Pesquisa e comecei a esboçar a ideia de um projeto de pesquisa. Verifiquei os prazos da seleção e, em tempo hábil, fiz minha inscrição. Como de costume, fui ao Santuário pedir a graça ao Bom Jesus para a minha aprovação. Além dessa inscrição, realizei a seleção em mais dois programas de pós-graduação. Logrei aprovação nos três programas que me inscrevi e, optei, pelo PósCultura da UFBA, em primeiro lugar pelo currículo de meu orientador e afinidades em temas de estudo e, também, pela reputação que a UFBA possui em seus programas *stricto sensu*.

Ao iniciar as aulas, em março de 2020, com duas semanas, o mundo parou. A chegada de uma pandemia modificou nosso jeito de estar no mundo e as aulas foram interrompidas e retomadas em setembro de 2020, de maneira remota. Esse modelo perdurou durante o cumprimento dos créditos e também nas reuniões do Grupo de Pesquisa, bem como na participação de congressos. A qualificação deste trabalho também ocorreu de maneira remota. Após a qualificação, ainda sob os cuidados com a pandemia (a vacina havia chegada - havia tomado duas doses), iniciei a pesquisa de campo que aconteceu de julho de 2022 até maio de 2023.

Dividi a pesquisa de campo em etapas para organizar tanto as leituras que continuava fazendo para a escrita deste trabalho como também para já analisar o material que estava sendo coletado. Durante o Novenário e Festa do Bom Jesus da Lapa, fiz entrevistas com romeiros (as) e turistas e também com camelôs e vendedores (as) ambulantes. Os relatos que ouvia, por diversas vezes, deixou-me emocionado e, cada vez, mais empolgado, em continuar o trabalho.

De setembro de 2022 a maio de 2023, realizei as entrevistas com os demais participantes do estudo: moradores (as), comerciantes da cidade (com foco em empresas que fazem parte do trade turístico do município), agentes públicos (Prefeito Municipal, Secretário Municipal de Cultura e Turismo, Coordenador Municipal de Cultura, Assessor de Comunicação da Prefeitura) e também com pessoas do Santuário: o Reitor e o Assessor de Comunicação. Para finalizar, com o sócio proprietário da Morrito Comunicação e o Presidente da Câmara de Dirigentes Lojistas da Cidade.

Cumprê destacar, que, em maio de 2022, estive em Bom Jesus, dois anos após minha última passagem por lá. Esse passeio pelas ruas da cidade, principalmente pelo Centro Histórico, foi descrito no capítulo três desta pesquisa. A ida à cidade foi imprescindível para auxiliar-me para a pesquisa de campo que logo se iniciaria. O capítulo dois teve como objetivo discorrer sobre a localização geográfica do município de Bom Jesus da Lapa, destacando seus aspectos sociais e econômicos. Importante destacar, que o município, banhado pelas águas do Rio São Francisco, cresceu não sob a importância do “Velho Chico”, mas sim, sob a égide do Santuário, descoberto pelo Francisco Mendonça Mar, conforme sugere Castro (2005).

Outro ponto observado foi a perspectiva de entender o processo de desenvolvimento do município de Bom Jesus da Lapa foi a análise de documentos que norteiam o tema. O primeiro documento, data da década de 1970 do século passado, apresenta diretrizes para urbanização da zona portuária da cidade. O que se verifica, na atualidade, é que tal ação apenas mudou os problemas apontados à época para um outro lugar: o local continua sem infraestrutura adequada para atender às demandas da população que vive no local. Destaca-se que os documentos datados desse período há diretriz única de remoção da população de áreas consideradas irregulares pela gestão municipal.

No Plano de Desenvolvimento Urbano (PDU) elaborado em 1976, pela primeira as Romarias ao Santuário do Bom Jesus da Lapa foram o eixo norteador do documento, além da proposição de diversos marcos regulatórios do município, tais como a estrutura administrativa da Prefeitura Municipal. A ideia de desenvolvimento da gestão municipal prima pelo processo

de urbanização do município, porém, sem levar em consideração preceitos de participação popular. Aqui, verifica-se que tal conceito vai ao contrário aos preceitos de Krenak (2020, 2021) e de Furtado (1974). Além disso, o pensamento de desenvolvimento (e, conseqüentemente, de sustentabilidade) há predominância de pensamento colonial.

O documento da década de 1990 do século passado apresenta diretrizes para a preservação do entorno do Santuário (que se configurou na criação de uma Área de Proteção Ambiental - APA) como também a criação de diretrizes para o ordenamento urbano do município. O documento mais recente, de 2010, continua com a primazia de discutir questões relacionadas ao desenvolvimento sustentável do município, principalmente, na preservação e manutenção dos recursos hídricos do município. Porém, o que se percebe é que os elementos que nortearam a elaboração dos documentos, como por exemplo, a preocupação com indagações ambientais continua sem ação efetiva do município.

O Projeto Formoso foi outro tema debatido neste capítulo. Cumpre destacar que um de seus idealizadores foi Celso Furtado e teve como objetivo de evitar o êxodo rural, dentro de um plano de desenvolvimento regional implantado pelo governo JK. Com o projeto, Bom Jesus da Lapa tornou-se o maior produtor de bananas do Brasil e, de acordo com Rocha (2016) o projeto concedeu ao município uma alternativa de produção e renda no município visto que até então, a fonte de renda do município estava atrelada às Romarias.

Em seguida, foi realizada uma descrição do Santuário do Bom Jesus da Lapa. O entorno do Santuário é descrito através de dois elementos: o Santuário em si, e a torre que está em sua entrada. Nas diversas modificações que o entorno do espaço teve, desde sua descoberta, até os dias atuais, constatou-se que o processo de gentrificação é uma constante. O primeiro indício desse processo se deu no início do século passado quando um cemitério (situado ao lado do Santuário) para a construção de via pública para facilitar o acesso dos romeiros ao santuário. Recentemente, em 2020, houve nova modificação do entorno e, o espaço que já possuía poucas árvores acabou ficando com quase nenhuma e o Oeste da Bahia é caracterizado por muito sol e altas temperaturas durante todo o ano (média de 35° graus Celsius).

O interior do Santuário é descrito, nas grutas que, para este pesquisador as principais são: a Gruta-capela destinada ao Bom Jesus da Lapa, a Gruta da Cova da Onça, a Cova do Monge - local em que estão os restos mortais de Francisco da Soledade, a Cova da Serpente - Gruta de Nossa Senhora Aparecida, a Gruta de Nossa Senhora da Soledade e a Gruta dos Ex-votos. No incêndio que aconteceu no Santuário no início do século vinte, a imagem original do Senhor Bom Jesus foi totalmente destruída. Porém, conforme Segura (1937)

afirma, para a população e para os romeiros a tragédia acabou aumentando a gruta e com isso iniciaram a construção da hoje Gruta de Nossa Senhora da Soledade (considerada a maior gruta do Santuário).

O surgimento da cidade de Bom Jesus da Lapa está atrelado à descoberta do Santuário. Diferente de outras ribeirinhas, Bom Jesus da Lapa cresce em função de romeiros ao Bom Jesus. Nesse sentido, o capítulo descreve essa inter-relação através de elementos geográficos, sociais e econômicos do município. A atração de romeiros à cidade é o eixo que norteia as ações de desenvolvimento sócio espacial do municipal o que pode ser constatado nos Planos Diretores Urbanos idealizados para a cidade que tem, desde 1976, a Romaria como um de seus eixos norteadores.

Já no capítulo três, o objetivo foi discorrer acerca do conceito de Romaria, além de seu surgimento e tipologia. Outrossim, destacou-se as Romarias ao Santuário do Bom Jesus da Lapa, em espacial, a Romaria ao Bom Jesus da Lapa, a de Nossa Senhora da Soledade, da Terra e das Águas e a Quilombola. Tais Romarias fazem parte do calendário oficial de festas que acontecem na cidade de Bom Jesus da Lapa. As romarias tiveram seu início no Brasil quando da chegada dos colonizadores. O fato de estarem em um local onde não se profetizava a fé católica, a Terra de Santa Cruz, era considerado um purgatório. No sentido de purificação da alma, os portugueses faziam do ato de ir à Europa, uma romaria, por se sentirem mais perto de Deus. Romaria significa “ida a Roma”. Segundo Valle (2006) há três teorias que buscam explicar as romarias, a saber: a funcionalista, a turneriana e a pós-turneriana.

O advento da pós-modernidade e, conseqüentemente, as mudanças que a Igreja Católica tem perpetuado ao longo dos séculos, pode-se afirmar que as Romarias existentes em Bom Jesus da Lapa, são consideradas pós-turnerianas pelo fato da complexidade de se entender as motivações de ida de romeiros a determinados lugares, considerados sagrados. Uma questão as três teorias apontam: independente das motivações, a fé é o elemento em comum entre elas. Qualquer romeiro é motivado pela fé. Em Bom Jesus da Lapa, pode-se falar em Romarias, no plural, dado o calendário de eventos religiosos que o local oferece para quem o visita.

Bom Jesus da Lapa recebe a alcunha de “Capital baiana da fé” - sua marca lugar. Na esteira desse conceito, realizou-se um estudo sobre o constructo marca, tendo como autor primordial Semprini (2010). O autor coloca a marca numa esfera que envolve a economia, a comunicação e o consumo. A marca deve ter sentido para seu público-alvo e precisa ter envolvimento com a quem a consome (*brand equity*).

A leitura de textos sobre a Geografia Cultural, apresentou os conceitos de lugar e lugar sagrado, importantes para a compreensão do constructo marca lugar. Tuan (1983) argumenta que o lugar tem espírito e personalidade, pois existe o aspecto emocional para quem os consome. O lugar é constituído a partir das experiências de cada indivíduo (HARVEY, 1992). Em se tratando de Bom Jesus da Lapa, pode-se afirmar que a cidade é uma hierópolis. Rosendahl (2009) comenta que as hierópolis são lugares de peregrinação de diferentes religiões. Há sentido e valor para quem vai a uma hierópolis. Sendo assim, o espaço torna-se um lugar, pois há envolvimento emocional de quem chega (romeiro e/ou turista) com esse lugar (a cidade de Bom Jesus da Lapa).

Ao considerar Bom Jesus da Lapa uma hierópolis, algumas ponderações são necessárias, de acordo com os apontamentos de Rosendahl (1994). Para a autora, no espaço sagrado há um “ponto fixo”, lugar onde se emana a fé - neste caso, o Santuário. O espaço sagrado, pode ser entendido, tanto como o entorno do Santuário, como também toda a cidade. Essa diferença é percebida de maneira diferente por quem visita o lugar. Da mesma forma que existe o lugar sagrado, há o profano. Mais uma vez, a delimitação entre sagrado e profano parte das experiências que cada romeiro e/ou turista possui. Essas questões serão debatidas quando da análise das entrevistas feitas com romeiros e turista durante o Novenário e Festa do Bom Jesus da Lapa, realizada entre os dias 1º de agosto e 05 de agosto de 2022, a serem analisadas e discutidas no capítulo quatro desta tese.

Isto posto, os sentidos e percepções da marca lugar “Capital baiana da fé”, foram debatidos, no capítulo quatro desta tese, após a pesquisa com os participantes de pesquisa desta tese a saber: romeiros, turistas, moradores, lojistas, vendedores ambulantes, gestão municipal e gestão do Santuário. Assim, ao estudar essas diferentes visões com o fito analisar os aspectos culturais em suas vertentes econômicas, simbólicas e identitárias envolvidos nas Romarias, com destaque para as formas de comunicação tanto da Prefeitura Municipal (e da agência que possui sua conta publicitária - a Morrito Comunicação) como a do Santuário, através de suas assessorias de comunicação.

No capítulo quatro discuti os conceitos de cultura, turismo e sua vertente para a religião. Nesta perspectiva, os eixos se entrelaçam e formam um corpus teórico para a tese bem como o debate sobre direito à cidade a partir de Henri Lefebvre e David Harvey. Ademais, indagado pelas leituras de Milton Santos, em especial ao seu texto “Por uma outra globalização” (2020) este capítulo debateu esse tema e sua interrelação com questões contemporâneas sobre Turismo x Turismo Religioso, a partir das reflexões apontadas por

Bessa e Álvares (2014) que apontam que a construção do turismo possui uma linguagem foucaultiana (pós-estruturalismo).

Um passeio pelas ruas do Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa com a alma de um *flâneur*, sugerido por Benjamin (1994) e a interpretação da cultura de Geertz (1989) e Sodré (2017). Outrossim, a partir da concepção de bastidor nas representações da vida cotidiana proposto por Goffman (1985) foram analisados os discursos tanto do Poder Público (Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa e Secretaria Municipal de Cultura e Turismo) e do Santuário do Bom Jesus da Lapa e Nossa Senhora da Soledade bem como a interface de como a comunicação é gerida por essas instituições (aproximações, similaridades e tensionamentos).

Para este trabalho de pesquisa, o conceito de cultura adotado foi o de Geertz (1989) apresentado na sua obra *A Interpretação das Culturas*. Para Geertz (1989) o ser humano está preso a uma teia com múltiplos significados que ele mesmo desenvolveu; a cultura é, portanto, uma ciência interpretativa que busca sentidos. Ela é percebida como padrões de comportamento ditos complexos (como por exemplo, costumes, usos e tradições), bem como, um conjunto de mecanismo de controle (a exemplo de planos, receitas, regras e instruções) para governar o comportamento. Esse mesmo pensamento é dissertado por Sodré (2017) ao tratar a cultura também de maneira interpretativa. A perspectiva antropológica interpretativa apontada pelo autor também foi o referencial para o viés etnográfico quando da pesquisa de campo. A cultura possui um emaranhado de significados que são transmitidos historicamente e, assim, incorporados por meio de símbolos que se concretiza em comportamentos. Ademais, não haveria cultura sem o ser humano, da mesma forma, que sem o ser humano não existiria cultura.

Outro termo que possui polissemia é o conceito de cidade. Vasconcelos (2006) fez uma síntese de diversos pesquisadores que estudaram o tema desde o século XIX até o século XX. Na contemporaneidade, as discussões propostas por Lefebvre (2001), Harvey (2014) e Santos (2020) foram essenciais para a composição do olhar de um *flâneur*, proposto por Benjamin (1994) e Jacques (2012) em que narrei minha experiência em caminhadas nas ruas da cidade de Bom Jesus da Lapa, em especial no Centro Histórico, ao longo do ano de 2022, após a flexibilização das medidas de controle da pandemia do novo coronavírus (Covid 19).

O que pude notar foi que as modificações urbanas que aconteceram no entorno do Santuário deram, conforme relatos do Poder Público Municipal: “ares de modernidade à cidade” numa alusão direta ao que David Harvey (2015) aponta em sua obra *Paris: capital da modernidade*. As obras, inspiradas na arquitetura romana, modificou de forma significativa a

paisagem do lugar. Cumpre destacar, que tais obras fazem parte do Projeto Morro à Vista, aprovado pela Câmara Municipal de Bom Jesus da Lapa em 2009 e está em sua primeira etapa.

Um detalhe observado na análise do discurso tanto do Poder Público Municipal bem como do Santuário foi à ausência de falas sobre a temática sustentabilidade e sua vertente ambiental. Apesar do Alto do Morro é considerado como Área de Proteção Permanente (APP) e a Lei Municipal nº 331, de 29 de maio de 2009, estabelecer restrições e parâmetros para a construção de edificações em áreas relativas ao Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa, o Patrimônio Cultural do Município, questiono o manejo do lixo que é produzido em dias de Romaria, além de não se ter controle da quantidade de romeiros e turistas que sobem o Morro (para chegar até o Cruzeiro e a Pedra do Sino) e a emissão de gases (parafinas) por conta da queima de velas.

Essa vertente ambiental, apesar de não ser tema principal desta tese, possui impacto direto nas questões relacionadas entre turismo e sustentabilidade e desvela a possibilidade de novos estudos a partir das seguintes indagações: há estudo sobre o impacto de pessoas que sobem anualmente o Alto do Morro? E o manejo do lixo? É feito de maneira adequada? Como o Poder Público Municipal e Santuário percebem a questão da sustentabilidade ambiental não somente do Morro do Santuário, mas da cidade como um todo?

Além dessas indagações e por conta da execução do Projeto Morro à Vista (Lei Municipal nº 331, de 29 de maio de 2009), questiono como estão as pessoas que foram deslocadas de suas casas do entorno do Santuário para um novo bairro: o Vila Maia. Apontei que, a cidade não possui transporte público e esse bairro dista, pelo menos, uma hora de caminhada até o centro da cidade: detalhe que a temperatura média da cidade é de 35 graus e que faz sol na maior parte do ano.

Fica a indagação de saber como estão essas pessoas. Se elas realmente queriam sair de suas casas mesmo que fosse para o desenvolvimento da cidade, como apontou o Poder Público e o que ouvi, de maneira informal, de moradores, comerciantes e romeiros. Percebo que no entorno do Morro, para a concretização do Projeto da Passarela da Fé, há, além de moradores, diversos comerciantes (alguns com reforma recente de seus estabelecimentos) além de equipamentos públicos: uma escola estadual. Tais indagações abrem espaço para novos estudos.

Outrossim, as ações do Plano Municipal de Turismo (2020/2024) foram pouco executadas. Sendo assim, haverá revisão das ações executadas e as não executadas? Em 2024, haverá eleições municipais e elas impactam diretamente sobre a gestão das secretarias

municipais que pode afetar a equipe da Secretaria Municipal de Cultura e Turismo. Tais questões são fundamentais para se pensar na sustentabilidade (em seu conceito amplo) do turismo na cidade de Bom Jesus da Lapa.

No tocante à comunicação tanto da Prefeitura Municipal e do Santuário, percebe-se que há sinergia, pois a fé é o elemento que gera a economia da cidade e, desde a gestão municipal de 2012, do senhor Eures Ribeiro (hoje deputado estadual) que o poder público tem se aproximando cada vez mais do Santuário no sentido de preparar a cidade para os eventos religiosos: em destaque às Romarias do Bom Jesus da Lapa e de Nossa Senhora da Soledade, entre os meses de julho a setembro, período que a cidade recebe o maior contingente de romeiros e turistas.

A marca da gestão atual - capital da fé - bem como a marca comemorativa do centenário de emancipação política do município são alusivas à marca “capital baiana da fé” que pode definir a cidade de Bom Jesus da Lapa. Esta pesquisa desvelou que esse bordão foi criado pelo radialista Edmundo Gouveia (in memoriam) um dos primeiros locutores da Rádio Bom Jesus (pertencente ao Santuário). Assim, o poder público municipal apropriou-se do elemento que deu sentido, que fez nascer a cidade, a fé, como carro chefe de sua comunicação com seus mais diversos públicos. Além disso, é projeto da Assessoria de Comunicação, a partir do que é executado em Aparecida, estado de São Paulo, no Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida, ressaltando as particularidades de cada lugar, que Bom Jesus da Lapa tenha uma comunicação tão efetiva quanto a que é concebida e executada em Aparecida. Destaca-se que os dois Santuários são administrados por Padres Redentoristas.

Em relação aos espectadores do espetáculo (moradores, romeiros, turistas, comerciantes locais e camelôs) houve unidade do discurso que as melhorias urbanísticas no entorno do Santuário fizeram com que a Romaria ao Bom Jesus da Lapa de 2022, fosse percebida como a mais organizada já realizada até então e espera-se que esse padrão de organização seja mantido para 2023, tendo em vista a expectativa de a cidade receber mais visitantes (romeiros e turistas), principalmente entre os meses de agosto e setembro.

Outro ponto a ser destacado é que as tratativas para a patrimonialização de outros eventos religiosos na cidade já foram iniciadas com o processo de escuta junto à população lapense, promovida pela Câmara de Patrimônio Histórico, Artístico Arqueológico e Natural do Conselho Estadual de Cultura do Estado da Bahia. Espera-se que, assim como ocorreu, em 2022, com a Romaria ao Bom Jesus da Lapa, que se tornou patrimônio imaterial do estado, a Romaria de Nossa Senhora da Soledade, a Romaria Negra (Romaria Quilombola), a Festa do

Divino da Família Pinto e a Caretagem do Divino, recebam título de patrimônio imaterial também. As escutas iniciaram no dia 04 de julho de 2023.

Essas ações, em conjunto com as atividades do Projeto Morro à Vista, são fundamentais para o projeto da gestão municipal em publicizar cada vez mais “a capital baiana da fé” por todo o país. Outras obras de infraestrutura estão sendo realizadas como, por exemplo, a inauguração do aeroporto da cidade (previsão para agosto de 2023) com a expectativa de ter voos diários para Salvador, facilitando o fluxo de visitantes para a cidade.

Talvez, o projeto mais ambicioso da gestão municipal seja a Passarela da Fé. Recentemente, diversos políticos foram ao Ministério do Turismo, na expectativa de angariar recursos para a empreitada. Assim, como as demais obras no entorno do Santuário, esta visa incrementar o turismo religioso da cidade. Porém, como apontou alguns moradores, comerciantes e camelôs, a cidade necessita de outras obras de infraestrutura antes de investir neste projeto, por mais benéfico que ela seja para a cidade. Nesse interim, cabe ao Conselho Municipal de Turismo, discutir com todos os envolvidos no Projeto e, principalmente, com a população local, ações e metas com vistas ao desenvolvimento do turismo de maneira consciente e sustentável.

É inegável que a fé é o elemento de desenvolvimento social, econômico e sustentável para Bom Jesus da Lapa. O que mais ouvi, durante a pesquisa de campo, é que “sem romaria não existiria cidade” ou que “se não fosse a fé, Lapa seria uma cidade qualquer no interior da Bahia”. Esta questão está no íntimo de cada pessoa que vive na cidade, seja morador (a) ouromeiro (a), ou turista. A percepção de organização da Romaria do Bom Jesus da Lapa e de Nossa Senhora da Soledade (que atrai o maior número de visitantes de acordo com a Secretaria Municipal de Cultura e Turismo e a Central de Informações dos Romeiros) se deu por conta do decreto número 136 de 13 de julho de 2022, que versa sobre disciplinar o comércio ambulante no período da Romaria do Senhor Bom Jesus da Lapa, durante os dias 13 de julho a 30 de outubro de 2022.

Entre as ações descritas no decreto destacam-se a permissão do comércio ambulante durante a Romaria do Senhor Bom Jesus da Lapa - BA, Romaria de Nossa Senhora da Soledade e Romaria de Nossa Senhora Aparecida, somente facultado aos comerciantes devidamente cadastrados junto à Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa - BA. Além disso, deixa explícito que o comerciante interessado deverá providenciar sua licença junto à Secretaria Municipal de Fazenda, até o dia 29 de julho de 2022 às 11h, mencionando o número de vendedores, ficando os posteriores sujeitos à disponibilidade de espaço. Outro destaque ocorre no parágrafo único. “Cada vendedor deverá portar o alvará de funcionamento

expedido pelo Município”. O decreto ainda informa algumas proibições: venda de bebida alcoólica, exploração de jogos de azar e brinquedos infantis no perímetro do Centro Histórico e imediações; comercialização de quaisquer produtos em carrinho nas vias públicas; comercialização de produtos e mercadorias não autorizadas pelo Município nos passeios/calçadas em frente ao comércio.

Além dessas ações de ordenação do comércio popular, durante o Novenário e Festa ao Bom Jesus da Lapa (de 28 de julho a 06 de agosto), o Setenário e Festa de Nossa Senhora da Soledade (de 08 a 15 de setembro), há um conjunto de ações que visam proporcionar o menor impacto possível no cotidiano da cidade e mobilidade para romeiros e turistas como, por exemplo, o reordenamento do trânsito com vistas a evitar, principalmente, acidentes.

Um trabalho de pesquisa não se finda: ele sugere novos estudos que aparecem durante a jornada, como ocorreu com essa tese. Para além da confirmação de que a fé é a força motriz do desenvolvimento de Bom Jesus da Lapa, acredito que novos estudos surjam na perspectiva de ampliar o debate sobre o impacto que a fé traz para o município de Bom Jesus da Lapa. Termine, por ora, esta caminhada, iniciada em 2020. Outrossim, as discussões levantadas neste trabalho coadunam com os debates do Grupo de Pesquisa LOGOS - Comunicação Estratégica, Marca e Cultura, pretende poder auxiliar no fortalecimento e produção científica que o grupo se propõe.

Andar com fé, eu vou! Aqui, é apenas o início da jornada no mundo da produção científica que este romeiro pesquisador se propõe na perspectiva de auxiliar para a idealização (ou construção) de um mundo mais justo, humano, igualitário e sustentável. Como diz o trecho do hino ao romeiro: “Bom Jesus me protegei, na longa volta dessa caminhada. seja minha estrela guia, nos perigos das estradas, amanhã muito cedinho, na hora que raiar o dia, estarei em terras distantes. com saudade desta romaria” voltarei com novos olhares e novas pesquisas para Bom Jesus da Lapa: a capital baiana da fé!

REFERÊNCIAS

- ABAMANSUR, E. S. Religião e Turismo: notas sobre as deambulações religiosas. In: ABAMANSUR, E. S (org.). **Turismo Religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo**. Campinas: Papyrus, 2003.
- ACHUTTI, L. E. R. **Fotoetnografia: um estudo de antropologia visual sobre cotidiano, lixo e trabalho**. Porto Alegre: Tomo Editorial: Palmarinca, 1997.
- ALBUQUERQUE, E. B. Distinções no campo de estudos da Religião e da História. In: GUERREIRO, S. (Org.) **O estudo das religiões: desafios contemporâneos**. São Paulo: Paulinas, 2003. (Coleção Estudos da ABHR)
- ALVES, R. S. **A arte de rezar dos romeiros no Santuário de Bom Jesus da Lapa: tradição e inovação**. Bom Jesus da Lapa: Gráfica Bom Jesus, 2014.
- ALVES, D., FIGUEIREDO FILHO, D.; HENRIQUE, A. **O poderoso NVivo: Uma introdução a partir da análise de conteúdo**. Revista Política Hoje, 2016, 24(2), 119-134. Disponível em: <https://periodicos.ufpe.br/revistas/politica hoje/article/download/3723/3025>. Acesso em: 30 de junho de 2023.
- ANDRADE, S. R. História das religiões e das religiosidades: uma breve introdução. In: Eduardo Meinberg de Albuquerque Maranhão Filho. (Org.). **Reconhecendo o sagrado: Reflexões teórico-metodológicas dos estudos de religiões e religiosidades**. 1ed. São Paulo, SP: Fonte Editorial, 2013.
- ASHWORTH, G. J.; KAVARATZIS, M. **Place marketing: how did we get here and where are we going?** Journal of Place Management and Development. 2008, 150-165.
- ASLAN, R. **Deus: uma história humana**. Rio de Janeiro: Zahar, 2018.
- ATLAS.ti. Scientific Software Development GmbH [ATLAS.ti 23 Windows]. (2023). Retrieved 2023. Disponível em: <https://atlasti.com>. Acesso em 30 de junho de 2023.
- AZIZ, R. **Elementos para a história do catolicismo popular**. REB, v. 36, n. 141, p. 95-130, mar. 1976.
- BAHIA. Secretaria de Cultura do Estado da Bahia. **Cultura, tradições e romarias nos caminhos da fé**. Instituto do Patrimônio Artístico e Cultural da Bahia. Diretoria de Preservação do Patrimônio Cultural. Bom Jesus da Lapa, 2021.
- BALDISSERA, R. Comunicação organizacional: uma reflexão possível a partir do Paradigma da Complexidade. In: OLIVEIRA, I. L.; SOARES, A. T. N. (org.). **Interfaces e tendências da comunicação no contexto das organizações**. São Caetano do Sul: Difusão, 2008.
- BALDISSERA, R. **Comunicação Organizacional na perspectiva da complexidade**. *Organicom*, [S. l.], v. 6, n. 10-11, p. 115-120, 2009. DOI: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2009.139013. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/139013>. Acesso em: 18 ago. 2023.

BALDISSERA, R. Notas para uma epistemologia da Comunicação Organizacional. In: KUNSCH, M. K. M.; LIMA, F. P.; SAMPAIO, A.O. **Comunicação organizacional e relações públicas: 15 anos da Abrapcorp**. Salvador: EDUFBA; São Paulo: ABRAPCORP, 2022.

BARBOSA, A. **Bom Jesus da Lapa: antes do Monsenhor Turíbio, no tempo de Monsenhor Turíbio, depois de Monsenhor Turíbio**. Rio de Janeiro: Jotanesi, 1995.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Edições 70. São Paulo: 2011.

BATISTA, E. C.; MATOS, L. A. L.; NASCIMENTO, A. B. **A entrevista como técnica de investigação na pesquisa qualitativa**. Revista Interdisciplinar Científica Aplicada, Blumenau, v.11, n.3, p.23-38, TRI III 2017. ISSN 1980-7031.

BAUMAN, Z. **Ensaio sobre o conceito de cultura**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

BAUMAN, Z. **A cultura no mundo líquido**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de **Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Turismo e Sustentabilidade/ Ministério do Turismo**. Secretaria Nacional de Políticas de Turismo. Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico. Coordenação Geral de Regionalização. - Brasília, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Glossário do turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos**. Brasília: Ministério do Turismo, 2018.

BENJAMIN, W. O Flâneur. In: **Obras Escolhidas III**. Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BERTONCELLO, R. **Patrimônio Cultural, Geografia y Turismo: la ciudad como destino de turismo cultural**. In: PAES, M. T. D.; SOTRATTI, M.A. (orgs). Geografia, Turismo e Patrimônio Cultural: identidades, usos e ideologias. São Paulo: Annablume, 2017.

BESSA, A. S. M; ÁLVARES, L. C. **A construção do turismo: megaevento e outras estratégias de vendas das cidades**. Belo Horizonte: C/Arte, 2014.

BOM JESUS DA LAPA. Disponível em: <http://www.bomjesusdalapa.ba.gov.br/texto/a_cidade>. Acesso em 20 de março de 2020.

BORDENAVE, J. E. D. **O que é comunicação**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

BORDIEU, P. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983.

BURKE, P. **O que é História Cultural**. Tradução Sérgio Góes e Paula. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

CALENDÁRIO DE ROMARIAS. 2019. Disponível em; <https://web.facebook.com/santuariolapa/photos/p.2159955440751787/2159955440751787/?type=3&theater>. Acesso em 30 de março de 2020.

CARDOSO, O. O. **Comunicação empresarial versus comunicação organizacional:** novos desafios teóricos. *Revista de Administração Pública*, v. 40, n. 6, p. 1123-1144, 2006.

CARLOS, A. F. A. Turismo e Patrimônio: um aporte geográfico. In: PAES, M. T. D.; SOTRATTI, M.A. (orgs). **Geografia, Turismo e Patrimônio Cultural:** identidades, usos e ideologias. São Paulo: Annablume, 2017.

CASALI, A. M. **Comunicação Organizacional:** uma ciência híbrida. Estudos: revista semestral do Curso de Jornalismo e Relações Públicas da Universidade Metodista de São Paulo. São Bernardo do Campo: UMESP, n.6, p.9-15, 2006.

CASTRO, J. R. B. **Espaço e lugar sagrados em Bom Jesus da Lapa-BA:** natureza e significados das romarias do Bom Jesus. Anais do X Encontro de Geógrafos da América Latina - 20 a 26 de março de 2005 - Universidade de São Paulo. Disponível em: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal10/Geografiasocioeconomica/Geografi ahistorica/02.pdf> Acesso 06 de set. 2021.

CASTRO, J. R. B. **A topografia do sagrado e a natureza mítica das cidades-santuários:** uma leitura a partir de Bom Jesus da Lapa - BA. *Revista Espaço e Cultura*. Rio de Janeiro, n. 24, p. 33-43, jul/dez., 2008.

CASTRO-GOMES, S.; GROSGOUEL, R. Prólogo: giro decolonial, teoria crítica y pensamiento heterárquico. In: CASTRO-GOMAES, S.; GROSGOUEL, R. (orgs.) **El giro decolonial:** reflexiones para una diversidad epistêmica más allá del capitalismo global. Bogotá: Siglo del Hombre Editores: Universidade Central, Instituto de Estudios Contemporáneos y Pontificia Universidad Javeriana, Instituto Pensar, 2007.

CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano.** Petrópolis: Vozes, 1994.

CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. **Dicionário de Análise do Discurso.** São Paulo: Contexto, 2004.

COELHO, B. R. V. Ex-votos de Congonhas: motivos, devoções, aspectos técnicos, estilísticos e sociais. In: CAMPOS, M. F. H.; GUIMARÃES, H. M.; COELHO, B. R. V. (Orgs.). **Arte e religiosidades:** (re) construções de espaços, imaginários e rituais. Salvador: EDUNEB, 2017. p. 31-40; e-book Disponível em: http://eduneb.uneb.br/wpcontent/uploads/2017/08/Arte_e_Religiosidades.pdf. Acesso em: 05 set. 2021.

COELHO NETO, A. S. **As repercussões espaciais das políticas de irrigação no Vale do São Francisco:** uma análise do perímetro irrigado Formoso no município de Bom Jesus da Lapa (BA). Dissertação (Mestrado em Geografia). Instituto de Geociências. Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2004.

COMISSÃO PASTORAL DA TERRA. **Romaria da Terra e das Águas.** Disponível em: <https://cptba.org.br/> Acesso em 07 de fevereiro de 2022.

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO DOS VALES DO SÃO FRANCISCO E PARNAÍBA (CODEVASF). **Almanaque Vale de São Francisco 2011**. Brasília DF, CODEVASF, 2011.

COMPANHIA DE DESENVOLVIMENTO E AÇÃO REGIONAL (CAR). **Programa de Desenvolvimento Regional Sustentável - PDRS: Oeste da Bahia**. Salvador, 1997.

CONTREIRAS, A. **Mapa da Localização Geográfica e Mapa Descritivo de Bom Jesus da Lapa**. Salvador, 2021.

CORDEIRO, M. P. J. **Entre chegadas e partidas: dinâmicas das romarias em Juazeiro do Norte**. Tese de Doutorado em Sociologia. Universidade Federal do Ceará. Fortaleza, 2010.

CORRÊA, R. L. Espaço, um conceito chave na geografia. In: CASTRO, I e outros (Orgs). **Geografia: conceitos e temas**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

CORIOLANO, L.; LEITÃO, C.; VASCONCELOS, F. Turismo, cultura e desenvolvimento na escala humana. In: CORRÊA, M.; PIMENTA, S.; LACERDA, J. **Turismo, sustentabilidade e meio ambiente: contradições e convergências**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

CORRÊA, M.; PIMENTA, S.; LACERDA, J. Racionalidades e mitos no contexto do turismo, sustentabilidade e meio ambiente. CORRÊA, M.; PIMENTA, S.; LACERDA, J. **Turismo, sustentabilidade e meio ambiente: contradições e convergências**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2009.

COSTA, O. J. L. **Canindé e Quixadá: construção e representação de dois lugares sagrados no sertão cearense**. Doutorado em Geografia. Tese de Doutorado em Geografia. Rio de Janeiro, UFRJ, 2011.

CUNHA, E. **Os Sertões**. São Paulo: Editora Brasiliense S.A., 1985

DENCKER, A. F. M.; VIÁ, S. C. **Pesquisa empírica em ciências humanas: com ênfase em comunicação**. São Paulo, Futura, 2001.

DEPAOLO, C. A.; WILKINSON, K. **Get Your Head into the Clouds: Using Word Clouds for Analyzing Qualitative Assessment Data**. *TechTrends*, vol. 58, no. 3, p. 38–44, 2014. <https://doi.org/10.1007/s11528-014-0750-9>. Acesso em 20 de ago. de 2023.

DIAS, R. O Turismo Religioso como Segmento no Mercado Turístico. In: DIAS, R.; SILVEIRA, E. M. S. (orgs.). **Turismo religioso: ensaios e reflexões**. Campinas, Editora Alínea, 2003.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs.). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

DUARTE, J. Sobre a emergência do(s) conceito(s) de Comunicação Pública. In: KUNSCH, M. M. K. (org.). **Comunicação Pública, Sociedade e Cidadania**. São Caetano do Sul: Difusão Editora, 2011.

EAGLETON, T. **A ideia de cultura**. Lisboa: Rolo e Filhos Artes Gráficas LTDA, 2003.

ELIADE, M. **Tratado da história das religiões**. São Paulo: Martins Fontes, 1993.

ELIADE, M. **O sagrado e o profano: a essência das religiões**. São Paulo: Martins Fontes, 1992.

ELIADE, M. **O sagrado e o profano**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

FAIRCLOUGH, N. **Discurso e mudança social**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2016.

FERNANDES, R. C. **Os Cavaleiros do Bom Jesus: uma introdução às religiões populares**. São Paulo: Brasiliense, 1982.

FESTA DO BOM JESUS DA LAPA ACONTECERÁ SEM A PRESENÇA DE FIÉIS. Disponível em: <http://santuariobomjesusdalapa.com/artigo/2020-07-27festa-do-bom-jesus-da-lapa-acontecer-sem-a-presenca-de-fiis.html>. Acesso em 12 de abr. de 2021.

FICKELER, P. **Questões fundamentais de Geografia da Religião**. Espaço e Cultura, n. 7, dez. 1999, Rio de Janeiro: UERJ/NEPEC, 1999.

FRANCO, M. L. P. B. **Análise de Conteúdo**. Campinas: Autores Associados, 2018.

FREITAS, R. F. Comunicação e espaços urbanos de consumo: o imaginário dos *shopping centers*. In: FREITAS, R. F.; OLIVEIRA, J. S. (orgs.). **Olhares urbanos: estudos sobre a metrópole comunicacional**. São Paulo: Summus, 2011.

FREITAS, R. F.; GOTARDO, A. T.; SANT'ANNA, C. N. **A Marca Rio: o turismo nos documentários sobre a cidade**. Revista Rumores, número 18, volume 09, julho-dezembro de 2015. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/101687>. Acesso de 23 de dez. de 2022.

FURTADO, C. **Desenvolvimento e Subdesenvolvimento**. São Paulo: Editora Fundo de Cultura, 1963.

FURTADO, C. **Teoria e política de desenvolvimento econômico**. São Paulo: Nacional, 1967.

FURTADO, C. **O mito do desenvolvimento econômico**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974.

GARCÍA, J. A.; GÓMEZ, M.; MOLINA, A. **Posicionamiento de marcas-destino: una aplicación en cinco regiones españolas**. INNOVAR: Revista de Ciencias Administrativas y Sociales, vol. 23, n. 50, p. 111-127, out-dec., 2013.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: LTC, 1989.

GIL, P. G.; MATOS, H. Quem é o cidadão na comunicação pública? Uma retrospectiva sobre a forma de interpelação da sociedade pelo Estado em campanhas de saúde. In: MATOS, H.

(org.). **Comunicação Pública**: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: Eca/Usp, 2012.

GINZBURG, C. **O queijo e os vermes**: o cotidiano e as ideias de um moleiro perseguido pela inquisição. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida do cotidiano**. Petrópolis, Vozes: 1985.

GOMES, P. C. C. **Geografia e Modernidade**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1996.

HALL, S. **A identidade na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HARVEY, D. **Condição pós-moderna**: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural. São Paulo: Loyola, 1992.

HARVEY, D. **Cidades rebeldes**: do direito à cidade à revolução urbana. São Paulo: Martins Fontes, 2014.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Enciclopédia dos municípios brasileiros**. Rio de Janeiro: IBGE, 1958.

IBGE. Bahia. **Bom Jesus da Lapa**. 2017. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/ba/bom-jesus-da-lapa/historico>. Acesso em: 11 de nov. de 2021.

IFBAIANO. **Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Baiano - Campus Bom Jesus da Lapa**. <https://www.ifbaiano.edu.br/unidades/lapa/>. Acesso em 11 de nov. de 2021.

IRVING, M. A. Para sustentabilizar o turismo na contemporaneidade: ética e políticas públicas globais. In: IRVING, M. A.; AZEVEDO, J.; LIMA, M. A. G. **Turismo**: ressignificando a sustentabilidade. Rio de Janeiro: Folio Digital: Letra e Imagem, 2018.

JACKSON, K.; BAZELEY, P. **Qualitative Data Analysis with NVivo**. SAGE Publications Ltda. 2019.

JACQUES, P. B. **Elogio aos errantes**. Salvador: EDUFBA, 2012.

KAVARATZIS, M; ASHWORTH, G.J. **City branding**: an effective assertion of identity or a transitory marketing trick?. Tijdschrift voor economische en sociale geografie, v. 96, n. 5, p. 506-514, 2005.

KAVARATZIS, Mihalis; ASHWORTH, G.J. Partners in coffeeshops, canals and commerce: Marketing the city of Amsterdam. **Cities**, Vol. 24, No. 1, p. 16–25, 2007.

KOČIK, L. **Maravilhas do Santuário de Bom Jesus da Lapa**. Bom Jesus da Lapa: Gráfica Bom Jesus, 1988.

KOTLER, P. e outros. **Marketing de Lugares**: Como Conquistar Crescimento de Longo Prazo na América Latina e no Caribe. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

KOTLER, P.; HAIDER, D. H.; REIN, I. **Marketing público**. Como atrair investimentos, empresas e turismo para cidades, regiões, estados e países. São Paulo: Makron Books, 1994.

KRENAK, A. **Ideias para adiar o fim do mundo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2019.

KUCKARTZ, U. **Realizing mixed-methods approaches with ATLAS.TI**. Philipps-Universität, Marburg, 2010.

KUNSCH, M. M. K. **Gestão Estratégica em Comunicação Organizacional**. São Paulo: Difusão Editora, 2008.

KUNSCH, M. K. M. Comunicação Pública: direitos de cidadania, fundamentos e práticas. In: MATOS, H. (org.). **Comunicação Pública**: interlocuções, interlocutores e perspectivas. São Paulo: Eca/Usp, 2012.

LARAIA, R. B. **Cultura**: um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Zahar, 1986.

LEFEBVRE, H. **O direito à cidade**. São Paulo: Centauro, 2001.

LEI COMPLEMENTAR n. 001, de 02 de fevereiro de 2010. Aprova o Plano Diretor Urbano de Bom Jesus da Lapa Estado da Bahia. **Diário Oficial do Município**, 11 mai. 2010. Disponível em: < <https://dom.imap.org.br/sitefora/index.cfm?varCodigo=91&varPagina=2> > Acesso em: 15 de nov. de 2021.

LIMA, F. P. Provocações para pensar a comunicação organizacional e as relações públicas hoje. In: KUNSCH, M. K.; LIMA, F. P.; SAMPAIO, A. O. **Comunicação Organizacional e Relações Públicas**: 15 anos de ABRAPCORP. Salvador: EDUFBA, 2022.

LOURENÇO, C. E.; CAMPOS JÚNIOR, H. **O que é uma marca?** Ampliando o rigor teórico na definição do conceito. Disponível em: https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/junior_2.pdf. Acesso em 21 de mar. de 2022.

MACIEL, M.; PHILOMENA, A. A ilha pelos olhos dos ilhéus: educação ambiental e desenvolvimento turístico. In: VERDUM, R.; STROHAECKER, T. **Desenvolvimento regional, turismo e educação ambiental**. Porto Alegre: Associação dos Geógrafos Brasileiros - Seção Porto Alegre, 2000.

MAGALHÃES, J. A. **A Romaria da Terra e das Águas de Bom Jesus da Lapa/BA**: (re) invenção do religioso e do político. Mestrado em Ciências Sociais. Dissertação de Mestrado. Salvador: UFBA, 2010.

MALIGHETTI, R. **Clifford Geertz**: o trabalho do antropólogo. Salvador, EDUFBA, 2018.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. Cortez, 2002.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2014.

MARJAEI, S.; YAZDI, F. A.; CHANDRASHEKARA, M. **ATLAS.TI and its application to LIS research**. Library Philosophy and Practice, 2019.

<https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85066064004&partnerID=40&md5=c8bd8f759af83802ff9bc80e356f8b8f>. Acesso em 30 de junho de 2023.

MARTÍNEZ, S. I. F. **Sistema de gestión comunicacional para la construcción de una marca ciudad o marca país**. Signo y Pensamiento, Bogotá, v. XXVI, n. 51, jul-dez, 2007.

MARTINS, J. R. **Branding: o manual para você criar, gerenciar e avaliar marcas**. São Paulo: Global Brands, 2006.

MARTINS, P. C. M. Religião e cultura: perspectiva das Ciências Sociais. In: MARANHÃO FILHO, E. M. A. (org.). **Reconhecendo o sagrado: reflexões teórico-metodológicas dos estudos de religião e religiosidades**. São Paulo: Fonte Editorial, 2013.

MATTOS, C. L. G. A abordagem etnográfica na investigação científica. In MATTOS, C. L. G.; CASTRO, P.A. (orgs). **Etnografia e educação: conceitos e usos** [online]. Campina Grande: EDUEPB, 2011. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/8fcfr/pdf/mattos-9788578791902-03.pdf>> Acesso em 20 de março de 2020.

MENDONÇA, M. L. M. Turismo sustentável: classes sociais e subjetividade. In: MONTORO, T. M. S. (org.). **Cultura do Turismo: desafios e práticas socioambientais**. Brasília, Thesaurus, 2003.

MICEK, F. **Santuário de Bom Jesus da Lapa: guia de peregrinos e turistas**. Bom Jesus da Lapa: Gráfica Bom Jesus, 2003.

MICEK, F. **O primeiro peregrino da Lapa: Francisco de Mendonça Mar**. Bom Jesus da Lapa: Gráfica Bom Jesus, 2006.

MIRANDA, A. F. **A Sacralização do Espaço Sanfranciscano, no Oeste da Bahia**. In: Revista Estudos - Revista da Universidade Católica de Goiás, Goiânia, p. 275 - 283, 15 abr. 1999.

MIRANDA, M; MELO, B. C. S; SOUZA, R. R. B. **Marca lugar: a produção científica sobre o tema nos anos de 2020 e 2021**. In: ANAIS DO XVI CONGRESSO ABRAPCORP, 2022, Maceió. **Anais eletrônicos...** Campinas, Galoá, 2022. Disponível em: <<https://proceedings.science/abrapcorp-2022/trabalhos/marca-lugar-a-producao-cientifica-sobre-o-tema-nos-anos-de-2020-e-2021?lang=pt-br>>. Acesso em: 06 de fev. de 2023.

MOURAD, L. N. **O processo de gentrificação do Centro Antigo de Salvador 2000 a 2010. Tese de Doutorado**. Doutorado em Arquitetura e Urbanismo. Universidade Federal da Bahia, 2011.

OLIVEIRA, J. C. A. de. **Três romarias, um patrimônio e muita fé**. Revista Eletrônica de Turismo Cultural, v. 1, n. 2, 2008. Disponível em: <https://docplayer.com.br/19697196-Bom-jesus-da-lapa-tres-romarias-um-patrimonio-e-muita-fe-prof-dr-jose-claudio-alves-de-oliveira-1-resumo.html>. Acesso: 08 de set. 2021.

OLIVEIRA, C. D. M. Turismo, Monumentalidade e Geração: escalas e dimensões da visitação religiosa contemporânea. In: ABAMANSUR, E. S (org.). **Turismo Religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo**. Campinas: Papyrus, 2003.

OLIVEIRA, J. C. A. **Ex-votos escritos: a riqueza e a pobreza da gramática e da ortografia nas salas de milagres do Brasil**. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r0069-1.pdf> . Acesso em 22 de nov. de 2021.

OLIVEIRA, S. C. C. G. S. S.. **Romarias: um espaço de interação entre a tradição e a modernidade**. Dissertação de Mestrado. Mestrado em Ciências da Religião. Pontifícia Universidade Católica de Goiás, 2011.

OLIVEIRA, C. D. M. A peregrinação rural ao santuário metropolitano: o lugar da religiosidade turística de Natércia - MG e em Aparecida - SP. In: VASCONCELOS JÚNIOR e outros (Orgs). **Hierópolis: o sagrado, o profano e o urbano**. Fortaleza: Editora UFC, 2013.

OLIVEIRA, S. C. C. G. S. S.. **Romaria do Bom Jesus da Lapa: reprodução social da família e identidade de gênero feminina**. Doutorado em Ciências da Religião. Tese de Doutorado. Pontifícia Universidade Católica de Goiás, 2014.

PARKER, C. **Religião popular e modernização capitalista: outra lógica na América Latina**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

PAKMAN, E. T. **Sobre as definições de turismo da OMT: uma contribuição à História do Pensamento Turístico**. In; XI Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo 2014. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/11/34.pdf>. Acesso em 26 de mai. de 2023.

PETIT, F. **Marca e meus personagens**. São Paulo: São Paulo: Futura, 2003.

QUEIROZ, M. I. P. **O campesinato brasileiro: ensaios sobre civilização e grupos rústicos no Brasil**. Petrópolis: Vozes; São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo, 1973.

RÄDIKER, S., & KUCKARTZ, U. **Analyse qualitativer Daten mit ATLAS.TI**. Springer, 2019. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/326762723.pdf>. Acesso em 30 de junho de 2023.

REGO, F. G. T. **Comunicação empresarial / comunicação institucional: conceitos, estratégias, sistemas, estruturas, planejamento e técnicas**. São Paulo: Summus, 1986.

RIBEIRO, J. S. **Antropologia visual, práticas antigas e novas perspectivas de investigação**. Revista de Antropologia, 48(2), 613-648. 2005.

ROCHA, D. P. A. **Projeto Formoso: impactos socioeconômicos e ambientais no município de Bom Jesus da Lapa - Ba**. Dissertação de Mestrado - Mestrado em Desenvolvimento Regional e Urbano. Universidade Salvador. Salvador, 2016.

ROLNIK, R. **O que é Cidade**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

ROSENDAHL, Z. **Porto das Caixas**: Espaço Sagrado da Baixada Fluminense. Tese de Doutorado. Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas da Universidade de São Paulo. São Paulo: DEGEO, 1994.

ROSENDAHL, Z. **Espaço e Religião**: uma abordagem geográfica. Rio de Janeiro: UERJ, NEPEC, 1996.

ROSENDAHL, Z. **Hierópolis**: o sagrado e o urbano. Rio de Janeiro: EduUERJ, 2009.

ROSENDAHL, Z. **Espaço e religião**: uma abordagem geográfica. Rio de Janeiro: UERJ, NEPEC, 2002.

ROSENDAHL, Z. **História teoria e método em geografia da religião**. In: Espaço e Cultura, Rio de Janeiro, n. 31, p. 24-39, janeiro-junho, 2012.

ROSENDAHL, Z. **Espaço, o sagrado e o profano**. In: Uma procissão na geografia (online). Rio de Janeiro: EDUERJ, 2018, p. 77-92.

RUBIM, A. A. C.. Marketing Cultural. In: Linda Rubim. (org.). **Organização e Produção da Cultura**. Salvador: EDUFBA, 2005.

RYBANDT, R.; MAIA, G. M., A importância da comunicação pública no desenvolvimento do conceito de cidadania no Brasil. In: MEDEIROS, M.; MAINIERI, T. **Comunicação pública e cidadania**: conceitos, desafios e enfrentamentos. Goiânia : Cegraf UFG, 2022.

SALDAÑA, J. **The coding Manual for Qualitative Researchers**. Sage Publications India Pvt. Ltda., 2016.

SAMPAIO, A. O. e outros. **Marca lugar, comunicação e cultura**. Salvador: EDUFBA, 2011.

SAMPAIO, A. O.; OLIVEIRA, J. P. F. **Marca Salvador e Marca Lisboa**: análise comparativa dos seus valores e atributos em vídeos promocionais acerca dessas cidades. Anais do XIII Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas - São Paulo, 2019.

SAMPAIO, A. O.; MIRANDA, M. P.; **O Conceito de Marca Lugar nos Congressos da ABRAPCORP. Transversalidade entre Comunicação Estratégica, Turismo e Cidadania**. In: XIV Congresso Brasileiro Científico de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas (ABRAPCORP). Disponível em: [https://abrapcorp2.org.br/site/manager/arq/\(cod2_23062\)2020.10.20__artigo_abrapcorp_em_novo_template.pdf](https://abrapcorp2.org.br/site/manager/arq/(cod2_23062)2020.10.20__artigo_abrapcorp_em_novo_template.pdf). Acesso em 10 de mar. de 2023.

SANCHIS, P. **Arraial**: festa de um povo - as romarias portuguesas. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1983.

SANCHIS, P. **Peregrinação e romaria**: um lugar para o turismo religioso. In: Ciencias Sociales y Religión / Ciências Sociais e Religião, Porto Alegre, ano 8, n.8, pp.85-97, outubro de 2006.

SANCHIS, P. **Cultura brasileira e religião...passado e atualidade...** In: Cadernos CERU, série 2, v. 19, n. 2, dezembro de 2008.

SANTAELLA, L. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SANTIAGO, S. **Uma leitura nos trópicos**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

SANTUÁRIO DE BOM JESUS DA LAPA. **História do Santuário de Bom Jesus da Lapa**. Disponível em: <https://santuariodobomjesusdalapa.com/> Acesso em 07 de fevereiro de 2022.

SANTOS, M. **Metamorfoses do espaço habitado**. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, M. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal**. Rio de Janeiro: Record, 2020.

SANTOS, M. G. M. P. **A difusão espacial de um Santuário: apontamentos para o estudo da dimensão extraterritorial de Fátima**. Espaço e Cultura, n°. 11-12, p. 9-26, jan/dez, 2001.

SANTOS, S. A. **Bom Jesus da Lapa - BA na rede urbana regional e os circuitos da economia urbana**. Dissertação de Mestrado. Mestrado em Geografia. Instituto de Geociências. Universidade Estadual de Campinas. 2015.

SANTOS, S. M. **Educação, Turismo e Meio Ambiente: a cidade turística como território educativo - um olhar da Ecopedagogia**. Paco Editorial. Jundiaí, 2019.

SCARANO, J. **Fé e milagre: ex-votos, pintados em madeira: séculos XVIII e XIX**. São Paulo: EDUSP, 2004.

SEGURA, T. V. **Bom Jesus da Lapa: Resenha Histórica**. Barra: Gráfica IMPRAMATUR, 1937.

SEMPRINI, A. **A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

SILVA, J. F. A cidade e a construção da cultura nos espaços festivos católicos. In: VASCONCELOS JÚNIOR e outros (Orgs). **Hierópolis: o sagrado, o profano e o urbano**. Fortaleza: Editora UFC, 2013.

SILVA, N. D. **Turismo em Terra de Romaria: um olhar sobre Bom Jesus da Lapa**. Jundiaí: Paco Editorial, 2017.

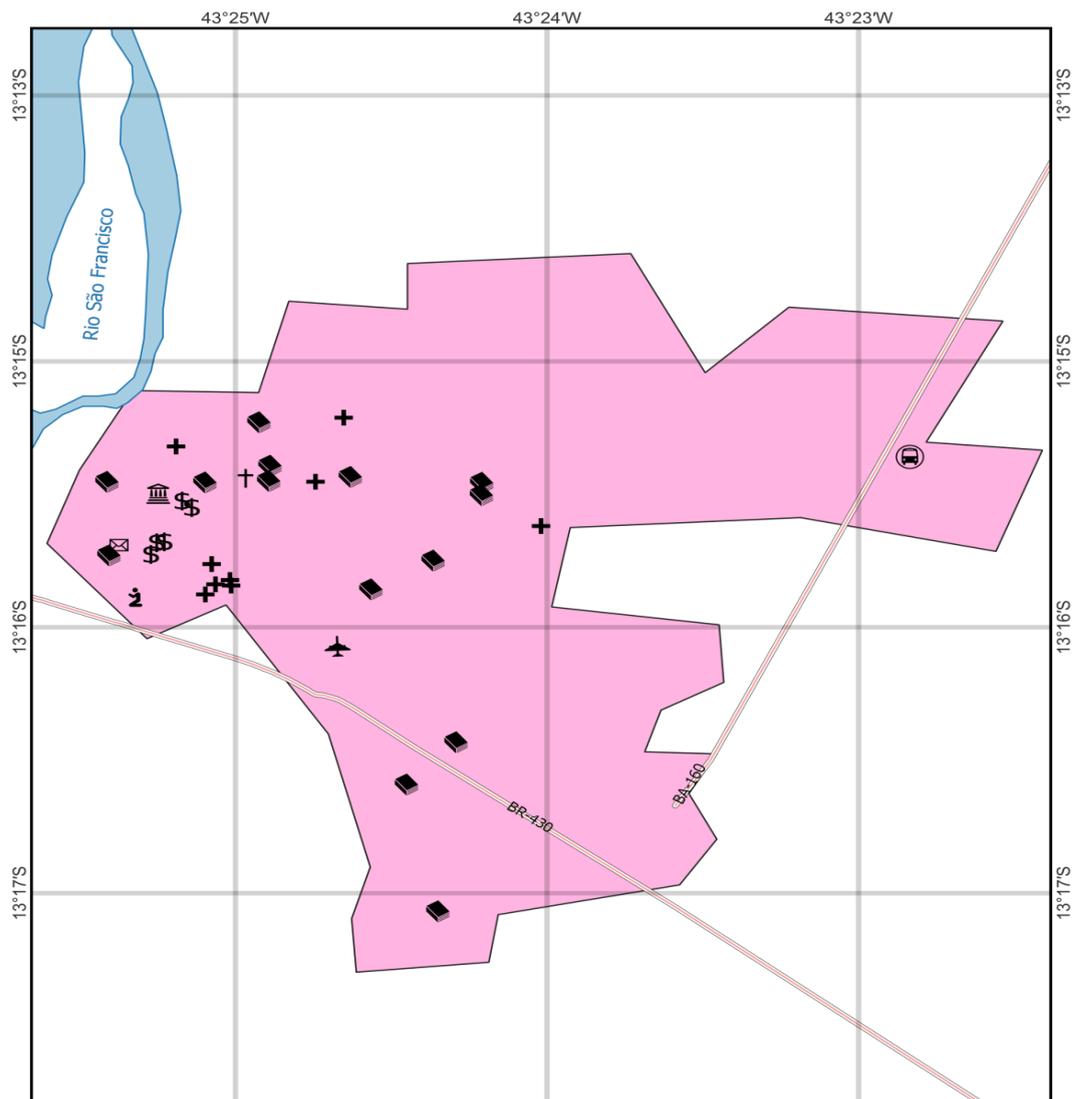
SILVA JÚNIOR, J. B. **Planejamento urbano e segregação socioespacial e ambiental em Bom Jesus da Lapa**. Atena Editora: Ponta Grossa, 2020.

SODRÉ, M. **Pensar Nagô**. Petrópolis: Vozes, 2017.

SODRÉ, M. **A sociedade incivil: mídia, liberalismo e finanças**. Petrópolis: Vozes, 2021.

- SOUSA, M. A cidade como palco da comunicação. In: FREITAS, R. F; OLIVEIRA, J. S. (orgs.). **Olhares urbanos**: estudos sobre a metrópole comunicacional. São Paulo: Summus, 2011.
- STEIL, C. A. **O sertão das romarias**: um estudo antropológico sobre o Santuário de Bom Jesus da Lapa - Bahia. Petrópolis: Editora Vozes, 1996.
- STEIL, C. A. **Romeiros e Turistas no Santuário de Bom Jesus da Lapa**. In: Revista Horizontes Antropológicos. Porto Alegre, ano 9, n. 20. p. 249-261, outubro de 2003.
- TRAVANCAS, I. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs). **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.
- TORRES, R. B. **Religiosidade turística e as suas transformações espaciais no município de Bom Jesus da Lapa**: a devoção em Bom Jesus da Lapa - Ba. Belo Horizonte: Editora Dialética, 2020.
- TUAN, Y. **Topofilia**: um estudo de percepção, atitudes, valores do meio ambiente. São Paulo: DIFEL, 1980.
- TUAN, Y. **Espaço e lugar**: a perspectiva da experiência. São Paulo: DIFEL, 1983.
- UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA. **Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias (DCH) - Campus Bom Jesus da Lapa**. Disponível em: <http://dcht17.uneb.br/> Acesso em 03 de nov. de 2021.
- UNIVERSIDADE FEDERAL DO OESTE DA BAHIA. **Centro Multidisciplinar de Bom Jesus da Lapa**. Disponível em: UFOB. <https://lapa.ufob.edu.br/> Acesso em 03 de nov. de 2021.
- URRY, J. **O olhar do turista**: lazer e viagens na sociedade contemporânea. São Paulo: Studio Nobel, 2001.
- VALLE, E. **Santuários, romarias e discipulado cristão**. In: Horizonte, Belo Horizonte, v.4, n.8, p. 31-48, junho de 2006.
- VASCONCELOS, P. A. A cidade, o urbano, o lugar. **GEOUSP Espaço e Tempo (Online)**, [S. l.], v. 3, n. 2, p. 11 -15, 2006.
- VIEIRA, S. **Marca**: o que o coração não sente os olhos não vêem (reflexões sobre marketing e ética). Rio de Janeiro: Edições Loyola, 2002.
- VOVELLE, M. O popular em questão. In: VOVELLE, M. **Ideologias e mentalidades**. São Paulo: Brasiliense, 1991.
- YIN, R. K. **Qualitative Research form Start to Finish**. The Guilford Press, 2010.
- YÚDICE, G. **A conveniência da cultura**: os usos da cultura na era global. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

APÊNDICE 01 - MAPA DESCRITIVO DE BOM JESUS DA LAPA



- | | |
|-------------------------|------------------------------------|
| ✈️ Aeroporto | 🏛️ Prefeitura de Bom Jesus da Lapa |
| ✉️ Agência dos Correios | ⛪ Santuário do Bom Jesus da Lapa |
| 💰 Agências Bancárias | 🚗 Terminal Rodoviário |
| ✚ Cemitério Municipal | ⚕️ Unidades de Saúde |
| 🏫 Escolas Públicas | 🏡 Mancha Urbana |

Sistema de Coordenada Geográfica
Datum: SIRGAS 2000
Fonte da Base: SEI, 2019
Elaboração: Alexandre Contreiras

Fonte: Alexandre Contreiras, 2021.

APÊNDICE 02 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM ROMEIROS (AS) DE BOM JESUS DA LAPA

A) PERFIL DO (A) ROMEIRO (A)

1. De onde vem: _____
2. Gênero: () M () F () Outro
3. Escolaridade:
() Alfabetizado (a)
() Não alfabetizado (a)
() Primário completo
() Primário incompleto
() Ensino médio completo
() Ensino médio incompleto
() Ensino superior completo
() Ensino superior incompleto
() Outro _____
4. Profissão: _____

B) PERMANÊNCIA EM BOM JESUS DA LAPA

1. É a primeira vez que vem ao santuário? () Sim () Não
2. Qual o principal motivo de sua vinda? _____
3. Veio sozinho (a) ou em grupo? () Sozinho (a) () Grupo
5. Geralmente, quantos dias permanece na cidade?
() 1 dia () entre 1 e 3 dias () mais de 3 dias
6. Onde costuma se hospedar quando fica mais de um dia?
() Hotel () Pousada () Casa de parentes () Outro

C) O SER ROMEIRO (A)

1. Que atividades você realiza ao chegar ao santuário?
2. Participa de outras atividades além de missas, novenas? () Sim () Não

2.1 Se sim, qual (is)?: _____

3. Faz compras aqui o santuário? () Sim () Não

3.1 Se sim, o que costuma comprar? _____

3.2 Aonde costuma comprar? _____

4. Já pagou ou está pagando alguma promessa? () Sim () Não

D) AS REPRESENTAÇÕES

1. O que representa Bom Jesus da Lapa para você?

2. Como você soube da existência desse santuário?

3. O que mais lhe chamou atenção neste lugar?

4. Quando eu falo: “capital baiana da fé” Isso tem algum significado para você?

5. Pretende vir novamente a este santuário? Por quê?

6. Comparando o Santuário de Bom Jesus da Lapa com outros lugares, o que de especial este santuário possui?

7. Como avalia as Romarias? Pode sugerir algo para a organização delas?

8. Por favor, liste com palavras ou expressões curtas, de preferência adjetivos, as características (positivas e negativas), que você acha sobre as seguintes palavras:

IGREJA	
PROMESSA	
FÉ	
MILAGRE	

APÊNDICE 03 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM CAMELÔS

A) PERFIL DO (A) ENTREVISTADO (A)

1. Local de Residência:
2. Escolaridade:
3. Idade:
4. Gênero:
5. Além de camelô / vendedor (a) ambulante, exerce outra atividade?
6. Que produtos você vende? Qual é o mais vendido? Tem algum motivo?
7. Além de Bom Jesus da Lapa, quais cidades/festas religiosas você trabalha?
8. Quais os períodos costuma vir para Bom Jesus da Lapa? Quanto tempo fica na cidade?
9. Quantas pessoas trabalham com você? São familiares?
10. Onde compra os produtos que você vende?
11. Costuma participar de alguma atividade religiosa durante as Romarias? (novenas, missas, procissões)? Qual o motivo?
14. Comprando o Santuário de Bom Jesus da Lapa com outros lugares, o que de especial este santuário possui?
15. Quando eu falo: “capital baiana da fé” Isso tem algum significado para você?

APÊNDICE 04 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM COMERCIANTES DA CIDADE

A) PERFIL DO (A) ENTREVISTADO (A)

1. Escolaridade:
2. Idade:
3. Gênero:
4. Qual o ramo de atividade?
5. Percebe que há aumento de vendas no período das romarias? Se sim, qual o principal período?
6. O que as Romarias significam para seu comércio?
7. Quando eu falo: “capital baiana da fé” Isso tem algum significado para você?

APÊNDICE 05 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O REITOR DO SANTUÁRIO

1. Qual a importância das Romarias para a cidade de Bom Jesus da Lapa?
2. Como o Santuário organiza as Romarias?
3. Quando eu falo: “capital baiana da fé” Isso tem algum significado para o senhor?
4. Como foram pensadas as obras de revitalização da área do entorno do Santuário?
5. A Central de Informações auxilia na organização das Romarias? Como o Santuário procede com as sugestões deixadas pelos romeiros?
6. Há diferença entre romeiros e turistas? Pode falar sobre?
7. Como é a relação do Santuário com outras religiões?
8. Como o Santuário vê o apoio da Prefeitura e outros órgãos para a organização das Romarias?
9. Como avalia as Romarias? O que o Santuário tem pensado, em conjunto com a Prefeitura e demais órgãos que auxiliam na organização das Romarias, para o ano de 2023?

APÊNDICE 06 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O SECRETÁRIO DE CULTURA E TURISMO DE BOM JESUS DA LAPA

1. Qual a importância das Romarias para a cidade de Bom Jesus da Lapa?
2. Como a Prefeitura auxilia na organização das Romarias?
3. Como foram pensadas as obras de revitalização da área do entorno do Santuário?
4. Quando eu falo: “capital baiana da fé” Isso tem algum significado para o senhor?
5. As Romarias impulsionam o empreendedorismo na cidade? Pode citar exemplos?
6. Há incentivo do poder público para o turismo e empreendedorismo de ações voltadas às Romarias? Pode citá-las?
7. Há diferença entre romeiros e turistas? Pode falar sobre?
8. Na visão do senhor, o que pode ser visto como sugestão para a melhoria de trade turístico que a Romaria possui para o município?

APÊNDICE 07 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM MORADORES (AS) DE BOM JESUS DA LAPA

A) PERFIL DO (A) ENTREVISTADO (A)

1. Escolaridade:

2. Idade:

3. Gênero:

4. Religião que pratica

1. Qual a importância das Romarias para a cidade de Bom Jesus da Lapa?
2. Quando eu falo: “capital baiana da fé” Isso tem algum significado para o senhor?
3. Costuma participar de alguma Romaria? Qual? E o principal motivo?
4. Caso não pratique a religião católica, como vê o movimento das Romarias na cidade?
O que elas significam para a cidade?
5. Há diferença entre romeiros e turistas? Pode falar sobre?
6. Como é a relação da Prefeitura com o Santuário para a organização das Romarias?
7. Como avalia as Romarias? Pode sugerir algo para a organização delas?

APÊNDICE 08 - ROTEIRO DE ENTREVISTA (COM A CÂMARA DE DIRIGENTES LOJISTAS (CDL))

1. Qual a importância das Romarias para a cidade de Bom Jesus da Lapa?
2. Como a CDL auxilia na organização das Romarias?
3. Quando eu falo: “capital baiana da fé” Isso tem algum significado para o senhor?
4. As Romarias impulsionam o empreendedorismo na cidade? Pode citar exemplos?
5. Há diferença entre romeiros e turistas? Pode falar sobre?
6. Como avalia as Romarias? Pode sugerir algo para a organização delas?

APÊNDICE 09 - ROTEIRO DE ENTREVISTA (COM O COORDENADOR DE CULTURA DE BOM JESUS DA LAPA)

1. Qual seu entendimento por cultura?
2. Qual a importância das Romarias para a cidade de Bom Jesus da Lapa?
3. Como a Prefeitura auxilia na organização das Romarias?
4. Como foram pensadas as obras de revitalização da área do entorno do Santuário?
5. Quando eu falo: “capital baiana da fé” Isso tem algum significado para o senhor?
6. O que as Romarias representam para a cultura de Bom Jesus da Lapa?
7. Qual a importância da patrimonialização da Romaria do Senhor Bom Jesus da Lapa?
8. Existem políticas públicas de incentivo às Romarias? Pode citá-las?

APÊNDICE 10 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO DO SANTUÁRIO

1. Qual a importância das Romarias para a cidade de Bom Jesus da Lapa?
2. Como o Santuário se comunica? Quais os canais de comunicação utilizados e sua dinâmica de funcionamento?
3. Quando eu falo: “capital baiana da fé” Isso tem algum significado para o senhor?
4. Como analisa a participação da Prefeitura na divulgação das Romarias?
5. Como avalia as Romarias? O que o Santuário tem pensado, em conjunto com a Prefeitura e demais órgãos que auxiliam na organização das Romarias, para o ano de 2023?

APÊNDICE 11 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O PREFEITO DE BOM JESUS DA LAPA

1. Qual a importância das Romarias para a cidade de Bom Jesus da Lapa?
2. Como a Prefeitura auxilia na organização das Romarias?
3. Como foram pensadas as obras de revitalização da área do entorno do Santuário?
4. Quando eu falo: “capital baiana da fé” Isso tem algum significado para o senhor?
5. Como avalia as Romarias? O que a Prefeitura tem pensado, em conjunto com o Santuário e demais órgãos que auxiliam na organização das Romarias, para o ano de 2023?

APÊNDICE 12 - ROTEIRO DE ENTREVISTA COM O ASSESSOR DE COMUNICAÇÃO DA PREFEITURA DE BOM JESUS DA LAPA

1. Qual a importância das Romarias para a cidade de Bom Jesus da Lapa?
2. Como a Prefeitura se comunica? Quais os canais de comunicação utilizados e sua dinâmica de funcionamento?
3. Quando eu falo: “capital baiana da fé” Isso tem algum significado para o senhor?
4. Como analisa a participação da Prefeitura na divulgação das Romarias?
5. Como avalia as Romarias? O que a Prefeitura tem pensado, em conjunto com o Santuário e demais órgãos que auxiliam na organização das Romarias, para o ano de 2023?

APÊNDICE 13 - TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO (TCLE)

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

O (A) Senhor (a) está sendo convidado a participar do projeto de pesquisa “ANDAR COM FÉ EU VOU! Análise e reflexão sobre as Romarias no Santuário de Bom Jesus da Lapa”. Este documento é chamado de Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) e visa assegurar seus direitos como participante e é elaborado em 02 (duas) vias: uma que deverá ficar com o (a) senhor (a) e a outra comigo, que sou o responsável por esta pesquisa. Por favor, leia com calma e atenção. Se houver perguntas antes ou depois de assinar este termo, o (a) senhor (a) poderá esclarecê-las com o pesquisador. Não haverá nenhum tipo de penalização se o (a) senhor (a) não aceitar participar ou retirar sua autorização a qualquer momento.

Os objetivos do projeto são: geral - Observar a produção de sentido das Romarias do Santuário do Bom Jesus da Lapa por intermédio das estratégias de visibilidade da cidade e sua marca lugar - viés do turismo - em oposição às narrativas locais a partir dos relatos daqueles(as) que vivenciam a cidade; e específicos: contextualizar geograficamente e historicamente o município de Bom Jesus da Lapa e sua relação com o Santuário em devoção ao Bom Jesus; mapear o processo de planejamento das Romarias do Bom Jesus da Lapa levando em consideração os aspectos culturais em suas vertentes religiosas e econômicas; analisar o Novenário e Festa do Bom Jesus da Lapa que acontece no mês de agosto, na perspectiva da Comissão Organizadora da Festa: os aspectos culturais em suas vertentes econômicas, simbólicas e identitárias envolvidos nas Romarias.

O (A) Sr(a) está sendo convidado por que é importante para a compreensão do sentido das Romarias, em especial dos elementos que envolvem os significados “Capital baiana da fé”. O (A) Sr(a). tem de plena liberdade de recusar-se a participar ou retirar seu consentimento, em qualquer fase da pesquisa, sem penalização alguma para o tratamento que recebe neste serviço. Caso aceite participar sua participação consiste em conceder-me entrevista que será gravada e garanto a confidencialidade e a privacidade, a proteção da imagem e a não estigmatização dos participantes da pesquisa, garantindo a não utilização das informações em prejuízo das pessoas e/ou das comunidades, inclusive em termos de autoestima, de prestígio e/ou de aspectos econômico-financeiros (item II.2.i, Res 466/2012/CNS e Constituição Federal Brasileira de 1988, artigo 5º, incisos V, X e XXVIII).

A qualquer momento, antes, durante ou até o término da pesquisa, coloque-me à disposição para o esclarecimento de qualquer dúvida sobre a pesquisa. O (a) senhor (a) possui a garantia que sua identidade será mantida em sigilo. Os dados coletados serão utilizados exclusivamente para fins da pesquisa e que poderão ser apresentados em eventos de natureza científica e/ou publicados, sem revelar a identidade dos participantes. Se julgar necessário, o (a) senhor (a) dispõe de tempo para que possa refletir sobre sua participação, consultando, se necessário, seus familiares ou outras pessoas que possam ajudá-los (as) na tomada de decisão livre e esclarecida.

Caso esta pesquisa cause, comprovadamente, qualquer custo ou dano procure o pesquisador responsável a fim de ressarcimento ou possível indenização.

Em caso de dúvidas sobre a pesquisa consultar registro de consentimento ou quaisquer outras questões, o (a) senhor (a) poderá entrar em contato com o pesquisador responsável:

Endereço: Universidade Federal do Oeste da Bahia (UFOB)
Centro Multidisciplinar de Santa Maria da Vitória (CMSMV)
Praça Argemiro Filardi, s/n
Bairro Sambaíba
Santa Maria da Vitória - Bahia
Telefone: (77) - 99141-6750
Email: ronei.souza@ufob.edu.br

Em caso de denúncias u reclamações do estudo, o (a) senhor (a) pderá entrar em contato com a secretaria do Cômite de Ética e Pesquisa da Escola Enfermagem da Universidade Federal da Bahia (UFBA):

Rua Augusto Viana, s/n 4º andar, sala 432-437
Canela, Salvador, Bahia
CEP: 40110-060
Telefone: (71)-3283-7615
Fax: (71)-3263-7615
Email: cepee.ufba@ufba.br

Consentimento Livre e Esclarecido:

Após ter recebido esclarecimentos sobre a natureza da pesquisa, seus objetivos, procedimentos, benefícios previstos, potenciais riscos e o incômodo que este estudo pode acarretar, aceito participar:

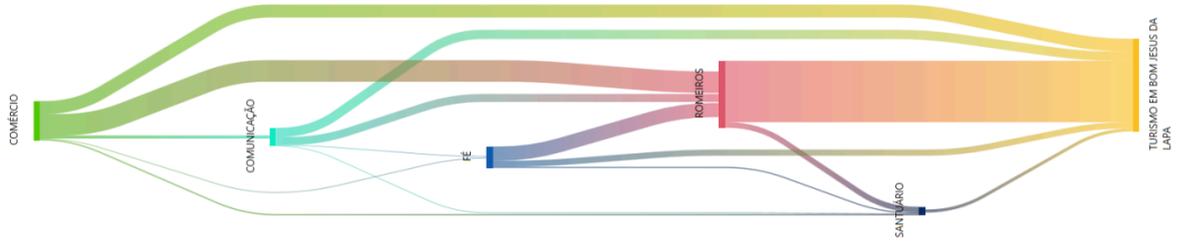
Nome do (a) participante: _____

Responsabilidade do Pesquisador:

Asseguro ter explicado e fornecido uma via deste documento ao (a) participante. Informo que o estudo foi aprovado pelo CEP perante o qual o projeto foi apresentado. Comprometo-me a utilizar o material e os dados obtidos nesta pesquisa exclusivamente para as finalidades previstas neste documento ou conforme o consentimento dado pelo (a) participante.

_____. Data: ____/____/____
(assinatura do pesquisador)

APÊNDICE 14 - DIAGRAMA DE SANKEY DEMONSTRANDO AS CO-OCORRÊNCIAS ENTRE OS TEMAS DAS ENTREVISTAS



APÊNDICE 15 - ENTREVISTAS PESQUISA DE CAMPO - COMÉRCIO LOCAL

COMÉRCIO LOCAL / CAMELÔS					
NOME DO ARQUIVO	GÊNERO	IDADE	ESCOLARIDADE	RAMO DE ATIVIDADE	NOME PARA TRANSCRIÇÃO
Agência de Viagens	Feminino	57	Ensino Médio	Agência de Viagens	Vera
Empresa de ônibus	Masculino	41	Ensino Superior	Transporte intermunicipal / interestadual	Jarbas
Dona Neide (Barrinha)	Feminino	50	Alfabetizada	Alimentação	Dona Neide da Barrinha (será homenagem póstuma)
Empresária 6	Feminino	47	Ensino Superior	Roupas e calçados	Carina
Empresária 7	Feminino	43	Ensino Médio	Hotel / Fotografia	Daniela
Empresária 8	Feminino	55	Ensino Médio	Alimentação	Mariana
Empresária 9	Feminino	48	Ensino Superior	Hotel	Ana Maria
Empresária 10	Feminino	35	Ensino Médio	Alimentação	Tássia
Empresário 1	Masculino	56	Ensino Superior	Hotel	Marcone
Empresário 2	Masculino	34	Ensino Superior	Diversas empresas, dentre elas sorveteria e material de construção	Gabriel
Empresário 3	Masculino	73	Ensino Médio	Farmácia	Rômulo
Empresário 4	Masculino	64	Ensino Médio	Distribuidor de bebidas / Locação de material para eventos	Arivaldo
Gilberto Empresário	Masculino	54	Ensino fundamental incompleto	Alimentação	João
Mototaxista	Masculino	37	Ensino Médio	Transporte	Geraldo
Taxista	Masculino	74	Ensino fundamental incompleto	Transporte	Marcolino

APÊNDICE 16 - ENTREVISTAS PESQUISA DE CAMPO - CAMELÔS

CAMÊLOS / VENDEDORES (AS) AMBULANTES					
NOME DO ARQUIVO	GÊNERO	IDADE	ESCOLARIDADE	DE ONDE VEM	NOME PARA TRANSCRIÇÃO
Vendedor 1	Masculino	48	Ensino Fundamental Incompleto	Feira de Santana / BA	Vandré
Vendedor 2	Masculino	22	Ensino Médio Incompleto	Itabuna / BA	Valério
Vendedor 5	Feminino	35	Ensino Médio Incompleto	Feira de Santana / BA	Patrícia Alessandra
Vendedor 6	Masculino	25	Ensino Fundamental Incompleto	Presidente Tancredo Neves / BA	Denilson
Vendedor 7	Masculino	40	Alfabetizado	Aracaju / SE	Carlos
Vendedor 8	Masculino	36	Ensino Médio Completo	Feira de Santana / BA	Jean
Vendedor 9	Feminino	58	Ensino Fundamental Incompleto	Bom Jesus da Lapa / BA	Elizabete
Vendedor 10	Feminino	47	Ensino Médio Completo	Caetitê / BA	Rita

APÊNDICE 17 - ENTREVISTAS PESQUISA DE CAMPO - MORADORES (AS)

MORADORES (AS)				
NOME DO ARQUIVO	GÊNERO	IDADE	ESCOLARIDADE	NOME PARA TRANSCRIÇÃO
Ateu 1	Masculino	27	Superior completo	Pablo
Ateu 2	Masculino	37	Superior completo	Adriano
Católica 3	Feminino	37	Superior completo.	Eva
Católica 7	Feminino	38	Superior completo	Gabriela
Católica 8	Feminino	23	Superior completo	Eliana
Católica 9	Feminino	48	Superior completo	Maria Luíza
Católica 10	Feminino	53	Ensino Médio	Quelle
Católico 1	Masculino	30	Superior completo	Djavan
Católico 4	Masculino	36	Superior completo	Cássio
Católico 5	Masculino	38	Superior completo	David
Católico 6	Masculino	23	Superior completo	Francisco
Dona Nena	Feminino	85	Ensino Médio	Dona Nena
Espírita 1	Feminino	53	Superior completo	Cláudia
Evangélica 1	Feminino	30	Superior completo	Patrícia
Evangélico 2	Masculino	32	Superior completo	José
Matriz Africana 1	Masculino	20	Superior incompleto	Anselmo
Matriz Africana 2	Masculino	24	Superior incompleto	Laécio
Professora Raquel	Feminino	68	Superior completo	Raquel

APÊNDICE 18 - ENTREVISTAS PESQUISA DE CAMPO - ROMEIROS (AS)

ROMEIROS (AS)						
NOME DO ARQUIVO	GÊNERO	IDADE	ESCOLARIDADE	PROFISSÃO	DE ONDE VEM	NOME PARA TRANSCRIÇÃO
Romeira 1	Feminino	55	Ensino Médio	Dona de casa	Eunápolis - BA	Maricélia
Romeira 2	Feminino	62	Ensino Fundamental Incompleto	Aposentada	Casa Nova/BA	Waldete
Romeira 3	Feminino	32	Superior completo	Professora	Ibicarai/BA	Elivana
Romeira 4	Feminino	78	Ensino Fundamental Incompleto	Aposentada	Itajuípe/BA	Alizete
Romeira 5	Feminino	63	Ensino Fundamental Incompleto	Comerciante	Itajuípe/BA	Manan
Romeira 6	Feminino	63	Ensino Fundamental Incompleto	Vendedora Autônoma	Ibicarai/BA	Juciara
Romeira 7	Feminino	57	Ensino Médio	Professora	Vitória/ES	Isis Juliana
Romeira 8	Feminino	53	Ensino Médio	Funcionária Pública Municipal	Barra/BA	Maria Lêda
Romeira 9	Feminino	73	Ensino Médio	Aposentada	Goiânia/GO	Débora
Romeira 10	Feminino	64	Ensino Médio	Agricultora	Xique-Xique/BA	Tarsila
Romeira 11	Feminino	56	Superior completo	Pedagoga	Pedrinhas/SE	Grasiela
Romeira 12	Feminino	77	Ensino Fundamental Incompleto	Dona de casa	São Carlos/SP	Vivian
Romeira 13	Feminino	62	Não alfabetizada	Umbandista	Tapiramutá/BA	Ádila
Romeira 14	Feminino	71	Ensino Fundamental Incompleto	Aposentada	Vila Velha/ES	Normacy
Romeira 15	Feminino	46	Ensino Médio	Dona de casa	Fernandópolis/SP	Mercês
Romeira 16	Feminino	46	Superior completo	Pedagoga	Itabuna/BA	Normeide

Romeiro 2	Masculino	50	Ensino Fundamental Incompleto	Agricultor	Irecê / BA	George
Romeiro 3	Masculino	63	Ensino Fundamental Incompleto	Comerciante	Itajuípe / BA	André
Romeiro 4	Masculino	27	Superior completo	Servidor Público Municipal	Itajuípe / BA	Paulo
Romeiro 5	Masculino	33	Ensino Fundamental Incompleto	Mecânico	Ibicaraí / BA	Glauber
Romeiro 6	Masculino	64	Ensino Fundamental Incompleto	Agricultor	Carneirinho/MG	César

ANEXO 01 - ÁREA EXTERNA DO MORRO



Fonte: Santuário do Bom Jesus da Lapa (2021).

ANEXO 02 - ÁREA INTERNA DO MORRO



Fonte: Santuário do Bom Jesus da Lapa (2021).

ANEXO 03 - EQUIPE DE COMUNICAÇÃO - SANTUÁRIO BOM JESUS DA LAPA

EQUIPE DE COMUNICAÇÃO SANTUÁRIO BOM JESUS DA LAPA

ORGANOGRAMA



OBJETIVO - Utilizando a estética, artes visuais, diagramação e o uso de equipamentos diversos, coordenar as atividades de imagens, textos e áudios com prévio planejamento do setor:

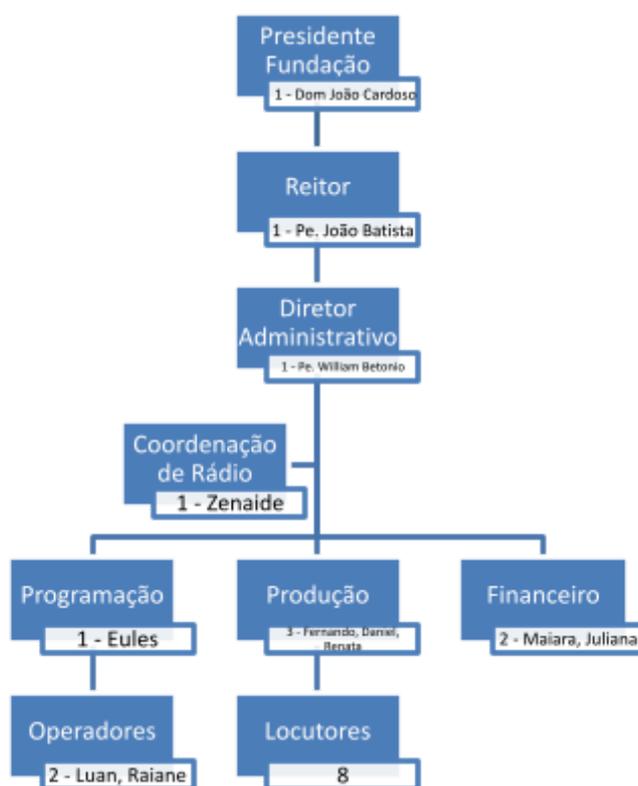
- Gerenciar a WEB TV Bom Jesus;
- Administrar e fomentar os canais de comunicação do Santuário na rede;
- Ser a assessoria de comunicação do Santuário e da reitoria;
- Desenvolver material de divulgação do Santuário para os diversos canais de comunicação;
- Dialogar e buscar entrar em outros canais católicos, laicos, fechados e abertos;
- Ampliar nossa rede;
- Planejar para aumentar nossos seguidores e inscritos;

- Atualizar nossos equipamentos de transmissões;
- Planejar eventos, acontecimentos e celebrações extraordinárias no Santuário de grande apelo;
- Definição de pauta e direção da equipe de Teatro do Bom Jesus;
- Elaborar a agenda com programa e cronograma do Projeto Solo Sagrado;
- Acompanhar o andamento e planejar estratégias para impulsionar a Campanha dos Romeiros;
- Participar na elaboração do material gráfico do Santuário.

ANEXO 04 - ORGANOGRAMA DA RÁDIO BOM JESUS FM

RÁDIO BOM JESUS FM

ORGANOGRAMA



OBJETIVO: Tem como objetivo a Evangelização, a Formação, Promoção Moral e Ética:

- Criação de projetos de comunicação;
- Operação sistêmica da rádio da Bom Jesus FM 98,1 nas fases de planejamento e execução;
- Desenvolvimento de atividades recreativas, culturais, educativas e entretenimentos;
- Desenvolvimento de atividades de evangelização, conscientização, responsabilidade ética, civil, social, ecológica e moral;
- Planejamento em conjunto da expansão do sistema de comunicação do santuário;
- Transmissões ordinárias e extraordinárias dos acontecimentos, festividades e eventos do santuário do Bom Jesus.

ANEXO 05 - MAPA ENTREGUE A ROMEIROS E TURISTAS NA ROMARIA AO BOM JESUS DA LAPA EM 2022

FORMAÇÃO DO SANTUÁRIO DO BOM JESUS

O primeiro peregrino Francisco de Mendonça Maia chegou à gruta em 1691 após vagar pelo sertão baiano, apesar de não ser o primeiro a descobrir o local.

Na época em que o Mendonça Maia se instalou na gruta também começou a surgir e eram acolhidos com mensagens de aventuras e gampeiros passavam pela gruta e eram acolhidos com mensagens de fé e instruções religiosas. Mendonça Maia exibia as imagens do Bom Jesus e Nossa Senhora, Mãe da Soledade.

A notícia sobre o monge e suas aventuras religiosas e caridade chegaram a Salvador, assim Mendonça Maia foi preparado para tornar-se padre, adotando o nome de Padre Francisco da Soledade, foi depulhado após sua morte no interior da gruta.

O culto ao local continuou com o passar dos mil. Passados visitaram o município por ano. Hoje Bom Jesus da Lapa tem a terceira maior romaria religiosa do Brasil.

A beleza natural da Gruta e reconhecida nacionalmente, tanto que Mendonça Maia foi eleito a Primeira Maravilha do Brasil.

RECOMENDAÇÕES

Para escorregadias, tenha atenção nos lugares que oferecem perigos de acidentes, use calçado adequado e não vá sozinho. Evite beber álcool e fumar durante o dia, as temperaturas normalmente são bastante elevadas em Bom Jesus da Lapa, então é importante sempre ter uma garatinha de água para uso.

Proteja-se do sol: use de boné, toucas bloqueadoras UV e protetor solar são essenciais para quem quer se proteger do forte sol.

Cuidado com a subida ao morro: na subida você pode se deparar com pedras soltas.

CONTATOS IMPORTANTES

SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE - (77) 3481-5039
SECRETARIA MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL - (77) 3481-2008
CENTRAL DE INFORMAÇÃO DO SANTUÁRIO - (77) 3481-2120
SALA - (77) 3481-8700

SECRETARIA MUNICIPAL DE SAÚDE - (77) 3481-5039
SECRETARIA MUNICIPAL DE ASSISTÊNCIA SOCIAL - (77) 3481-2008
CENTRAL DE INFORMAÇÃO DO SANTUÁRIO - (77) 3481-2120
SALA - (77) 3481-8700

MAPA GUIA
Romaria do Bom Jesus

MAPA BOM JESUS DA LAPA

FONTOS TURÍSTICOS

GRUTAS

Gruta do Bom Jesus - Nesta gruta há a imagem e a imagem do Bom Jesus da Lapa, também existem outras pequenas imagens, como do Senhor dos Passos, Nossa Senhora da Piedade, Nossa Senhora da Imaculada Conceição, São Francisco de Assis, Cruz do Monge e Cruz da Serpente.

Gruta Nossa Senhora da Soledade - É a maior, em termos de santuário. Nesta há a imagem da Mãe de Maria. Na capela também se encontra a imagem do Senhor Morto e as estátuas dos dois santos Marcos (Leão, Lapa (Bela), São Agostinho e Mateus (Homem)).

Gruta do Santíssimo Sacramento - Localizada à direita da entrada da gruta do Bom Jesus, a Gruta do Santíssimo Sacramento é o templo principal para o culto ao Bom Jesus da Lapa com a sua capela.

Gruta de Nossa Senhora Aparecida - Também está localizada à direita da entrada principal do Santuário. Nesta há uma réplica da imagem da Padroeira do Brasil, que fica no Santuário de Aparecida. Também está a pia batismal, onde é realizado o ritual do Batismo.

Gruta de Belém - É um lugar místico inspirado no antigo Jerusalém, relembra o nascimento do Jesus Cristo. A iluminação, oscilando com o movimento dos peregrinos do presépio faz com que o local seja muito especial.

Gruta de São Francisco de Assis - Está localizada no interior do Santuário, possui a imagem do santo protetor dos animais atrás de devotos que acreditam na intercessão do santo.

Gruta da Ressurreição - Fica na parte externa do Santuário. O altar-mor é coberto por rochas. Há os alicerces feitos de seixos. É possível assistir as celebrações eucarísticas contemplando a cruz.

Barraha - Segundo lugar mais visitado da cidade. Na barraha localiza-se o bar e restaurantes, que recebem visitantes durante todo o ano, com vista para o rio São Francisco e Santuário, é possível apreciar-se com a cultura ribeirinha.

Praca Monsenhor Turibio - Localizada próxima a gruta, é uma segunda república, também é uma homenagem ao Monsenhor Turibio Vilanova que esteve 23 anos à frente da gruta da Lapa devotando-se à religiosidade e educação, marcou e escreveu a história do município.

Praca da Fé - Com representação de diversas cruzes a Praça da Fé possui 20 esculturas de bois representando várias tribos, também a menção ao tempo e representação do monge Francisco de Mendonça Maia o primeiro peregrino. Seu material e acabamento veio da Europa para embelazar o local.

Praca da Catedral - A praça da Catedral faz parte do projeto arquitetônico da Catedral Nossa Senhora do Carmo. Na parte central da praça encontra-se o fonte fontana. Durante a noite a praça é local de encontro para jovens e famílias.

Cruzeiro - O Cruzeiro localiza-se no alto do Morro da Lapa. As peregrinações são feitas em sua memória, para fazer pedidos ou agradecer por uma graça. A famosa pedra que "tira", está nas proximidades do Cruzeiro.

Ata de instalação e fundação do Clube dos Livreros
Cafistas de São Jesus da Lapa, em reunião
pública realizado em 08 de julho de 1983.

No dia 08 de julho de 1983 reuniram-se nesta
Cidade de São Jesus da Lapa, no Estado da
Bahia, grande número de comerciantes-lio-
jistas, com o intuito de fundar este clube, com
tanto ajuda com a presença das seguintes
autoridades: Prefeito - Hildebrando Magalhães;
Capitão do Polício - Tenente Francisco Vitorino de
Souza Brito; Genete do Banco do Nordeste S/A -
Edilson A. Marques; Sr. Joaquim A. Faustino
junior - Presidente da Federação dos Livreros
Cafistas da Bahia; Hamilton Santos Felix -
Diretor executivo da Fed. dos Cafistas da Bahia
e Conselho da Silva Ferreira - Gerente de Im-
pressão da Fed. dos Livreros Cafistas da Bahia. Di-
rigiu os trabalhos o Sr. Hildebrando Ma-
galhães, Prefeito de Lapa, atuando como se-
cretário ad-oc o Sr. Hamilton Santos Felix. Já a
reunião, pelo secretário ad-oc foi lido o
Estatuto Social do Club para efeito de aprecia-
ção, discussão e aprovação pelos presentes, o qual
tem a seguinte redação: "Estatuto Social do Clube
dos Livreros Cafistas de São Jesus da Lapa - Ca-
pitão T. - Seção, Sede, Vago e Validade:
de - Art. 1º - Com a denominação de Clube
dos Livreros Cafistas de São Jesus da Lapa, fun-
dado em 08 de julho de 1983, fica formada
uma sociedade civil, sem fins lucrativos, com
sede e pro fundos nesta Cidade de São Jesus
da Lapa no Estado da Bahia Art 2º - O Club

DECRETOS

DECRETO N.º 066, DE 21 DE MARÇO DE 2019.

"Dispõe sobre a Nomeação dos Membros do Conselho Municipal de Turismo - COMTUR, do Município de Bom Jesus da Lapa - BA e dá outras providências."

O PREFEITO MUNICIPAL DE BOM JESUS DA LAPA, ESTADO DA BAHIA, no uso de suas atribuições legais e constitucionais.

DECRETA

Art. 1º - Ficam nomeados os membros, titulares e suplentes do Conselho Municipal de Turismo - COMTUR, indicados pelos respectivos órgãos, entidades ou classes que representam:

I - SECRETARIA MUNICIPAL DE CULTURA, TURISMO E EMPREENDEDORISMO:

Titular: Valéria de Jesus Assis;

Suplente: Carlos Fabiano Calheiro Teixeira;

II - SECRETARIA MUNICIPAL DE EDUCAÇÃO:

Titular: Leandra Bastos Jovita;

Suplente: Maria da Conceição Vieira da Costa Araújo;

III - MITRA DIOCESANA DE BOM JESUS DA LAPA:

Titular: Marilene Ferreira Lima;

Suplente: José Hélio de Almeida Batista;

IV - CÂMARA MUNICIPAL DE BOM JESUS DA LAPA - BA:

Titular: Romilson Oliveira Batista;

Suplente: Romeu Thessing;

V - ASSOCIAÇÃO DOS HOTELEIROS DE BOM JESUS DA LAPA:

Titular: Alexsandro Xavier Silva;

Suplente: Maria Beatriz Leão Guimarães;

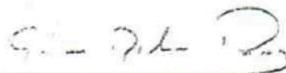
VI - SANTUÁRIO DE BOM JESUS DA LAPA:

Titular: Vilmar Correia Cesar;

Suplente: Lécio Alexandre Silva Cesar;

Art. 2º - Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Gabinete do Prefeito Municipal de Bom Jesus da Lapa, Estado da Bahia, em 21 de Março de 2019.



Eures Ribeiro Pereira
 Prefeito Municipal

ANEXO 08 - DECRETO N.º. 104 DE 18 DE MAIO DE 2022: DISPÕE SOBRE A NOMEAÇÃO DOS MEMBROS DO CONSELHO MUNICIPAL DE POLITICA CULTURAL (CMPC) DE BOM JESUS DA LAPA



PREFEITURA MUNICIPAL DE BOM JESUS DA LAPA – BA
 Rua Mal. Floriano Peixoto, nº 208 – Centro -
 Bom Jesus da Lapa – BA, CEP: 47.600-000.
CNPJ: 14.105.183/0001-14
 (77) 3481-3374



DECRETO Nº. 104 DE 18 DE MAIO DE 2022.

“Dispõe sobre a nomeação dos membros do Conselho Municipal de Política Cultural – CMPC de Bom Jesus da Lapa – BA e dá outras providências.”

O PREFEITO MUNICIPAL DE BOM JESUS DA LAPA, ESTADO DA BAHIA, no uso de suas atribuições legais,

DECRETA:

Art. 1º - Ficam nomeados os membros do Conselho Municipal de Política Cultural – CMPC, no âmbito do Município de Bom Jesus da Lapa - BA, os seguintes representantes, Governamentais e da Sociedade Civil:

I - SECRETARIA MUNICIPAL DE TURISMO E EMPREENDEDORISMO:

TITULAR – JORGE LUIZ PASSOS GARCIA;
 SUPLENTE – VALERIA DE JESUS ASSIS;

II - DIRETORIA MUNICIPAL DE IGUALDADE RACIAL:

TITULAR – ANDREIA LUZIA DOS SANTOS;
 SUPLENTE – LIVIA CRISTINA DIAS;

III - UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – UNEB – CAMPUS XVII:

TITULAR – TIAGO COSTA;
 SUPLENTE – MARINA FERREIRA DOS SANTOS;

IV - ASSOCIAÇÃO LAPENSE DE CAPOEIRA GINGA BAHIA/ASSOCIAÇÃO LAPENSE DE ARTESÃS:

TITULAR – RAQUEL CORDEIRO LEITE;
 SUPLENTE – MARIA REGINA MOREIRA TANAJURA;

V – FUNDAÇÃO CULTURAL DO VALE DO SÃO FRANCISCO - FUNDASF:

TITULAR – MARIA APARECIDA RIBEIRO CRUZ;
 SUPLENTE – PAULO SERGIO PEREIRA DE ARAÚJO

VI – ASSOCIAÇÃO DOS MUSICOS LAPENSES – AML:

TITULAR – JUVANDY MARCOS DA SILVA;
 SUPLENTE – VALDINEI SOARES DE SOUZA;





PREFEITURA MUNICIPAL DE BOM JESUS DA LAPA – BA
Rua Mal. Floriano Peixoto, nº 208 – Centro -
Bom Jesus da Lapa – BA, CEP: 47.600-000.
CNPJ: 14.105.183/0001-14
(77) 3481-3374



Art. 2º - Este Decreto entrará em vigor na data de sua publicação, revogando-se as disposições em contrário.

Gabinete do Prefeito Municipal de Bom Jesus da Lapa - BA, em 18 de Maio de 2022.



Fabio Nunes Dias
Prefeito Municipal



ANEXO 09 - LEI 331 DE 29 DE MAIO DE 2009: CRIA O CENTRO HISTÓRICO DE BOM JESUS DA LAPA

Estado da Bahia
Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa
Gabinete do Prefeito

LEI Nº. 331 DE 29 DE MAIO DE 2009.

“Cria o Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa e dá outras providências.”

O PREFEITO MUNICIPAL DE BOM JESUS DA LAPA, ESTADO DA BAHIA, usando das atribuições que lhe são conferidas por Lei,

Faz saber que Câmara Municipal de Bom Jesus da Lapa aprovou, e eu sanciono a seguinte Lei:

Artigo 1º. – Fica criado o Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa – CHBJL, com a finalidade de preservar a história do município e proteger o morro, patrimônio natural.

Artigo 2º. – O Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa – CHBJL é composto por 03 (três) áreas:

I – CHBJL 1:

- a) Avenidas Monsenhor Turibio Vila Nova e Manoel Novaes,
- b) Ruas Conselheiro Luis Viana e Barão do Rio Branco;
- c) Praças Marechal Deodoro da Fonseca e da Bandeira, ambas do lado esquerdo, sentido gruta do Bom Jesus;
- d) Travessas, do lado direito, sentido Bom Jesus da Lapa/Riacho de Santana, até o contorno do Cristo;
- e) Bairros Leocádio Marques e Nossa Senhora da Soledade.

II – CHBJL 2:

- a) Praças do Livro, Marechal Deodoro da Fonseca e da Bandeira – as duas últimas com exclusão da área que compõe o CHBJL 1;
- b) Ruas Dr. Miguel Calmon, JJ Seabra, Cel. Avelino Bastos, Dr. Moacir - Cine Marabá – e Horácio Fernandes – Portões.

III - CHBJL 3:

- a) Na Avenida Duque de Caxias – lado esquerdo – a partir do Beco da Farmácia São José – sentido gruta do Bom Jesus.



Estado da Bahia
Prefeitura Municipal de Bom Jesus da Lapa
Gabinete do Prefeito

Artigo 3º. – As construções no CHBJL – Centro Histórico de Bom Jesus da Lapa, ficam limitadas ao seguinte:

I – 03 (três) metros de pé direito nas edificações verticalizadas nas ruas, avenidas, praças, travessas e bairros que compõem o CHBJL 1;

II – 06 (seis) metros de pé direito ou até 02 (dois) pavimentos, considerando-se o pavimento térreo e 1 (um) andar, as edificações verticalizadas nas ruas, avenidas, praças e travessas que compõem o CHBJL 2 e 3.

Artigo 4º. – Os logradouros não mencionados no artigo 2º da presente lei, mas que se encontram nas adjacências dos perímetros referidos, no caso de dúvida, serão enquadrados no CHBJL 1.

Artigo 5º. – As construções existentes, quando da promulgação da presente lei, no caso de reforma, desde que não altere o estilo anterior, poderão conservar a altura original.

Artigo 6º. – Esta Lei entrará em vigor na data de sua publicação, revogadas as disposições em contrário.

Gabinete do Prefeito Municipal de Bom Jesus da Lapa (BA), em 29 de maio de 2009.


Roberto Oliveira Maia da Silva
Prefeito Municipal

ANEXO 10 - FOTOGRAFIAS DO SENHOR EDMUNDO BRANDÃO CEDIDAS POR SUA FAMÍLIA

