

**UNIVERSIDADE MUNICIPAL DE SÃO CAETANO DO SUL
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
DOUTORADO**

Paulo Roberto Lucas de Oliveira

**Sustentabilidade de Ecossistemas Sociais em Cidades de Tradição
Cultural Religiosa**

São Caetano do Sul

2024

PAULO ROBERTO LUCAS DE OLIVEIRA

**Sustentabilidade de Ecossistemas Sociais em Cidades de Tradição
Cultural Religiosa**

Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Administração da Universidade Municipal de São Caetano do Sul como requisito para obtenção do título de Doutor em Administração.

Área de Concentração: Gestão e Regionalidade

Orientador: Prof. Dr. Renato Telles

“O presente trabalho foi realizado com apoio da
USCS – Universidade de São Caetano do Sul”

São Caetano do Sul

2024

FICHA CATALOGRÁFICA

OLIVEIRA, Paulo Roberto Lucas de

Sustentabilidade de Ecossistemas Sociais em Cidades de Tradição Cultural Religiosa. Paulo Roberto Lucas de Oliveira. – 2024.

112 p.

Orientador: Prof. Dr. Renato Telles

Tese (doutorado) – Programa de Pós-graduação em Administração, Universidade Municipal de São Caetano do Sul, USCS, São Caetano do Sul, 2024.

1. Ecossistemas Sociais. 2. Lógicas Institucionais. 3. Economia Criativa. 4. Cultura e Religião. 5. Redes e Inovação I. Telles, Renato. II. Sustentabilidade de ecossistemas sociais em cidades de tradição cultural religiosa.

Reitor da Universidade Municipal de São Caetano do Sul

Prof. Dr. Leandro Campi Prearo

Pró-reitora de Pós-graduação e Pesquisa

Profa. Dra. Maria do Carmo Romeiro

Gestor do Programa de Pós-graduação em Administração

Prof. Dr. Eduardo de Camargo Oliva

Tese de doutorado defendida e aprovada em 19/12/2024 pela Banca Examinadora constituída pelos professores:

Prof. Dr. Renato Telles (orientador - Universidade Municipal de São Caetano do Sul)

Prof. Dr. Silvio Augusto Minciotti (Universidade Municipal de São Caetano do Sul)

Prof. Dr. Edson Keyso de Miranda Kubo (Universidade Municipal de São Caetano do Sul)

Prof. Dr. Roberto Bazanini - (Universidade Paulista)

Prof. Dr. Julio Araujo Carneiro da Cunha - (Universidade Nove de Julho)

Dedicatória

Aos meus filhos:

Luis Felipe,

João Gabriel,

que são minha inspiração e razão de viver.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente ao meu orientador, Dr. Renato Telles, pelo apoio e paciência ao me convencer de alterações necessárias em meu projeto.

À equipe de professores da USCS que compuseram as bancas intermediárias para discussão do andamento deste trabalho, na figura do nosso Gestor do Programa de Pós-graduação em Administração, Dr. Eduardo de Camargo Oliva, pela competência e conselhos dados.

Aos meus colegas professores da Fundação Santo André pelo incentivo e, obviamente, aos meus filhos que me ajudaram a completar este desafio.

Agradeço à Universidade Municipal de São Caetano do Sul pela concessão de bolsa de estudo parcial.

OLIVEIRA, Paulo Roberto Lucas de. **Sustentabilidade de Ecossistemas Sociais em Cidades de Tradição Cultural Religiosa**. Universidade Municipal de São Caetano do Sul. São Caetano do Sul, SP, 2024.

RESUMO

O turismo cultural e religioso exerce forte influência no desenvolvimento regional, pois envolve práticas culturais e a circulação de pessoas, gerando emprego, renda e oportunidades para comunidades locais. Em determinados destinos, esse turismo constitui a principal fonte de receita, demonstrando como tradições culturais podem impulsionar a economia e a promoção da identidade local. O patrimônio cultural de cidades e regiões, cuja economia é baseada na fé, é enorme e deve ser preservado devido aos seus aspectos antropológicos, sociais e econômicos. O objetivo geral deste trabalho consiste em propor ações orientadas para a sustentabilidade de regiões cuja economia depende do turismo religioso, buscando compreender como a convivência institucional entre práticas religiosas, políticas públicas e interesses econômicos pode estimular o desenvolvimento e a adaptação a novas realidades. A proposta de entender os ecossistemas sociais em cidades de tradição cultural religiosa está sustentada pela Teoria das Lógicas Institucionais que, a partir de interações pautadas pelas forças estruturais envolvendo agentes com distintos valores e objetivos, ajuda a interpretar conflitos e coexistência no processo. A investigação utiliza abordagem qualitativa e exploratória, com análise documental, observações em campo e entrevistas semiestruturadas junto a gestores locais, lideranças religiosas e representantes do poder público. A análise apontou diferentes agentes atuando sob lógicas variadas e a necessidade de integração entre iniciativas religiosas, governamentais e empresariais. Constatou-se que o turismo religioso, ao articular elementos de fé, cultura e desenvolvimento regional, requer estratégias sustentadas em participação social, planejamento público e parcerias institucionais. A articulação dessas forças possibilita não apenas superar desafios, mas também construir um modelo de crescimento inclusivo e resiliente, capaz de fortalecer a identidade local e promover o bem-estar coletivo.

Palavras-chave: ecossistemas sociais; lógicas institucionais; economia criativa; cultura e religião; redes e inovação.

OLIVEIRA, Paulo Roberto Lucas de. **Sustainability of Social Ecosystems in Cities with Religious Cultural Tradition**. Municipal University of São Caetano do Sul. São Caetano do Sul, SP, 2024.

ABSTRACT

Cultural and religious tourism has a strong influence on regional development, as it involves cultural practices and the movement of people, generating employment, income and opportunities for local communities. In certain destinations, this tourism constitutes the main source of revenue, demonstrating how cultural traditions can boost the economy and promote local identity. The cultural heritage of cities and regions whose economy is based on faith is enormous and must be preserved due to its anthropological, social and economic aspects. The general objective of this work is to propose actions aimed at the sustainability of regions whose economy depends on religious tourism, seeking to understand how the institutional coexistence between religious practices, public policies and economic interests can stimulate development and adaptation to new realities. The proposal to understand the social ecosystems in cities with a religious cultural tradition is supported by the Theory of Institutional Logics which, based on interactions guided by structural forces involving agents with different values and objectives, helps to interpret conflicts and coexistence in the process. The research uses a qualitative and exploratory approach, with documentary analysis, field observations and semi-structured interviews with local managers, religious leaders and government representatives. The analysis pointed out different agents acting under different logics and the need for integration between religious, governmental and business initiatives. It was found that religious tourism, by articulating elements of faith, culture and regional development, requires strategies supported by social participation, public planning and institutional partnerships. The articulation of these forces makes it possible not only to overcome challenges, but also to build an inclusive and resilient growth model, capable of strengthening local identity and promoting collective well-being.

Keywords: social ecosystems; institutional logics; creative economy; culture and religion; networks and innovation.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

| | |
|----------|--|
| APL | Arranjo Produtivo Local |
| COVID-19 | Coronavírus |
| CRM | Customer Relationship Management |
| ENAP | Escola Nacional de Administração Pública |
| EUA | Estados Unidos da América |
| FIRJAN | Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro |
| IBGE | Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística |
| IPEA | Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada |
| MinC | Ministério da Cultura |
| ODS | Objetivos de Desenvolvimento Sustentável |
| OECD | Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico |
| ONU | Organização das Nações Unidas |
| OS | Organizações Sociais |
| PIB | Produto Interno Bruto |
| SEC | Secretaria da Educação e Cultura |
| UNCTAD | Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento |
| UNESCO | Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura |

LISTA DE GRÁFICOS

| | |
|--|----|
| Gráfico 1 – Quantidade de visitantes por ano em Aparecida | 69 |
| Gráfico 2 – Arrecadação de impostos e taxas por ano em Aparecida | 70 |
| Gráfico 3 – Receita municipal por ano em Aparecida | 70 |
| Gráfico 4 – PIB per capita por ano em Aparecida | 71 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|--|----|
| Quadro 1 – Roteiro para as entrevistas semiestruturadas | 63 |
| Quadro 2 – Problemas associados ao turismo religioso de Aparecida | 72 |
| Quadro 3 – Agentes envolvidos na gestão do turismo religioso em Aparecida | 74 |
| Quadro 4 – Problemas e agentes envolvidos no turismo de Aparecida | 75 |
| Quadro 5 – Modelo de Thornton <i>et al.</i> (2012) adaptado para Aparecida | 76 |
| Quadro 6 – Modelo de Thornton <i>et al.</i> (2012) das Ordens Institucionais | 84 |
| Quadro 7 – Grau de moderação de lógicas institucionais | 85 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1 INTRODUÇÃO | 15 |
| 1.1 Problema e questão da pesquisa | 18 |
| 1.2 Objetivos da pesquisa..... | 20 |
| 1.3 Delimitação do trabalho | 21 |
| 1.4 Justificativa e relevância do trabalho | 22 |
| 1.5 Organização do trabalho..... | 23 |
| 1.6 Contribuições do trabalho | 25 |
| 2 REVISÃO DA LITERATURA | 27 |
| 2.1 Cultura, religião e turismo religioso..... | 27 |
| 2.2 Políticas públicas e sustentabilidade | 37 |
| 2.3 Economia criativa e criação de valor | 43 |
| 2.4 Lógicas institucionais e conflitos..... | 54 |
| 2.5 Economia criativa e lógicas institucionais: proposições teóricas | 58 |
| 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 60 |
| 3.1 Abordagem da pesquisa | 60 |
| 3.2 Tipo de pesquisa | 60 |
| 3.3 Procedimentos de coleta de dados..... | 62 |
| 3.3.1 Experiência romeiro | 63 |
| 3.3.2 Entrevistas semiestruturadas..... | 63 |
| 3.4 Tratamento dos dados e análise..... | 66 |
| 4 RESULTADOS | 68 |
| 4.1 Lócus da pesquisa | 68 |
| 4.2 Respondentes das entrevistas..... | 72 |
| 4.3 Análise dos resultados..... | 73 |
| 5 DISCUSSÃO | 88 |
| 6 CONCLUSÃO | 96 |
| REFERÊNCIAS | 99 |

1 INTRODUÇÃO

O Brasil é um país rico em cultura e eventos culturais (Tavares; Malta, 2021). Além do Carnaval, destacam-se o Festival Folclórico de Parintins, no Amazonas; as Mostras de Cinema de Ouro Preto, em Minas Gerais, e Gramado, no Rio Grande do Sul; o Festival de Dança de Joinville, em Santa Catarina; a Feira Literária de Paraty, no Rio de Janeiro; o Festival Gastronômico de Tiradentes, em Minas Gerais; os Festivais de Teatro de Curitiba e Londrina, no Paraná e o Festival de Música de Campos do Jordão e a Festa do Peão de Boiadeiro em Barretos, em São Paulo (Serra; Fernandez, 2014).

Nestas regiões desenvolvem-se negócios relacionados a atividades culturais envolvendo a participação e a interação de empresas e suas diversas formas de representação e associação, impactando, em geral, o desenvolvimento econômico, social, regional e nacional (Aquino; Bresciani, 2005). Destacam-se a economia do Círio de Nazaré de Belém, no Pará; o turismo religioso em Juazeiro do Norte, Ceará; e o cluster de Bordados de Caicó, no Rio Grande do Norte, além do Polo de Cerâmica Artística de Cunha e do turismo religioso de Aparecida, no estado de São Paulo, dentre outros casos relevantes (Serra; Fernandez, 2014).

O emprego da cultura como fundamento para o desenvolvimento de regiões tem sido objeto de observação por especialistas em diversas áreas (Vaz, 2004), destacando que, nas últimas décadas, tem-se difundido uma variedade de planos, projetos e políticas urbanas e culturais que adotam a cultura como estratégia primordial (Silva, 2020). Pode-se admitir, em vista dos exemplos apresentados, que localidades com uma rica herança cultural tendem a desenvolver sistemas de produção cultural mais dinâmicos e atrativos para o público.

A estrutura do cotidiano da produção cultural local deve estar preparada para lidar com a rede de trabalho permanente estabelecida, garantindo a continuidade das atividades dos seus agentes e atores locais de maneira articulada e sensível às demandas emergentes (Silva, 2023). As cadeias produtivas no processo de elaboração de produtos culturais envolvem inúmeros elementos em múltiplas atividades culturais comunitárias. A existência de produtos culturais desenvolvidos de maneira solitária ou coletiva, juntamente com saberes, experimentações,

reconhecimentos e celebrações, contribui para a diversidade desse setor (Pardo, 2022).

O processo de formulação de políticas públicas para essas comunidades compreende a agenda e a definição de alternativas, e ambas são determinadas conforme suas características, em uma combinação de instituições e atores que envolvem elementos técnicos e políticos, sendo que alguns assuntos se tornam importantes e concentram o interesse de vários atores, e outros não (Capella, 2018).

O governo não é um ator isolado, mas inovador aberto ou em rede que participa e pode orquestrar redes de inovação para melhorar processos, serviços e políticas públicas e cocriar valor público (Corrêa, 2021). Os gestores públicos precisam de capacidades e recursos organizacionais específicos para criar valor e, em determinadas circunstâncias, podem ter falta de ideias inovadoras ou talvez não ter o conhecimento necessário do problema em questão, dos custos, riscos e benefícios de soluções alternativas, dos impulsionadores e obstáculos à inovação (Capella, 2018).

Os governos das cidades são geralmente vistos como orquestradores dos processos de inovação colaborativa necessários para desenvolver e implementar muitas iniciativas de cidades inteligentes. No entanto, a inovação colaborativa pode ser complexa para os governos municipais orquestrarem, e os líderes governamentais podem não ter as capacidades necessárias, falhando de várias maneiras (Nam; Pardo, 2011; Ruhlandt, 2018). Podem ter falta de pensamento visionário e ideias inovadoras, escolher os parceiros errados (Crosby, 2017), orquestrar erroneamente os relacionamentos entre eles (Smith, 2004), ser mal orientados por participantes com interesses próprios (Cabral *et al.*, 2019), falta de visão e liderança (Nam; Pardo, 2011), e ter capacidade de absorção insuficiente para entender o conteúdo complexo e as implicações do problema em questão (Neumann *et al.*, 2019).

Políticas para a economia criativa devem atender principalmente as comunidades locais, formulando estratégias de desenvolvimento com foco em atividades culturais e criativas (Vieira, 2023). No caso de planejamento público, o objetivo não é somente o crescimento, aumento da produção e consumo de bens e serviços, mas também o desenvolvimento, melhoria da qualidade de vida das pessoas e da sociedade em geral (Matta; Verdán, 2023).

Os recursos produtivos de uma região compreendem a infraestrutura física, que permite o fornecimento, entre outros, de serviços de energia, transporte, comunicações, irrigação, água e saneamento. A disponibilidade e acessibilidade

desses serviços são fundamentais para o desenvolvimento das unidades produtivas. Permitem o fornecimento de insumos essenciais à operação das empresas e afetam os custos que as empresas pagam para acessar recursos e mercados de insumos e produtos. Eles também são importantes para melhorar os padrões de vida e o bem-estar dos cidadãos e das famílias (Souza, 2023).

O turismo cultural, compreendido como um produto da experiência humana que estreita e fortalece as relações sociais, assim como facilita o processo de interação entre indivíduos de culturas distintas (Brasil, 2010), entrelaça-se à economia criativa, amalgamando valores econômicos e culturais. Com a mudança de hábitos de mobilidade devido à pandemia de Covid, cidades com economia baseada em turismo religioso tiveram que buscar alternativas para atender aos fiéis impedidos de irem aos santuários (Mróz, 2021) e para compensar, do ponto de vista econômico, esta ausência, garantindo que a região continuasse a crescer e a se desenvolver, sem perder sua essência cultural e religiosa.

Essa crise pandêmica reforçou a interdependência de conflitos sociais, econômicos e políticos, e trouxe oportunidades e ameaças para comunidades saudáveis e resilientes, tanto em nível global quanto local. A ecologia política coloca os debates sobre as relações de poder entre os diferentes atores e grupos sociais defensores de projetos territoriais conflitantes (Miranda, 2012). Essas disputas desencadeiam processos de territorialização, constantemente estruturados, desestruturados e reestruturados pelas práticas dos grupos sociais e pelas relações de interdependência estabelecidas (Miranda, 2012).

Artes, artesanato, moda, cinema, música, artes cênicas, setores com aspectos culturais que ajudam a compor a economia criativa foram afetados e precisam de esforço conjunto do setor público e do setor privado para a retomada. O talento humano é a matéria-prima capaz de transformar ideias novas e originais em capital econômico e produtos vendáveis; recursos de produção, embora essenciais, tornam-se menos críticos, destacando-se especialmente à medida que produtos criativos percorrem a cadeia de valor (Howkins, 2001).

Um ecossistema organizacional é um ambiente onde diversas instituições interagem, colaboram e competem, criando uma rede interdependente de atores que juntos formam um sistema complexo (Russel; Smorodinskaya, 2018). Esses ecossistemas são marcados pela presença de diferentes tipos de instituições que desempenham papéis específicos e essenciais para o funcionamento do todo. Em um

ambiente de rede, as interações entre as instituições são essenciais para a troca de informações, recursos e conhecimentos. Essas redes facilitam a inovação e a criação de valor, permitindo que as instituições cooperem para enfrentar desafios comuns e explorar oportunidades que seriam inacessíveis individualmente (Russel; Smorodinskaya, 2018).

Nos ecossistemas organizacionais, os problemas são frequentemente complexos e interligados, exigindo abordagens colaborativas para sua resolução (Goodman *et al.*, 2017). A mediação entre instituições desempenha um papel vital ao facilitar o diálogo, a negociação e a cooperação. Instituições que atuam como mediadoras podem ajudar a alinhar interesses conflitantes, promover o entendimento mútuo e desenvolver soluções inovadoras que beneficiem o ecossistema como um todo.

Individualmente, as instituições muitas vezes não possuem o poder ou os recursos necessários para enfrentar desafios complexos e alcançar soluções adequadas para o ecossistema. A interdependência das instituições significa que a ação coletiva é fundamental. A diversidade de perspectivas e conhecimentos presentes em um ecossistema permite a criação de soluções mais robustas e abrangentes (Besharov; Smith, 2014).

A colaboração entre instituições é necessária para enfrentar desafios complexos e criar soluções eficazes, já que, individualmente, elas não possuem o poder ou os recursos necessários. Através dessa abordagem, pode-se entender a importância de ver as instituições não como entidades isoladas, mas como partes integradas de um sistema maior que trabalha em conjunto para alcançar objetivos comuns e sustentáveis.

1.1 Problema e questão da pesquisa

O turismo religioso desempenha um papel significativo na geração de emprego e renda em diversas regiões, impactando positivamente vários setores econômicos, como hotelaria, alimentação e venda de artigos religiosos. Esta atividade cria inúmeras oportunidades para os habitantes locais, movimentando a economia de maneira substancial (Agag *et al.*, 2022; Allal-Chérif, 2022; Tsironis, 2022).

Nesse contexto, a cultura emerge como um dos principais catalisadores do turismo religioso, desempenhando um papel importante no desenvolvimento regional.

A preservação do patrimônio histórico, dos ambientes históricos e da arte local depende de iniciativas de diversos agentes (Hardy *et al.*, 2019; Kumar *et al.*, 2022; Mukhlis *et al.*, 2022). O patrimônio cultural, com suas raízes históricas profundamente enraizadas em um povo, nação ou etnia, representa a identidade comunitária e é transmitido por meio de símbolos e tradições expressas através da arte, estilo de vida e outras dinâmicas regionais (Hardy *et al.*, 2019).

No entanto, o turismo religioso sofreu um impacto significativo devido à pandemia de Covid-19. As medidas de isolamento social e as restrições impostas pelas autoridades para conter a disseminação do vírus resultaram em uma drástica redução no número de peregrinos e turistas (Agag *et al.*, 2022; Allal-Chérif, 2022). Esta queda abrupta no fluxo de visitantes gerou crises econômicas em várias regiões, especialmente em áreas dependentes do turismo religioso (Tsironis, 2022).

Os impactos da pandemia afetaram profundamente diferentes sincretismos religiosos, como rituais, buscas espirituais e calendários religiosos (Algahtani *et al.*, 2021; Kowalczyk *et al.*, 2020). Houve uma transformação significativa nas práticas do turismo religioso, com a adoção de adorações e práticas virtuais que procuraram preservar as tradições frente às restrições do distanciamento social, resultando em profundas mudanças comportamentais entre os fiéis (Algahtani *et al.*, 2021; Kowalczyk *et al.*, 2020; Lin; Hsieh, 2022).

Um exemplo de destino de turismo religioso no Brasil é Aparecida, uma cidade localizada no interior do estado de São Paulo, que abriga o Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida. Este é o maior santuário mariano do mundo, com capacidade para acolher entre 30.000 a 45.000 pessoas, atraindo milhões de visitantes anualmente (Junior, 2019; Tomazzoni; Beck, 2019).

Nesse contexto, o presente trabalho se propõe a analisar como o impacto da pandemia de Covid-19 no turismo religioso em Aparecida afetou o ecossistema social da região e quais soluções foram apresentadas. Utilizando a teoria das lógicas institucionais como base teórica, pretende-se compreender como os principais agentes envolvidos podem influenciar a retomada do setor e a adaptação a novas realidades, como o crescimento do turismo digital.

O turismo religioso é a principal fonte de recursos para a economia local de Aparecida, e é necessário entender os desafios e oportunidades gerados pela pandemia. Ao utilizar a teoria das lógicas institucionais, espera-se contribuir para o entendimento das dinâmicas sociais e institucionais que permeiam o turismo religioso,

fornecendo insights para a elaboração de ações eficazes de recuperação e adaptação do setor.

A partir disto, o problema de pesquisa adotado focaliza a manutenção da sustentabilidade de ecossistemas baseados no turismo religioso. E a questão da pesquisa é: quais ações potencialmente favorecem a sustentabilidade de ecossistemas turísticos religiosos, segundo uma perspectiva integrativa das lógicas institucionais política, religiosa e econômica.

1.2 Objetivos da pesquisa

O termo lógicas institucionais descreve o capitalismo, a burocracia estatal e a democracia política como três ordens institucionais concorrentes que têm práticas e crenças diferentes e que moldam a forma como os indivíduos se envolvem nas lutas políticas (Alford; Friedland 1985). Cada uma tem uma lógica central que restringe tanto os meios como os fins do comportamento individual e é constitutiva dos indivíduos, organizações e sociedade.

O capitalismo, com sua lógica centrada na acumulação de capital e na eficiência de mercado, promove uma visão de mundo onde o sucesso é medido pela capacidade de gerar lucro e crescimento econômico (Friedland; Alford, 1991). Por outro lado, a burocracia estatal opera com base em uma lógica de racionalidade formal e controle hierárquico, enfatizando a importância da ordem, previsibilidade e imparcialidade na administração pública (Weber, 1978). Já a democracia política, com sua lógica centrada na participação cidadã e na igualdade política, promove valores de representação, responsabilidade e justiça social (Dahl, 1989).

Essas três ordens institucionais frequentemente entram em conflito, criando tensões e oportunidades para a mudança institucional. Por exemplo, a expansão das práticas de mercado no setor público pode gerar resistência de agentes que valorizam a racionalidade burocrática (Greenwood; Suddaby; Hinings, 2002). Similarmente, a introdução de mecanismos democráticos em organizações burocráticas pode desafiar estruturas de poder estabelecidas (Meyer; Rowan, 1977).

A partir disto, o Objetivo Geral deste trabalho é contribuir para a proposição de ações orientadas para a sustentabilidade de ecossistemas turístico religiosos, a partir da convivência institucional entre religião, política e economia. É composto pelos seguintes Objetivos Específicos:

1. Levantamento de conflitos potenciais definidos pela convivência de instituições dos ecossistemas sociais no município.
2. Detecção dos efeitos da diminuição da mobilidade turística na crise econômica causada pela Covid-19 na cidade de Aparecida.
3. Inventário de estratégias de convívio para manutenção de instituições (pós-crise).

1.3 Delimitação do trabalho

Os empreendedores institucionais são os agentes que desenvolvem e modificam instituições, porque têm acesso a recursos que apoiam os seus interesses próprios (DiMaggio, 1988). Nesse sentido, os empreendedores institucionais podem desempenhar um papel crítico na percepção da diferenciação, fragmentação e contradição institucional em virtude das diferentes localizações sociais que podem ocupar no sistema e no aproveitamento das oportunidades que este apresenta para a mudança institucional.

Nas crises econômicas, políticas ou nesta pandemia, esse conflito entre os distintos interesses pode resultar em soluções que, em situação normal, não apareceriam. A sobreposição estrutural entre sistemas com lógicas diferenciadas cria contradições nas organizações e nos campos organizacionais, oferecendo alternativas para a mudança institucional (Besharov; Smith, 2014).

A pesquisa de campo foi feita na cidade de Aparecida, a partir do momento em que a pandemia mostrou sinais de arrefecimento e as pessoas foram autorizadas a sair do isolamento e voltar à vida normal, meados do ano de 2022, e se prolongou até 2024. Aparecida é um município brasileiro localizado no estado de São Paulo, com uma população de 32.569 habitantes (Censo, 2022) e é considerada a Capital Mariana do Brasil e um dos principais destinos de turismo religioso do país, recebendo cerca de 12 milhões de visitantes anualmente (Prefeitura de Aparecida, 2023).

Aparecida é um dos municípios paulistas considerados estâncias turísticas pelo estado de São Paulo, garantindo uma maior parte dos impostos do município para promover o turismo. A área do município é de 120.890 km² com uma área urbanizada de 6,26 km². Entre os elementos de destaque no cenário turístico de Aparecida, encontra-se o Santuário Nacional de Nossa Senhora da Conceição Aparecida, conhecido como Basílica de Nossa Senhora Aparecida. Este complexo religioso e turístico é o maior da América Latina, abrangendo 389 metros de extensão.

1.4 Justificativa e relevância do trabalho

Uma vantagem importante da abordagem da lógica institucional como teoria é o seu meio sistemático de associar ações institucionais e os seus efeitos, e como os atores constituem as instituições, podendo ser compreendidos e medidos objetivamente. Dentro da discussão político-sociológica dos agentes institucionais, a cultura é relegada ao tópico mais restrito de como grupos e movimentos sociais fazem uso da retórica e do enquadramento para serem persuasivos (Suddaby; Greenwood, 2005). Este trabalho pode preencher esta lacuna, uma vez que a abordagem da lógica institucional proporciona uma solução importante para este afastamento teórico dos efeitos institucionais, ao realçar como as dimensões culturais das instituições permitem e restringem a ação social.

O turismo cultural é compreendido como um produto da experiência humana que estreita e fortalece as relações sociais e facilita a interação entre indivíduos de culturas distintas. Esta tese explora a dinâmica das instituições no contexto do turismo cultural e religioso, aplicando a Teoria das Lógicas Institucionais para analisar como essas instituições interagem e influenciam o desenvolvimento sustentável deste setor.

A política pública de fomento às áreas e segmentos criativos historicamente tem se dividido entre argumentos, de um lado, alinhados à política cultural, com objetivos tais como proteger, preservar e subsidiar a cultura, e, de outro lado, à política industrial, interessada em estimular a inovação, o desenvolvimento econômico, o emprego e a renda. A coexistência dessas duas abordagens cria uma tensão que muitas vezes resulta em políticas fragmentadas e ineficazes. A divisão entre múltiplos ministérios e secretarias gera uma sobreposição de responsabilidades e uma falta de coordenação que prejudica a implementação eficaz das políticas públicas para o setor criativo (Cunningham, 2009). Essa fragmentação pode levar à alocação inadequada de recursos e à marginalização das políticas culturais e criativas em detrimento de outras prioridades governamentais.

A ambivalência das políticas públicas para o setor criativo contribui para a falta de clareza em relação aos objetivos e resultados esperados. A falta de uma visão integrada e estratégica pode resultar em políticas que não atendem plenamente às necessidades do setor criativo, limitando seu potencial de contribuição para o desenvolvimento econômico e social (Oakley, 2009).

A criatividade deve ser interpretada, no planejamento e desenvolvimento urbano, com o objetivo de colocar as pessoas no centro dos processos, antes de se pensar a infraestrutura. Esta mudança traz consigo um grande desafio no que tange ao processo de planejamento das atividades econômicas regionais (Boccella; Salerno, 2016). Quando a base no processo de produção eram os ativos tangíveis – recursos financeiros, recursos físicos e mesmo recursos humanos – facilmente quantificáveis era possível estabelecer relações de causa e efeito. Aceitando a produção a partir da geração de ideias, encontra-se dificuldade de controle e previsão do que poderá ser produzido.

1.5 Organização do trabalho

Este trabalho é composto por 5 capítulos: Introdução, Revisão da literatura, Procedimentos metodológicos, Resultados e Conclusão.

Como revisão da literatura é abordado, primeiramente, como a religião, com fortes componentes culturais, se torna um fator importante para o desenvolvimento de regiões. A cultura é uma soma de costumes, tradições e valores, e não se resume apenas ao conhecimento adquirido, mas também à vivência dos símbolos representativos da sociedade, configurando-se como uma forma única de ser, viver e perceber o mundo (Pashai, 2014). No contexto da igreja cristã, a definição de comunidade religiosa transcende as dimensões teológicas, sociológicas e pastorais, evocando uma linguagem de união e companheirismo e englobando significado e propósito na experiência de pertença (Jesus, 2018).

O turismo religioso, e, dentro dele, o turismo cristão, transcende a atividade turística, posicionando-se mais como um ato de fé (Milan, 2010) e sendo entendido a partir de quatro perspectivas em função da demanda: espiritual, sociológica, cultural e geográfica, com gestores de destinos adaptando-se às mudanças nos fluxos turísticos. O evento da pandemia causada por Covid-19 afetou profundamente esses fluxos trazendo consequências econômicas ao seu entorno.

Em seguida, é discutida a atuação do Estado, por meio de políticas públicas, com o propósito de coordenar esforços com o setor privado para alcançar objetivos socialmente relevantes e politicamente determinados (Gomes; Ferreira, 2018). O dinamismo econômico regional não depende exclusivamente das grandes empresas, como também das micro, pequenas e médias empresas (Dallabrida; Becker, 2003).

Isto implica na articulação dos atores locais para definir objetivos e estratégias de desenvolvimento, onde não há um caminho único, mas uma pluralidade de vias de desenvolvimento (Dallabrida; Becker, 2008).

A definição da agenda ocorre dentro de uma rede complexa de atores estatais e sociais, e implementar e medir políticas públicas não é uma tarefa simples. Frequentemente, os agentes governamentais podem não compreender totalmente o problema e focar exclusivamente em aspectos políticos, comprometendo as opções técnicas para sua solução (Souza, 2006).

O terceiro tema abordado é o conceito de Economia Criativa, com origem na Indústria Cultural, que trata da produção a partir da imaginação humana e seu impacto na economia e no desenvolvimento regional. Essa mudança apresenta um desafio significativo no planejamento das atividades econômicas regionais, visto que as abordagens anteriores se baseavam em recursos tangíveis: financeiros, físicos e humanos e, agora, a produção orientada pela geração de ideias desafia o controle e a previsão das atividades produzidas (Howkins, 2001). Este novo sistema exige uma troca crescente de informações entre unidades, como empresas, repartições governamentais, hospitais, associações, instituições e indivíduos (Toffler; Toffler, 2003).

A criação de valor está intrinsecamente ligada à intensiva utilização das novas tecnologias, permitindo uma produção fragmentada e articulada, característica oposta ao modelo tradicional de grandes organizações. Cada cidade deve definir seu caminho evolutivo em direção à gestão inteligente, e a liderança municipal é crucial, envolvendo colaboração estreita com outras esferas da administração pública, empresas, universidades e, sobretudo, os cidadãos (Souza; Silva Neto, 2020).

A quarta parte da revisão trata da Teoria das Lógicas Institucionais que descreve como o capitalismo, a burocracia estatal e a democracia política moldam a forma como os indivíduos se envolvem nas lutas políticas (Alford; Friedland, 1985). Através das lógicas institucionais, os atores dão sentido aos seus ambientes, e pode-se interpretar as alterações nos valores sociais, significados culturais e pressões externas (Thornton; Ocasio; Lounsbury, 2012).

As múltiplas lógicas institucionais podem coexistir de maneiras complementares ou conflitantes, influenciando a forma como as organizações lidam com essas lógicas e trazendo implicações significativas para o desempenho e a

eficácia organizacional, influenciando processos de tomada de decisão, inovação e adaptação organizacional (Besharov; Smith, 2014).

1.6 Contribuições do trabalho

O turismo religioso é fonte geradora de empregabilidade e renda em diversas regiões e setores da economia, movimentando vários setores econômicos, tais como: hotelaria, alimentação e artigos religiosos, criando oportunidades para os habitantes locais (Agag *et al.*, 2022; Allal-Chérif, 2022; Tsironis, 2022). Um dos mais importantes destinos de turismo religioso no Brasil é Aparecida, uma cidade no interior do estado de São Paulo, que abriga o Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida (Junior, 2019; Tomazzoni; Beck, 2019).

A cultura emerge como um dos principais catalizadores do turismo religioso, sendo um ponto relevante no desenvolvimento da região que, por sua vez, depende de iniciativas de diferentes agentes no sentido de preservar o patrimônio histórico, ambientes históricos e principalmente a arte local (Hardy *et al.*, 2019; Kumar *et al.*, 2022; Mukhlis *et al.*, 2022). O patrimônio cultural tem suas raízes históricas de um povo, nação ou etnia, representa também a identidade comunitária e é representada por intermédio da transmissão de símbolos e tradições expressas por meio da arte e estilo de vida, entre outras dinâmicas regionais (Hardy *et al.*, 2019).

No entanto, o turismo religioso teve grande impacto negativo devido aos desafios impostos pela covid-19, que resultaram em uma redução no número de peregrinos e turistas, devido à necessidade de isolamento social e restrições impostas por autoridades que objetivaram a redução do contágio e disseminação do vírus (Agag *et al.*, 2022; Allal-Chérif, 2022). Esta queda do fluxo de visitantes originou crises em localidades com atividades turísticas, impactando diretamente a economia regional (Tsironis, 2022).

Os impactos da pandemia no turismo religioso afetaram fortemente diferentes sincretismos, como rituais, buscas espirituais, calendários religiosos, entre outros (Algahtani *et al.*, 2021; Kowalczyk *et al.*, 2020), resultando em transformações no turismo religioso em suas diferentes práticas, como adoração e práticas virtuais, que procuraram preservar as tradições frente à necessidade imposta pelas condições de distanciamento social, resultando em impacto comportamental dos fiéis (Algahtani *et al.*, 2021; Kowalczyk *et al.*, 2020; Lin; Hsieh, 2022).

Diante desse cenário, surge a questão: será que os acontecimentos relacionados à pandemia e à posterior crise podem mudar o comportamento do consumidor em relação ao turismo religioso? O crescimento do turismo digital pode ser uma alternativa para a retomada do setor? Para compreender essas questões, a teoria das lógicas institucionais (Thornton *et al.*, 2013) pode fornecer uma perspectiva valiosa, considerando os principais agentes envolvidos no turismo religioso de Aparecida: o público religioso como os turistas e peregrinos, a Igreja representada por seus sacerdotes e religiosos e o poder público.

A contribuição deste estudo tem dois impactos importantes: (1) de natureza econômica, uma vez que a pesquisa apontou a relevância de ações colaborativas e inovadoras para garantir a recuperação do turismo e a melhoria do desempenho no atendimento ao visitante do município, e (2) de natureza social, ao demonstrar que a articulação dessas forças possibilita não apenas superar períodos adversos, mas também construir um modelo de crescimento inclusivo e resiliente, capaz de fortalecer a identidade local e promover o bem-estar coletivo.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Cultura, religião e turismo religioso

O emprego da cultura como fundamento para o desenvolvimento de regiões tem sido objeto de observação por especialistas em diversas áreas. Vaz (2004) observa que uma variedade de planos, projetos e políticas urbanas e culturais adota a cultura como estratégia primordial. Essas iniciativas abrangem desde a preservação de sítios históricos até a ocupação de áreas degradadas, revitalização de regiões centrais ou periféricas e expansão urbana. A ênfase dessas intervenções recai na reabilitação ou recriação de ambientes históricos, na construção de equipamentos culturais, no design de espaços públicos, na promoção da arte pública e da animação cultural, entre outros recursos.

Quanto ao Patrimônio Cultural, este emerge como expressão da identidade histórica e das experiências de um povo, contribuindo para a preservação e manutenção da identidade de uma nação, grupo étnico, comunidade religiosa, tribo, clã ou família (Choay, 1992). Trata-se de um conjunto de símbolos sacralizados, tanto ideológica quanto religiosamente, que um grupo decide preservar e transmitir às gerações futuras, conferindo-lhe uma legitimação social e política.

Diniz (2013) destaca que, se uma localidade possui uma rica herança cultural, seu sistema de produção cultural tende a ser mais dinâmico e atrativo para o público, e que a estrutura do cotidiano da produção cultural local deve estar preparada para lidar com a rede de trabalho permanente estabelecida, garantindo a continuidade das atividades dos seus agentes e atores locais de maneira articulada e sensível às demandas emergentes.

Calabre (2020) enfatiza a extrema diversidade e complexidade do setor artístico-cultural. As amplas cadeias produtivas no processo de elaboração de produtos culturais envolvem inúmeros elementos em múltiplas atividades culturais comunitárias. A existência de produtos culturais desenvolvidos de maneira solitária ou coletiva, juntamente com saberes, experimentações, reconhecimentos e celebrações, contribui para a diversidade desse setor.

A própria noção de eventos culturais como produtos culturais é questionada (Ortiz, 2017), uma vez que as manifestações populares são o resultado de uma

construção coletiva e não pertencem a um indivíduo específico. Análises sobre a relação entre festas populares e turismo destacam como os protagonistas desses eventos enfrentam desafios semelhantes aos dos artistas (Farias, 2017). Eventos como o Boi-Bumbá de Parintins e os desfiles das escolas de samba no Rio de Janeiro são inegavelmente realizados dentro de um contexto de mercado de entretenimento (Mira, 2016).

A relação entre turismo e cultura fundamenta o conceito de turismo cultural (Botelho, 2007), que se concretiza através do deslocamento de pessoas impulsionadas por motivações culturais, como viagens de estudo, participação em festivais ou outros eventos artísticos, visitas a sítios e monumentos, e jornadas de estudo sobre natureza, arte, folclore e peregrinações. O turismo cultural é compreendido como um produto da experiência humana que estreita e fortalece as relações sociais, assim como facilita o processo de interação entre indivíduos de culturas distintas (Brasil, 2010).

O turismo religioso dentro do turismo cultural transcende a atividade turística, posicionando-se mais como um ato de fé. Milan (2010) delinea quatro perspectivas em função da demanda:

- a. Espiritual: envolve peregrinação e retiro espiritual como práticas de fé;
- b. Sociológica: onde o turismo religioso fortalece os laços do crente com a comunidade e a compreensão da história do grupo religioso;
- c. Cultural: proporciona a compreensão das religiões presentes nas sociedades sob diversas perspectivas;
- d. Geográfica: com gestores de destinos adaptando-se às mudanças nos fluxos turísticos.

Steil (2018) destaca a peregrinação como um ritual presente nas cosmologias das religiões mundiais, integrando códigos rituais e morais em práticas espirituais. Peregrinações estão intrinsecamente ligadas à paisagem e ao calendário das religiões locais e globais, marcando espaços e tempos especiais.

O turismo religioso, ao criar espaços de reafirmação e consolidação de fé e tradição religiosa, assume uma relevância singular. Este tipo de turismo, em algumas expressões, emerge como uma forma eficaz de promover e fortalecer a adesão religiosa, atuando como uma ferramenta na educação da fé (Abumanssur, 2018).

No contexto da igreja cristã, a definição de comunidade religiosa transcende as dimensões teológicas, sociológicas e pastorais, englobando significado e propósito na

experiência de pertença. Seja como uma comunidade física ou virtual, a religião e a igreja evocam uma linguagem de união e companheirismo, projetando a imagem do reino de Deus nos corações dos fiéis e facilitando a expressão de uma fé viva (Jesus, 2018).

No contexto de destinos religiosos como o Santuário de Aparecida, Fátima, Lourdes ou o Vaticano, a busca pela espiritualidade católica se manifesta como um fator motivacional preponderante para a viagem. Manifestações religiosas e eventos espirituais atraem turistas, romeiros e fiéis, com o turismo religioso muitas vezes associado ao espetáculo, como em festas religiosas (Silva, 2016).

A distinção entre turismo, peregrinação e romaria reside no grau de imersão e externalidade oferecido por cada experiência. Peregrinações e romarias estão mais intrinsecamente vinculadas à vivência religiosa de imersão no sagrado, enquanto o turismo religioso, muitas vezes, está mais associado ao espetáculo, como em festas religiosas (Steil, 2019).

Na perspectiva da antropologia do turismo, emerge um tipo de turismo praticado por peregrinos modernos que buscam um encontro consigo mesmos através do deslocamento para um outro mundo (Bastos, 2017). Tanto o turismo quanto a peregrinação são modalidades de viagem que compartilham ações e práticas, sendo categorias convergentes que refletem sobre a experiência e atribuem significado às vidas de peregrinos e turistas.

Dentro do segmento do turismo religioso, há um nicho ainda mais complexo e regulamentado: o Turismo Católico. Seja nos santuários que recebem muitos visitantes anualmente ou nos bairros que recebem poucos visitantes por dia, existe uma norma e legislação específica da Igreja Católica sobre o planejamento turístico nos locais de sua jurisdição, sendo necessário distinguir esse segmento turístico do restante do turismo religioso (Jesus, 2018). Outras religiões também fazem parte da cultura e da identidade nacional.

A consagração de Nossa Senhora Aparecida como Padroeira do Brasil em 1930 pelo Papa Pio XI é um marco significativo, reforçando a nação brasileira como essencialmente católica. A festa, inicialmente estabelecida em 7 de setembro, foi posteriormente alterada para 12 de outubro, a fim de evitar conflito com a comemoração da Independência do Brasil. Em 1980, através da Lei 6.802, foi instituído o feriado nacional nesta data (Bosisio, 2018).

Em Juazeiro do Norte, o sagrado e o econômico estão indissociavelmente vinculados ao Padre Cícero, influenciando a esfera pública e a vida privada. O líder comunitário exerceu grande poder sobre a comunidade, estimulando o desenvolvimento da indústria, do comércio e incentivando o surgimento de novas empresas. Sua influência também se estendeu à agricultura e pecuária local (Duarte *et al.*, 2016).

Até o início da década de 1990, Nova Trento não era considerada um destino turístico específico, sendo vista por especialistas de turismo de Santa Catarina como uma cidade com relativo interesse natural e histórico. Após a canonização de Madre Paulina em 1991 pelo Papa João Paulo II, o município passou a receber um número crescente de visitantes. Hoje, é considerada referência no turismo religioso de Santa Catarina e do Brasil, sendo designada como a "Capital Catarinense do Turismo Religioso", pela Lei Estadual no 15.184 de 01/07/2010 (Soares; Ramos, 2018).

A pandemia de covid-19 provocou transformações profundas nas comunidades religiosas, demandando respostas rápidas diante da impossibilidade do culto público presencial. Em questão de dias, transmissões ao vivo de cultos, oportunidades de adoração sincrônica e assincrônica, e novas comunidades virtuais se tornaram partes integrantes da vida religiosa e comunitária. As casas se transformaram em estúdios de gravação, as transmissões ao vivo permitiram a participação ativa dos leigos, e as igrejas locais emergiram como centros de uma comunidade religiosa global virtual.

No contexto de eventos religiosos, observou-se a resistência de alguns líderes religiosos às medidas de contenção que determinavam o fechamento de templos e locais de peregrinação. No entanto, a maioria das comunidades religiosas prontamente acatou as diretrizes governamentais e de saúde, visando conter a disseminação da covid-19. Este compromisso reflete a consciência sobre a importância de proteger a saúde dos fiéis, especialmente os mais idosos e a comunidade em geral. A rápida adaptação dos locais frequentados por aqueles em busca de conforto espiritual às novas condições sanitárias foi notada (Mróz, 2021).

As peregrinações, tradicionalmente sacralizadas, sofreram transformações significativas, destacadas por Mróz (2021) ao descrever a atmosfera desoladora que permeou santuários ao redor do mundo. Locais emblemáticos como a Igreja da Natividade em Belém, a Igreja do Santo Sepulcro em Jerusalém, Basílicas Maiores em Roma, entre outros, testemunharam o impacto da pandemia, com templos fechados, santuários desertos e líderes religiosos adaptando-se a rituais solitários.

Globalmente, medidas como a suspensão temporária da entrada de peregrinos em Meca pela Arábia Saudita, o cancelamento de cultos judaicos e a interrupção de eventos de celebração como o Purim, além do cancelamento da peregrinação de Amarnathji Yatra no hinduísmo durante o verão de 2020, ilustram a amplitude do impacto no turismo religioso (AFP, 2020; Crary, 2020; India News, 2020).

Diante desses encerramentos e da subsequente interrupção da peregrinação e do turismo religioso, surgiram respostas inovadoras, como práticas tecno-religiosas para alcançar os fiéis. Estas incluíram a realização de cultos e grupos de discussão online, transmissão de sermões e conferências pela internet, e até mesmo confissões via Skype ou Zoom (Olsen; Timothy, 2020). Líderes religiosos proeminentes, como o Papa Francisco, adotaram a transmissão ao vivo de missas diárias, enquanto outros exploraram a realidade virtual e aumentada para oferecer experiências virtuais em locais sagrados e passeios virtuais.

No horizonte, organizações e comunidades religiosas voltaram seu olhar para o futuro, explorando novas formas de adoração. A possibilidade de orar virtualmente ou enviar preces a serem realizadas em nome do peregrino virtual em santuários e locais religiosos principais se tornou uma realidade. Esta evolução levanta questionamentos sobre como tais práticas moldarão o turismo religioso e a peregrinação no futuro, especialmente no que se refere às economias locais.

Com relação ao Santuário de Lourdes, na França, após a flexibilização das restrições de visitação e a determinação de redução do número de visitantes, resultados foram divulgados por órgãos de imprensa (Séraphin; Jarraud, 2021):

- a. Aspecto financeiro: o Le Figaro reportou uma perda financeira de 8 milhões de euros para o Santuário (Le Figaro [Online]);
- b. Experiência: as mudanças na operação resultaram na limitação do número de pessoas permitidas dentro do Santuário, com um máximo de 5000 visitantes por vez;
- c. Estratégia de comunicação: antes da pandemia, o Santuário mantinha apenas uma página no Facebook, no entanto, para a realização da peregrinação virtual "Lourdes United", foram criadas quatro páginas no Facebook em inglês, espanhol, italiano e português (Santuário, 2020). A transmissão online da Peregrinação Lourdes United, em 16 de julho, atraiu a atenção de 80 milhões de pessoas, e o canal do Santuário no YouTube registrou 193 mil assinantes por conta própria (Le Figaro [Online]; YouTube [Online]);

d. Potencial de crescimento futuro: o Santuário de Notre Dame de Lourdes experimentou uma mudança significativa, passando de 4 para 6 milhões de visitantes ao ano para uma audiência acumulada de 80 milhões de telespectadores em plataformas online durante a e-peregrinação de 16 de julho de 2020 (Le Figaro [Online]; Le Nouvel Obs, 2020).

A dinâmica do turismo religioso está passando por transformações, levantando a questão crucial de como esse setor se adaptará e desenvolverá novas abordagens para impulsionar estratégias de crescimento. Em um mundo pós-covid-19, é imperativo que os desenvolvimentos futuros sejam orientados por uma compreensão clara e lógica da heterogeneidade do setor, envolvendo todas as partes interessadas na definição de metas e objetivos.

Do ponto de vista econômico, a crise resultante da pandemia deixou muitas pessoas lutando pela subsistência, tornando urgente a busca por soluções sustentáveis. À medida que a peregrinação se torna mais associada ao patrimônio, natureza, bem-estar e espiritualidade secular, as inovações adotadas durante a pandemia podem ter impactos duradouros (Bayley, 2022). Essas mudanças refletem as forças culturais predominantes, que, assim como a pandemia em si, moldarão o futuro da peregrinação em um contexto pós-pandêmico.

Três razões fundamentais sustentam a expectativa de uma retomada intensa da peregrinação e do turismo religioso (Olsen; Timothy, 2020): em algumas tradições religiosas, a peregrinação é considerada obrigatória para alcançar a salvação; a peregrinação é uma forma ancestral de mobilidade e motor essencial do turismo, reunindo os crentes em comunidade de fé; o turismo religioso desempenha um papel econômico crucial em muitos lugares ao redor do mundo, dependendo fortemente das viagens religiosas.

O interesse pelo componente cultural tem ganhado destaque nos estudos sobre empreendedorismo, refletido em pesquisas que exploram a influência de valores, símbolos e comportamentos sobre a atividade empreendedora (Hayton *et al.*, 2002; Silva; Gomes; Correia, 2009). Essa investigação se estende à compreensão da interseção entre valores culturais e religiosos, com a religião desempenhando um papel distintivo na formação e orientação de iniciativas empreendedoras (Dana, 2009).

Os fundamentos teóricos de Max Weber (2001) oferecem uma base sólida para compreender a relação entre empreendedorismo e religião. Weber argumentava que o protestantismo, com sua ética teologicamente inovadora, influencia a dinâmica da

atividade econômica, destacando a relevância dos fatores culturais e do ethos religioso.

A dinâmica mutável da relação entre religiões e mídia digital apresenta uma solução para os desafios atuais, ancorada no passado histórico da igreja cristã, que sempre recorreu às redes sociais e interseções de comunidades reais e imaginárias. O desafio enfrentado pela religião nessa complexa relação com as redes sociais é, precisamente, a gestão da ausência de presença física no culto coletivo, ao mesmo tempo em que sustenta a presença psicológica dessa ausência (Dawson, 2016).

A dimensão global da pandemia, aliada à mobilidade restrita e ao isolamento de milhões de pessoas em todo o mundo, teve um forte impacto nos centros de peregrinação e cidades de peregrinação, como evidenciado pelo exemplo de Lourdes. O tradicional fluxo de peregrinação foi radicalmente alterado.

Durante os primeiros seis meses da pandemia de covid-19, o número de peregrinações e turistas em santuários católicos na Europa diminuiu drasticamente, entre 90% e 95% (Rinaldi; Cinquini, 2021). Não apenas o número de visitantes foi afetado, mas também a estrutura demográfica dos peregrinos, com uma redução significativa na presença daqueles com mais de 60 anos, e as motivações para a peregrinação aos santuários passaram por transformações.

É válido destacar aspectos positivos relacionados às romarias e ao turismo religioso durante a primeira onda da pandemia de covid-19. O desejo expresso por milhares de pessoas, manifestado não apenas nas redes sociais, de se aproximarem espiritualmente, solidarizarem-se com os enfermos, apoiarem financeiramente seus santuários prediletos e planejarem futuras peregrinações pós-covid-19, destaca-se como um fenômeno significativo (Marti, 2021).

Durante a Páscoa de 2020, a transmissão online de todos os principais eventos da Semana Santa e da Páscoa – uma novidade – alcançou milhões de espectadores em todo o mundo. As plataformas digitais, como o site do Vatican News e as redes sociais, registraram visualizações e interações, transcendendo a audiência católica e conectando-se a um público mais amplo.

Antes da pandemia, o Santuário de Nossa Senhora de Lourdes, o maior santuário mariano da Europa, recebia cerca de 5 milhões de peregrinos anualmente. Durante a crise, aproximadamente 95% das peregrinações foram canceladas, impactando diretamente a economia local (Rinaldi; Cinquini, 2021), que depende fortemente do turismo religioso. Iniciativas foram implementadas para reativar o

turismo de peregrinação, incluindo a realização da primeira peregrinação virtual internacional em julho de 2020, transmitindo orações, missas e procissões online para peregrinos que participaram espiritualmente.

Essas mudanças sem precedentes na dinâmica do turismo religioso, em decorrência da pandemia de covid-19, destacam a necessidade de adaptação e inovação nos centros de peregrinação, além de ressaltar a resiliência e a busca espiritual das comunidades religiosas em tempos desafiadores.

O Santuário de Nossa Senhora de Jasna Góra, um dos locais de devoção católica mais proeminentes da Polônia e mundialmente reconhecido, tem sido foco de veneração ao ícone miraculoso de Nossa Senhora de Jasna Góra desde 1382. As peregrinações a este santuário abrangem dimensões religiosas, sociais e culturais, com uma tradição que remonta ao início do século XVII, ganhando expressividade particular a partir da década de 1970 (Jackowski, 1999). Nos anos anteriores à eclosão da pandemia de covid-19, o santuário atraía aproximadamente 4,5 milhões de peregrinos anualmente, incluindo cerca de 150 mil peregrinos a pé (JasnaGóranews, 2024)¹.

Contudo, com o início da pandemia em março de 2020, o santuário viu-se quase vazio durante março e abril daquele ano, mesmo não sendo fechado durante as restrições mais rigorosas. As romarias continuaram, mas com uma notável redução no número de participantes. A maioria das peregrinações, abrangendo diversas faixas etárias e profissões, foi cancelada nos primeiros meses da pandemia, com uma diminuição aproximada de 90% no número de participantes, conforme relatado pelos guardiões do santuário.

Estas restrições também impactaram o Santuário da Divina Misericórdia em Łagiewniki. O ápice desse impacto ocorreu a partir de 25 de março de 2020, afetando a última fase da Quaresma, a Páscoa e, especialmente, a Festa da Divina Misericórdia em 19 de abril de 2020. Esta festa, celebrada na Igreja Católica, no segundo domingo da Páscoa, é particularmente significativa em Łagiewniki, atraindo cerca de 100 mil peregrinos nos últimos anos. Pela primeira vez na história, devido à pandemia, a festa foi celebrada sem a presença de multidões de peregrinos.

Antes da pandemia, mais de 50 mil peregrinos e visitantes estrangeiros de diversas partes do mundo eram registrados anualmente em Łagiewniki

¹ Disponível em: <https://www.jasnagora.com/>.

(principalmente da Eslováquia, Itália, Alemanha, França, Áustria, República Checa, Espanha, Ucrânia, EUA, Filipinas, México, Canadá e Brasil) (Mróz, 2021). Contudo, em 2020, os visitantes estrangeiros representaram apenas 3% dos números anteriores à pandemia, de acordo com estimativas do porta-voz do Santuário.

A partir de 30 de maio de 2020, as peregrinações ao Santuário gradualmente se reativaram, mas permaneceram notavelmente individualizadas em junho e durante os meses festivos. As peregrinações de toda a Polônia foram organizadas em agosto e setembro, mas a afluência de peregrinos foi substancialmente menor.

Diante da crise operacional durante a pandemia, o guardião e os funcionários do Santuário implementaram várias iniciativas e atividades religiosas e espirituais. Estas incluíram transmissões de TV, rádio e Internet disponíveis 24 horas por dia em sites (www.faustyna.pl e www.milosierdzie.pl), como o Terço da Divina Misericórdia e as Santas Missas celebradas no Santuário. Além disso, foram realizadas campanhas, como o envio de uma imagem do Senhor Jesus Misericordioso pelo correio, a promoção da Devoção à Divina Misericórdia, a colocação de uma imagem do Senhor Jesus Misericordioso numa torre de 76 metros e a organização de peregrinações paroquiais ao Santuário. Houve também uma expansão na oferta de serviços de alimentação e alojamento na área de peregrinação do Santuário.

Terra Santa, situada entre o rio Jordão e o mar Mediterrâneo, é considerada um dos centros de peregrinação mais importantes, abrangendo não apenas cristãos e judeus, mas também muçulmanos. A expressão "Terra Santa" geralmente se refere a áreas dentro do moderno Estado de Israel, os territórios palestinos, a Jordânia Ocidental e setores no sul do Líbano e no sudoeste da Síria.

A partir de março de 2020, Israel implementou um bloqueio e promoveu o trabalho remoto, tornando o uso de máscaras obrigatório. Reuniões com mais de 10 pessoas foram proibidas, afetando o turismo de peregrinação e os serviços religiosos, com várias celebrações significativas, incluindo a Páscoa hebraica e a Páscoa cristã, sendo adiadas ou canceladas.

A Igreja Católica Romana, representada pela Custódia Franciscana *Terrae Sanctae* e o Patriarca Latino de Jerusalém, foi a primeira entre as denominações cristãs a oficialmente aceitar as restrições impostas por Israel (Custodia, 2021a, 2021b; Patriarcado Latino de Jerusalém, 2021). O Patriarcado Armênio também suspendeu suas atividades e fechou sua residência no mosteiro de São Tiago em Jerusalém, que está localizado no bairro armênio (Patriarcado Armênio de Jerusalém,

2021). Durante a maior parte do ano, não mais de 20 indivíduos foram permitidos simultaneamente em uma igreja.

No contexto da Igreja do Santo Sepulcro, a peregrinação sofreu restrições iniciais em março de 2020, sendo posteriormente proibida para visitantes, somente sendo reaberta em 24 de maio de 2020, com a permissão de menos de 50 visitantes simultâneos em seu interior (Jerusalem Patriarchate News, 2021). De setembro de 2020 a fevereiro de 2021, medidas mais rigorosas foram aplicadas, limitando a entrada a apenas cinco indivíduos simultaneamente. Com a rápida implementação da vacinação em massa, o acesso de peregrinos e visitantes ao interior da Igreja do Santo Sepulcro foi retomado a partir de fevereiro de 2021.

Frequentemente, a alternativa mais divulgada à tradicional peregrinação in loco durante a pandemia de covid-19 foi sua versão virtual (McFarlan, 2020). Nesta forma pandêmica, a peregrinação virtual se desdobrou como uma experiência realizada no conforto do lar, através da internet (Raj; Griffin, 2020). Um formato adotado foi o evento de transmissão ao vivo, onde, utilizando plataformas digitais como Zoom, YouTube e Facebook, a peregrinação foi transmitida diretamente para os espectadores. Peregrinações católicas online incluíram Nossa Senhora de Fátima em Portugal e Nossa Senhora de Guadalupe no México (Catholic News Agency, 2020, 2021; Reuters, 2020). Um dos maiores eventos ao vivo em 2020 foi a 'E-Pilgrimage' de quinze horas em Lourdes, atraindo oitenta milhões de espectadores, e foi repetido em 2021 (Bockman, 2021).

Outra abordagem virtual consistiu na compilação pré-gravada de hinos, orações, sermões, reflexões espirituais, poemas e outros conteúdos religiosos. Essa modalidade tendia a ser preferida por peregrinações locais menores. Por exemplo, a 'peregrinação online' gravada no YouTube pela Bradwell Pilgrimage em Essex, Inglaterra, incluiu fotografias de peregrinações anteriores, hinos e orações gravadas, e vídeos do clero realizando a liturgia no local de peregrinação (Bradwell, 2021).

Embora a peregrinação virtual não seja uma novidade, como apontado por historiadores (Barush, 2020; Boyle, 2021), a Lourdes TV, por exemplo, já utilizava tecnologia de webcam para proporcionar uma experiência direta na gruta mariana. O site de Lourdes também é interativo, permitindo que os peregrinos postem orações e acendam velas eletronicamente no santuário por meio de um computador ou outro dispositivo digital. Embora a ciberperegrinação não fosse desconhecida antes de

2020, ela se destacou durante a pandemia, tornando-se acessível ao público global em números sem precedentes.

A pandemia também impulsionou a popularização de pacotes turísticos religiosos virtuais. O fechamento das igrejas em Roma durante a Quaresma e a Páscoa de 2020 levou operadores de turismo virtual religiosos e comerciais a oferecer substitutos online (Bandini, 2021). A Terra Santa tornou-se um destino virtual favorito (Catholic News Agency, 2021).

Enquanto muitos peregrinos trocavam as viagens físicas pela opção virtual, surgiu uma tendência emergente para peregrinações locais. Nos Estados Unidos, livros e artigos incentivaram os católicos a explorar a herança religiosa de seu próprio país, em vez de viajar para o exterior (The World of Spirituality, 2020; Yoder, 2021). Uma tendência semelhante surgiu na Austrália, com o The Catholic Weekly recomendando sete peregrinações domésticas principais locais (Cramsie, 2021). Na França, o cancelamento da longa peregrinação de Chartres incentivou grupos locais a reduzir a escala e visitar santuários regionais (FSSPX News, 2021).

A análise teórica do turismo deve abranger a compreensão das particularidades locais relacionadas ao seu desenvolvimento e aos impactos, tanto positivos quanto negativos, nas relações sociais e no meio ambiente. Embora o turismo proporcione benefícios econômicos em níveis local, regional e nacional, é importante assegurar que esses ganhos alcancem efetivamente a população, especialmente aqueles em situação de vulnerabilidade. A responsabilidade de articular diferentes atores, orientar as políticas turísticas locais e buscar investimentos e estratégias de comercialização para os atrativos turísticos recai sobre o poder público (Rose, 2002). O turismo religioso, em particular, é moldado por uma estrutura de significados que transcende o âmbito religioso e é frequentemente utilizado em contextos político-administrativos.

2.2 Políticas públicas e sustentabilidade

O turismo merece uma reflexão teórica que dê conta de compreender as especificidades locais sobre seu desenvolvimento e dos impactos positivos e negativos importantes sobre as relações sociais e o ambiente. Ele gera benefícios econômicos em níveis local, regional e nacional, porém esses benefícios devem chegar à população, principalmente às pessoas mais empobrecidas (Rose, 2002).

A atuação do Estado, por meio de políticas públicas, visa coordenar esforços com o setor privado para alcançar objetivos socialmente relevantes e politicamente determinados (Gomes; Ferreira, 2018). Estas políticas dependem do envolvimento governamental, do diagnóstico de problemas, do planejamento de ações e da consecução de metas.

O planejamento público, enquanto buscador não apenas do crescimento, mas também do desenvolvimento, é fundamentado pela organização flexível da produção, pela difusão do conhecimento e da inovação, pela mudança e adaptação das organizações e pelo desenvolvimento urbano do território (Martin-Barbero, 2003). Acrescente-se a isso o conceito de regionalidade, definindo-a como a qualidade de ser de uma região. Esta consciência coletiva une os habitantes em torno de sua cultura, sentimentos e desafios, possibilitando esforços solidários pelo desenvolvimento regional (Gil; Oliva; Silva, 2007).

A compreensão das políticas públicas abrange diversas definições, desde a análise do governo à luz de grandes questões públicas até um conjunto de ações governamentais que produzem efeitos específicos (Souza, 2006). Adicionalmente, Theodor Lowi delinea quatro formatos possíveis para as políticas públicas: distributivas, regulatórias, redistributivas e constitutivas (Souza, 2006).

O modelo sistêmico ajuda a entender essa relação entre causa e efeito nas perguntas que ele suscita sobre as dimensões ambientais, características do sistema político, influência mútua entre inputs ambientais e políticas públicas, bem como o impacto dessas políticas no ambiente e no sistema político (Dye, 2010, p.126):

Quais são as dimensões ambientais significativas que geram demandas sobre o sistema político?

Quais são as características relevantes do sistema político que o habilitam a transformar demandas em políticas públicas e a preservar-se ao longo do tempo?

Como os inputs ambientais afetam o caráter do sistema político?

De que maneira as características do sistema político influenciam o conteúdo das políticas públicas?

De que modo os inputs ambientais influenciam o conteúdo das políticas públicas?

Como as políticas públicas afetam, via feedback, o ambiente e o caráter do sistema político?.

O dinamismo econômico regional não depende exclusivamente das grandes empresas, mas também das micro, pequenas e médias empresas (Dallabrida, 2003). Destaca-se ainda a importância da governança territorial, que implica na articulação

dos atores locais para definir objetivos e estratégias de desenvolvimento, contribuindo para uma dinâmica regional bem-sucedida, onde não há um caminho único, mas uma pluralidade de vias de desenvolvimento, como por exemplo redes de pequenas e médias empresas e consórcios (Becker, 2008).

A governança territorial, entendida resumidamente como o exercício do poder e autoridade por parte dos cidadãos ou grupos devidamente articulados em suas instituições e organizações regionais, e no gerenciamento dos recursos na escala local, implica na implementação de um processo social regional (Dallabrida; Becker, 2003). Trata-se de um processo de articulação dos atores na definição do padrão de desenvolvimento almejado e dos objetivos a serem alcançados, para, a partir do diagnóstico da realidade, definir prioridades, atribuir responsabilidades entre os grupos ali representados e definir ações estratégicas.

Diante dessas transformações, a participação comunitária, ancorada na descentralização e no planejamento municipal, emerge como fator central, complementando outras mudanças (Dowbor, 2016). A ênfase na qualidade de vida das comunidades urbanas, organizadas em torno do poder local, destaca a importância da participação comunitária nas decisões que afetam o espaço de vida dos cidadãos.

Kattel e Mazzucato (2018) destacam que países em todo o mundo buscam alcançar um crescimento econômico que seja inteligente, inclusivo e sustentável. Essa ambição reflete a compreensão de que o crescimento econômico não é apenas uma questão de taxa, mas também de direção, podendo seguir alternativas diversas. No entanto, tais metas exigem um repensar do papel do governo e das políticas públicas, bem como das formas organizacionais associadas, que devem ser tão dinâmicas e exploratórias quanto as próprias políticas. Assim, surge a necessidade de uma nova justificativa para a intervenção governamental, que vá além da simples correção de falhas de mercado.

Barrutia *et al.* (2022) exploram como as capacidades internas, lideradas pela inovação, permitem a integração de conhecimentos internos e externos no setor público. Quatro capacidades específicas são identificadas: liderança da alta administração, capacidade de absorção, folga organizacional e colaboração multifuncional. Esses elementos, combinados, promovem a inovação em serviços e a criação de valor público, essencial em políticas orientadas por missões.

O modelo proposto por Barrutia (2022) indica que: (1) Capacidades de colaboração externa (intensidade e qualidade) – sociedade local, provedores, especialistas e municípios pares – combinados com (2) Capacidades internas lideradas pela inovação: liderança da alta gerência, capacidade de absorção, folga organizacional e colaboração multifuncional, sejam combinadas para criar um número indutivamente determinado de combinações de capacidade de segunda ordem, que atinjam (3) Dimensões de valor público: valor relacionado à eficiência, valor relacionado à eficácia e valor relacionado aos desafios sociais.

Além disso, (1) projetos relacionados a propósitos: economia inteligente, mobilidade inteligente, ambiente inteligente, pessoas inteligentes, vida inteligente e governança inteligente, e (2) projetos relacionados a conteúdo tecnológico: relacionamentos digitais, serviços digitais, outros novos projetos baseados em tecnologia e projetos que não dependem de novas tecnologias devem afetar o valor público, juntamente com a capacidade de obtenção de financiamento para os projetos.

Por fim, embora mudanças e inovações sejam essenciais, elas também envolvem riscos. Teece e Leih (2016) sugerem que a medição cuidadosa de resultados e a gestão de riscos por meio da distribuição de probabilidades são fundamentais para a sobrevivência e crescimento organizacional em ambientes desafiadores. O setor público, em particular, deve adotar estratégias dinâmicas para mitigar riscos e maximizar a eficiência de políticas voltadas ao desenvolvimento econômico e social sustentável.

O Guia de Políticas Públicas da ENAP (2014), em seu capítulo sobre Implementação de Políticas Públicas, identifica três principais barreiras: políticas, de competência analítica e de capacidade operacional. Para a avaliação administrativa de políticas públicas, o mesmo guia sugere cinco modelos principais:

- a. Avaliações de esforços: tentativas de mensurar a quantidade de insumos do programa;
- b. Avaliações de desempenho: exame dos produtos do programa em vez dos insumos;
- c. Avaliações de processo: análise dos métodos organizacionais, incluindo regras e procedimentos operacionais, utilizados para executar programas;
- d. Avaliações de eficiência: tentativas de avaliar os custos de um programa e julgar se a mesma quantidade e qualidade de produtos poderia ser alcançada de forma mais eficiente, ou seja, a um custo menor;

e. Avaliações de adequação de desempenho.

Caracterizada tanto como política quanto técnica, a definição da agenda ocorre dentro de uma rede complexa de atores estatais e sociais, e implementar e medir políticas públicas não é uma tarefa simples. Frequentemente, os agentes governamentais não compreendem totalmente o problema, comprometendo as opções técnicas para sua solução (Souza, 2006). Após a definição da agenda, em que o governo reconhece um problema como uma questão pública e aceita as demandas da população, o processo de implementação não segue uma trajetória linear.

Os elementos centrais das políticas públicas podem ser resumidos da seguinte maneira (Souza, 2006):

- a. A política pública possibilita distinguir entre as intenções declaradas pelo governo e suas ações efetivas;
- b. Envolve diversos atores, tanto formais quanto informais, atuando em diferentes níveis de decisão;
- c. É abrangente, ultrapassando a esfera de leis e regulamentos;
- d. Representa uma ação intencional, com objetivos a serem alcançados;
- e. Tem impactos no curto prazo, mas seu escopo estende-se ao longo do tempo. Cada setor criativo possui um modelo de negócios, propriedade intelectual e cultura únicos.

A pandemia da covid-19 trouxe novos desafios aos governos devido à rapidez com que se propagou. A Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE, 2020) destaca 10 lições importantes para a recuperação de cidades após a crise da covid-19:

Lição 1. A necessidade de abordagens locais e centradas nas pessoas diante dos impactos assimétricos da covid-19.

Lição 2. A dependência da composição industrial, desagregação do mercado de trabalho e abertura comercial na exposição e recuperação das cidades.

Lição 3. A oportunidade de mudar o foco, de aumentar a mobilidade para melhorar a acessibilidade.

Lição 4. A exposição das desigualdades entre pessoas e lugares, especialmente nas grandes cidades, com grupos vulneráveis sendo duramente atingidos.

Lição 5. A compreensão de que o problema de saúde não está relacionado à densidade urbana, mas sim às desigualdades estruturais e à qualidade da urbanização.

Lição 6. A continuidade da digitalização como componente-chave do “novo normal”, embora a capacidade de teletrabalho varie.

Lição 7. O aumento da conscientização ambiental, acelerando a transição para a mobilidade limpa e economia circular.

Lição 8. As implicações para a governança, com a confiança dos cidadãos nos governos aumentando em alguns países, especialmente para políticos locais.

Lição 9. A necessidade de um foco mais forte na resiliência para a preparação de choques futuros.

Lição 10. A relevância das agendas globais, como os ODS, a Nova Agenda Urbana e a Estrutura de Sendai, na reformulação do planejamento, política, estratégia e orçamento desde o início.

O ponto comum entre eles é compartilhar uma dependência do talento criativo. Nesse sentido, a prioridade nas políticas públicas de um país deveria ser a educação e capacitação (Souza, 2006).

A conexão entre Economia Criativa e Políticas Públicas é enfatizada no Panorama da Economia Criativa no Brasil (IPEA, 2013), destacando características básicas da Economia Criativa:

- a. Atividades econômicas dependentes do conteúdo simbólico, incluindo a criatividade como fator preponderante na produção de bens e serviços;
- b. Um conceito evolutivo baseado em recursos criativos potencialmente geradores de crescimento e desenvolvimento econômico;
- c. Capacidade para promover ganhos de renda, emprego, exportação, inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano;
- d. Abrangência de aspectos econômicos, culturais e sociais, interagindo com tecnologia, propriedade intelectual, turismo e esporte.

As melhores práticas de políticas públicas podem ser resumidas da seguinte forma (Souza, 2006):

Educação

- I. Estimular comportamentos criativos e empreendedores desde a educação fundamental;
- II. Incorporar o estudo de Artes, Tecnologia, Design e Ciência da Computação na base curricular escolar;
- III. Implementar projetos de capacitação profissional para a exportação de produtos e serviços criativos, incluindo capacitação digital;

IV. Conduzir projetos de capacitação cidadã para promover o conhecimento e a valorização da cultura local como ferramenta de desenvolvimento e melhoria da qualidade de vida;

V. Fomentar parcerias entre empresas, governo e instituições de ensino.

Governança

I. Fortalecer instituições para assegurar a continuidade das ações e simplificação de processos;

II. Constituir Organizações Sociais (OS) para garantir a continuidade dos projetos;

VIII. Promover a articulação e coordenação de esforços;

III. O planejamento, envolvendo agentes públicos, privados, instituições de ensino e trabalhadores das áreas, promove a legitimidade e um compromisso comum;

IV. Decisões estratégicas devem ser baseadas em dados e resultados, investindo continuamente em um sistema de informações atualizado e confiável para toda a cadeia criativa.

Sistema de Financiamento

I. Desenvolver projetos específicos para diferentes áreas criativas;

II. Investir em instituições culturais para que possam utilizar a tecnologia para expandir seu alcance e criar fontes de valor;

III. Proteger a propriedade intelectual e oferecer capacitação e orientação aos pequenos empreendedores;

IV. Fomentar a integração com os mercados internacionais e locais.

Infraestrutura

V. Proporcionar conforto, informação e serviços de qualidade para cidadãos e turistas;

VI. Envolvimento dos stakeholders para garantir comprometimento, mobilização de recursos e continuidade das ações;

Turismo

I. Desenvolver roteiros e circuitos para proporcionar experiências autênticas com a cultura local;

II. Coordenação de uma agenda de eventos;

III. Implementar comunicação estratégica;

IV. Aprimorar a experiência do visitante com o uso estratégico da tecnologia.

2.3 Economia criativa e criação de valor

O conceito de Terceira Onda, proposto por Toffler (1980), delinea uma perspectiva evolutiva do processo produtivo em três fases distintas. A humanidade transitou por três significativas transformações: a primeira onda, marcada pela Revolução Agrícola, impulsionou a transição do nomadismo para a coletividade, iniciando o processo de troca do excedente produzido. A segunda onda, caracterizada pela produção industrial em escala, introduziu a produção antecipada às demandas do cliente e deu origem a conceitos fundamentais de marketing. Na terceira onda, conforme postulado pelo autor, emerge a Revolução da Informação.

Toffler (1994) destaca a revolução na economia da Terceira Onda, centrada no conhecimento. Nesse contexto, terra, trabalho, matérias-primas e capital, que dominaram a economia da Segunda Onda, cedem lugar ao conhecimento, abrangendo dados, informação, imagens, símbolos, cultura, ideologia e valores. O autor ressalta a inexauribilidade do conhecimento, antecipando uma mudança do trabalho físico rotineiro, processado em lotes e com horários fixos em fábricas e escritórios, para um fluxo contínuo baseado em conhecimento e criatividade, transcendendo fronteiras de tempo e espaço.

O conhecimento, como fator de produção, redefine o panorama econômico, impactando propriedade, emprego e a estrutura organizacional das empresas (Toffler, 1994). A proteção legal de propriedade intelectual, incluindo direitos autorais, patentes, marcas comerciais e design, emerge como elemento crucial, pavimentando o caminho para o desenvolvimento do que posteriormente se consolidou como a Economia Criativa.

Howkins (2001) populariza o termo Economia Criativa com seu livro *The Creative Economy - How People Make Money from Ideas*. Ele identifica quinze setores, cuja produção se baseia no conhecimento, ampliando o conceito de Indústria Cultural, cunhado por Adorno e Horkheimer (1974), para a Indústria Criativa, incorporando a tecnologia. Entre esses setores, destacam-se Publicidade, Arquitetura, Artes, Artesanato, Design, Moda, Cinema, Música, Artes Cênicas, Editoração, Pesquisa e Desenvolvimento, Software, Brinquedos e Jogos, Rádio e TV. Dentre os dez princípios estabelecidos por Howkins, destacam-se a importância de pessoas criativas, o trabalho do pensador e o trabalho pós-emprego.

O conceito de criação como forma de produção, com suas nuances econômicas, permanece central. Florida (2004) desenvolve o conceito de Classes Criativas como uma categoria relevante no desenvolvimento econômico urbano e

regional. Essa classe, composta por profissionais criativos, desempenha um papel crucial, superando as abordagens tradicionais que priorizavam a atração de empresas para determinadas regiões. Florida propõe um tripé de desenvolvimento constituído por Tecnologia, Talento e Tolerância, destacando a competição entre cidades e regiões na atração de profissionais criativos. A tolerância, definida como a aceitação de imigrantes, artistas, gays, boêmios e integração racial e socioeconômica, emerge como um elemento-chave nesse contexto.

A competição por talentos transcende fronteiras nacionais e se estende entre cidades e regiões. Ele amplia o escopo das classes criativas para incluir não apenas arte e cultura, mas também inovação, incorporando profissionais autônomos e colaboradores corporativos no processo de criação de ideias e tecnologia (Florida, 2005).

A ascensão da economia criativa delinea uma economia global cada vez mais estratificada. Regiões que conseguem atrair profissionais da classe criativa testemunham um melhor desempenho econômico, enquanto aquelas com déficit nesse aspecto correm o risco de comprometer sua economia. A abordagem dessas cidades a esse desafio crítico influenciará não apenas seus destinos individuais, mas também determinará o sucesso ou fracasso mais amplo na exploração do potencial produtivo da era criativa (Florida, 2004).

O relatório da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD) sobre Economia Criativa destaca três dimensões essenciais para a compreensão das indústrias criativas:

- a. Criatividade artística: Envolve imaginação e a capacidade de gerar ideias originais, que se manifesta em novas formas de interpretar o mundo, através de texto, som e imagem;
- b. Criatividade científica: Caracterizada pela curiosidade e o desejo de experimentar e fazer novas conexões na solução de problemas, integrando a inovação em tecnologia, negócios, práticas e marketing;
- c. Criatividade econômica: Essa dimensão está intrinsecamente ligada à inovação e resulta ganhos em vantagens competitivas na economia (UNCTAD, 2008, p.9).

No segundo relatório sobre Economia Criativa, a UNCTAD expande a compreensão das indústrias criativas, definindo-as por meio das seguintes condições:

- a. Ciclos de criação e produção, envolve criatividade e capital intelectual;

- b. Atividades baseadas em conhecimento e artes, gerar receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual;
- c. Produtos tangíveis e serviços, no cruzamento entre setores artísticos, de serviços e industriais (UNCTAD, 2008, p.13).

Dessa evolução conceitual, emergiu o fenômeno das Cidades Criativas, que identificam, atraem e sustentam talentos para mobilizar ideias e organizações criativas. A criatividade inerente ao termo, no contexto do planejamento e desenvolvimento urbano, visa colocar as pessoas no centro dos processos antes de considerar a infraestrutura.

Essas mudanças apresentam um desafio significativo no planejamento das atividades econômicas regionais. Enquanto as abordagens anteriores se baseavam em recursos financeiros, físicos e humanos tangíveis, a produção orientada pela geração de ideias desafia o controle e a previsão das atividades produzidas (Howkins, 2001).

A característica intrinsecamente livre da criação implica que o planejamento dessas atividades seja mais complexo e sofisticado, envolvendo de maneira mais substancial o setor público. Esta complexidade é acentuada por observações de autores:

- a. A própria complexidade do novo sistema exige uma troca crescente de informações entre unidades, como empresas, repartições governamentais, hospitais, associações, instituições e indivíduos. Isso gera uma demanda crescente por computadores, redes de telecomunicação digital e novos veículos de comunicação (Toffler; Toffler, 2003).
- b. O talento humano é a matéria-prima, capaz de transformar ideias novas e originais em capital econômico e produtos vendáveis. Recursos de produção, embora essenciais, tornam-se menos críticos, destacando-se especialmente à medida que produtos criativos percorrem a cadeia de valor (Howkins, 2001).
- c. Legislar a criatividade urbana é tão desafiador quanto legislar o crescimento econômico. Entretanto, podemos fornecer o espaço físico e social necessário para que oportunidades criativas e econômicas prosperem (Florida, 2004).

O relatório *Creative Economy Outlook - Trends in International Trade in Creative Industries - 2002-2015* (UNCTAD, 2018) destaca que a economia criativa pode catalisar mudanças e construir sociedades mais inclusivas, conectadas e colaborativas. Apresenta uma gama de atividades da economia criativa que podem ser expandidas, tornando-se uma alternativa viável para estratégias de diversificação

econômica, como por exemplo: artesanato, audiovisual, design, fabricação digital, novas mídias, artes cênicas, publicação, artes visuais.

A UNESCO, em 2004, estabeleceu a Rede de Cidades Criativas para promover a cooperação entre cidades que adotaram a criatividade como estratégia para o desenvolvimento urbano. Essa rede, com 246 cidades participantes, incluindo oito no Brasil, representa um compromisso em compartilhar melhores práticas e desenvolver parcerias entre setores público e privado, bem como a sociedade civil. Os objetivos declarados da rede incluem fortalecer a criação, produção, distribuição e difusão de atividades culturais, desenvolver polos de criatividade e inovação, ampliar as oportunidades para criadores e profissionais culturais, além de melhorar o acesso e a participação na vida cultural, especialmente para grupos marginalizados ou vulneráveis. A Rede de Cidades Criativas, como parceira da UNESCO, evoluiu para ser uma plataforma de reflexão sobre o papel da criatividade no desenvolvimento sustentável, desempenhando um papel significativo na implementação da Agenda 2030.

No ano de 2011, o Brasil inaugurou a Secretaria da Economia Criativa, sob a alçada do Ministério da Cultura, lançando simultaneamente o Plano da Secretaria da Economia Criativa – Políticas, diretrizes e ações – 2011 a 2014. Nas palavras introdutórias da então Ministra da Cultura, Ana de Hollanda, a Secretaria da Economia Criativa (SEC) representava o compromisso do Ministério em liderar a formulação, implementação e monitoramento de políticas públicas voltadas para um novo desenvolvimento fundamentado na inclusão social, sustentabilidade, inovação e, principalmente, na rica diversidade cultural brasileira (Ministério da Cultura, 2011).

Essas palavras não apenas delinearão uma nova abordagem do Ministério em relação à cultura, mas também destacaram o papel proativo do Ministério da Cultura (MinC) ao assumir a liderança na construção de um Brasil Criativo. Apesar de extinta em 2016, a existência da SEC trouxe à tona questões intrínsecas à gestão de interesses econômicos, políticos e culturais, apresentando desafios significativos para uma entidade criada para salvaguardar os interesses culturais, que, à primeira vista, parecem estar se tornando obsoletos. O MinC se depara com a interrogação central: como abordar a cultura na construção de um Brasil Criativo? (Ministério da Cultura, 2011).

O Brasil, detentor de uma cultura rica e multifacetada, promove uma multiplicidade de eventos culturais significativos. Celebidades como o Carnaval, a

Festa do Boi de Parintins, as Festas Juninas, a Festa do Peão de Boiadeiro, além de mostras de Cinema, Teatro, Dança e Literatura, evidenciam a vitalidade cultural do país. No âmbito dos Arranjos Produtivos Locais (APL), destacam-se iniciativas como a Economia do Círio de Nazaré em Belém (Pará), o Arranjo Produtivo do Turismo Religioso em Juazeiro do Norte (Ceará), o APL de Bordados de Caicó (Rio Grande do Norte), e o Polo de Cerâmica Artística de Cunha, além do turismo religioso de Aparecida (São Paulo) (Serra; Fernandez, 2014).

O Relatório Creative Economy Report 2008 (UNCTAD, 2008), emitido em meio à crise global de 2008, destaca a incapacidade do mercado em abordar isoladamente desequilíbrios socioeconômicos, preconizando a implementação conjunta de políticas e ações para estimular o desenvolvimento. Sugere que os países em desenvolvimento incorporem produtos criativos em suas negociações no Sistema Global de Preferências Comerciais, não dependendo exclusivamente do aumento da demanda nas nações industrializadas. O relatório enfatiza 10 mensagens-chave para países em desenvolvimento (UNCTAD, 2008):

- I. A crise global de 2008 causou uma queda na demanda global e concentração de 12% no comércio internacional, entretanto, as exportações mundiais de produtos e serviços criativos mantiveram uma taxa de crescimento anual de 14% por seis anos consecutivos;
- II. O comércio Sul-Sul, entre países em desenvolvimento, apresentou uma taxa de crescimento de 20% no período de 2002-2008, com um volume de exportação de produtos criativos atingindo US\$ 176 bilhões em 2008;
- III. Combinação eficaz de políticas públicas e decisões empresariais, identificando e aprimorando os setores criativos, resulta em maior geração de empregos, fortalecimento da capacidade de inovação e melhoria da qualidade de vida social e cultural;
- IV. Estratégias de políticas para o desenvolvimento da economia criativa devem compreender sua natureza multidisciplinar e interconexões econômicas, sociais, culturais, tecnológicas e ambientais;
- V. O crescimento do mercado de multimídia abriu espaço para a distribuição e compartilhamento de conteúdo criativo digitalizado, gerando um debate complexo sobre proteção versus compartilhamento de direitos de propriedade intelectual, envolvendo governos, artistas, criadores e empresas;

VI. A economia criativa transcende as fronteiras das artes e negócios, impulsionando inovação e novos modelos de negócio. A revolução móvel está transformando vidas em países em desenvolvimento;

VII. A economia criativa opera por meio de redes entrelaçadas de sistemas de produção e serviços, profundamente influenciada pela atuação das redes sociais. Ferramentas como blogs, fóruns e wikis facilitam a conectividade entre pessoas criativas, produtos e lugares;

VIII. Políticas para a economia criativa devem alinhar-se às demandas das comunidades locais, relacionadas à educação, identidade cultural, desigualdades sociais e questões ambientais;

IX. Restrições causadas pela crise aumentaram a demanda global por cultura, eventos sociais, entretenimento e lazer, caracterizando o estilo de vida contemporâneo arraigado na economia criativa;

X. Cada país é único, assim como cada mercado; portanto, a formulação de uma estratégia viável para promover sua economia criativa deve ser fundamentada em seus próprios pontos fortes, pontos fracos e realidades específicas.

Persistem divergências quanto à amplitude do conceito de Economia Criativa, motivando a UNCTAD a empreender esforços na definição de suas fronteiras. Segundo a UNCTAD, a economia criativa é um conceito, fundamentado em ativos criativos capazes de catalisar crescimento e desenvolvimento econômico, envolvendo:

- a. Estímulo à geração de renda, criação de empregos e exportação de ganhos, enquanto promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano;
- b. Incorporação de aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo;
- c. Conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com dimensões de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis;
- d. Opção de desenvolvimento viável, demandando respostas de políticas inovadoras, multidisciplinares e ação interministerial;
- e. Indústrias criativas no epicentro da economia criativa (UNCTAD, 2008).

Uma crescente discussão sobre a interconexão de aspectos culturais e econômicos fundamenta a busca por justificativas à relevância desse novo conceito. Burity (2007) ressalta o papel da cultura nessa estratégia de desenvolvimento predominantemente economicista, visando inculcar, em sociedades resistentes à

lógica de mercado, um discurso de empreendedorismo, competição e eficiência. A manutenção da cultura nesse discurso, sob a forma de uma cultura empreendedora, competitiva e eficiente, emerge como essencial para reorganizar laços sociais e impulsionar a economia e a sociedade na contemporaneidade.

Justifica-se, portanto, a discussão integrada de políticas culturais e econômicas, visando movimentar recursos e atividades profissionais, contribuindo para o Produto Interno Bruto das regiões envolvidas, especialmente no que concerne ao futuro do emprego e ao desenvolvimento de competências adequadas à nova realidade.

O agente criativo, juntamente com a produção, difusão, circulação e comunicação com diversos públicos culturais, constitui o foco das políticas públicas. Assim, os efeitos econômicos e sociais das políticas culturais não podem ser negligenciados, sendo a Economia Criativa um potencial multiplicador de empregos e geradora de renda, fundamentada na liberdade de criação, diversidade e desenvolvimento de capacidades. Os objetivos gerais que permeiam outras políticas sociais aplicam-se igualmente às políticas culturais, vistas como meios para enriquecer a existência das pessoas e promover igualdade social.

A política pública direcionada às áreas e segmentos criativos frequentemente se divide entre objetivos vinculados à política cultural, visando proteger, preservar e subsidiar a cultura, e objetivos alinhados à política industrial, buscando estimular inovação, desenvolvimento econômico, emprego e renda. Essa dualidade, muitas vezes, compromete a eficácia da política, dividida entre múltiplos ministérios e secretarias, ocupando uma posição ambivalente nos espaços de políticas públicas e recebendo atenção inadequada.

Os argumentos para o estímulo às Indústrias Criativas e à Economia Criativa podem ser categorizados em três grupos: argumentos de política cultural, argumentos de política industrial e argumentos específicos para uma Economia e Sistemas Criativos. Essa complexidade demanda uma abordagem integrada e coesa para maximizar o potencial transformador da Economia Criativa na sociedade contemporânea.

A Economia Criativa, ancorada nos princípios da criatividade e inovação, representa uma fusão da riqueza cultural com os avanços tecnológicos. É incontestável o impacto da inovação tecnológica no crescimento econômico global, evidenciado pela otimização dos processos produtivos, aprimoramento da

competitividade empresarial e maior satisfação do consumidor. Contudo, é imperativo discernir entre crescimento econômico e desenvolvimento, pois enquanto o primeiro refere-se a um aumento sustentado de uma unidade econômica ao longo de um ou vários períodos, o segundo transcende, influenciando diretamente a qualidade de vida individual e coletiva. Nas palavras de Bresser-Pereira (2019): "O desenvolvimento econômico é o componente básico desse processo mais amplo de desenvolvimento: é o processo de acumulação de capital com incorporação de progresso técnico que resulta em transformações estruturais da economia e da sociedade e no aumento dos salários e dos padrões de consumo de um Estado-Nação."

A automação no setor agrícola, a flexibilização industrial e o advento dos aplicativos nos serviços delineiam avanços significativos, entretanto, a central indagação persiste: o aumento da oferta de empregos é acompanhado por uma melhoria real na renda dos trabalhadores?

Jeremy Rifkin (2004) alertou para o desemprego tecnológico como a principal ameaça que a sociedade contemporânea enfrentaria. Contrariando a perspectiva neoclássica, Rifkin argumenta que a inovação tecnológica não garante crescimento econômico permanente e emprego. O autor destaca a tendência histórica de que a não distribuição dos ganhos da automação resulta em concentração de renda, exacerbada pela irresponsabilidade social empresarial. Para ele, essa dinâmica gera desemprego, tensões sociais e um novo proletariado: as máquinas.

A solução proposta por Rifkin envolve a participação do Terceiro Setor, absorvendo a mão de obra ociosa por meio de serviços sociais voluntários. O Estado, segundo sua visão, poderia apoiar esse pacto com um salário indireto para os voluntários, através de deduções fiscais e um salário social para desempregados que contribuíssem para suas comunidades. Essa abordagem, além de viabilizar uma renda básica anual, fomentaria o espírito comunitário e a economia social.

Harari (2018) acrescenta uma perspectiva intrigante, questionando se, desta vez, a automação não resultará em uma perda líquida de empregos. Ele destaca que, historicamente, para cada emprego perdido para a máquina, um novo foi criado. Contudo, a ascensão da inteligência artificial em habilidades cognitivas humanas levanta dúvidas sobre essa dinâmica tradicional.

A proposta de Harari é que os governos retardem a automação, proporcionando tempo para ajustes e criando condições para novos empregos. Ele sugere subsídios

para educação vitalícia, uma rede de proteção durante transições e a implementação de uma renda básica, alinhando-se com a visão de Rifkin.

Confrontando essas perspectivas, emerge um cenário complexo que exige uma abordagem multifacetada, equilibrando inovação, desenvolvimento e bem-estar social. O desafio está em forjar soluções que assegurem a coexistência harmônica entre a crescente influência tecnológica e a prosperidade social.

Muhammad Yunus, laureado com o Prêmio Nobel da Paz por sua notável contribuição à criação de um banco de microcrédito, apresentou o conceito revolucionário de Negócios Sociais. Segundo Yunus (2010): "Em um negócio social, um investidor visa ajudar os outros sem obter qualquer ganho financeiro para si mesmo. O negócio social é um negócio porque deve ser autossustentável - ou seja, gera renda suficiente para cobrir seus próprios custos."

O diferencial é que, no negócio social, o objetivo de maximização de lucros é substituído pelo compromisso exclusivo com a realização de metas sociais. Yunus enfatiza a essência do negócio social como uma "empresa sem perdas, não dividida", dedicada inteiramente a objetivos sociais específicos.

A empresa social opera de forma semelhante a qualquer empreendimento convencional, lidando com produtos, serviços, clientes, mercados, despesas e receitas. No entanto, seu propósito singular reside na substituição do objetivo de maximização de lucros pela busca de benefícios sociais diretos. Investidores, nesse contexto, não retiram lucros além da recuperação do investimento inicial.

Paralelamente, o conceito de Capitalismo de Stakeholder surge da Teoria dos Stakeholders. No Fórum Econômico Mundial de 2020, a discussão revelou um modelo de capitalismo onde os investidores são recompensados pelo risco assumido, mas a organização não foca exclusivamente nos acionistas. Em vez disso, ela se concentra em benefícios para todas as partes interessadas, mantendo objetivos voltados para comunidades e sociedade em geral.

O manifesto desse modelo reafirma a importância de tolerância zero à corrupção, defesa dos direitos humanos em todas as cadeias de suprimentos, pagamento adequado de impostos e vinculação da remuneração dos executivos à eficiência na realização das metas sociais e ambientais. As empresas, segundo essa visão, não devem ser apenas unidades geradoras de riqueza, mas colaboradores ativos no desenvolvimento sustentável.

Na mesma linha, a Economia Criativa, enraizada nos pilares da criatividade e da inovação, representados pela cultura e tecnologia, desempenha um papel fundamental. A inovação tecnológica impulsiona o crescimento econômico global, otimizando processos produtivos e aumentando a competitividade empresarial. No entanto, é vital discernir entre crescimento e desenvolvimento econômico. Enquanto o crescimento indica um aumento sustentado de uma unidade econômica, o desenvolvimento transcende, impactando diretamente a qualidade de vida das pessoas e da sociedade em geral.

No contexto da responsabilidade social empresarial, a mera expectativa de que as empresas atuem por iniciativa própria não é suficiente. É imperativo que, por meio de políticas públicas, seja fomentado o desenvolvimento. O desafio premente reside na transformação das cidades em entidades mais inteligentes, onde a integração de novas tecnologias, governança eficiente e participação cidadã convergem para soluções que promovam o desenvolvimento, inclusão social e econômica, capacitação profissional diante das transformações do mercado e da indústria. Isso deve ser motivado pela aspiração de melhorar a qualidade de vida, os serviços urbanos e a infraestrutura (Silva, 2019).

O potencial de crescimento econômico na economia criativa e as iniciativas promovidas pelo setor público convergem para as políticas públicas de fomento e objetivos de contribuição para o desenvolvimento social (Aguiar; Lima, 2020). Toda política pública encontra sua legitimidade no enfrentamento de problemas sociais específicos, desencadeando ações assertivas em resposta a desafios considerados indesejáveis.

Cada cidade, guiada por sua visão única, deve definir seu caminho evolutivo em direção à gestão inteligente. Para um avanço efetivo, a liderança municipal é crucial, envolvendo colaboração estreita com outras esferas da administração pública, empresas, universidades e, sobretudo, os cidadãos. As cidades inteligentes aspiram a um crescimento futuro que seja social e ambientalmente responsável (Souza; Silva Neto, 2020).

No cenário de mercado, a criação de valor está intrinsecamente ligada à intensiva utilização das novas tecnologias, permitindo uma produção fragmentada e articulada, característica oposta ao modelo tradicional de grandes organizações. Essa configuração confere resiliência ao processo de produção, formado por redes de

pequenas empresas e indivíduos, que participam de acordo com suas afinidades, alinhando-se à essência da Economia Criativa (Castro *et al.*, 2018).

Observa-se uma transição do trabalho formalizado para formas diversas de informalidade e precarização no mercado, como trabalhos terceirizados, informais, voluntários e empreendedorismo. Essa transformação é objeto de críticas no processo de incubação de empresas na economia criativa (Bittencourt *et al.*, 2021).

Por fim, os desafios globais, como a participação social nos processos decisórios, a redução da desigualdade e as mudanças climáticas, demandam abordagens inovadoras. Diante da inadequação das soluções tradicionais para os problemas atuais e futuros, surge um ambiente propício à criatividade e inovação (Brandão; Castro, 2018).

2.4 Lógicas institucionais e conflitos

O termo Lógicas Institucionais foi introduzido por Alford e Friedland (1985) para descrever as práticas e crenças contraditórias inerentes às instituições das sociedades ocidentais modernas. Esses autores descrevem o capitalismo, a burocracia estatal e a democracia política como três ordens institucionais concorrentes que possuem práticas e crenças distintas, moldando a forma como os indivíduos se envolvem nas lutas políticas:

- a. A lógica do capitalismo enfatiza a acumulação de capital e a maximização do lucro como objetivos primordiais, influenciando a estrutura das organizações econômicas e o comportamento dos indivíduos dentro do mercado.
- b. A lógica da burocracia estatal centraliza a administração racional e legal, focando em eficiência, previsibilidade e controle, sendo dominante nas organizações governamentais.
- c. A lógica da democracia política promove a participação cidadã, igualdade e deliberação, influenciando as instituições políticas e a forma como os indivíduos se envolvem nas questões públicas.

Cada uma dessas ordens possui uma lógica central que restringe os meios e os fins do comportamento individual, sendo constitutiva dos indivíduos, das organizações e da sociedade. Embora as instituições limitem a ação, elas também proporcionam fontes de agência e mudança. As contradições inerentes ao conjunto diferenciado de lógicas institucionais fornecem aos indivíduos, grupos e organizações

recursos culturais para transformar identidades individuais, organizações e a própria sociedade (Alford; Friedland, 1985).

Friedland e Alford (1991) ainda enfatizam a importância dos símbolos e práticas na compreensão das instituições. Argumentam que os símbolos, como rituais e linguagem, desempenham um papel crucial na formação e manutenção das estruturas institucionais. A análise das práticas simbólicas permite entender como as instituições moldam e são moldadas pelos atores sociais.

Além disso, as práticas rotineiras dentro das instituições são centrais para o processo de institucionalização. Eles introduzem o conceito de contradições institucionais, destacando tensões e conflitos dentro das instituições decorrentes de lógicas e pressões concorrentes, tanto internas quanto externas. As tensões entre lógicas diferentes dentro das instituições geram pontos de conflito e potencial para mudança, proporcionando uma perspectiva dinâmica sobre como as instituições evoluem (Friedland; Alford, 1991).

Meyer e Rowan (1977) desenvolveram o conceito de "ambientes institucionais", argumentando que as organizações são profundamente influenciadas pelo contexto institucional mais amplo em que operam, incluindo estruturas legais, culturais e normativas que moldam e restringem o comportamento organizacional. Meyer também contribuiu para o desenvolvimento da "teoria da sociedade mundial", que sugere que as instituições se tornam cada vez mais isomórficas em nível global.

Organizações em todo o mundo adotam estruturas e práticas semelhantes, influenciadas por normas e expectativas globais, desafiando a visão tradicional de que as instituições são moldadas principalmente pelos contextos locais ou nacionais (Meyer; Rowan, 1977). As normas e valores globais influenciam as organizações, levando à homogeneização das práticas organizacionais em diferentes contextos nacionais. As organizações adotam estruturas formalizadas não apenas por razões de eficiência, mas também para obter legitimidade dentro de seu ambiente institucional, muitas vezes, desacoplando essas estruturas das atividades diárias.

DiMaggio e Powell (1983) introduziram o conceito de "isomorfismo institucional", referindo-se à tendência das organizações de se tornarem mais semelhantes ao longo do tempo devido às pressões dos seus ambientes institucionais. Eles identificam três tipos de isomorfismo:

- a. Isomorfismo coercitivo, que resulta de pressões formais e informais exercidas sobre as organizações por outras organizações de maior poder e pela sociedade em geral, incluindo regulamentos governamentais e expectativas culturais.
- b. Isomorfismo mimético, que ocorre quando as organizações imitam modelos de sucesso, especialmente em condições de incerteza, adotando práticas e estruturas que são percebidas como legítimas ou eficientes.
- c. Isomorfismo normativo, que surge de pressões de profissionalização, incluindo a influência de associações profissionais e redes educacionais que definem normas e padrões para a prática organizacional.

Thornton, Ocasio e Lounsbury (2012) fornecem uma estrutura holística para analisar a interação de processos cognitivos, influências estruturais e mudanças dinâmicas nas lógicas institucionais dentro de contextos organizacionais e sociais. Eles argumentam que os atores dentro dos sistemas sociais são guiados por múltiplas lógicas institucionais, que representam diferentes formas de compreender e ordenar o mundo, influenciando o comportamento individual e organizacional.

As Lógicas Institucionais são entendidas como padrões de símbolos culturais, práticas e crenças historicamente desenvolvidos que orientam a ação dentro dos sistemas sociais. Essas influências impactam a estrutura e as práticas organizacionais, influenciando rotinas, normas e processos de tomada de decisão (Thornton; Ocasio; Lounsbury, 2012).

Os atores interpretam e dão sentido aos seus ambientes através das Lógicas Institucionais, moldando suas percepções e respostas, que são transformadas por alterações nos valores sociais, significados culturais e pressões externas. Os atores podem ser influenciados por múltiplas lógicas simultaneamente, permitindo uma compreensão mais matizada de como respondem às diversas pressões institucionais. Para entender melhor este processo é necessário análises em nível de campo, examinando como diferentes lógicas coexistem e competem dentro de um setor ou indústria, proporcionando insights sobre as complexidades dos ambientes institucionais (Thornton; Ocasio; Lounsbury, 2012).

Greenwood *et al.* (2011) introduzem o termo "complexidade institucional" para descrever situações em que as organizações enfrentam demandas, lógicas ou expectativas institucionais múltiplas e frequentemente conflitantes. Elas identificam três estratégias para lidar com essa complexidade:

- a. Desacoplamento: criar separações entre diferentes partes da organização para lidar com demandas conflitantes, permitindo que diferentes unidades sigam diferentes conjuntos de regras.
- b. Acoplamento: integrar diferentes demandas dentro da organização, reconciliando lógicas conflitantes e demonstrando coerência interna.
- c. Acoplamento parcial: misturar elementos de desacoplamento e acoplamento, equilibrando as pressões conflitantes de maneiras seletivas e contingentes.

Para tanto, as organizações podem adotar estratégias distintas para lidar com as complexidades institucionais, dependendo das pressões e contextos específicos que enfrentam, observando que as estratégias adotadas pelas organizações podem evoluir ao longo do tempo, à medida que as condições internas e externas mudem. E destacam o importante papel dos líderes organizacionais na escolha e implementação de estratégias de resposta, moldando como as organizações lidam com as pressões institucionais (Greenwood *et al.*, 2011).

Besharov e Smith (2014) analisam a natureza e as implicações das múltiplas lógicas institucionais nas organizações, destacando como a presença de múltiplas lógicas pode variar, desde sua complementaridade até a contradição total. Eles discutem como as organizações respondem a essas múltiplas lógicas, adotando estratégias como dissociação, compartimentação ou desenvolvimento de soluções integrativas para acomodar diversas exigências institucionais (Besharov; Smith, 2014):

- a. A estratégia de dissociação envolve a separação clara entre diferentes atividades ou práticas dentro de uma organização para lidar com múltiplas exigências institucionais que podem ser conflitantes.
- b. A estratégia de compartimentação é similar à dissociação, mas foca mais na separação temporal ou espacial das atividades.
- c. A estratégia de desenvolvimento de soluções integrativas envolve a criação de novas práticas ou estruturas que conciliam ou integram múltiplas exigências institucionais.

As múltiplas lógicas institucionais podem coexistir de maneiras complementares ou conflitantes, influenciando a forma como as organizações lidam com essas lógicas. As organizações podem adotar diferentes estratégias para lidar com múltiplas lógicas, como dissociar atividades conflitantes, compartimentar funções ou desenvolver soluções integrativas que acomodem diversas lógicas. A presença e

a gestão de múltiplas lógicas institucionais podem ter implicações significativas para o desempenho e a eficácia organizacional, influenciando processos de tomada de decisão, inovação e adaptação organizacional (Besharov; Smith, 2014).

Lounsbury e Beckman (2015) exploram a evolução da teoria organizacional, destacando os marcos, desenvolvimentos teóricos e mudanças nas agendas de pesquisa ao longo do tempo. Eles discutem as implicações mais amplas da teoria organizacional para os estudos de gestão, refletindo sobre como a teoria organizacional contribui para a compreensão do comportamento organizacional, estratégia e práticas de gestão (Lounsbury; Beckman, 2015).

Cappellaro, Tracey e Greenwood (2021) discutem o processo de desestabilização em organizações híbridas, que operam em ambientes onde coexistem lógicas institucionais múltiplas e às vezes conflitantes. O conceito de “rejeição lógica” sugere que essas organizações podem resistir ativamente ou se dissociar de certas lógicas institucionais devido a tensões internas, pressões externas ou mudanças no ambiente organizacional.

Organizações Híbridas são definidas como entidades que combinam elementos de diferentes formas organizacionais, com e sem fins lucrativos, ou missões comerciais e sociais, enfrentando tensões e contradições entre diferentes conjuntos de expectativas e normas. Elas podem eventualmente resistir ou dissociar-se de certas lógicas, refletindo as complexidades e dinâmicas envolvidas na gestão de múltiplas lógicas institucionais, como conflitos internos, mudanças na liderança e mudanças nas expectativas externas (Cappellaro; Tracey; Greenwood, 2021).

2.5 Economia criativa e lógicas institucionais: proposições teóricas

A economia criativa oferece uma estrutura para entender como os ativos culturais, as práticas religiosas e as tradições artesanais podem ser alavancadas para o desenvolvimento econômico local. Em cidades de tradição cultural religiosa, a economia criativa ajuda a transformar o patrimônio cultural em valor econômico, sem comprometer seu significado cultural e espiritual. Assim, a economia criativa é um motor de sustentabilidade econômica ao gerar empregos e promover negócios locais baseados na cultura e na tradição.

A teoria das Lógicas Institucionais é importante para entender como múltiplas lógicas coexistem em cidades de tradição cultural religiosa e como elas contribuem

para a sustentabilidade do ecossistema social. Cidades com um forte apelo religioso e cultural frequentemente têm instituições que seguem diferentes lógicas, como as igrejas, negócios locais e organizações culturais. A harmonia ou o conflito entre essas lógicas pode impactar diretamente a sustentabilidade do ecossistema social.

A inclusão social é um elemento central da sustentabilidade do ecossistema e, ao gerar emprego e renda para a comunidade, a economia criativa melhora a qualidade de vida, promove a equidade e reduz as desigualdades. Em uma cidade de tradição cultural, o sucesso da economia criativa depende do envolvimento e da capacitação da população local, o que fortalece o ecossistema social e aumenta o engajamento com as práticas culturais.

A economia criativa e as lógicas institucionais também justificam a inovação cultural como meio de sustentar tradições. No contexto da economia criativa, a inovação não substitui o valor cultural, mas reinterpreta práticas tradicionais para que continuem relevantes e atrativas para novas gerações e visitantes.

A partir deste referencial teórico, foram definidas as seguintes proposições:

- P.1:** A compreensão de tensões entre lógicas distintas de instituições interagindo em ambientes compartilhados oferece alternativas de construção de cooperação e desenvolvimento de políticas públicas e ações para mitigação de efeitos e expansão da resiliência de regiões em crise.
- P.2:** A implementação de ações baseadas na perspectiva da economia criativa por meio de políticas públicas potencializa processos de inovação e construção de valor social e econômico e, assim, favorece a sustentabilidade de regiões de turismo religioso.
- P.3:** Ao conectar as tradições religiosas com o desenvolvimento econômico, as cidades religiosas podem construir uma economia que beneficia diretamente os habitantes locais, especialmente grupos vulneráveis, como artesãos, jovens e comunidades indígenas.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

3.1 Abordagem da pesquisa

Para o levantamento de informação deste trabalho adotou-se a pesquisa qualitativa, em conformidade com diversos autores que justificam seu uso pela capacidade de fornecer uma compreensão profunda e contextualizada dos fenômenos sociais. No caso deste trabalho, destacam-se a compreensão dos contextos culturais e a exploração de estudos onde ainda não há muito conhecimento pré-existente.

Geertz (1973) é conhecido por sua defesa da "descrição densa" como uma forma de pesquisa qualitativa que busca entender os significados culturais profundos por trás das ações e práticas humanas. Ele argumenta que a pesquisa qualitativa permite uma compreensão mais rica e interpretativa dos contextos culturais.

Denzin e Lincoln (1994) enfatizam que a pesquisa qualitativa é valiosa para captar as múltiplas realidades e significados construídos socialmente. Segundo os autores, os métodos qualitativos permitem uma análise rica e detalhada das experiências humanas, revelando nuances e profundidades frequentemente negligenciadas em abordagens quantitativas.

Creswell (2013) sugere que a pesquisa qualitativa é apropriada quando se busca entender o contexto ou o ambiente em que os participantes de um estudo vivem e trabalham. Ele também destaca que os métodos qualitativos são eficazes para explorar novas áreas de estudo onde ainda não há muito conhecimento pré-existente.

3.2 Tipo de pesquisa

A pesquisa exploratória adotada neste trabalho visa investigar problemas pouco conhecidos ou pouco explorados, identificar novas ideias, formular hipóteses e estabelecer prioridades para estudos futuros. Diversos autores justificam a utilização da pesquisa exploratória, notadamente em estudos de casos.

Stebbins (2001) define a pesquisa exploratória como um processo para investigar fenômenos onde há pouco conhecimento existente. Ele argumenta que a pesquisa exploratória é vital para gerar novas ideias e insights que podem formar a base para pesquisas mais detalhadas.

Yin (2003) sugere que a pesquisa exploratória é particularmente útil em estudos de caso, onde o objetivo é explorar fenômenos dentro de seus contextos reais. Ele afirma que a pesquisa exploratória ajuda a formular hipóteses e perguntas de pesquisa que podem ser testadas em estudos mais aprofundados. Yin também destaca a importância da pesquisa exploratória para desenvolver novas teorias e modelos conceituais.

Gray (2013) argumenta que a pesquisa exploratória é crucial para a descoberta de novos conhecimentos. Ele sugere que esse tipo de pesquisa é especialmente adequado para contextos em que há incerteza ou falta de informações claras. Gray destaca que a pesquisa exploratória permite aos pesquisadores serem criativos e inovadores na formulação de problemas de pesquisa e no desenvolvimento de novas abordagens metodológicas.

Este estudo utiliza uma abordagem qualitativa, combinando análise documental, visita técnica local, entrevistas e levantamento de documentos oficiais para compreender o impacto da pandemia de covid-19 no turismo religioso em Aparecida. A análise documental inclui documentos oficiais da prefeitura, notícias, reportagens e artigos em periódicos científicos, constituindo uma estratégia de coleta de dados e de sua triangulação, robustecendo a fidedignidade desses, e uma perspectiva consistente de análise na compreensão e interpretação de movimentos e decisões dos atores envolvidos no contexto do turismo religioso durante a pandemia.

A visita técnica local permite a observação direta do contexto estudado, possibilitando a coleta de dados primários e a identificação de aspectos relevantes não capturados por outras fontes. As entrevistas semiestruturadas realizadas com representantes da Igreja, representantes da administração pública local e outros atores-chave, buscam obter insights sobre suas percepções, experiências e estratégias adotadas durante a crise. O levantamento de documentos oficiais, como relatórios, decretos e planos de contingência, fornece informações sobre as medidas implementadas e os desafios enfrentados pela gestão pública no enfrentamento da pandemia.

A seleção dos documentos, participantes das entrevistas e locais visitados foi baseada na relevância e abrangência das informações relacionadas ao estudo. Os dados coletados foram organizados e categorizados com base em elementos relacionados aos impactos econômicos, sociais e religiosos da pandemia no turismo religioso em Aparecida.

A análise foi conduzida usando o método indutivo, partindo dos dados coletados para a identificação de padrões, temas e categorias emergentes. Para assegurar a objetividade da análise, adotou-se postura reflexiva, com a identificação e controle de preconceitos e pressupostos potencialmente intervenientes na interpretação dos dados (Gil, 2008). O rigor da análise foi assegurado por meio de uma abordagem sistemática e cuidadosa da coleta de dados e sua análise subsequente (Creswell, 2013). A análise detalhada e a validação rigorosa dos resultados permitem inferências significativas sobre o impacto da pandemia no turismo religioso em Aparecida, bem como as estratégias adotadas pelos atores envolvidos para enfrentar a crise.

3.3 Procedimentos de coleta de dados

A escolha do estudo de casos para esta pesquisa é justificada, primeiramente, porque permite uma análise detalhada e holística do fenômeno em questão, o que é essencial para a compreensão das nuances e complexidades envolvidas (Stake, 1995). Ao proporcionar uma visão abrangente, esta metodologia facilita a investigação de aspectos contextuais e processuais que poderiam ser negligenciados por outros métodos de pesquisa mais restritivos ou quantitativos.

Em segundo lugar, os estudos de casos são particularmente eficazes para explorar fenômenos emergentes ou pouco compreendidos, onde as variáveis e as relações causais não são claramente definidas. Este método permite ao pesquisador formular hipóteses e teorias com base em evidências empíricas detalhadas, facilitando a construção de conhecimento novo e relevante (Yin, 2018).

Complementarmente, o estudo de casos permite a incorporação de uma variedade de técnicas de coleta de dados, como entrevistas, observações e análise de documentos. A triangulação dessas diversas fontes de dados aumenta a validade da pesquisa, permitindo ao pesquisador confirmar os achados por meio de múltiplas perspectivas e evidências (Eisenhardt, 1989). A flexibilidade metodológica do estudo de casos possibilita a adaptação contínua do design de pesquisa à medida que novas informações surgem, permitindo uma abordagem dinâmica e responsiva às mudanças no campo.

Por fim, o estudo de casos também pode servir como uma base sólida para pesquisas futuras. A riqueza dos dados coletados e analisados em um estudo de caso

pode revelar novas áreas de investigação e levantar novas questões de pesquisa, contribuindo para o avanço contínuo do conhecimento na área de estudo (Creswell, 2013). Esse autor destaca como os estudos de casos podem ser utilizados para desenvolver teoria, avaliar programas e práticas, além de explorar fenômenos em contextos específicos.

3.3.1 Experiência romeiro

Para entender a experiência de ser romeiro e compreender melhor as dificuldades e a sensação de atingimento de um propósito, após o término do isolamento social e das restrições impostas pela Covid-19, fizemos a Rota da Luz de bicicleta, de 18 a 22 de fevereiro de 2023, saindo de Mogi das Cruzes e percorrendo estradas de terra até Aparecida, em um total de 210km. No caminho, passamos por Guararema, Santa Branca, Paraibuna, Redenção da Serra, Taubaté, Pindamonhangaba e Roseira.

Pernoitamos em 4 pousadas: Vila de Luca Hotel, em Guararema, Pousada dos Pereiras, em Redenção da Serra, Pousada Parada da Rota, em Taubaté e Hotel Pousada Santa Ceia, em Aparecida, e conversamos informalmente com os responsáveis. Todos estavam esperançosos com o término das restrições sanitárias e com o objetivo de retomar suas atividades de atendimento aos romeiros. Perguntados se receberam alguma ajuda dos municípios ou da Igreja, foram categóricos em dizer que não e que estavam à própria sorte (exceto o representante da pousada que fica em Aparecida, que citou a distribuição de cestas básicas à população).

Encontramos poucos viajantes pelo caminho, e nenhuma dificuldade em conseguir vagas nessas pousadas. Ao chegar em Aparecida, em contato com outros romeiros (há várias maneiras de se chegar à cidade), era visível o estado de satisfação pela consecução dos trajetos e o agradecimento à Santa pela superação dos obstáculos. É possível entender a afirmação que o turismo religioso transcende a atividade turística, posicionando-se como um ato de fé (Milan, 2010).

3.3.2 Entrevistas semiestruturadas

Para entender melhor como foi a experiência das instituições durante o período de isolamento e restrições de locomoção na cidade de Aparecida foram feitas entrevistas semiestruturadas com um responsável de cada área: Prefeito do Santuário de Aparecida, Secretária de Turismo de Aparecida, Secretário de Indústria e Comércio e Secretário de Saúde. O direcionamento das entrevistas teve como objetivo a interpretação dos efeitos causados no município por esse período de isolamento e a busca de soluções para a retomada das atividades. As entrevistas foram feitas separadamente, em encontros distintos e datas distintas, foram gravadas, transcritas e os encontros duraram em torno de 1 hora. Foram feitas após a liberação de visitas à cidade. O quadro 1 apresenta o roteiro usado nas entrevistas.

Quadro 1 – Roteiro para as entrevistas semiestruturadas

| |
|---|
| <p>1. Introdução</p> <p>Apresentação do entrevistador e do objetivo da pesquisa:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Estou realizando uma pesquisa sobre os impactos da pandemia de Covid-19 na cidade de Aparecida, com ênfase nas respostas e estratégias adotadas pelos diferentes setores da cidade para superar os desafios. Sua participação é muito importante para entendermos essa dinâmica. <p>Reafirmação da confidencialidade e solicitação de permissão para gravar a entrevista:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Gostaria de saber se posso gravar nossa conversa para facilitar a análise posteriormente. As informações serão tratadas de forma confidencial e utilizadas apenas para fins acadêmicos. |
| <p>2. Dados Gerais</p> <p>Identificação do entrevistado:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Nome . Cargo ou função (religioso, político ou comercial) . Instituição ou organização que representa <p>Breve descrição do papel da instituição/organização na cidade</p> <ul style="list-style-type: none"> . Qual é o papel ou a relevância da sua instituição/organização para a cidade de Aparecida? |
| <p>3. Impactos da Pandemia</p> <p>Impactos gerais:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Como a pandemia de Covid-19 impactou diretamente sua área de atuação? [Para representantes religiosos] Quais foram os impactos nas atividades religiosas, peregrinações e festividades? [Para representantes políticos] Como a pandemia afetou a gestão pública, incluindo saúde, turismo e infraestrutura? [Para representantes comerciais] Quais foram os efeitos no comércio local, especialmente em setores relacionados ao turismo? <p>Impactos econômicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Houve perda de empregos, redução de receita ou fechamento de negócios em sua área? |

. Como a redução do turismo religioso afetou a economia da cidade?
 Impactos sociais e culturais:
 . Quais foram os principais desafios enfrentados pela população local durante a pandemia?
 . Houve mudanças na relação das pessoas com a religião, cultura ou trabalho em função da pandemia?

4. Estratégias de Superação

Respostas imediatas:

. Quais foram as ações emergenciais tomadas para lidar com os impactos da pandemia?
 [Para religiosos] Foram desenvolvidas alternativas como missas online, redução de aglomerações ou apoio aos fiéis?
 [Para políticos] Quais políticas públicas foram implementadas para mitigar os efeitos da pandemia na cidade?
 [Para comerciantes] Como os empresários locais reagiram? Houve adoção de vendas online ou outras inovações?

Colaborações e parcerias:

. Houve cooperação entre setores (religioso, político e comercial) para enfrentar os desafios? Se sim, como ocorreu?
 . Alguma organização externa (ONG, governo estadual ou federal) ofereceu apoio significativo?

Inovações e adaptações:

. Quais estratégias ou práticas adotadas durante a pandemia foram mais eficazes e podem ser mantidas no futuro?
 . Houve mudanças estruturais em sua área que podem ser consideradas positivas no longo prazo?

5. Futuro e Sustentabilidade

Lições aprendidas:

. Quais lições sua instituição/organização aprendeu com a pandemia?
 . Quais mudanças permanentes você acredita que a cidade de Aparecida adotará em função da pandemia?

Preparação para crises futuras:

. A cidade está mais preparada para lidar com futuras crises, como pandemias ou outros desafios de grande impacto?
 . Quais são as áreas que ainda precisam ser fortalecidas?

Perspectivas para o turismo religioso:

. Quais estratégias estão sendo adotadas para revitalizar o turismo religioso e a economia local?
 . Quais ações podem ser feitas para tornar Aparecida mais resiliente e sustentável em tempos de crise?

6. Encerramento

. Pergunta final aberta: Gostaria de adicionar algo mais sobre os impactos da Covid-19 em Aparecida ou sobre as estratégias de superação que não abordamos durante a entrevista?
 . Agradecimento

3.4 Tratamento dos dados e análise

A teoria das lógicas institucionais oferece uma lente potencialmente capaz de explorar os condicionantes que moldam as práticas e estratégias adotadas no turismo religioso em Aparecida (Calabre; Carballal, 2013; Federal *et al.*, 2013). Essa perspectiva teórica torna-se especialmente relevante no contexto da pandemia de covid-19, que adiciona uma nova camada de complexidade às relações entre os atores institucionais envolvidos nesse sistema social (Oliveira, 2013; Paulo; Fernandes, 2022).

O turismo religioso em Aparecida pode ser entendido como um sistema social complexo, envolvendo diversos atores com interesses, valores e visões de mundo distintos, configurando-se como um lócus permeado por diferentes campos (Lepp; Gibson, 2003). Nesse contexto, diferentes lógicas institucionais coexistem e interagem, influenciando as práticas e estratégias adotadas pelos atores envolvidos no turismo religioso (Koehrsen; Huber 2021; Thorton *et al.*, 2013).

Três lógicas institucionais concorrentes podem ser identificadas nesse cenário: religião, mercado e comunidade (Sedeh *et al.*, 2023; Koehrsen; Huber, 2021). A lógica da corporação é proeminente na administração pública (município e governo), com foco no planejamento estratégico e na resposta às demandas populacionais e econômicas. Por outro lado, a lógica do mercado prioriza a eficiência econômica e a maximização dos lucros, explorando o potencial econômico do turismo religioso, enquanto a lógica da comunidade enfatiza o bem-estar coletivo e a participação dos moradores locais nas decisões relacionadas ao turismo religioso (Hassan *et al.*, 2022; Partono Prasetio *et al.*, 2022). A pandemia de covid-19 pode ter afetado o equilíbrio entre essas lógicas, exigindo adaptações e novas estratégias por parte dos atores envolvidos (Sedeh *et al.*, 2023; Ozgen, 2023; Roleder, 2023).

A interação entre essas lógicas institucionais pode gerar tensões e conflitos no turismo religioso em Aparecida, por exemplo, a necessidade de adotar medidas de distanciamento social nos espaços religiosos durante a pandemia de covid-19 pode entrar em conflito com a lógica da religião e a experiência dos visitantes, que buscam a proximidade e a conexão com o sagrado (Alcântara *et al.*, 2015; Ohlan; Ohlan, 2024; Zaccarelli; Sousa, 2021). Da mesma forma, a lógica do mercado pode se sobrepor à lógica da comunidade quando o crescimento do turismo gera impactos negativos,

como a especulação imobiliária e a perda de espaços públicos (Alcântara *et al.*, 2015; Federal *et al.*, 2013; Zaccarelli; Sousa, 2021).

Nesse sentido, a teoria das lógicas institucionais torna-se ainda mais relevante para analisar as estratégias e ações adotadas pelos atores envolvidos no turismo religioso em Aparecida durante a pandemia de covid-19, destacando a necessidade de adaptação e articulação entre as diferentes lógicas para lidar com os desafios impostos por esse contexto (Tersigni, 2021).

4 RESULTADOS

4.1 Lócus da pesquisa

Temos no Brasil três grandes centros de peregrinação religiosa: Aparecida, localizada no Vale do Paraíba Paulista, a quase 180 quilômetros da capital São Paulo, Juazeiro do Norte, localizado na Região Metropolitana do Cariri, distante 491 quilômetros da capital Fortaleza e Nova Trento, localizado a 80 quilômetros da capital Florianópolis. A escolha de Aparecida como lócus deste trabalho se deu pela sua importância nacional em aspecto religioso e devido à participação desta atividade na economia da cidade, praticamente uma monocultura.

Aparecida, também conhecida como Aparecida do Norte, é um município brasileiro localizado no estado de São Paulo, com uma população de 32.569 habitantes (Censo, 2022). A área do município é de 120.890 km² com uma área urbanizada de 6,26 km², apresentava em 2023 17 escolas de ensino fundamental e 5 de ensino médio, 12 estabelecimento de saúde SUS em 2009, com capacidade de 84 leitos (IBGE, 2024).

Aparecida é um dos municípios paulistas considerados estâncias turísticas pelo estado de São Paulo, por cumprirem determinados pré-requisitos definidos por Lei Estadual, garantindo uma maior parte dos impostos do município para promover o turismo. Em decorrência dessa classificação, o município adquire o título de “Município de Interesse Turístico”, conforme estipulado na Lei Estadual 15.292 de 08 de janeiro de 2014 (Prefeitura de Aparecida, 2023).

Entre os elementos de destaque no cenário turístico de Aparecida, encontra-se o Santuário Nacional de Nossa Senhora da Conceição Aparecida, conhecido como Basílica de Nossa Senhora Aparecida. Este complexo religioso e turístico é o maior da América Latina, abrangendo 389 metros de extensão. A estrutura da basílica inclui elementos significativos como a Passarela da Fé, que conecta a Basílica Velha ao Santuário Nacional. Esta passarela é uma ponte de pedestres inaugurada em 1972, possuindo 389 metros de comprimento (Prefeitura de Aparecida, 2023).

Além do Santuário Nacional, Aparecida dispõe de diversas outras atrações religiosas e turísticas, entre as quais se destacam:

1. Basílica Velha: Inaugurada em 1888, substituindo a primeira capela que abrigou a representação de Nossa Senhora Aparecida, construída em 1734.
2. Seminário Bom Jesus: Construído no final do século XIX, o seminário tem um significativo papel formativo religioso e já acolheu dois papas, São João Paulo II e Bento XVI, durante suas visitas a Aparecida.
3. Igreja São Benedito: Inaugurada em 1918, esta igreja é um ponto importante do roteiro religioso.
4. Mirante da Santa: Situado no alto do morro da Rua Antônio Bittencourt da Costa, com 17,6 metros de altura, é considerado o maior monumento dedicado à Nossa Senhora Aparecida em todo o mundo.

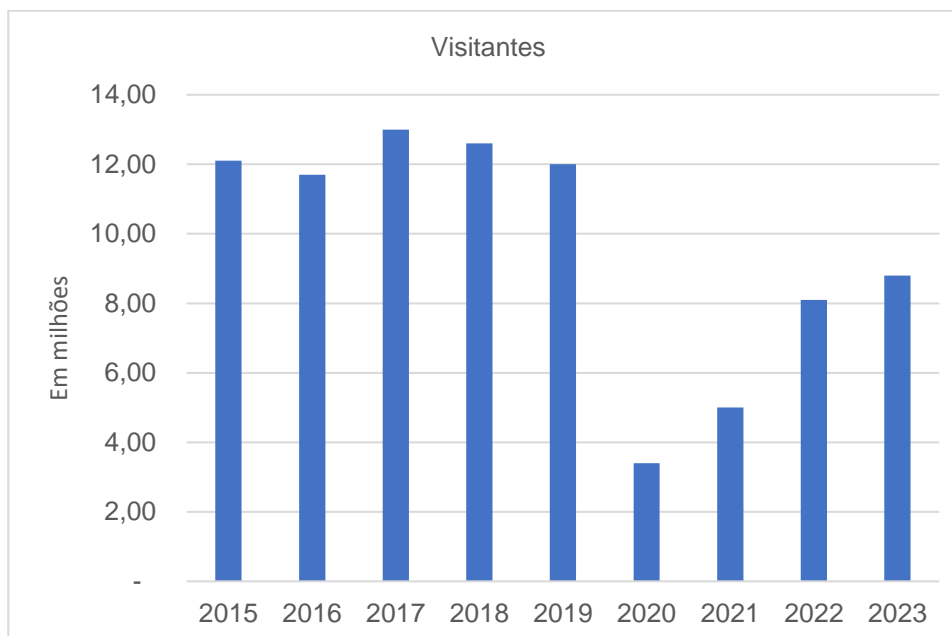
Vários eventos realizados na cidade, sejam eles integrados ou não às atividades do Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida, reforçam a importância religiosa de Aparecida e contribuem para o incremento do turismo, atraindo muitos visitantes e consolidando a cidade como um importante destino no cenário do turismo religioso no Brasil (Prefeitura de Aparecida, 2023). Destacam-se:

1. Encontro de Reis: realizado em janeiro, é uma tradição cultural da cidade.
2. Carnaval: organizado em fevereiro ou março, o Carnaval de Aparecida inclui desfiles dos blocos carnavalescos locais e espetáculos musicais com bandas regionais.
3. Celebrações da Semana Santa: marcada por uma série de atividades religiosas significativas para a comunidade.
4. Festa de São Benedito: realizada desde o início do século XX, esta festa acontece em abril e inclui missas, procissões pelas ruas da cidade e gincanas que envolvem a comunidade e as escolas.
5. Dia do Sertanejo: celebrado em maio, conta com celebrações religiosas especiais e espetáculos musicais com duplas sertanejas, homenageando as caravanas de viajantes com violeiros.
6. Festa de Nossa Senhora Aparecida: comemorada no dia 12 de outubro, é um dos eventos mais importantes do município, marcada por missas especiais e pela procissão do Porto Itaguaçu até a Basílica antes do amanhecer.

O turismo religioso é a principal atividade econômica de Aparecida, movimentando diversos setores, como hotelaria, restaurantes, comércio e serviços. Segundo dados de Aparecida (2023), a cidade recebe uma média de 12 milhões de visitantes por ano, sendo que, em 2019, antes da pandemia de covid-19, esse número

chegou a 12 milhões, para cair a 3,4 milhões em 2020. O gráfico 1 apresenta essa movimentação.

Gráfico 1 – Quantidade de visitantes por ano em Aparecida

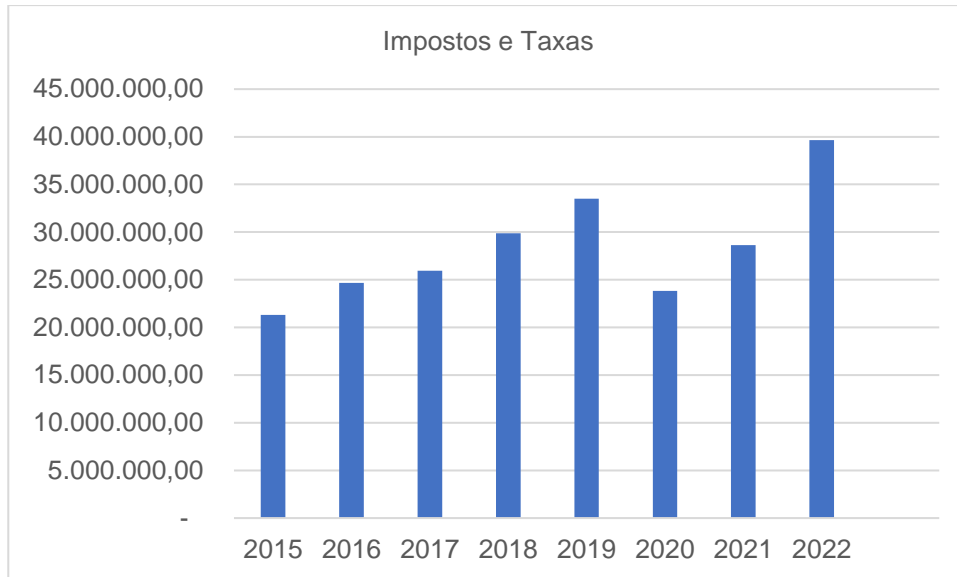


Fonte: Santuário de Aparecida (2024).

Essa queda no turismo religioso trouxe diversos desafios para a cidade, afetando a economia local, gerando desemprego e impactando a arrecadação municipal. Segundo a Secretaria de Turismo de Aparecida (2021), cerca de 70% da população da cidade trabalha direta ou indiretamente com o turismo, e a pandemia resultou em uma taxa de desemprego de aproximadamente 20%.

A arrecadação de impostos no período de pandemia apresentou uma queda de 29%, de R\$ 33,5 milhões em 2019 para R\$ 23,8 em 2020, para posteriormente subir para R\$ 39,7 milhões em 2022. O gráfico 2 apresenta essa movimentação.

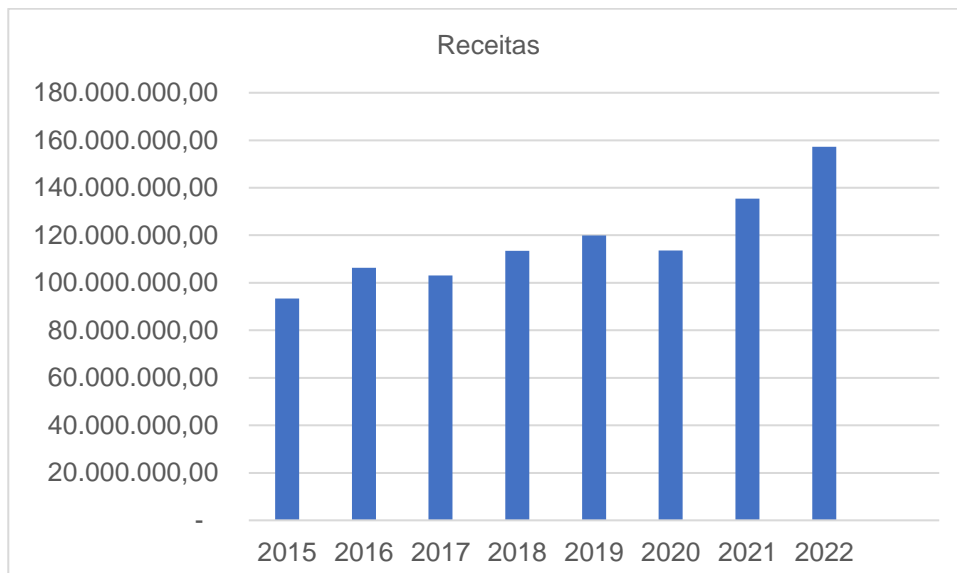
Gráfico 2 – Arrecadação de impostos e taxas por ano em Aparecida



Fonte: Santuário de Aparecida (2024).

A receita total do município é completada por transferências da União, do Estado e de outras Instituições Públicas e atingiu em 2022 a cifra de R\$ 157 milhões. O gráfico 3 apresenta essa evolução.

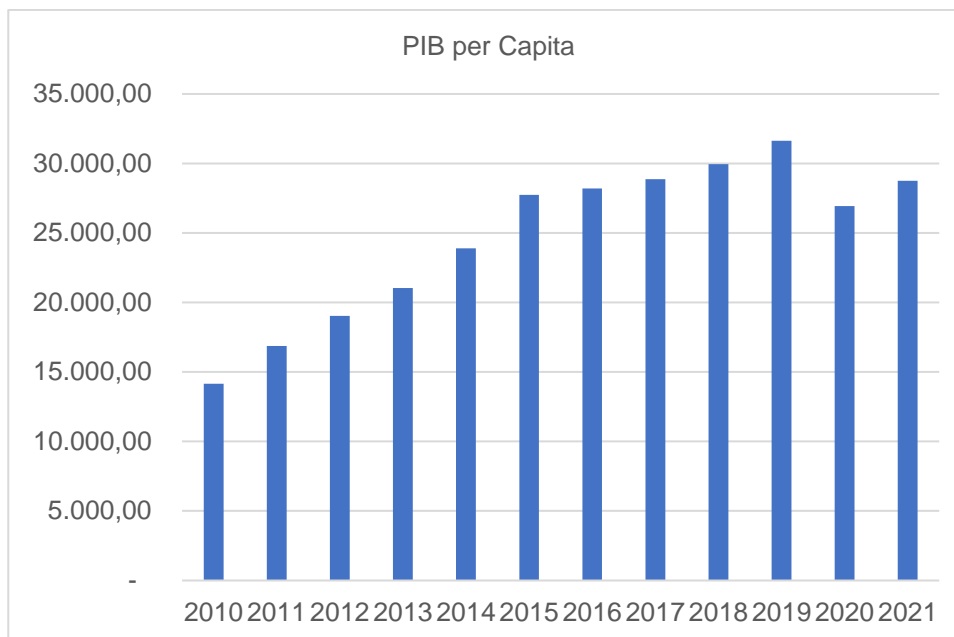
Gráfico 3 – Receita municipal por ano em Aparecida



Fonte: Santuário de Aparecida (2024).

Como resultado, o gráfico 4 apresenta o comportamento do PIB per capita e o efeito da queda de receita durante o período de pandemia.

Gráfico 4 – PIB per capita por ano em Aparecida



Fonte: IBGE (2024).

4.2 Respondentes das entrevistas

As entrevistas foram feitas separadamente, agendadas antecipadamente, em encontros distintos e datas distintas. Cada encontro, com duração aproximada em torno de 1 hora, foi gravado e posteriormente transcrito. A rotina dos encontros inclui a apresentação do trabalho, explicações dos respondentes sobre sua participação nas instituições da qual fazem parte, autorização para gravação e, por fim, a gravação propriamente dita.

Entrevista 1 – Feita na Secretaria Municipal do Turismo de Aparecida, com a Secretária Zenilda Cunha, em 26 de julho de 2023. A gravação durou 30 minutos e 55 segundos.

Entrevista 2 – Feita no Santuário de Aparecida, na sala de Obras Sociais da Diocese de Aparecida, com o Prefeito do Santuário Pe. Diego Antônio da Silva, em 27 de julho de 2023. A gravação durou 37 minutos e 24 segundos.

Entrevista 3 – Feita na Secretaria Municipal de Saúde, com o Secretário Dr. Nilton Nogueira Barbosa, em 28 de setembro de 2023. A gravação durou 20 minutos e 40 segundos.

Entrevista 4 – Feita na Secretaria Municipal de Indústria e Comércio, com o Secretário José Fabio Moreira, em 29 de setembro de 2023. A gravação durou 22 minutos e 16 segundos.

Entrevista 5 – Feita no Santuário de Aparecida, na sala de Obras Sociais da Diocese de Aparecida, com o ex-Prefeito do Santuário Pe. Diego Antônio da Silva, em 15 de outubro de 2024. A gravação durou 30 minutos.

Entrevista 6 - Feita na Secretaria Municipal de Indústria e Comércio, com o Secretário Nelson dos Santos, em 15 de outubro de 2024. A gravação durou 17 minutos.

Foram feitas três tentativas para entrevistar a Secretária de Planejamento, em fevereiro, julho e setembro de 2023, e três tentativas para entrevistar o Prefeito de Aparecida em outubro de 2024, todas sem sucesso.

4.3 Análise dos resultados

A pandemia de covid-19 impactou significativamente o turismo religioso em Aparecida, exigindo adaptações nas estratégias e práticas adotadas pelos atores envolvidos. O Quadro 2 apresenta o resumo dos principais problemas encontrados na pandemia separado em três grandes grupos: financeiros, políticos e sociais. Esses problemas foram apontados nas entrevistas realizadas e confirmados no levantamento de informações repassadas pela imprensa e nas visitas feitas na cidade no período de análise.

Quadro 2 – Problemas associados ao turismo religioso de Aparecida

| CÓDIGO | DESCRIÇÃO DO PROBLEMA | REFERÊNCIAS |
|------------------------------|------------------------------|--------------------|
| Problemas financeiros | | |

| | | |
|----------------------------|--|---|
| P1 | Queda significativa no número de visitantes em Aparecida devido às restrições de viagem e medidas de isolamento social durante a pandemia, impactando a economia local que depende fortemente do turismo religioso. | (Barros, 2021; G1, 2021; Sanches, 2022; Silva, 2023; Silva, Barbosa; Cunha, 2023) |
| P2 | Redução na arrecadação de impostos e tributos relacionados ao turismo, afetando o orçamento municipal e a capacidade de investimento em infraestrutura e serviços públicos. | (Fazenda, 2020; G1, 2020, 2021b; Rodrigues, 2021; Transparência, 2024) |
| P3 | Fechamento temporário de estabelecimentos comerciais, como hotéis, restaurantes e lojas de souvenirs, devido às medidas de contenção da pandemia, resultando em perdas financeiras e desemprego. | (Alexandria 2020; Aparecida, 2020c, 2020b, 2020a, 2020d; Folha, 2022; Silva, 2023; Silva; Barbosa; Cunha, 2023) |
| P4 | Dificuldades financeiras enfrentadas pelo Santuário Nacional de Aparecida, principal atrativo turístico da cidade, devido à redução das doações e ofertas dos fiéis durante a pandemia. | (Barros 2021; Costa, 2021; G1, 2020b; Lapa <i>et al.</i> , 2021; Lino, 2021; Rodrigues, 2021; UOL, 2021; Silva, 2021) |
| Problemas políticos | | |
| P5 | Desafios na coordenação e implementação de políticas públicas de enfrentamento à pandemia em nível municipal, estadual e federal, gerando incertezas e impactos no setor do turismo. | (Dianti, 2017; Gentile, 2020; Lemos, 2021; Sartori, 2022; UOL, 2020; Silva, 2023; Silva; Barbosa; Cunha, 2023) |
| P6 | Falta de um plano estratégico específico para a retomada do turismo religioso em Aparecida no contexto da pandemia, considerando as novas demandas e protocolos de segurança sanitária. | (Dianti, 2017; Gentile, 2020; Lemos, 2021; Junior; Tomazzoni, 2023; Sartori, 2022; Silva, 2023; Silva, 2023; Barbosa, 2023) |
| P7 | Necessidade de articulação política entre a prefeitura, o Santuário Nacional e outros atores locais para a implementação de medidas de apoio ao setor turístico durante a pandemia e desenvolvimento de outras áreas fora do Santuário Nacional de Aparecida. | (Dianti, 2017; Junior; Tomazzoni, 2023; Silva, 2023; Silva; Barbosa; Cunha, 2023) |
| Problemas sociais | | |
| P8 | Aumento do desemprego e da vulnerabilidade social na cidade, especialmente entre os trabalhadores informais e aqueles que dependem direta ou indiretamente do turismo religioso. | (Barros, 2021; Rodrigues, 2021; Sanches, 2022; Silvério, 2021; Silva, 2023; Silva; Barbosa; Cunha, 2023) |
| P9 | Necessidade de campanhas de conscientização e educação sobre a prevenção de doenças para moradores e visitantes, visando minimizar os riscos de transmissões. | (Barros, 2021; G1, 2021a, 2021b; Silva; Barbosa; Cunha, 2023) |
| P10 | Coexistência de duas realidades distintas no município de Aparecida, uma dentro do santuário e outra do lado de fora do santuário demonstrando falta de integração entre política pública, onde todo tipo de ação fora do santuário passa por burocracias e falta de participação da população, o que não ocorre do lado de dentro do santuário que ocupa 20% do território. | (Dianti, 2017; Junior; Tomazzoni, 2023; Silva, 2023; Silva; Barbosa; Cunha, 2023) |

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Na gestão do turismo podem ser encontrados claramente 7 agentes que serão alinhados aos problemas ambientais descritos. O Quadro 3 apresenta esses agentes e suas respectivas responsabilidades.

Quadro 3 - Agentes envolvidos na gestão do turismo religioso em Aparecida

| CÓDIGO | DESCRIÇÃO | REFERÊNCIAS |
|---------------|---|---|
| A1 | População: participa da economia do turismo religioso, trabalha em serviços relacionados e pode ser afetada pelos impactos do turismo. | (Prefeitura de Aparecida; Phocus, 2021; Dianti, 2017; Lemos, 2021; Municipal, 2021; Santos Junior; Tomazzoni, 2023) |
| A2 | Município: responsável por políticas públicas, infraestrutura e promoção do turismo religioso em Aparecida. | |
| A3 | Santuário Nacional: principal atrativo turístico religioso, administra o complexo religioso e organiza eventos e celebrações. | |
| A4 | Agências de turismo: organizam e comercializam pacotes de viagens e serviços para os turistas religiosos. | |
| A5 | Políticos: influenciam decisões públicas, estabelecem políticas e podem estar envolvidos em questões relacionadas ao turismo religioso. | |
| A6 | Empresas locais: fornecem serviços e produtos para os turistas religiosos, como hotéis, restaurantes e lojas de souvenirs. | |
| A7 | Governo estadual: apoia e promove o turismo religioso em Aparecida, desenvolve políticas e incentivos para o setor. | |

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Com a identificação desses agentes, é possível conectar cada problema encontrado com aqueles envolvidos, permitindo uma compreensão mais assertiva do comportamento e visão de cada um deles. O Quadro 4 foi desenvolvido a partir de informações coletadas e com curadoria sobre relações potenciais entre problemas encontrados (relacionados no Quadro 2) e categoria de agentes envolvidos (listados no Quadro 3). A base constituída nesse processo oferece uma perspectiva analítica de interesse na abordagem do problema.

Quadro 4 - Problemas e agentes envolvidos no turismo de Aparecida

| CÓDIGO | PROBLEMA | AGENTES ENVOLVIDOS |
|---------------|-----------------|---------------------------|
|---------------|-----------------|---------------------------|

| | | |
|------------|--|---|
| P1 | Queda significativa no número de visitantes em Aparecida devido às restrições de viagem e medidas de isolamento social durante a pandemia, impactando a economia local que depende fortemente do turismo religioso. | (A1) População, (A2) Município, (A3) Santuário Nacional, (A4) Agências de turismo, (A6) Empresas locais |
| P2 | Redução na arrecadação de impostos e tributos relacionados ao turismo, afetando o orçamento municipal e a capacidade de investimento em infraestrutura e serviços públicos. | (A2) Município, (A7) Governo estadual |
| P3 | Fechamento temporário de estabelecimentos comerciais, como hotéis, restaurantes e lojas de souvenirs, devido às medidas de contenção da pandemia, resultando em perdas financeiras e desemprego. | (A1) População, (A2) Município, (A3) Santuário Nacional, (A4) Agências de turismo, (A6) Empresas locais |
| P4 | Dificuldades financeiras enfrentadas pelo Santuário Nacional de Aparecida, principal atrativo turístico da cidade, devido à redução das doações e ofertas dos fiéis durante a pandemia. | (A3) Santuário Nacional |
| P5 | Desafios na coordenação e implementação de políticas públicas de enfrentamento à pandemia em nível municipal, estadual e federal, gerando incertezas e impactos no setor do turismo. | (A2) Município, (A5) Políticos, (A7) Governo estadual |
| P6 | Falta de um plano estratégico específico para a retomada do turismo religioso em Aparecida no contexto da pandemia, considerando as novas demandas e protocolos de segurança sanitária. | (A2) Município, (A3) Santuário Nacional, (A5) Políticos |
| P7 | Necessidade de articulação política entre a prefeitura, o Santuário Nacional e outros atores locais para a implementação de medidas de apoio ao setor turístico durante a pandemia e desenvolvimento de outras áreas fora do Santuário Nacional de Aparecida. | (A2) Município, (A3) Santuário Nacional, (A5) Políticos, (A7) Governo estadual |
| P8 | Aumento do desemprego e da vulnerabilidade social na cidade, especialmente entre os trabalhadores informais e aqueles que dependem direta ou indiretamente do turismo religioso. | (A1) População, (A2) Município |
| P9 | Necessidade de campanhas de conscientização e educação sobre a prevenção de doenças para moradores e visitantes, visando minimizar os riscos de transmissões. | (A1) População, (A2) Município, (A3) Santuário Nacional, (A6) Empresas locais |
| P10 | Coexistência de duas realidades distintas no município de Aparecida, uma dentro do santuário e outra do lado de fora do santuário demonstrando falta de integração entre política pública, onde todo tipo de ação fora do santuário passa por burocracias e falta de participação da população, o que não ocorre do lado de dentro do santuário que ocupa 20% do território. | (A1) População, (A2) Município, (A3) Santuário Nacional, (A5) Políticos |

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

O turismo religioso de Aparecida possui um importante nível de complexidade, que pode ser apreendida pelas diversas interações entre agentes e problemas identificados (Invest, 2022; Oliveira, 2021). Uma abordagem analítica consistente, como a proposta pelo modelo de Thornton (2004), proporciona uma abordagem mais estruturada desta dinâmica, permitindo a análise de interações entre os 7 agentes (Friedl *et al.*, 2014; Greenwood *et al.*, 2005). O Quadro 5 apresenta a adaptação para Aparecida.

Quadro 5 - Modelo de Thornton *et al.* (2012) adaptado para Aparecida

| CATEGORIAS | ORDENS INSTITUCIONAIS | | | | | | |
|----------------------------------|-----------------------------------|---|--|------------------------------------|--|--------------------------|---|
| | População (1) | Município (2) | Santuário (3) | Agência (4) | Políticos (5) | Empresas (6) | Governo (7) |
| Força Motriz (1) | Fé, crença | Desenvolvimento econômico e arrecadação | Promoção da fé católica e doações | Satisfação do cliente | Votos e apoio popular | Lucro e mercado | Desenvolvimento e arrecadação |
| Fonte de Legitimidade (2) | Participação nos ritos religiosos | Eleição democrática | Autoridade religiosa da igreja | Demanda do mercado | Processos democráticos | Leis de mercado | Leis regulamentadoras |
| Fontes de Autoridades (3) | Líderes religiosos locais | Prefeito | Bispo, padres e autoridades do clero | Empresários e acionistas | Vereadores | Empresários e acionistas | Agentes do governo, deputados e outros cargos |
| Fontes de Identidade (4) | Peregrinos e devotos | Cidadãos | Clero, funcionários do Santuário | Prestadores de serviços turísticos | Representantes eleitos | Empreendedores do setor | Servidores públicos |
| Base das Normas (5) | Doutrina católica | Leis municipais | Cânones e doutrina da Igreja | Contratos, acordos comerciais | Legislação vigente | Contratos e acordos | Leis e decretos |
| Base de Atenção (6) | Experiência espiritual | Bem-estar dos moradores | Vivência da fé, evangelização | Atendimento aos turistas | Demanda dos eleitores | Demanda de mercado | Políticas públicas |
| Base da Estratégia (7) | Participação nas celebrações | Incentivo ao turismo e melhoria da infraestrutura | Acolhimento aos peregrinos e promoção de eventos | Oferta de serviços e promoções | Apoio a projetos e concessão de benefícios | Investimento e marketing | Planejamento e execução de ações |
| Sistema Econômico (8) | Doação e promessas | Arrecadação de impostos | Doações e vendas de artigos religiosos | Venda de pacotes e serviços | Orçamento público | Lucros e faturamento | Orçamento público e incentivos |

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Para Thornton (2012), força motriz diz respeito ao principal impulso ou motivação que orienta as ações e comportamentos de determinado grupo, portanto, temos as seguintes justificativas para cada agente:

População (1) – Fé, crença - A presença do Santuário Nacional e a tradição de peregrinações tornam a fé e a crença em Nossa Senhora Aparecida o cerne que move a população local, tanto em suas práticas cotidianas quanto em suas relações sociais.

Município (2) – Desenvolvimento econômico e arrecadação - Há incentivos contínuos para fortalecer a economia local através da geração de empregos e do fomento aos negócios e, em consequência, aumentar a arrecadação para reinvestir em políticas públicas.

Santuário (3) – Promoção de fé católica e doações - O Santuário se justifica por sua função religiosa através do culto, devoção e peregrinação, e o apoio financeiro que recebe dos devotos permite a continuidade e expansão de suas obras pastorais e sociais.

Agências de Turismo (4) – Satisfação do cliente - Se a agência não consegue atender ou superar as expectativas dos turistas, ela perde credibilidade e sofre consequências financeiras e reputacionais.

Políticos (5) – Votos e apoio popular - Sem votos, não há mandato, e, sem apoio popular, a reeleição ou mesmo a legitimidade no cargo ficam comprometidas.

Empresas (6) – Lucro e mercado – Atuar no mercado, competir, produzir, vender é o meio pelo qual o lucro é gerado e é o que norteia as estratégias e decisões.

Governo (7) – Desenvolvimento e arrecadação – O Governo, em âmbito nacional ou estadual, tem como objetivo promover o desenvolvimento socioeconômico do país ou do estado.

Para Thornton (2012), força de legitimidade indica de onde essa ordem institucional obtém o respaldo ou a justificativa para existir e atuar. Neste caso, temos as seguintes justificativas:

População (1) – Participação nos ritos religiosos – Participar ativamente nas missas, romarias, festas religiosas e demais ritos católicos confere reconhecimento comunitário e senso de pertencimento.

Município (2) – Eleição democrática - A legitimidade do poder municipal provém do processo eleitoral, em que o(a) prefeito(a) e vereadores(as) são escolhidos de forma democrática pelos cidadãos.

Santuário (3) – Autoridade religiosa da Igreja - O Santuário só é efetivamente reconhecido como tal porque está subordinado à estrutura eclesiástica e tem respaldo do Magistério da Igreja (papa, bispos, padres, conferências episcopais etc.).

Agências de Turismo (4) – Demanda do mercado - Sem demanda, a agência não tem razão de existir, é a necessidade dos turistas que legitima a atuação dessas empresas, conferindo-lhes espaço e relevância no mercado.

Políticos (5) – Processos democráticos - Os políticos só podem exercer cargos públicos se forem eleitos ou escolhidos conforme as regras democráticas. É esse processo que lhes dá autoridade para representar a população.

Empresas (6) – Leis de mercado – As empresas obtêm sua legitimidade ao operarem dentro das regras do mercado, seja cumprindo leis trabalhistas, fiscais e ambientais, seja atendendo à oferta e demanda.

Governo (7) – Leis regulamentadoras – O Governo é legitimado pela Constituição e pelas demais leis que regulamentam suas atribuições e poderes, bem como as regras que estruturam a sociedade.

Com relação à fonte de autoridade, Thornton (2012) esclarece que isto identifica quem ou qual instância exerce o poder de decisão máxima naquele contexto institucional, com as seguintes justificativas para Aparecida:

População (1) – Líderes religiosos locais – Em uma cidade fortemente centrada no catolicismo, os padres, bispos e demais representantes da Igreja costumam ter uma voz de autoridade moral e espiritual. Eles definem orientações litúrgicas, conduzem celebrações e, muitas vezes, mediam questões da vida comunitária.

Município (2) – Prefeito - Conforme a legislação brasileira, o prefeito tem competência para gerir o orçamento municipal, executar políticas públicas e representar o Município.

Santuário (3) – Bispos, padres e autoridades do clero - Em termos canônicos, a hierarquia eclesiástica concentra a autoridade. O bispo é a figura máxima em nível diocesano e pode delegar funções ao reitor e demais padres responsáveis pelo Santuário.

Agências de Turismo (4) – Empresários e acionistas - Como em qualquer negócio privado, a autoridade está ligada à propriedade ou gestão da empresa, sendo exercida por quem detém poder de controle sobre a operação.

Políticos (5) – Vereadores - No contexto municipal, eles formam o poder legislativo local. São eles que propõem, discutem e votam leis, além de fiscalizar o Executivo.

Empresas (6) – Empresários e acionistas – São os proprietários, sócios ou acionistas que definem as estratégias, investimentos e políticas das empresas. Eles direcionam recursos e decidem sobre ampliação, diversificação ou permanência nos mercados de interesse.

Governo (7) – Agentes do governo, deputados e outros cargos – Essas autoridades são responsáveis por definir políticas, alocar recursos, aprovar leis e fiscalizar o cumprimento das normas, exercendo a gestão pública em nível macro.

Com relação à fonte de identidade, Thornton (2012) explica que isto reflete quem personifica os valores e a cultura daquela instituição, conferindo-lhe reconhecimento social. Para Aparecida temos as seguintes justificativas:

População (1) – Peregrinos e devotos – Embora os moradores locais não sejam, tecnicamente, peregrinos em suas casas, a cultura religiosa de Aparecida os aproxima muito da condição de devotos. A forte interação com romeiros vindos de todo o país reforça essa noção de identidade ligada à devoção à Nossa Senhora Aparecida. Assim, ser devoto é um marcador identitário fundamental para a população.

Município (2) – Cidadãos - O município existe para servir aos moradores, são os cidadãos que constroem o sentimento de ser aparecidense, moldando sua cultura local e identidade coletiva.

Santuário (3) – Clero e funcionários do Santuário - São o clero (padres, diáconos, religiosos(as) vinculados) e os funcionários (colaboradores, voluntários, equipes de acolhimento e administração) que dão rosto e garantem a continuidade da missão do Santuário no dia a dia.

Agências de Turismo (4) – Prestadores de serviços turísticos – São os agentes de viagem, consultores, equipes de atendimento, guias e parceiros que têm contato direto com o público.

Políticos (5) – Representantes eleitos - Esse rótulo de representante eleito define a essência da identidade política, diferenciando-a de ocupações nomeadas por concurso ou indicação e reforçando o vínculo com a vontade popular.

Empresas (6) – Empreendedores do setor – As empresas se constituem a partir do perfil de seus empreendedores - visionários, gestores, pessoas que criam e desenvolvem negócios. Em Aparecida, esse setor pode englobar empreendedores que atuam em turismo, comércio, serviços religiosos.

Governo (7) – Servidores públicos – A identidade do Governo se estabelece pela prestação de serviços públicos à população: saúde, educação, segurança,

infraestrutura, entre outros. É através desse fornecimento que o Governo se materializa no dia a dia das pessoas, marcando sua presença e justificando sua existência diante da sociedade.

Base das normas é o item seguinte e Thornton (2012) explica que isto diz respeito ao arcabouço de regras formais ou informais que regulam o funcionamento institucional, estabelecendo o que é ou não permitido. Temos as seguintes justificativas:

População (1) – Doutrina católica – No contexto aparecidense, muitos costumes, celebrações e orientações morais derivam dos ensinamentos católicos. A doutrina da Igreja (valores cristãos, ensinamentos bíblicos, tradições litúrgicas) funciona como a referência normativa para o que é considerado correto ou esperado na comunidade.

Município (2) – Leis municipais - As leis municipais, incluindo o Plano Diretor, códigos de posturas, leis complementares etc., determinam como o poder público local e a própria sociedade devem agir em assuntos de interesse local.

Santuário (3) – Cânones e doutrina da Igreja - O Santuário segue as determinações do Direito Canônico, dos ensinamentos oficiais do Magistério e das decisões das autoridades eclesiais, que norteiam suas ações religiosas e organizacionais.

Agências de Turismo (4) – Contratos e acordos comerciais – O turismo é uma atividade altamente regulamentada e dependente de parcerias. As regras contratuais e comerciais (prazos, preços, responsabilidades) são fundamentais para assegurar a prestação de serviços de forma clara e legal.

Políticos (5) – Legislação vigente - A legislação, e eventuais códigos de conduta, define limites, responsabilidades, prazos e procedimentos para elaboração de políticas públicas e tomada de decisões.

Empresas (6) – Contratos e acordos – A atividade empresarial é regulamentada por contratos, sejam eles de fornecimento, prestação de serviços, parcerias ou com funcionários. Esses documentos definem obrigações, valores, prazos e garantem segurança jurídica às partes envolvidas.

Governo (7) – Leis e decretos – O Governo opera principalmente a partir da Constituição, das leis aprovadas pelo Legislativo e dos decretos editados pelo Executivo. Esses instrumentos normativos orientam a forma como as políticas públicas serão implantadas, além de definir direitos e deveres do Estado e dos cidadãos.

Base de atenção, conforme Thornton (2012), indica o foco prioritário que a instituição deve observar e atender em suas atividades cotidianas. Temos as seguintes justificativas:

População (1) – Experiência espiritual – Para a população local, a vivência religiosa é o que concentra a maior atenção e é nela que se investe tempo, energia e emoções, tanto por devoção pessoal quanto pela relevância cultural e econômica que o turismo religioso traz para a cidade.

Município (2) – Bem-estar dos moradores - O governo municipal deve zelar pela qualidade de vida e bem-estar dos cidadãos, fornecendo serviços públicos como educação básica, saúde municipal, segurança, infraestrutura, limpeza urbana etc.

Santuário (3) – Vivência da fé e evangelização - A atenção primordial de um santuário católico é cuidar da vida espiritual dos peregrinos e visitantes, promovendo os sacramentos, a catequese e a acolhida religiosa.

Agências de Turismo (4) – Atendimento aos turistas – Todo o trabalho concentra-se em entender as necessidades dos clientes e oferecer soluções de viagem.

Políticos (5) – Demanda dos eleitores – cabe aos políticos representar e defender os interesses de quem os elegeu, desde questões de saúde, educação, segurança, até pautas específicas da comunidade.

Empresas (6) – Demanda de mercado – Em Aparecida, produtos e serviços devem ser voltados ao turista religioso, buscando atender às necessidades e expectativas desse público.

Governo (7) – Políticas públicas – Em Aparecida, isso pode incluir projetos de infraestrutura turística, transportes, segurança, bem como incentivos culturais e religiosos.

Para Thornton (2012), base de estratégia demonstra como a instituição planeja suas ações de médio e longo prazo para alcançar seus objetivos ligados à sua força motriz. Temos as seguintes justificativas:

População (1) – Participação nas celebrações – Envolver-se nas festas e ritos não é apenas um ato de fé, mas também uma forma de estreitar laços comunitários, manter a tradição viva e atrair ou acolher peregrinos.

Município (2) – Incentivo ao turismo e melhoria da infraestrutura - O turismo em Aparecida é uma fonte relevante de receita. Melhorar a infraestrutura favorece tanto turistas quanto moradores, consolidando o município como destino atrativo e sustentável.

Santuário (3) – Acolhimento aos peregrinos e promoção de eventos - Em cidades como Aparecida, que recebem grande fluxo de visitantes, a estratégia de bem receber o peregrino e organizar eventos de grande porte fortalece a imagem do Santuário como local de referência religiosa, gerando também impacto socioeconômico positivo na região.

Agências de Turismo (4) – Oferta de serviços e promoções – Para se destacar num mercado competitivo, as agências criam novas experiências de viagem, pacotes promocionais e facilidades de pagamento para conquistar e reter o cliente.

Políticos (5) – Apoio a projetos e concessão de benefícios – Na lógica política, a implementação de projetos e a distribuição de recursos ou incentivos são formas de mostrar serviço, gerar visibilidade e assegurar a confiança do eleitorado.

Empresas (6) – Investimento e marketing – Para se posicionar no mercado, as empresas realizam investimentos em infraestrutura, tecnologia, capacitação de pessoal etc. Marketing é essencial para divulgar produtos, serviços e atrair clientes, especialmente em uma cidade que recebe grande fluxo de visitantes.

Governo (7) – Planejamento e execução de ações – O Governo elabora planos plurianuais, leis orçamentárias e projetos que são executados por meio de seus órgãos e agentes. Essa estratégia envolve a articulação entre diferentes ministérios ou secretarias para atender às prioridades definidas.

Para Thornton (2012), sistema econômico indica o principal mecanismo de geração de recursos e manutenção financeira do setor ou instituição. Temos as seguintes justificativas:

População (1) – Doação e promessas – As ofertas, doações e cumprimento de promessas formam parte do fluxo econômico que mantém as atividades religiosas e, indiretamente, movimenta a economia local. A cultura das promessas e das doações também reforça o caráter sagrado e devocional da cidade, gerando uma espécie de ciclo econômico baseado na fé.

Município (2) – Arrecadação de impostos - O poder público local é financiado principalmente pela arrecadação de tributos, como IPTU - Imposto Predial e Territorial Urbano, ISS - Imposto Sobre Serviços, taxas diversas, além de repasses estaduais e federais.

Santuário (3) – Doações e vendas de artigos religiosos - O Santuário, por ser um espaço religioso, não tem fins lucrativos formais, mas precisa de recursos para a

manutenção da estrutura, pagamento de funcionários, obras de caridade e investimento em melhorias para atender à população e peregrinos.

Agências de Turismo (4) – Vendas de pacotes e serviços – É a receita advinda dessas vendas que paga salários, mantém a estrutura da empresa e gera lucro para os sócios, compondo a base econômica que sustenta a operação.

Políticos (5) – Orçamento público – A gestão e aplicação do orçamento público financia obras, políticas sociais, pagamento de servidores etc.

Empresas (6) – Lucro e faturamento – Esses indicadores são centrais para avaliar a sustentabilidade e o sucesso do negócio, viabilizando novos investimentos ou a manutenção das operações.

Governo (7) – Orçamento público e incentivos – Em Aparecida podem ser disponibilizados incentivos específicos para o turismo religioso, infraestrutura urbana e outras iniciativas que beneficiem a região.

Em função do problema em análise, focalizou-se em três ordens institucionais, Comunidade, Mercado e Corporação, e em três categorias analíticas, Fontes de Autoridade, Base das Normas e Base da Estratégia (Glyniadaki, 2021; Pache; Santos, 2013). Nesse sentido, como fundamento analítico, seriam esperados os seguintes padrões:

- Comunidade: (a) autoridade derivada de valores coletivos; (b) normas construídas pela rede formada pela interação do grupo; e (c) estratégia orientada para o bem-estar comunitário e subordinada a princípios estabelecidos;
- Mercado: (a) autoridade com base na perspectiva resultado e ativismo financeiro; (b) normas alinhadas às leis mercadológicas, objetivando lucratividade; e (c) estratégias focalizadas em eficiência e otimização; e
- Corporação: (a) autoridade centralizada na gestão sênior; (b) normas são delineadas pelo contexto de emprego corporativo; e (c) estratégia orientada majoritariamente para processos de expansão e diversificação.

O Quadro 6 apresenta o raciocínio descrito, tomando, como ponto de partida, as categorias e as ordens institucionais.

Quadro 6 - Modelo de Thornton *et al.* (2012) das Ordens Institucionais

| CATEGORIAS | COMUNIDADE | MERCADO | CORPORAÇÃO |
|----------------------|---|---|--|
| Fontes de Autoridade | Crenças e valores comuns compartilhadas com outros membros do grupo | Construção de valor para investidores, produtores e consumidores suportada por transações e satisfação de necessidades | Conselho de administração e/ou gestão de topo, emanando decisões e com poder de sanção |
| Base das Normas | Baseada na associação ao grupo, ou seja, regras e costumes legitimados e adotados pelo grupo ao qual pertencem | Baseada no interesse individual, referenciada por leis do mercado, buscando maximização de retorno e competitividade | Baseada em condutas esperadas e reprováveis, expressas ou tácitas das organizações |
| Base da Estratégia | Orientada para comunidade e honra de membros, pautada por normas, objetivando melhora da vida e trabalho do grupo | Orientada para aumento da eficiência e do retorno, buscando otimização e inovação de produtos e experiências oferecidas | Expansão de valor do negócio, voltada para crescimento e diversificação |

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

A investigação conduzida focaliza a moderação das lógicas institucionais sobre as forças estruturais no turismo religioso de Aparecida. Segundo Thornton (2004), símbolos, práticas e crenças culturalmente enraizadas constituem a matéria-prima das lógicas institucionais, influenciando a perspectiva e tomada de decisão organizacional. Estas lógicas, sejam elas dominantes ou emergentes, coexistem em uma teia complexa de interações (Pache; Santos, 2013; Thornton *et al.*, 2013; Tracey, 2012).

No cenário da gestão do turismo religioso de Aparecida, pode-se admitir o poder de influência de diferentes agentes nos domínios da Comunidade, do Mercado e da Corporação, estabelecendo uma condição que propicia ações e intervenções de modulação na capacidade de construir compreensões e decisões com base nas lógicas vigentes. O Quadro 7 apresenta uma condição resultante da avaliação prospectiva da capacidade de moderação de lógicas institucionais, tendo, como base, relatos, posição e declarações de autores, especialistas e/ou jornalistas referenciados.

Quadro 7 – Grau de moderação de lógicas institucionais

| AGENTES | INSTITUIÇÕES | | |
|----------------|--------------|---------|------------|
| | COMUNIDADE | MERCADO | CORPORAÇÃO |
| População (A1) | Alto | Médio | Baixo |
| Município (A2) | Alto | Alto | Médio |
| Santuário (A3) | Alto | Médio | Alto |
| Agências (A4) | Baixo | Alto | Médio |
| Políticos (A5) | Médio | Médio | Alto |
| Empresas (A6) | Baixo | Alto | Médio |
| Governo (A7) | Médio | Médio | Alto |

Fonte: Elaborado pelo autor (2024).

Justificativas:

- a. População (A1): A lógica da comunidade tem alta moderação, pois a população local está fortemente envolvida na dinâmica do turismo religioso. A lógica do mercado tem moderação média, uma vez que parte da população trabalha em serviços relacionados ao turismo. A lógica da corporação tem baixa moderação, pois a população não está diretamente ligada às estruturas corporativas.
- b. Município (A2): Tanto a lógica da comunidade quanto a do mercado têm alta moderação, pois o município é responsável pelo bem-estar dos moradores e pelo desenvolvimento econômico local. A lógica da corporação tem moderação média, considerando a estrutura administrativa do município.
- c. Santuário (A3): A lógica da comunidade e da corporação têm alta moderação, dado o papel central do Santuário na promoção da fé e sua estrutura organizacional. A lógica do mercado tem moderação média, pois o Santuário também está envolvido em atividades comerciais, como a venda de artigos religiosos.
- d. Agências (A4): A lógica do mercado tem moderação alta, uma vez que o lucro direciona as atividades; e a lógica da corporação tem moderação média, considerando a estrutura empresarial das agências. A lógica da comunidade, por sua vez, tem baixa

moderação, já que as agências não estão diretamente envolvidas com a comunidade local.

e. Políticos (A5): A lógica da corporação tem moderação alta, dado o papel dos políticos nas decisões colegiadas. As lógicas da comunidade e do mercado têm moderação média, pois os políticos precisam considerar tanto o bem-estar da população quanto os interesses econômicos.

f. Empresas (A6): A lógica do mercado tem alta moderação, uma vez que as empresas locais são orientadas principalmente pelo lucro. A lógica da corporação tem moderação média, considerando a estrutura organizacional das empresas. A lógica da comunidade tem baixa moderação, pois as empresas não estão diretamente envolvidas com a dinâmica comunitária.

g. Governo (A7): A lógica da corporação tem alta moderação, dado o papel do governo nas estruturas de poder e administração pública. As lógicas da comunidade e do mercado têm moderação média, pois o governo precisa considerar tanto o bem-estar da população quanto os interesses econômicos em suas políticas e ações.

Essas lógicas podem coexistir ou conflitar, devendo-se reconhecer que: (a) a lógica da comunidade é observada principalmente entre a população local, o Santuário Nacional e o município, com ênfase na fé, devoção e bem-estar comunitário; (b) a lógica do mercado é dominante entre empresas locais, agências de turismo e município, focando na lucratividade e no potencial econômico do turismo religioso; e (c) a lógica da corporação é proeminente na administração pública (políticos e governo) e no Santuário, com foco no planejamento estratégico e na resposta às demandas populacionais e econômicas.

Com base na abordagem qualitativa e na pesquisa exploratória, este trabalho buscou compreender o turismo religioso em Aparecida, explorando contextos culturais pouco conhecidos. Agora, passamos para a seção de discussões, onde os dados coletados serão analisados à luz das teorias abordadas.

5 DISCUSSÃO

A partir das lentes das lógicas institucionais, discutem-se e apresentam-se interpretações sobre as condições que influenciam a dinâmica do turismo religioso na cidade, assim como apontam-se aspectos que favoreceriam uma gestão efetiva desse setor. A pesquisa possibilitou analisar o impacto da pandemia de covid-19 no turismo religioso em Aparecida, fundamentando-se na teoria das lógicas institucionais (Thorton *et al.*, 2012).

A identificação de sete agentes-chave envolvidos no turismo religioso, com influência em três ordens institucionais (Comunidade, Mercado e Corporação), constituiu a base para uma análise crítica das interações e tensões entre as diferentes lógicas. O turismo religioso em Aparecida é multifacetado, envolvendo agentes com distintos valores e objetivos, operando com diferentes lógicas institucionais.

Os desafios na gestão do turismo religioso durante a pandemia decorrem de tensões entre essas lógicas. Contudo, é possível identificar potenciais sinergias, como a necessidade de articulação política entre a prefeitura, o Santuário Nacional e outros atores locais para a implementação de medidas de apoio ao setor turístico. Os resultados indicam a presença de uma complexidade importante no turismo religioso em Aparecida, considerando os diferentes atores, suas respectivas lógicas institucionais e suas interações.

São propostas algumas afirmativas, passíveis de reconhecimento e potencialmente úteis no delineamento de estratégias para a retomada e adaptação do setor: (i) Agentes, como a população local, o Santuário Nacional e o município são guiados majoritariamente pela lógica da comunidade, focando na espiritualidade e na importância religiosa e cultural do turismo; (ii) Empresas locais e agências de turismo são influenciadas pela lógica do mercado, buscando resultado e reconhecendo o valor econômico do turismo religioso; (iii) Município e governo atuam sob a lógica da corporação, seguindo normativas e desenvolvendo políticas públicas para a gestão do turismo. O Santuário participa indiretamente, como coadjuvante; (iv) Conflitos emergem quando lógicas colidem, como a falta de integração entre política pública dentro e fora do Santuário Nacional. Contudo, existem espaços para sinergias, como o desenvolvimento de estratégias conjuntas para a retomada do turismo e a adaptação a novas realidades, como o crescimento do turismo digital.

A economia criativa em Aparecida está profundamente enraizada em seus ativos religiosos e culturais, promovendo geração de renda, criação de empregos e inclusão social. Além disso, fomenta a diversidade cultural e o desenvolvimento humano ao oferecer novas oportunidades para a população local. A medição desses impactos pode ser feita através da análise de indicadores econômicos e sociais, como taxa de emprego no setor criativo, participação de grupos vulneráveis e o número de eventos culturais promovidos. Isso permite que os gestores locais entendam melhor os benefícios da economia criativa e ajustem suas políticas de desenvolvimento.

Tomando-se como base:

1.O modelo de Barrutia (2022), para combinar:

- a. capacidades internas: sociedade local, provedores, especialistas e municípios pares;
- b. capacidades externas lideradas pela inovação: liderança da alta gerência, capacidade de absorção, folga organizacional e colaboração multifuncional;
- c. desenvolvimento de projetos específicos: relacionados a propósitos (cidades inteligentes, governança inteligente) e relacionados à tecnologia (conteúdo digital, serviços digitais);
- d. levantamento de recursos: públicos e privados; para atingir as dimensões de valor público relacionados à eficiência (economia de custos), à eficácia (melhoria do serviço) e aos desafios sociais (sustentabilidade, inclusão social), vistos sob uma perspectiva de crescimento econômico sustentável e alta qualidade de vida, com uma gestão dos recursos por meio de governança corporativa.

2. E que a economia criativa é um conceito, fundamentado em ativos criativos que envolvem (UNCTAD, 2008):

- a. Estímulo à geração de renda, criação de empregos e exportação de ganhos, enquanto promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano;
- b. Incorporação de aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo;
- c. Conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com dimensões de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis;
- d. Opção de desenvolvimento viável, demandando respostas de políticas inovadoras, multidisciplinares e ação interministerial;
- e. Indústrias criativas no epicentro da economia criativa; devem-se acompanhar os seguintes indicadores para medir a retomada de Aparecida:

1. Aspectos econômicos

A cidade de Aparecida, como um dos maiores polos de turismo religioso do Brasil, movimenta sua economia principalmente com o turismo, a produção artesanal e o comércio de artigos religiosos. Nesse cenário, a Economia Criativa se materializa por meio da valorização dos ativos culturais da cidade, o que promove o desenvolvimento econômico.

A visitação massiva ao Santuário Nacional de Nossa Senhora Aparecida, que atrai milhões de turistas todos os anos, dinamiza a economia local. As atividades relacionadas ao comércio de souvenirs, hotelaria, alimentação e transporte são beneficiadas diretamente pelo fluxo de turistas.

Métrica/Indicadores de gerenciamento:

- a. Taxa de emprego local nos setores diretamente ligados ao turismo religioso e à produção cultural.
- b. Taxa de crescimento do comércio local: O número de estabelecimentos comerciais e empregos gerados no setor turístico pode indicar o impacto da economia criativa no crescimento econômico.

2. Aspectos culturais

A cultura religiosa de Aparecida está intimamente ligada ao turismo e à economia criativa da cidade. A produção artesanal de artigos religiosos, a realização de festividades e eventos culturais, como a Festa de Nossa Senhora Aparecida, reforçam a identidade cultural local e atraem visitantes de diferentes partes do Brasil e do mundo.

O turismo cultural, impulsionado pela devoção religiosa e pela herança histórica da cidade, incentiva a produção de arte local e o desenvolvimento de novas expressões culturais que valorizam o patrimônio imaterial.

Métrica/Indicadores de gerenciamento:

- a. Número de eventos culturais e religiosos: A quantidade e qualidade de eventos realizados na cidade podem ser monitorados como indicador da interação entre cultura e economia criativa.
- b. Número de visitantes em festividades religiosas e culturais: O fluxo de turistas durante essas festividades pode medir o impacto econômico e cultural.

3. Aspectos sociais

A economia criativa também oferece um impacto positivo em termos de inclusão social. Por meio de programas que promovem a qualificação da mão de obra local para trabalhar com turismo e produção artesanal, além de estimular o empreendedorismo, Aparecida consegue oferecer melhores oportunidades à população, especialmente aos grupos mais vulneráveis.

O apoio a cooperativas de artesanato, muitas vezes formadas por mulheres e jovens de baixa renda, é uma maneira de incluir socialmente os habitantes locais na economia.

Métrica/Indicadores de gerenciamento:

- a. Número de artesãos e pequenos negócios envolvidos no setor cultural: Esse dado pode mostrar o grau de inclusão social e o impacto econômico no desenvolvimento da comunidade local.
- b. Criação de políticas públicas que fomentem a participação de mulheres e jovens em atividades ligadas à economia criativa pode ser um indicador de impacto social.

4. Objetivos de tecnologia

Com a crescente digitalização e o avanço da tecnologia, a cidade de Aparecida também pode incorporar ferramentas tecnológicas para melhorar a gestão do turismo e dos produtos culturais. A digitalização de processos e o uso de plataformas digitais para promover eventos e comercializar produtos têm o potencial de ampliar o impacto da economia criativa.

O uso de aplicativos para guiar turistas, reservar acomodações ou participar de tours virtuais pode transformar a experiência dos visitantes. Além disso, o e-commerce de produtos religiosos artesanais pode expandir o alcance de mercado dos artesãos locais.

Métrica/Indicadores de gerenciamento:

- a. Número de artesãos e pequenos comerciantes que utilizam plataformas online para vender produtos e promover serviços turísticos.
- b. Número de aplicativos de turismo religioso e cultural: O desenvolvimento e a utilização de aplicativos ou plataformas digitais que facilitem o turismo e o comércio cultural podem indicar o uso crescente de tecnologia.

5. Propriedade intelectual

A valorização dos produtos culturais e religiosos de Aparecida, como o artesanato local, precisa estar amparada por mecanismos de proteção da propriedade intelectual. A formalização e proteção dos direitos dos artesãos e criadores locais garantem que seus produtos culturais sejam adequadamente reconhecidos e remunerados.

Incentivar o registro de marcas, patentes ou direitos autorais dos produtos culturais e religiosos de Aparecida pode garantir a proteção das tradições locais e gerar benefícios econômicos mais justos para os criadores. A criação de um selo que garanta a origem do produto também é uma maneira de proteção à criação.

Métrica/Indicadores de gerenciamento:

- a. Número de registros de propriedade intelectual: O crescimento no número de registros de produtos culturais locais pode medir o impacto da proteção legal na valorização da economia criativa.
- b. Programas de capacitação em propriedade intelectual: Monitorar a participação dos artesãos e pequenos empresários em programas de treinamento voltados para a proteção de seus produtos e criações.

6. Turismo

O turismo religioso é o motor da economia local, mas o desafio é diversificar as atrações e integrar elementos culturais e tecnológicos para manter o fluxo de visitantes e oferecer experiências enriquecedoras. A promoção de rotas culturais, a criação de novas atrações e a oferta de experiências imersivas (como museus digitais) são formas de explorar a interação entre turismo e economia criativa.

A utilização de tecnologias para promover o turismo de maneira inovadora, como tours interativos, experiências digitais de peregrinação e visitas virtuais a monumentos históricos, pode atrair novos públicos e fortalecer a economia criativa.

Métrica/Indicadores de gerenciamento:

- a. Número de turistas que utilizam recursos tecnológicos: O monitoramento da adoção de inovações tecnológicas pelos turistas (como o uso de aplicativos, tours virtuais etc.).
- b. Fluxo de turistas internacionais: A diversificação da oferta cultural e tecnológica pode aumentar a atratividade da cidade para turistas internacionais, o que pode ser medido através de estatísticas de turismo.

7. Desenvolvimento humano

O desenvolvimento humano está diretamente relacionado à melhoria das condições de vida através de oportunidades econômicas, culturais e educacionais. Em Aparecida, o desenvolvimento da economia criativa ajuda a capacitar a população local, permitindo acesso a novas formas de emprego e empreendedorismo.

Oferecer treinamento em técnicas de produção cultural, gestão de eventos e artesanato proporciona à população local o desenvolvimento de habilidades que podem ser usadas tanto no turismo religioso quanto em outros setores criativos.

Métrica/Indicadores de gerenciamento:

- a. Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) local, focando em aspectos como educação e renda.
- b. Programas de formação e qualificação voltados à economia criativa, como cursos de gestão de negócios culturais, marketing para artesãos ou tecnologia aplicada ao turismo.

8. Políticas públicas

A integração entre governo, setor privado e comunidades locais permite que o conhecimento cultural seja capitalizado para gerar desenvolvimento econômico e social. A promoção do turismo, preservação do patrimônio cultural e apoio ao empreendedorismo local são exemplos de como essas interligações ocorrem.

O governo local pode oferecer subsídios, isenções fiscais e programas de incentivo para o desenvolvimento de negócios baseados em conhecimento, como oficinas de artesanato e formação de guias turísticos.

A construção e manutenção de infraestrutura, como estradas, centros de informação turística e espaços culturais, apoiam o fluxo de turistas e criam um ambiente propício para o desenvolvimento da economia criativa.

Métrica/Indicadores de gerenciamento:

- a. Investimentos públicos em infraestrutura cultural e turística: Monitorar o investimento governamental em áreas ligadas ao turismo e à cultura pode ajudar a medir o impacto das políticas públicas sobre a economia criativa.
- b. Participação em programas governamentais de incentivo à economia criativa: Avaliar o número de pequenos empresários e artesãos que participam de programas de capacitação e incentivo financeiro.

9. Ação interministerial

Uma estratégia de desenvolvimento viável para Aparecida também envolve a cooperação entre diferentes ministérios no âmbito federal. A colaboração interministerial pode permitir que a cidade acesse recursos e programas do governo federal que incentivem o crescimento da economia criativa.

Parcerias entre Ministério do Turismo e Ministério da Cultura podem fornecer recursos e apoio técnico para promover o turismo religioso e cultural em Aparecida. O desenvolvimento de infraestrutura turística, como centros culturais e museus interativos, poderia ser apoiado por essas esferas federais. Parcerias entre o Ministério da Educação e Ministério do Trabalho promovem a formação de mão de obra qualificada para a economia criativa, especialmente em áreas como produção artesanal e gestão cultural.

Métrica/Indicadores de gerenciamento:

- a. Recursos federais recebidos: O volume de recursos ou apoio técnico fornecido por programas interministeriais pode ser um indicador do sucesso dessa cooperação.
- b. Parcerias entre diferentes níveis de governo: O número de projetos locais apoiados por parcerias entre os governos municipal, estadual e federal também pode ser monitorado como uma métrica do impacto da ação interministerial.

Com relação às proposições teóricas tem-se:

P.1: A compreensão de tensões entre lógicas distintas de instituições interagindo em ambientes compartilhados oferece alternativas de construção de cooperação e desenvolvimento de políticas públicas e ações para mitigação de efeitos e expansão da resiliência de regiões em crise.

A pesquisa contribuiu para a compreensão da dinâmica do turismo religioso em Aparecida, destacando a importância de considerar as lógicas institucionais na gestão desse setor. A combinação dos indicadores propostos com a dinâmica estabelecida pelas lógicas institucionais no município, aliada aos estabelecimentos de ações, metas e objetivos, pode potencializar o desenvolvimento da região, bem como a implantação de um planejamento estratégico que fortaleça um ambiente único onde as tradições culturais e o empreendedorismo coexistam e se apoiem mutuamente.

P.2: A implementação de ações baseadas na perspectiva da economia criativa por meio de políticas públicas potencializa processos de inovação e construção de valor

social e econômico e, assim, favorece a sustentabilidade de regiões de turismo religioso.

A produção cultural e o compartilhamento de saberes e celebrações criam um ecossistema cultural vibrante e variado. Esses processos não apenas trazem inovação e inclusão ao setor cultural, mas também garantem que tradições, histórias e identidades sejam representadas. Em um ecossistema sustentável, há um equilíbrio entre manter a autenticidade das práticas culturais e permitir inovações que adaptem essas práticas às demandas contemporâneas, como o uso de tecnologia digital para promover e comercializar artesanato religioso. A inovação pode manter a cultura viva e adaptável, ampliando seu alcance e garantindo sua relevância futura.

P.3: Ao conectar as tradições religiosas com o desenvolvimento econômico, as cidades religiosas podem construir uma economia que beneficia diretamente os habitantes locais, especialmente grupos vulneráveis, como artesãos, jovens e comunidades indígenas.

O monitoramento dos indicadores pode subsidiar o desenvolvimento de políticas públicas e estratégias organizacionais que considerem a complexidade e a diversidade de interesses envolvidos, visando a um desenvolvimento sustentável e adaptativo do turismo religioso que colabore para a construção de uma sociedade mais inclusiva, conectada e colaborativa. O sucesso da economia criativa depende do envolvimento e da capacitação da população local, o que fortalece o ecossistema social e aumenta o engajamento com as práticas culturais.

6 CONCLUSÃO

Ao iniciar este trabalho, juntamente com o início da pandemia Covid-19, as dúvidas eram enormes. Quanto tempo demorará para a pandemia ser superada? Quanto tempo a cidade de Aparecida, totalmente dependente do turismo religioso, demorará para encontrar solução para seus problemas? Ambas as respostas se encontram na interpretação de como o organismo responde ao processo infeccioso. Muitas dúvidas surgiram sobre se daria tempo de encontrar as soluções dentro do prazo para concluir o trabalho.

Ao fazer as entrevistas exploratórias na cidade e entender como os agentes enxergam o problema sobre seus pontos de vistas (lógicas institucionais) foi possível mapear a origem das decisões divergentes em função das respectivas ordens institucionais. Nesse momento, o foco foi alterado de busca de soluções para interpretação das causas. E a Teoria das Lógicas Institucionais surgiu como modelo adequado para o que era pretendido. Thorton *et al.* (2012) já haviam criado um modelo para as Lógicas Institucionais, mas foi preciso fazer adaptações para se adequar ao momento que estávamos estudando com foco em aspectos fortemente culturais (no caso, religiosos).

A crise econômico-sanitária, origem dos problemas para a cidade de Aparecida, também foi o catalizador que acelerou o entendimento das relações antagônicas, uma vez que ao desestabilizar as forças existentes, cada agente vai buscar soluções para as suas demandas, sem se preocupar tanto com sua participação no todo. Por exemplo: o Santuário vinha buscando solução para expansão de sua atuação a partir de processos mercadológicos mais sofisticados (Customer Relationship Management - CRM) e comunicação através de mídias digitais. Isto ajudou a manter – e até aumentar – o volume de doações para o término da construção da Basílica, mas não ajudou a Prefeitura a recompor a queda na arrecadação dos impostos, levando a comunidade a criticar a Igreja.

Iniciamos uma pesquisa de opinião para entender o que os atuantes no comércio e na prestação de serviços pensavam da situação, porém não foi dado continuidade ao perceber que havia um viés enorme nas respostas causado por convicções políticas e não pela atuação efetiva dos agentes.

Outro exemplo de atuações conflitantes é a situação da Igreja e da Prefeitura, as duas grandes forças locais. A situação econômica da cidade, por ser uma

monocultura, é totalmente dependente da visita de romeiros e turistas, atraídos principalmente pela fé, sendo a Igreja a responsável por controlar e incentivar esse fluxo, podendo excepcionalmente agir como monopolista. Não há aqui críticas, mas constatações do processo, cujas contradições ficaram expostas como resultado da crise Covid-19.

Uma constatação que tivemos, a partir das entrevistas exploratórias, é que pouco, ou nada, foi trazido como inovação para Aparecida durante esta crise. O que foi feito, tanto pela Igreja quanto pela Prefeitura, foram ações já em andamento ou reproduções (louvável) de soluções vistas em outros locais.

Acreditamos que com o mapeamento das lógicas institucionais seja possível encontrar soluções originais e eficientes para a região. Algumas foram apresentadas, como treinamento e capacitação em Tecnologia da Informação para os micros e pequenos empresários, trabalhos conjuntos para incentivar e integrar o turismo religioso na região, por exemplo.

Natural, então, pensar se a proposta de Muhammad Yunus de Negócio Social não seria factível em Aparecida: "Em um negócio social, um investidor visa ajudar os outros sem obter qualquer ganho financeiro para si mesmo. O negócio social é um negócio porque deve ser autossustentável - ou seja, gera renda suficiente para cobrir seus próprios custos" (Yunus, 2010). Relembrando: no negócio social, o objetivo de maximização de lucros é substituído pelo compromisso exclusivo com a realização de metas sociais. Estas são as suas características:

1. Propósito social como prioridade.
2. Sustentabilidade financeira.
3. Ausência de distribuição de lucros para investidores.
4. Impacto social mensurável.
5. Empoderamento e inclusão social.
6. Preocupação com o meio ambiente.
7. Inovação para resolver problemas sociais.

A contribuição deste trabalho é a interpretação e entendimento das forças que entram em conflito dentro da gestão de uma cidade, que tem como base de sustentação econômica valores culturais, neste caso, a religião, devido a lógicas distintas das instituições participantes.

Essas lógicas são entendidas como sistemas culturais que modelam tanto as práticas organizacionais quanto os significados atribuídos a essas práticas. São

multidimensionais, combinando aspectos materiais e simbólicos, e operam em múltiplos níveis, desde o macro, sociedade como um todo, até o micro, práticas cotidianas dos atores organizacionais. No caso de Aparecida, a pesquisa detectou que não houve sinergia nas decisões tomadas pelos diferentes atores, uma vez que foram imediatistas e com escopo emergencial voltado para o curto prazo.

As limitações encontradas foram relativas ao levantamento de informações. Quando este trabalho foi iniciado, as cidades estavam recentemente saindo de um isolamento social e a economia sendo retomada apressadamente para recuperar as perdas. Não havia ainda uma interpretação correta de como retomar, quais medidas deram certo, quais os seus efeitos. Foi necessário adiar a coleta de dados e, conseqüentemente, sua análise.

Devido à característica única de Aparecida, totalmente dependente do turismo religioso, seria adequado expandir este trabalho para outras regiões, fazer pesquisas em outros municípios, como Juazeiro do Norte, Ceará, vinculada ao Padre Cícero, e Nova Trento, Santa Catarina, ligada a Madre Paulina, que possuem diferentes composições econômicas para criar um modelo único de análise. Nestes municípios, o turismo religioso se dá durante todo o ano, embora seja mais forte nas datas de comemoração religiosa. Outras regiões também têm festividades religiosas, como Belém, Pará, com o Círio de Nazaré, que somente afetam a economia durante um determinado período, mas poderiam se beneficiar adotando as decisões e práticas que puderem ser adaptadas ao seu contexto.

REFERÊNCIAS

ABUMANSSUR, E. E. Turismo religioso e identidade nacional. **Horizonte**, Belo Horizonte, v. 16, n. 49, p. 88-106, jan./abr. 2018. ISSN 2175-5841 2018.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Rio de Janeiro: Zahar, 1974.

AFP. Suspende Arabia Saudita entrada a la Meca por temor al coronavirus. **La Jornada - Mundo**, 27 fev. 2020. Disponível em: <https://www.jornada.com.mx/ultimas/mundo/2020/02/27/suspende-arabia-saudita-entrada-a-la-meca-por-temor-al-coronavirus-2357.html>. Acesso em: 19 jan. 2025.

AGAG, G.; ABOUL-DAHAB, S.; SHEHAWI, Y. M.; ALAMOUD, H. O.; ALHARTHI, M. D. Impacts of COVID-19 on the post-pandemic behaviour: The role of mortality threats and religiosity. **Journal of Retailing and Customer Service**, v. July 2022.

AGUIAR, R.B.; LIMA, L.L. Políticas de Economia Criativa e Desenvolvimento. **Políticas Públicas**, cap.10, 2020.

ALCANTARA, A. *et al.* **Economia Criativa e Desenvolvimento Sustentável**. São Paulo: Senac, 2015.

ALEXANDRIA, K. Comércio deve fechar as portas em todo Estado. **O Popular**, 2020. Disponível em: <https://opopular.com.br/economia/comercio-deve-fechar-as-portas-em-todo-estado-1.2015997>. Acesso em: 19 jan. 2025.

ALFORD, R.; FRIEDLAND, R. **Powers of Theory**: Capitalism, the State, and Democracy. Cambridge: Cambridge University Press, 1985.

ALGAHTANI, F. D.; HASSAN, S.-N.; ALSAIF, B.; ZRIEQ, R. Assessment of the quality of life during COVID-19 pandemic: A cross-sectional survey from the Kingdom of Saudi Arabia. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 18, n. 3, p. 847, 2021.

ALLAL-CHÉRIF, O. Intelligent cathedrals: Using augmented reality, virtual reality, and artificial intelligence to provide an intense cultural, historical, and religious visitor experience. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 178, p. 121604, 2022.

APARECIDA sofre para recuperar turismo religioso pré-Covid. **Folha de S.Paulo**, 2022. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2022/04/aparecida-sofre-para-recuperar-turismo-religioso-de-antes-da-pandemia.shtml> 2022. Acesso em: 2 jun.2024.

AQUINO, A. L.; BRESCIANI, L. P. Arranjos produtivos locais: uma abordagem conceitual, **Organizações em contexto**, ano 1, n. 2, dez. 2005.

- BARROS, V. H. Os impactos da pandemia no movimento anual do Santuário de Aparecida. **Santuário Nacional Aparecida**. Disponível em: <https://www.a12.com/santuario/noticias/os-impactos-da-pandemia-no-movimento-anual-do-santuario-de-aparecida> 2021. Acesso em: 10 ago.2024.
- BARRUTIA, J. M.; ECHEBARRIA, C.; AGUADO, I.; APAOLAZA, V. Leading smart city projects: Government dynamic capabilities and public value creation. **Technological Forecasting & Social Changing**, 179, Elsevier, 2022.
- BARUSH, R. **Spiritual Places and Cultural Pilgrimages**. New York: Routledge, 2020.
- BASTOS, C.G. Perspectivas Antropológicas Sobre O Turismo Religioso: Atravessando As Fronteiras Do Turismo E Da Peregrinação, **Debates do NER**, Porto Alegre, ano 18, n. 31, p. 307-330, jan./jun. 2017.
- BAYLEY, A.E. Pilgrimage during covid-19: impacts, adaptations, and recovery, **International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage**, v. 10, issue 1, Dublin: 2022.
- BESHAROV, M.; SMITH, W. Multiple Institutional Logics in Organizations: Explaining their Varied Nature and Implications. **Academy of Management Review**, v. 39, n. 3, 2014.
- BITTENCOURT, F. T. R.; BALOG, D. L. T.; DUARTE, A. L. F.; ZOUAIN, D. M. Organizações de economia criativa: uma análise do trabalho nas empresas participantes do programa Rio Criativo. **Revista de Desenvolvimento Econômico – RDE**, v. 23, n. 48, p. 6-30, abr. 2021. Salvador, BA.
- BOCCELLA, N.; SALERNO, I. **The Role of Creative Economy in Urban Development**. Heidelberg: Springer, 2016.
- BOCKMAN, J. **Religious Heritage Sites Around the World**. Berlin: De Gruyter, 2021.
- BOSISIO, I. Religião, cultura, nação: articulações possíveis a partir de três datas comemorativas. *Horizontes Antropológicos*, v. 24, n. 52, p. 1-20, set.-dez. 2018.
- BOTELHO, C. **Sustentabilidade Sociocultural do Turismo**. Brasília: CET/UNB, 2007.
- BOYLE, K. **Pilgrimage Journeys in Contemporary Society**. Oxford: Blackwell Publishing, 2021.
- BRADWELL PILGRIMAGE. **History and Heritage of Bradwell Pilgrimage**. Bradwell: Bradwell Publications, 2021.
- BRANDÃO, A.; CASTRO, K.B. **Laboratório de Inovações Ambientais Urbanas**. TD - Brasília: Companhia de Planejamento do Distrito Federal, 2015. n. 59, dez., 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Marcos conceituais**. Brasília: MTUR, 2010.

Disponível em:

http://www.turismo.gov.br/export/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/Marcos_Conceituais.pdf. Acesso em: 19 jan. 2025.

BRESSER-PEREIRA, L. C. Desenvolvimento, sofisticação produtiva, valor-trabalho e salários. **Nova Economia**, v.29, n.1, p.135-160, 2019.

BURITY, J. A. Cultura e desenvolvimento: teorias e políticas da cultura - visões multidisciplinares. p. 51-65. Salvador: Edufba, 2007.

CABRAL, S. *et al.* Transformação digital nas organizações públicas: desafios e oportunidades. **Revista Brasileira de Administração Pública**, v. 53, n. 2, 2019.

CALABRE, L. A arte e a cultura em tempos de pandemia: os vários vírus que nos assolam. In: *Extraprensa - Cultura e comunicação na América Latina*, v. 13, n. 12, p. 7-21, 2020. CELACC/ECA/USP.

CALABRE, L. *et al.* (orgs.). **Anais do IX Seminário Internacional de Políticas Culturais**, Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2018.

CALABRE, L.; CARBALLAL, E. **Políticas Culturais e Sustentabilidade no Brasil**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2013.

CAPELLA, A. C. N. **Formulação de Políticas Públicas**. São Paulo: Enap, 2018.

CAPPELLARO, M.; TRACEY, P.; GREENWOOD, R. **Pathways of Institutional Change in Business and Society**. London: Routledge, 2021.

CASTRO, M. L. A. C.; CASTRO, C. P. M.; CORREA, G.; FERNANDES, C. K. Uma nova revolução industrial: graus de autonomia e articulações com a criatividade e a tecnologia. **Interacções**, n. 48, p. 66-88, 2018.

CATHOLIC NEWS AGENCY. **Pilgrimage News Updates**. Washington, D.C.: Catholic News Agency, 2020.

CATHOLIC NEWS AGENCY. **Religious Events and Pilgrimages in the Modern World**. Washington, D.C.: Catholic News Agency, 2021.

CENSO. **Censo Demográfico 2022**. Brasília: IBGE, 2022.

CHOAY, F. L'allégorie du patrimoine. Paris: Editions du Seuil, 1992. In: RODRIGUES, D. Patrimônio cultural, memória social e identidade: interconexões entre os conceitos. **Letras**, Macapá, v. 7, n. 4, 2º sem., 2017. Disponível em: <https://periodicos.unifap.br/index.php/letras>.

COM PANDEMIA, Santuário Nacional de Aparecida registra menor número de visitantes em 50 anos. **G1**, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/vale-do->

paraiba-regiao/noticia/2021/01/07/com-pandemia-santuاريو-nacional-de-aparecida-registra-menor-numero-de-visitantes-em-50-anos.ghtml. Acesso em: 5 jun.2024.

CORRÊA, R. **Planejamento urbano e desenvolvimento sustentável**. Belo Horizonte: UFMG, 2021.

CRAMSIE, P. **Pilgrimage and Sacred Landscapes**. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, 2021.

CRARY, D. Coronavirus obriga a cancelar eventos de feriado judío. **Apnews.com**, 10 mar. 2020. Disponível em: <https://apnews.com/article/5f76b0aa810143e0b6aa3293039cc11d>.

CRESWELL, J. W. **Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2013.

CROSBY, P. B. **Princípios absolutos de liderança**. São Paulo: Senac, 2017.

CUNNINGHAM, S. **What is the Creative Economy?**. London: SAGE Publications, 2009.

CUSTODIA. **Religious Heritage and Pilgrimage Sites**. Jerusalem: Custodia Terrae Sanctae, 2021.

DAHL, R. **Democracy and Its Critics**. New Haven: Yale University Press, 1989.

DALLABRIDA, V.; BECKER, D. Dinâmica territorial do desenvolvimento. In: BECKER, D.; WITTMANN, M. **Desenvolvimento regional: abordagens interdisciplinares**. Santa Cruz do Sul, Edunisc, 2008.

DALLABRIDA, V; BECKER, D. Governança Territorial. **Revista Desenvolvimento em Questão**, ano 1, n.2, jul/dez, p.73-97, 2003.

DANA, L. P. **Entrepreneurship and Religion**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2009.

DAWSON, L. L. Digital religion, social media and culture: perspectives, practices and futures. **International Journal of Communication**, v. 10, p. 21, 2016.

DENZIN, N.; LINCOLN, Y. **Handbook of Qualitative Research**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1994.

DEVIDO à covid, Santuário de Aparecida limita capacidade de público no feriado. **Agência Brasil**, 2021. Disponível em: <https://www.bol.uol.com.br/noticias/2021/10/08/santuاريو-de-aparecida-limita-capacidade-de-publico-no-feriado.htm> 2021. Acesso em: 3 fev.2024.

DIANTI, Y. Políticas públicas durante a Covid-19: o pioneirismo do projeto Pila Verde no município de Santiago. **Angewandte Chemie International Edition**, v. 6, n. 11,

p. 951–952, 2017. Disponível em: <http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB%202.pdf>. Acesso em: 19 jan. 2025.

DIMAGGIO, P. Cultural Entrepreneurship in Nineteenth-Century Boston. **Media, Culture & Society**, v. 10, 1988.

DIMAGGIO, P.; POWELL, W. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. **American Sociological Review**, v. 48, n. 2, 1983.

DINIZ, C. N. A lógica dos megaeventos esportivos. In: **Políticas culturais: informações, territórios e economia criativa**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2013. p. 28-37.

DOWBOR, L. **O que é poder local**. São Paulo: Ética, 2016.

DUARTE, M. C. et al. A religiosidade e o turismo em uma cidade do interior do Ceará. **Interscienceplace Revista Científica Internacional**, n. 2, v. 11, art. 8, abr./jun. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.6020/1679-9844/v11n2a8>.

DYE, T. R. Mapeamento dos modelos da análise de políticas públicas. In: HEIDEMANN, F. G.; SALM, J. F. (orgs.). **Políticas públicas e desenvolvimento**. Brasília: Editora UnB, 2010. p. 99-129.

EISENHARDT, K. Building Theories from Case Study Research. **Academy of Management Review**, v. 14, n. 4, 1989.

ENAP - **Guia de políticas públicas: Gerenciando processos**. Brasília: 2014.

ENTENDA os impactos da pandemia de coronavírus nas economias global e brasileira. **G1**, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/02/26/entenda-os-impactos-do-avanco-do-coronavirus-na-economia-global-e-brasileira.ghtml>. Acesso em: 5 jun.2024.

FARIAS, E. Diversidade cultural e entretenimento nas ambiências midiáticas do espetáculo, Política e Sociedade - **Revista de Sociologia Política**, v.16, n.35, p. 178, jan-abr/2017.

FEDERAL, D. *et al.* **Gestão Pública e Sustentabilidade**. Brasília: Ipea, 2013.

FIRJAN. **Mapeamento da Indústria Criativa no Brasil** - Estudos e Pesquisas, 2019.

FLORIDA, R. **The Flight of the Creative Class** - The new global competition for talent. EUA: Harper Collins, 2005.

FLORIDA, R. **The Rise of the Creative Class** - and how it's transforming work, leisure, community, & everyday life. EUA: Basic Books, 2004.

FRIEDL, A. *et al.* **Lógicas Institucionais e Sustentabilidade em Organizações**. Lisboa: Edições Sílabo, 2014.

FRIEDLAND, R.; ALFORD, R. Bringing Society Back In: Symbols, Practices and Institutional Contradictions. In: **The New Institutionalism in Organizational Analysis**. Chicago: University of Chicago Press, 1991.

FSSPX NEWS. **Traditional Pilgrimages and Sacred Sites**. Paris: FSSPX, 2021.

GEERTZ, C. **The Interpretation of Cultures**. New York: Basic Books, 1973.

GENTILE, R. **Igreja questiona isolamento e quer reabrir Santuário de Aparecida**. 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/05/26/igreja-questiona-isolamento-e-quer-reabrir-santuario-de-aparecida.htm>. Acesso em: 5 jun.2024.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, A. C.; OLIVA E. C.; SILVA E. C. - **Desenvolvimento da Regionalidade**: Novo Campo da Administração. Rio de Janeiro: XXXI Encontro da ANPAD, 22 a 26 de setembro de 2007.

GLYNIADAKI, K. **Social Cohesion and Migration in Urban Spaces**. London: Routledge, 2021.

GOMES, R.; FERREIRA, L. **Economia Criativa no Brasil**: Conceitos e Práticas. São Paulo: Senac, 2018.

GOODMAN, L. *et al.* **Understanding Innovation in the Creative Economy**. New York: Palgrave Macmillan, 2017.

GRAY, D. **Doing Research in the Real World**. London: Sage Publications, 2013.

GREENWOOD, R. *et al.* Institutional Complexity and Organizational Responses. **Academy of Management Annals**, v. 5, n. 1, 2011.

GREENWOOD, R.; HININGS, C. R.; SUDDABY, R. **Institutional Entrepreneurship and the Dynamics of Organizational Fields**. *Organization Studies*, v. 26, n. 3, p. 349-371, 2005.

GREENWOOD, R.; SUDDABY, R.; HININGS, C. Theorizing Change: The Role of Professional Associations in the Transformation of Institutionalized Fields. **Academy of Management Journal**, v. 45, n. 1, 2002.

HARARI, Y. N. **21 Lições para o Século 21**. São Paulo: Cia. das Letras, 2018.

HARDY, C. *et al.* **Institutional Work**: Actors and Agency in Institutional Studies of Organizations. Cambridge: Cambridge University Press, 2019.

HASSAN, M. *et al.* **The Impact of Religious Tourism on Local Economies**. Dubai: Gulf Publishing, 2022.

HAYTON, J. C. *et al.* **Innovation and Entrepreneurship in Religious Tourism**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2002.

HOWKINS, J. **The Creative Economy** - How people make money from ideas. London: Penguin Books, 2001.

IBGE. **Projeções Populacionais para Cidades Turísticas**. Brasília: IBGE, 2024.

INVEST. **Relatório de Investimentos no Turismo Religioso**. São Paulo: Invest SP, 2022.

IPEA. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**, 2013.

JACKOWSKI, A. **Religious Tourism and Pilgrimage**. Krakow: Institute of Geography and Spatial. Management, 1999.

JERUSALEM PATRIARCHATE NEWS. **Cultural Heritage and Pilgrimage**. Jerusalém: Jerusalem Patriarchate, 2021.

JESUS, E. T. Turismo religioso: Los católicos y la búsqueda de sentido. **Estudios y Perspectivas en Turismo**, v. 27, p. 446-459, 2018.

JUNIOR, J. **Tourism and Cultural Heritage in Brazil**. São Paulo: Senac, 2019.

JUSTIÇA suspende missas no Santuário Nacional de Aparecida por causa do coronavírus. **G1**, 220. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba/regiao/noticia/2020/03/14/justica-suspende-missas-no-santuاريو-nacional-de-aparecida-por-causa-do-coronavirus-sp.ghtml>. Acesso em: 5 jun.2024.

KATTEL, R.; MAZZUCATO, M. Mission-oriented innovation policy and dynamic capabilities in the public sector. **Industrial and Corporate Change**, p. 1-15, 2018.

KOEHRSEN, J.; HUBER, C. **Religion and Ecology in the Global Context**. Berlin: Springer, 2021.

KOWALCZYK, R. *et al.* **Handbook of Religious Tourism and Pilgrimage**. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2020.

KUMAR, R. *et al.* **Creativity and Innovation in the Global Economy**. London: Routledge, 2022.

LE NOUVEL OBS. **Religion et Tourisme en France**. Paris: Le Nouvel Observateur, 2020.

LEMOS L. F. de. Turismo religioso e acessibilidade em Aparecida - SP. **Forum Internacional de Turismo de Iguaçu**. jun.2021.

LEPP, A.; GIBSON, H. **Tourism and Cultural Heritage Preservation**. New York: Routledge, 2003.

LIN, B.; HSIEH, C. **Digital Tourism and Cultural Innovation**. Singapore: Springer, 2022.

LINO, M. Peregrinos da fé: sobreviventes da Covid-19 pagam promessas em Aparecida após cura. **Metrópoles**, 2021. Disponível em: <https://www.metropoles.com/brasil/peregrinos-da-fe-sobreviventes-da-covid-19-pagam-promessas-em-aparecida-apos-cura>. Acesso em: 5 jun.2024.

LOUNSBURY, M.; BECKMAN, C. **New Institutionalism and Organizational Theory**. Annual Review of Sociology, v. 41, 2015.

MARTÍ, G. The impact of COVID-19 on religious tourism: Pilgrimages and shrines. **Sustainability**, v. 13, n. 14, p. 7747, 2021.

MARTÍN-BARBERO, J. **Dos meios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MATTA, F.; VERDAN, R. **Gestão de ecossistemas sociais**. Curitiba: Appris, 2023.

MCFARLAN, E. **Pilgrimage in the Age of COVID-19**. New York: Catholic Press, 2020.

MEYER, J.; ROWAN, B. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. **American Journal of Sociology**, v. 83, n. 2, 1977.

MILAN, M. **Turismo e Sustentabilidade Ambiental**. Florianópolis: Insular, 2010.

MINISTÉRIO DA CULTURA. **Plano da Secretaria da Economia Criativa - Políticas, Diretrizes e Ações 2011-2014**, Brasília, Ministério da Cultura, 2011.

MIRA, A. **Patrimônio Cultural e Economia Criativa**. Curitiba: Appris, 2016.

MIRANDA, A. **Desenvolvimento sustentável e políticas públicas**. Brasília: Ipea, 2012.

MORIN, E. Da necessidade de um pensamento complexo. In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da (Org.). **Para navegar no século XXI**. 3. ed. Porto Alegre: Sulina/edipucrs, p. 13-36, 2003.

MRÓZ, F. The impact of COVID-19 on pilgrimages and religious tourism in Europe during the first six months of the pandemic. **Journal of Religion and Health**, v. 60, p. 625-645, 2021.

MUKHLIS, J. *et al.* **Culture, Identity, and Religious Tourism**. London: Routledge, 2022.

NAM, T.; Pardo, T. Smart city as urban innovation: focusing on management, policy, and context. **Proceedings of the Annual International Conference on Digital Government Research**, 2011.

NDIA NEWS. Amarnath Yatra cancelled due to spike in coronavirus infections. **Hindustan Times**, Jammu, 22 jul. 2020. Disponível em: <https://www.hindustantimes.com/india-news/amarnath-yatra-cancelled-due-to-spike-in-coronavirus-infections/story-8bxmBaD8mW93ZusNVQST0L.html>. Acesso em: 5 jun.2024.

NEUMANN, J. *et al.* **Economia digital e inovação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2019.

OAKLEY, K. **Art and Cultural Industries in the Neoliberal Age**. London: SAGE Publications, 2009.

OECD. **Cities Policy Responses to Coronavirus COVID-19**, 23. jul. 2020. Disponível em: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/cities-policy-responses-fd1053ff/>. Acesso em: 19 jan. 2025.

OHLAN, R.; OHLAN, S. **Turismo Religioso e Patrimônio Cultural**. New Delhi: Sage Publications, 2024.

OLIVEIRA, L. **Políticas Culturais e Economia Criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FGV, 2021.

OLIVEIRA, L. **Políticas Públicas e Desenvolvimento Sustentável**. São Paulo: FGV, 2013.

OLSEN, D. H.; TIMOTHY, D. J. The COVID-19 Pandemic and Religious Travel: Present and Future Trends. **International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage**, v. 8, p. vii, 2020. ISSN 2009-7379.

ORTIZ, R. A problemática cultural no mundo contemporâneo. **Política & Sociedade**, Florianópolis, v. 16, n. 35, p. 89-102, jan./abr. 2017.

OZGEN, E. **Economy and Culture: A Global Perspective**. Istanbul: Bilgi University Press, 2023.

PACHE, A.; SANTOS, F. Embedded in Hybrid Contexts: How Individuals in Organizations Respond to Competing Institutional Logics. **Research in the Sociology of Organizations**, v. 39, p. 3-35, 2013.

PARDO, T. **Gestão de políticas públicas em cidades inteligentes**. São Paulo: Edusp, 2022.

PARTONO PRASETIO, R. *et al.* **Tourism and Cultural Identity**. Jakarta: Gramedia, 2022.

PASHAI, M. **Urban Cultural Tourism and Creative Economy**. Oxford: Oxford University Press, 2014.

PATRIARCADO ARMÊNIO DE JERUSALÉM. **O Legado Armênio em Jerusalém**. Jerusalém: Patriarcado Armênio, 2021.

PATRIARCADO LATINO DE JERUSALÉM. **Patrimônio e Turismo Religioso em Jerusalém**. Jerusalém: Patriarcado Latino, 2021.

PAULO, M.; FERNANDES, J. **Economia Criativa e Sustentabilidade**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2022.

PEA. **Panorama da Economia Criativa no Brasil**. São Paulo: Ministério da Cultura, 2013.

PHOCUS, E. Plano Diretor De Turismo Revisional 2021-2024. **Câmara Aparecida**, 2021, p. 334. Disponível em: https://www.camaraaparecida.sp.gov.br/arquivos/anexo_ipdtr_aparecida_2021-2024_-_finalizado_30102038.pdf. Acesso em: 10 ago.2024.

PREFEITURA DE APARECIDA. **Aparecida deve receber 250 mil pessoas no Feriado da Padroeira**. Disponível em: <https://www.aparecida.sp.gov.br/portal/noticias/0/3/3816/aparecida-deve-receber-250-mil-pessoas-no-feriado-da-padroeira> 2023. Acesso em: 10 ago.2024.

PREFEITURA DE APARECIDA. **Aparecida foi eleita pela terceira vez campeã no Top Destino Turístico Religioso do Estado de São Paulo, no Prêmio Top Destinos Turísticos 2022**. 2022. Disponível em: <https://www.aparecida.sp.gov.br/portal/noticias/0/3/3573/aparecida-foi-eleita-pela-terceira-vez-campea-no-top-destino-turistico-religioso-do-estado-de-sao-paulo-no-premio-top-destinos-turisticos-2022>. Acesso em: 10 ago.2024.

PREFEITURA DE APARECIDA. **Aparecida prorroga quarentena até 10 de maio devido à pandemia do coronavírus**. 2020. Disponível em: <https://www.aparecida.sp.gov.br/portal/noticias/0/3/1295/aparecida-prorroga-quarentena-ate-10-de-maio-devido-a-pandemia-do-coronavirus>. Acesso em: 20 nov.2024.

PREFEITURA DE APARECIDA. **Aparecida**: Capital Mariana do Brasil. 2023. Disponível em: <https://www.aparecida.sp.gov.br/aparecida>. Acesso em: 20 nov.2024.

PREFEITURA DE APARECIDA. **Cemitério fica fechado para visitação**. 2020. Disponível em: <https://www.aparecida.sp.gov.br/portal/noticias/0/3/1569/cemiterio-fica-fechado-para-visitacao>. Acesso em: 20 nov.2024.

PREFEITURA DE APARECIDA. **Cemitério Santa Rita fechado para visitação**. Disponível em: <https://www.aparecida.sp.gov.br/portal/noticias/0/3/1583/cemiterio-santa-rita-fechado-para-visitacao> 2020c. Acesso em: 20 nov.2024.

PREFEITURA DE APARECIDA. **Entenda o que é Quarentena**. Disponível em: <https://www.aparecida.sp.gov.br/portal/noticias/0/3/1256/entenda-o-que-e-quarentena> 2020d. Acesso em: 20 nov.2024.

PREFEITURA DE APARECIDA. **Prefeitura de Aparecida registra queda de arrecadação nos sete primeiros meses de 2020**. 2020. Disponível em: <https://www.aparecida.sp.gov.br/portal/noticias/0/3/1601/prefeitura-de-aparecida-registra-queda-de-arrecadacao-nos-sete-primeiros-meses-de-2020>.

PREFEITURA DE APARECIDA. **Relatório de Turismo e Desenvolvimento Local**. Aparecida: Prefeitura Municipal, 2023.

PREFEITURA DE APARECIDA. **Transparência. Receita Orçamentária COVID-19**. 2024. Disponível em: <https://www.aparecida.pb.gov.br/transparencia-covid-receitas-orcamentarias.php>. Acesso em: 3 fev.2024.

RAJ, R.; GRIFFIN, K. **Religious Tourism and Pilgrimage Festivals Management**. Wallingford: CABI, 2020.

REUTERS. **The Impact of COVID-19 on Global Pilgrimages**. London: Reuters News Agency, 2020.

RIFKIN, J., **O fim dos empregos** - O contínuo crescimento do desemprego em todo o mundo, São Paulo: M.Books, 2004.

RINALDI, A.; CINQUINI, L. The impact of COVID-19 on religious tourism: A first analysis. **Sustainability**, v. 13, n. 5, p. 2500, 2021.

RODRIGUES, A.. **Com 70% de desempregados, município de Aparecida pede doações**. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2021-03/com-70-de-desempregados-municipio-de-aparecida-pede-doacoes> 2021.

RODRIGUES, S. **A Gestão da Cultura e da Economia Criativa no Brasil**. São Paulo: Edusp, 2019.

ROLEDER, G. **Sustainable Tourism in Emerging Markets**. Warsaw: PWN, 2023.

ROMEIROS retornam a Aparecida e lotam Santuário Nacional após 2 anos de restrições na pandemia. **Jovem Pan**, 2022. Disponível em: <https://jovempan.com.br/noticias/brasil/romeiros-retornam-a-aparecida-e-lotam-santuario-nacional-apos-2-anos-de-restricoes-na-pandemia.html>. Acesso em: 5 jun.2024.

ROSE, A. T. de. **Turismo: planejamento e marketing**. Barueri: Manole, 2002.

RUHLANDT, R. **A abordagem da cidade inteligente: teorias e práticas**. Lisboa: Edições Sílabo, 2018.

RUSSEL, R.; SMORODINSKAYA, N. Creative Economy and Innovation: An Overview of the Concepts and Applications. **Journal of Cultural Economy**, v. 12, n. 2, 2018.

SANCHES, R. Santuário de Aparecida tem queda de 60% no número de visitantes em 2021. **Aleteia**, 21 fev. 2022. Disponível em: <https://pt.aleteia.org/2022/02/21/santuاريو-de-aparecida-tem-queda-de-60-no-numero-de-visitantes-em-2021>. Acesso em: 19 jan. 2025.

SANTOS JUNIOR, J. J.; TOMAZZONNI, E. L. Turismo religioso e desenvolvimento socioeconômico: análise da governança turística no município de Aparecida (SP). **Caderno Virtual de Turismo**, v. 23, n. 3, p. 6, 2023. DOI: <https://doi.org/10.18472/cvt.23n3.2023.2058>. Acesso em: 19 jan. 2025.

SANTUÁRIO de Aparecida nega questionar isolamento por causa do Covid-19. **UOL**, 2020. Disponível em: <https://noticias.uol.com.br/cotidiano/ultimas-noticias/2020/05/27/santuاريو-de-aparecida-nega-questionar-isolamento-por-causa-do-covid-19.htm>. Acesso em: 3 fev.2024.

SANTUÁRIO DE TURISMO DE APARECIDA. **Impactos da pandemia no turismo de Aparecida**. Disponível em: <https://www.aparecida.sp.gov.br/secretaria-de-turismo/impactos-da-pandemia-no-turismo-de-aparecida> 2021. Acesso em: 3 fev.2024.

SANTUÁRIO NACIONAL DE APARECIDA. **Dados e estatísticas**. Disponível em: <https://www.a12.com/santuاريو/dados-e-estatisticas> 2021. Acesso em: 10 ago.2024.

SANTUÁRIO NACIONAL DE APARECIDA. **Aparecida: História e Tradição Religiosa no Brasil**. Aparecida: Editora do Santuário, 2020.

SARTORI, A. A governança do turismo religioso na pandemia da Covid-19. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 10, n. 1, p. 117–139, 2022. DOI: <https://doi.org/10.21680/2357/8211.2022v10n1id25956>. Acesso em: 19 jan. 2025.

SECRETARIA DE TURISMO DE APARECIDA. **Planejamento Estratégico para o Turismo Religioso**. Aparecida: Secretaria de Turismo, 2021.

SEDEH, A. S. *et al.* **Cultural Sustainability and Urban Development**. London: Routledge, 2023.

SÉRAPHIN H.; JARRAUD, N. COVID-19: Impacts and perspectives for religious tourism events. The case of Lourdes Pilgrimages. **Journal of Convention & Event Tourism**. DOI: 10.1080/15470148.2021.1906810 2021.

SERRA, N.; FERNANDEZ, R.S. Economia Criativa: da discussão do conceito à formulação de Políticas Públicas. **Revista de Administração e Inovação**, São Paulo, v. 11, n.4, p.355-372, out./dez. 2014.

SILVA, J. **Economia criativa e inovação**. Rio de Janeiro: FGV, 2020.

SILVA, L.. Covid-19: relembre momentos marcantes no Santuário. 2023. **A12 Redação**, 2023. Disponível em: <https://www.a12.com/redacaoa12/noticias/covid-19-relembre-momentos-marcantes-no-santuاريو>.

SILVA, M. L. A.; CARVALHO, N. L. A. Amazônia, desenvolvimento regional industrial e cidades inteligentes. **Desenvolvimento Regional**, Rio Grande do Sul, 2019.

SILVA, P. **Planejamento urbano no Brasil**. São Paulo: Senac, 2023.

SILVA, R. N.; MARQUES, J. S. Turismo religioso e festas religiosas: o caso do Círio de Nazaré em Belém-PA. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 10, n. 3, p. 475-493, 2016.

SILVA, R.; GOMES, F.; CORREIA, A. **Turismo Cultural e Desenvolvimento Sustentável**. Lisboa: Lidel, 2009.

SMITH, R. **Gestão do conhecimento e inovação nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2004.

SOARES, E.; RAMOS, H. Siga o líder: a influência de uma liderança carismática religiosa no crescimento turístico da cidade de Nova Trento em Santa Catarina. **PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review**, v. 7, n. 3, p. 390-401, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.5585/podium.v7i3.288>. Acesso em: 19 jan. 2025.

SOUZA, C. Políticas públicas - uma revisão da literatura. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 8, n. 16, p. 20-45, jul./dez. 2006.

SOUZA, D. **Gestão e inovação em cidades sustentáveis**. Curitiba: Appris, 2023.

SOUZA, P.V.N.C.S.; SILVA NETO, R. Perspectivas das cidades inteligentes na administração pública em tempos de transformação digital - **Revista Jurídica Unicuritiba** v.3 n.60, 2020.

STAKE, R. **The Art of Case Study Research**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1995.

STEBBINS, R. **Exploratory Research in the Social Sciences**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2001.

STEIL C.A. Editorial: Dossiê – Santuários e Turismo Religioso - **Peregrinação: Sentidos e Práticas**. Horizonte, Belo Horizonte, v. 16, n. 49, p. 10-13, jan./abr. 2018 – ISSN 2175-5841 2018.

SUDDABY, R.; GREENWOOD, C. Institutional Entrepreneurship in Mature Fields: The Big Five Accounting Firms. **Academy of Management Journal**, v. 48, n. 1, 2005.

TAVARES, L.; MALTA, R. **Cidades inteligentes e economia sustentável**. São Paulo: Senac, 2021.

TEECE, LEIH. Dynamic Capabilities and Organizational Agility: Risk, Uncertainty, and Strategy in the Innovation Economy. **California Management Review**, v. 58, p.13-35, 2016.

TERSIGNI, L. **Economia Criativa no Brasil Contemporâneo**. São Paulo: Edusp, 2021.

THE WORLD OF SPIRITUALITY. **Spiritual Journeys and Pilgrimages**. London: Spirituality Press, 2020.

THORNTON, P. **Markets from Culture: Institutional Logics and Organizational Decisions in Higher Education Publishing**. Stanford: Stanford University Press, 2004.

THORNTON, P.; OCASIO, W.; LOUNSBURY, M. **The Institutional Logics Perspective: A New Approach to Culture, Structure, and Process**. Oxford: Oxford University Press, 2012.

TOFFLER A.; TOFFLER H. **Criando uma Nova Civilização - A política da terceira onda**. São Paulo: Record, 7a.ed. 2003.

TOFFLER, A. **A Terceira Onda**. São Paulo: Record, 1980.

TOFFLER, A. **O choque do futuro**. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 1994.

TOMAZELA, J. M. Após pandemia, santuário de Aparecida espera 150 mil fiéis na festa da padroeira. **Estadão**, 2022. Disponível em: <https://www.uol.com.br/nossa/noticias/agencia-estado/2022/09/18/apos-pandemia-santuario-de-aparecida-espera-150-mil-fieis-na-festa-da-padroeira.htm> 2022. Acesso em: 3 fev.2024.

TOMAZZONI, F.; BECK, J. **Religious Tourism in Latin America: Pilgrimage and Cultural Heritage**. São Paulo: Edusp, 2019.

TRACEY, P. Religion and Entrepreneurship: The Role of Social Movements in Sustaining Activism. **Academy of Management Journal**, v. 55, n. 2, p. 469-491, 2012.

TSIRONIS, L. **The Future of Cultural Tourism: Trends and Practices**. New York: Palgrave Macmillan, 2022.

UM ANO DE PANDEMIA: linha do tempo mostra principais notícias e impactos do coronavírus na região. **G1**, 2021. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/vale-do-paraiba-regiao/noticia/2021/03/18/um-ano-de-pandemia-linha-do-tempo-mostra-principais-noticias-e-impactos-do-coronavirus-na-regiao.ghtml>. Acesso em: 5 jun.2024.

UNCTAD. **Covid-19 and Tourism, An Update - Assessing the Economic Consequences**, United Nations, 2021.

UNCTAD. **Creative Economy Outlook - Trends in International Trade in Creative Industries - 2002/2015**, United Nations, 2018.

UNCTAD. **Creative Economy Report 2008 - The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making**, United Nations, 2008.

UNCTAD. **Trade and Development Report** - From Global Pandemic to Prosperity for All: Avoiding Another Lost Decade, United Nations, 2020.

UNESCO. **Culture & Covid 19 - Impact & Response Tracker**. Special Issue, July 3, 2020.

VAZ, I. **Sustentabilidade e Desenvolvimento Urbano: Políticas e Práticas**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2004.

VAZ, L. F.. A “culturalização” do planejamento e da cidade: novos modelos? **Cadernos PPG-AU/FAUFBA**, Salvador, n. especial, v. II, p.23-29, 2004.

VIEIRA, A. **Desenvolvimento regional e economia criativa**. Fortaleza: UECE, 2023.

WEBER, M. **Economy and Society: An Outline of Interpretive Sociology**. Berkeley: University of California Press, 1978.

WEBER, M. **The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism**. London: Routledge, 2001.

WEF - World Economic Forum 2020. **The Davos Manifesto**. 2020. Disponível em: <https://www.weforum.org/the-davos-manifesto>. Acesso em: 23 jun. 2021.

YIN, R. **Case Study Research: Design and Methods**. Thousand Oaks: Sage Publications, 2018.

YODER, P. **Exploring Religious Sites and Their Cultural Significance**. Boston: Harvard University Press, 2021.

YUNUS, M. **Building Social Business** - The new kind of capitalism that serves humanity's most pressing needs. New York, Public Affairs, 2010.

ZACCARELLI, S.; SOUSA, J. **Gestão de Ecossistemas Sociais em Cidades Religiosas**. Belo Horizonte: UFMG, 2021.