Edson Modesto de Araújo Junior

CONSUMO DE EXPERIÊNCIA TURÍSTICO-RELIGIOSA NA CONSTRUÇÃO DE TERRITORIALIDADES NA TERRA SANTA

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Doutorado; Área de Concentração em Desenvolvimento Regional; Linha de Pesquisa Organizações, Mercado e Desenvolvimento - Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC.

Orientadora: Profª. Drª. Ângela Cristina Trevisan Felippi

Santa Cruz do Sul
2020

CIP - Catalogação na Publicação

Araújo Junior, Edson Modesto de
CONSUMO DE EXPERIÊNCIA TURÍSTICO-RELIGIOSA NA CONSTRUÇÃO DE TERRITORIALIDADES NA TERRA SANTA / Edson Modesto de Araújo Junior. — 2020.
222 f. : il. ; 29 cm.

Tese (Doutorado em Desenvolvimento Regional) — Universidade de Santa Cruz do Sul, 2020.
Orientação: Profa. Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi.

1. Desenvolvimento Regional. 2. Território. 3. Territorialidades Provisórias. 4. Consumo de Experiência. 5. Sobreposição de Territórios. I. Felippi, Ângela Cristina Trevisan. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UNISC
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Edson Modesto de Araújo Junior

CONSUMO DE EXPERIÊNCIA TURÍSTICO-RELIGIOSA NA CONSTRUÇÃO DE TERRITORIALIDADES NA TERRA SANTA

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional – Doutorado; Área de Concentração em Desenvolvimento Regional; Linha de Pesquisa Organizações, Mercado e Desenvolvimento, Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC.

_____
Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi
Professora orientadora – Universidade de Santa Cruz do Sul

_____
Dr. Marco Cadoná
Professor examinador – Universidade de Santa Cruz do Sul

_____
Dra. Graziele Betina Brandt
Professora examinadora – Universidade de Santa Cruz do Sul

_____
Dr. Tiago Costa Martins
Professor examinador – Universidade Federal do Pampa

_____
Dra. Giovana Goretti Feijó de Almeida
Professora examinadora – Pontifícia Universidade Católica do Paraná

Santa Cruz do Sul
2020

AGRADECIMENTOS

A Deus pela condição que me permite buscar alvos complexos, todavia, possíveis.
A minha esposa, Luany, pelo amor, paciência, apoio e incentivo constante em todos os momentos desta caminhada.

A minha filha pela compreensão neste período de isolamento e ausências.

A estimada orientadora, Dra. Ângela Cristina Trevisan Felippi pela dedicação e incentivo, contribuiu consideravelmente com seus conhecimentos para que esta caminhada se tornasse realidade.

A coordenação do Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR-UNISC).

Aos demais professores do Programa de Pós Graduação em Desenvolvimento Regional (PPGDR-UNISC) pela convivência e importantes ensinamentos, em especial a Dra. Cidonea Machado Deponti, Dr. Markus Erwin Brose e a Dra. Virginia Elisabeta Etges.

Ao beija-flor que diariamente batia na minha janela me inspirando na escrita deste estudo e me mostrando que a vida ainda vale a pena.

Aos meus colegas das turmas de mestrado e doutorado que em todos os momentos estiveram dispostos a colaborar e ajudar.

RESUMO

Configurada como um dos principais locais de visitação do planeta, a Terra Santa é um espaço sagrado para as três maiores religiões monoteístas do mundo: Islamismo, Judaísmo e Cristianismo. Palco de contradições e conflitos, a Terra Santa é também um território rico em múltiplas territorialidades. O crescente avanço do consumo religioso vem contribuindo para o aumento de peregrinações e visitas aos santuários na busca de respostas aos anseios humanos, movimentando, ao mesmo tempo, o nicho do turismo religioso. Tal avanço, em certa medida, colabora para o consumo moral da fé por meio de símbolos religiosos e atos virtuosos em viagens promovidas (em sua maioria) pelas agências de turismo especializadas, com a promessa de oferecer uma "nova experiência real com Deus". A partir das ferramentas estratégicas de mercado, as agências promovem o que se denominou "consumo de experiência religiosa", ou seja, uma nova modalidade de consumo tanto da perspectiva do marketing quanto na do turista. Uma experiência religiosa ou turística depende do *constructo* religioso do indivíduo. Nesse sentido, a pergunta-problema é como se dá o consumo de experiência turístico-religiosa na construção de territorialidades provisórias e a sobreposição dos territórios na Terra Santa? Assim, o objetivo central está em compreender o consumo dessas experiências na construção de territorialidades temporárias (HAESBAERT, 2005) estabelecidas, porém, oriundas de territorialidades provisórias, e como o território da Terra Santa se sobrepõe a outros territórios construídos naquele espaço. Investiga-se a natureza dessas experiências e a forma como o espaço é consumido, gerando certa sobreposição de territórios, deslocamentos e apropriações. Escolheu-se como objeto empírico deste estudo a Terra Santa por ser um roteiro religioso de maior visitação cristã no mundo com aproximadamente um bilhão de pessoas por ano que representam essa faceta do consumo. A partir dos anos 2000, o marketing tem reconhecido que a experiência tem sido ofertada como um produto e não a apenas como consequência do consumo (BAUMAN, 2008). Assim, são discutidos em profundidade os conceitos de consumo de experiência e experiência de consumo, bem como o que gera a sobreposição de territórios e territorialidades provisórias dos turistas que se apropriam temporariamente de um território. A metodologia adotada parte da tríade fenomenológica de Ponty (1994), que seja sensação, percepção e reflexão, como paradigma científico. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica e documental que se vale da técnica de entrevistas e uma observação de caráter antropológico. Os resultados encontrados levam às unidades de identificação territoriais, como a apropriação temporária de significação do território a partir do compartilhamento de valores culturais, econômicos e simbólicos. A pesquisa também valida à contribuição de Pine II e Gilmore (1998) na relação do consumo de experiência religiosa na Terra Santa, configurando-se uma nova forma de vivenciar o contexto religioso. Dentre as conclusões, cita-se a questão da territorialidade provisória e o que isso significa em uma pesquisa em Desenvolvimento Regional que explora um dado território e suas sobreposições. Inclusive ao que remete à territorialidade provisória e as unidades territoriais de significação.

Palavras-chave: Desenvolvimento Regional, Território, Territorialidades Provisórias, Consumo de Experiência, Sobreposição de Territórios.

ABSTRACT

Configured as one of the world's main places to visit, the Holy Land is a sacred space for the world's three major monotheistic religions, Islam, Judaism and Christianity. Stage of contradictions and conflicts, the Holy Land is also a territory rich in multiple territorialities. The growing advance of religious consumption has contributed to an increase in pilgrimages and visits to shrines in search of answers to human desires, at the same time moving the niche of religious tourism. This advance, to a certain extent, contributes to the moral consumption of the faith through religious symbols and virtuous acts in trips promoted (mostly) by specialized tourism agencies, with the promise of offering a "new real experience with God". Using strategic market tools, the agencies promote what has been called "religious experience consumption, that is, a new mode of consumption, both from the marketing and tourist perspectives. A religious or tourist experience that depends on the religious construct of the individual. In this sense, the problem question is how to consume the tourist-religious experience in the construction of provisional territorialities and the superposition of territories in the Holy Land. Thus the central objective is to understand the consumption of these experiences in the construction of established temporary territorialities (HAESBAERT, 2005), from provisory territorialities, and how the territory of the Holy Land overlaps with other territories built in that space. We investigate the nature of these experiences and how space is consumed generating certain overlapping territories, displacements and appropriations. The Holy Land was chosen as the empirical object of this study because it is a religious itinerary of greater Christian visitation in the world, with approximately one billion people per year who represent this aspect of consumption. Since 2000 (BAUMAN, 2008), marketing has recognized that the experience has been offered as a product and not only as a consequence of consumption. Thus, the concept of experience consumption and experience consumption are discussed in depth and generate overlapping territories and provisional territorialities of tourists who temporarily appropriate a territory. The methodology adopted starts from the phenomenological triad of Ponty (1994), which are sensation, perception and reflection, as a scientific paradigm. It is a bibliographic and documental research that uses the technique of interviews and an anthropological observation. The results found lead to territorial identification units that are the temporary appropriation of meaning of the territory, from the sharing of its cultural, economic and symbolic values. The research also validates the contribution of Pine II and Gilmore (1998) in the relation of the consumption of religious experience in the Holy Land, configuring a new way of living the religious. Among the conclusions are: the question of provisional territorialities and what this means in a research on Regional Development that explores a given territory and its overlaps. Even to what refers the provisional territoriality and the territorial units of meaning.

Keywords: Regional Development, Territory, Provisional Territories, Consumption of Experience, Overlap of Territories.

.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Linha do tempo do consumo....67
Figura 2 - Design de experiência....84
Figura 3 - Progressão do Valor Econômico na oferta da mercadoria....88
Figura 4 - Comunicado Starbucks....89
Figura 5 - Anúncio publicitário da empresa Vodafone....90
Figura 6 - Áreas da Experiência....91
Figura 7 - Distinções econômicas....94
Figura 8 - Plano de Partilha da Palestina (1947)....112
Figura 9 - Expansão territorial dos territórios na Zona de conflito....118
Figura 10 - "Ocupação israelense" na Guerra dos Seis Dias....119
Figura 11 - "Territórios ocupados"....120
Figura 12 - Evolução do território do Estado de Israel sobre os Palestinos....121
Figura 13 - Muro da Separação....122
Figura 14 - Checkpoint 300 em Jerusalém....123
Figura 15 - Acordos de Oslo....124
Figura 16 - Imagem do exclave – C separado de B....127
Figura 17 - Cidade Antiga de Jerusalém....134
Figura 18 - Mapa Terra Santa....136
Figura 19 - Unidades territoriais de significação....160
Figura 20 - Show Roberto Carlos....169
Figura 21 - Cruzeiro com o cantor Fernandinho....171
Figura 22 - Batismo no Rio Jordão....177
Figura 23 - Batismo do D.A. no Rio Jordão....177
Figura 24 - Visão abrangente do batismo no Rio Jordão....178
Figura 25 - Grupo de turistas da agência de turismo....181
Figura 26 - Vídeo atores falando sobre a Terra Santa....182
Figura 27 - Inclusão e exclusão de locais sagrados na Terra Santa....187
Figura 28 - Roteiro turístico da Terra Santa....188
Figura 29 - Construção do território espacial da Terra Santa....190
Figura 30 - Terra Santa sobreposta na atualidade....192
Figura 31 - Constituição do(s) território(s) Terra(s) Santa(s)....197
Figura 32 - Peregrinação da Via Sacra....206

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Perfil entrevistados 19
Quadro 2- Principais conceitos 22
Quadro 3 - Estágios das experiências de consumo 76
Quadro 4 - Marco teórico sobre territorialidade 100
Quadro 5 - Funcionalidade e Simbolismo 104
Quadro 6 - Status quo: territorialidades contestadas 135
Quadro 7- Perspectiva analítica 176

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 10

1.1 Metodologia..... 17

1.1.1 Método de abordagem 17

1.1.2 Coleta e sistematização da pesquisa 18

1.1.3 Análise dos dados 22

2 EXPERIÊNCIA RELIGIOSA CONTEMPORÂNEA..... 24

2.1 Experiência religiosa: considerações preliminares.....25

2.2 Símbolos (religiosos) 30

2.3 Experiência religiosa e religiosidade.....33

2.4 Utilidade da experiência religiosa 38

2.5 Consumo e experiência religiosa.....46

2.6 Construção do símbolo na contemporaneidade e consciência territorial 51

3 CONSUMO, EXPERIÊNCIA E TURISMO: DISCUSSÃO CONTEMPORÂNEA 59

3.1 Da sociedade de consumo ao consumo de experiência 60

3.2 Consumo de experiência *versus* experiência de consumo.....75

3.3 Marketing de experiência e consumo de experiência.....84

4 TERRITÓRIOS(S): DISCUSSÕES CONCEITUAIS..... 95

4.1 Territórios simbólicos, deslocamentos e apropriações.....95

4.2 Construção socioespacial: territorialidades sem território na Terra Prometida.....108

4.3 Re-territorialização e matriz de controle territorial na Terra Santa.....124

4.3.1 Do enclave aos espaços de Jerusalém.....125

5 EXPERIÊNCIA TURÍSTICA-RELIGIOSA NA CONSTRUÇÃO DA TERRA SANTA 129

5.1 Economia e turismo na Terra Santa.....137

5.2 Reconfiguração territorial da Terra Santa 141

5.3 Do lado palestino: turismo como cultura de paz 144

5.3.1 Paisagens de experiência e recursos turísticos.....146

5.4 Consumo e o território sobreposto na Terra Santa 148

5.5 Lugar turístico e o ordenamento territorial do fenômeno turístico.....152

5.6 Sujeito, identidade e sentimento de pertencimento no território 155

6 TERRA SANTA: TERRITORIALIDADES E TERRITÓRIOS SOBREPOSTOS ...164

6.1 Turismo religioso e atrações turístico-religiosas 165

6.1.1 Agência de Turismo Viagens Bíblicas.....181

6.1.2 Agência de Turismo Terra Santa Viagens 183

6.1.3 Agências de Viagens e Turismo: análises.....186

6.1.4 Sobreposição de territórios na Terra Santa: discussões e legitimidades.....189

6.2 Narrativas da experiência de consumo dos fiéis-consumidores à Terra Santa.....198

CONCLUSÃO.....212

REFERÊNCIAS 217

1 INTRODUÇÃO

A reflexão sobre a formação e alicerces da sociedade de consumo exige fôlego, sendo um campo de estudo amplo que apresenta divergências em diversos aspectos. Porém, tal reflexão é fundamental para a compreensão da sociedade contemporânea e da cultura de consumo, bem como para compreender as dinâmicas territoriais. Ressalta-se que não se deseja, e nem seria possível apresentar, somente o estado da arte das pesquisas sobre o consumo, mas se vale de sua evolução para chegar ao que se chamou de experiência de consumo religiosa. Pretende-se descortinar alguns dos vieses existentes nessa abordagem, trazendo autores basilares do estudo do consumo, a fim de estabelecer uma linha do tempo coerente e destacar momentos-chave que permitem o debate sobre a transformação das possíveis formas de consumo e suas compreensões no cenário do século XXI. Desta forma, o tema deste estudo é sobre o consumo de experiência e na investigação do que Haesbaert (2005) chamou de territorialidades temporárias. A delimitação temática contempla o consumo de experiência turístico-religiosa a partir das narrativas de *fiéis-consumidores*[1], na construção de territorialidades temporárias que visitaram a Terra Santa no ano de 2013.

Os locais religiosos costumam despertar no ser humano o sentido de peregrinação ou de interesse cultural ligado à religião. No entanto, poucos desses locais, reúnem tanta diversidade de credos e costumes como a cidade de Jerusalém, considerada o "coração" da Terra Santa e reconhecida internacionalmente como uma cidade sagrada ou território sagrado, que em 2017, recebeu mais de 3,5 milhões de visitantes (MTI, 2018). Esse fenômeno se deve ao fato de Jerusalém representar um ponto de encontro para as três maiores religiões monoteístas mundiais: islamismo, cristianismo e judaísmo. Além disso, também reúne, em pouco mais de 20.000 quilômetros quadrados um conjunto de *resorts*, sítios arqueológicos, museus, salas de concerto, manifestações folclóricas e ecoturismo que reorganizam o espaço por meio da experiência proporcionada pelo turismo, levando a um consumo específico, o consumo de experiência turístico-religiosa.

A temática do consumo de experiências é uma das expressivas manifestações na sociedade de consumo (NETTO; GAETA, 2010). Ao mesmo tempo, é um fenômeno que recebe certa atenção das comunidades científicas internacionais, pois se trata de um contexto

[1] Neste estudo, os fiéis-consumidores são os indivíduos que consomem experiência a partir de um *constructo* turístico-religioso e não necessariamente ligado a uma denominação religiosa específica (SILVA, 2011).

complexo que vai além do mero ato de consumo ou do próprio turismo. O setor turístico se vale do consumo de experiência como ferramenta estratégica para mercantilizar o território. Ao fazê-lo, transforma-se em uma forma de reorganizar o espaço em si, levando a um consumo específico em uma dada realidade social e histórica. Consomem-se narrativas, culturas, vivências e percepções que são transformadas em produtos mercadológicos pelo turismo, tais como as rotas turísticas. Essa dinâmica conduz a coexistência de territórios simbólicos e mercantilizados criados/organizados por um dado conjunto de atores sociais.

A configuração da sociedade e as transformações pelas quais a religiosidade/religião vem passando na contemporaneidade têm sido objeto de estudos recorrentes nas ciências sociais. Autores como Berger (1985) e Herviéu-Leger (2008) ampliaram e embasaram pesquisas a respeito dos acontecimentos provenientes das mudanças na religiosidade hodierna. Além disso, outros cientistas sociais têm procurado compreender o papel da religião/religiosidade nos tempos atuais. Uma dessas miradas é direcionada ao segmento evangélico que vem despertando interesse em pesquisadores das ciências humanas e sociais, especialmente nas últimas décadas. Nesse sentido, menciona-se o marketing religioso, conhecido também como o marketing da fé (ABUMANSSUR, 2003; CHRISTOFFOLI, 2012; DIAS; SILVEIRA, 2003; OLIVEIRA; 2000; STEIL, 1996; 2009; CARNEIRO, 2007; CALVELLI, 2003).

Todavia, apesar da contribuição dessas pesquisas para a compreensão do campo religioso, não se identificou que alguma delas se inclinasse a entender, em específico, o campo do consumo religioso como estratégia mercadológica de oferta da experiência religiosa evidenciada no turismo religioso de forma a gerar sobreposição de territórios. Dito em outras palavras, o contraste entre um território simbólico e outro mercantilizado. Tampouco, encontraram-se pesquisas na área do Desenvolvimento Regional sobre esta temática. Percebe-se que ainda pouco se sabe a respeito da relação entre consumo experiência, turismo e território com a questão religiosa inserida.

O problema da pesquisa, portanto, está em responder a seguinte questão: **como se dá o consumo de experiência turístico-religiosa na construção de territorialidades provisórias na Terra Santa?** Compreende-se que o território se torna temporário na medida em que ocorre a apropriação simbólica pelo sujeito, o turista, daquele espaço que está experenciado temporariamente (HAESBAERT, 2005), ou seja, com um marco temporal delimitado para iniciar e finalizar. Porém, há ainda certo caráter provisório envolvido que antecede e se

mantém com os *fiéis-consumidores*. É o que o autor chamou de **territorialidade provisória imaginativa** oriunda de uma narrativa bíblica que se torna, posteriormente, uma territoralidade temporária quando se vai visitar *in loco* à Terra Santa por meio de uma viagem turística. Se as palavras, *provisóri*o e *temporário,* apresentam diferenças em seus significados, não se pode considerar que as territorialidades provisórias e as temporalidades temporárias tenham a mesma acepção. Parte-se do entendimento de que a territorialidade temporária é uma forma de concretização da territorialidade provisória. É como se o turista tivesse uma relação com o território (Terra Santa) de caráter provisório imaginativo, como dito acima, antes de vivenciá-lo concretamente, fisicamente (o território). A territorialidade se efetivaria concretamente, tornando-se temporária, somente no período em que o turista fosse fisicamente ao referido território, experenciando-o e lhe dandos novos ou confirmando seus significados, É, portanto, uma construção e desconstrução de significados territoriais em que há uma territorialidade que vem antes (a provisória) e, outra, que vem depois (a temporária), complementando-se. Aborda-se a possibilidade de existência de uma **territorialidade provisória** ao longo do estudo, já que não se encontraram autores que tratam especificamente deste conceito (territorialidade provisória), mas abordam a territorialidade temporária.

Investiga-se a natureza dessas experiências e como transformam a maneira de consumir os espaços, gerando ao mesmo tempo certa sobreposição de territórios, bem como deslocamentos e apropriações na construção do território e suas territorialidades. A discussão proposta é cara ao Desenvolvimento Regional, visto que é no território em que ocorrem as vivências, debates, conflitos e acordos, gerando o que Raffestin (1993) chamou de território vivido, ordenado pelas territorialidades e microterritorialidades dos atores sociais (HAESBAERT, 2004). Compreende-se a o conceito de territorialidade a partir de Haesbaert (2004; 2005) no sentido de apropriação simbólica do espaço e territorialidade temporária que a estende ao caráter temporário delimitado temporalmente, adentrando-se, neste estudo, ao campo do turismo, territórios turísticos e sujeitos relacionados a eles enquanto turistas, cunhando uma (nova) territorialidade, porém, de caráter provisório.

O estudo se justifica por ir além do cunho religioso, evidenciando que o simbólico e o sagrado[2] são utilizados em rotas turísticas, como produtos turísticos (mercantilizados). Remetem a uma experiência específica em um território *marcado* por conflitos políticos e

[2] O sagrado aqui posto se refere a algo que merece veneração ou respeito religioso por ter uma associação com uma divindade ou com objetos considerados divinos.

religiosos, estabelecendo-se como uma estratégia dos atores sociais que, em determinado momento comungam e, em outros, entram em conflito físico e cultural.

O objetivo central é compreender o consumo de experiência turístico-religiosa na construção de territorialidades na Terra Santa. É uma relação que gera sobreposições de territórios, contrastes, deslocamentos, conflitos e acordos em distintos momentos entre os atores sociais, levando àquela realidade a um desenvolvimento peculiar em que ocorrem continuidades e descontinuidades (SANTOS, 1996), bem como re-territorializações e des-territorializações (HAESBAERT, 2004). Para atingir a este objetivo, busca-se: a) discutir teoricamente as relações entre os conceitos de experiência, consumo, território e religiosidade; b) identificar as territorialidades construídas sobre o contexto da Terra Santa; e, c) analisar os territórios sobrepostos (ou não) na realidade da Terra Santa. Valeu-se ainda de questões norteadoras para orientar este estudo, conforme descrito abaixo:

1. Quais as relações que podem ser estabelecidas entre os conceitos de experiência, consumo, território e religiosidade?

2. De que forma as territorialidades são construídas pelos turistas que visitam à Terra Santa?

3. Quais os territórios que estão (ou não) sobrepostos na realidade da Terra Santa?

Nenhum lugar no mundo é considerado tão sagrado quanto o Oriente Médio, no espaço que se conhece como Terra Santa. As tradições das três grandes religiões monoteístas consideram aquela terra o lugar sagrado em que Deus[3] entrou em contato com o homem. Lar das antigas civilizações, a sua localização marcou sua história, na união da África, Ásia e Europa, numa terra de passagem e disputa que viu (e ainda vê) derramamento de sangue ao longo dos séculos, sendo uma terra de tensões e contrastes. Na contemporaneidade, há tensões entre judeus e árabes, entre religiões, formas de conceber o mundo e tensões para cada centímetro daquele espaço, bem como tensões entre os estados de Israel, Palestina e outros estados relacionadas a questões da geopolítica e economia mundiais. Salienta-se que a Terra Santa abrange os lugares do Oriente Médio ou próximo mencionados no Antigo e no Novo Testamento bíblico.

Esclarece-se desde já que, quando se menciona a referência à experiência religiosa no

[3] Utiliza-se a nomenclatura de Deus para se referir genericamente à divindade das três religiões monoteístas que utilizam outros nomes se referindo a Deus, como: Alah, Jeová, Ochuá, Helohim, entre outros.

âmbito restrito da experiência religiosa cristã, tem-se em mente algo de especificamente diferente do fenômeno das formas, mais ou menos tradicionais, de religião do tipo institucional. Ao contrário disso se adentra a compreensão dos símbolos religiosos que podem ser reconfigurados, gerando novas possibilidades de experienciar a fé cristã (no sentido da interação e condição do indivíduo dado ao valor do objeto ou local sagrado). Trata-se da percepção fenomenológica dos símbolos religiosos e sua reconstrução memorial. Portanto, acredita-se que o turismo, no que se refere à sua motivação econômica e estímulo ao consumo, pode ser pensado como uma forma de mediação para o sagrado acessível via mercado. Qualifica-se como sagrado o que traz as *marcas* de um tempo moderno de dispersão de experiência religiosa. Um sagrado ancorado na religião do *self*, nas formas des-tradicionalizadas, em que as mercadorias, o lazer e o espetáculo se tornam instrumentos indispensáveis para produzir significados espirituais e morais numa perspectiva do indivíduo e não meramente institucional-religiosa.

O território conhecido como Terra Santa abarca Israel e a Palestina (que abrigam a maioria dos lugares sagrados para cristãos e judeus), a parte ocidental do Jordão (a terra prometida de Moisés[4] e o local do batismo de Cristo), a Península do Sinai (do Egito, onde Moisés e o povo judeu vagaram por quarenta anos) e o sul da Síria (onde ocorreram passagens importantes de Elias[5] ou a conversão de São Paulo). O elemento central neste território é Israel, Estado judeu, em que ao seu redor há três Estados muçulmanos, em um pequeno território geográfico que testemunhou a passagem de civilizações, como a Babilônica, Persa, Grega, Romana, Mamelucos, Otomanos e os colonizadores britânicos. "A Terra Santa é um termo com grande significado religioso e cada uma das três grandes religiões encontra nesta região muitas razões para a sua santificação" (RAFFESTIN, 1986, p. 41).

Apesar disso, o apogeu histórico da Terra Santa é a cidade de Jerusalém, Os cristãos a santificam porque foi o lugar onde Jesus Cristo vivenciou os momentos mais marcantes da sua trajetória terrestre de acordo com as narrativas bíblicas, pregando, realizando milagres e paixão duradoura, morte e, subsequente, ressurreição. Lá se encontram locais como o lugar da Natividade[6] ou o Santo Sepulcro[7]. Já para os judeus é um lugar sagrado por abrigar o Templo

---

[4] Personagem bíblico.
[5] Personagem bíblico.
[6] Também conhecida como Igreja da Natividade, localizada em Belém, no Estado da Palestina. É uma das mais antigas igrejas ainda em uso no mundo.
[7] A Basílica do Santo Sepulcro é um templo cristão localizado no Bairro Cristão da Cidade Antiga de Jerusalém onde, segundo a tradição, Jesus teria sido crucificado, sepultado e, ao terceiro dia, teria ressuscitado.

de Jerusalém[8] e a Arca da Aliança[9]. De acordo com o Livro do Êxodo da Bíblia (20:1-20), esse baú continha as Tabelas da Lei, tábuas de pedra nas quais os Dez Mandamentos que Deus deu a Moisés, no Monte Sinai, foram inscritos. Além disso, os grandes patriarcas e profetas judeus viveram e foram enterrados nessas terras, do Egito à Síria.

Já para os muçulmanos, Jerusalém é um lugar sagrado onde Muhammad orou antes de retornar a Meca. De acordo com a tradição islâmica (Sura 17 do Alcorão), em um sonho de Muhammad que conta "da Mesquita Sagrada à Mesquita Distante", ele ascendeu ao trono de *Allah* no curso de uma viagem noturna à cidade de Medina e Jerusalém relacionada a essa passagem. Apesar da importância da Terra Santa para o cristianismo, a realidade histórica é que o peso demográfico e a influência cultural naquela área são predominantemente de judeus e muçulmanos. A porcentagem da população cristã é relativamente baixa, sendo que muitos locais sagrados do Cristianismo (como a cidade de Belém) estão em uma área palestina com maioria da população muçulmana.

No entanto, este cenário não muda a realidade do significado simbólico desses territórios para o grande público. Os valores históricos religiosos para a comunidade cristã ao redor do mundo somam aproximadamente 2,5 bilhões de fiéis (ABCB, 2018) e provoca certo impacto no turismo na Terra Santa, bem como serve de manutenção memorativa para a ascensão da fé cristã no mundo. Na Terra Santa, as comunidades religiosas cristãs apesar de não serem tão abundantes, exibem inúmeras atrações para desfrutar da experiência religiosa. Dentro do frágil equilíbrio da região existe uma convivência razoavelmente pacífica entre todas as comunidades, especialmente, nos principais lugares de atração turístico-religiosa. É também uma área de contrastes, com cidades modernas e assentamentos precários, de terras férteis e desertos áridos. Jerusalém é tanto um "lugar" como um assentamento gebusita, muito antes de as Escrituras (Bíblia) tomarem nota de sua existência.

A descrição do território da Terra Santa aparece como uma espécie de premissa topográfica para uma grande aventura humana e, portanto, religiosa, social e territorial. Segundo Bard (2004, p. 96) “[...] de maneira específica Jerusalém ocupa uma região ondulante, cercada em três partes por vales profundos, que é a do vale do Cedron, tributário

---

[8] O Templo de Jerusalém foi uma série de construções que se localizavam no Monte do Templo na Cidade Velha de Jerusalém, o atual local do Domo da Rocha e da Mesquita Al-Aqsa.

[9] A Arca da Aliança é descrita na Bíblia como o objeto (em formato de baú) em que as tábuas dos Dez mandamentos e outros objetos sagrados teriam sido guardadas, como também seria o veículo de comunicação entre Deus e seu povo escolhido.

do Mar Morto, que o separa do Monte das Oliveiras, para sul e para oeste de seu afluente Hinom”. A referida península é acessível apenas a partir do norte, cercada por uma linha de muralhas, que em tempos antigos, foi reconstruída várias vezes para incluir extensões posteriores do centro habitado.

O concerto dos alinhamentos urbanos da Palestina e a implantação dos meridianos fez com que Jerusalém se avolumasse em um rico e ostentativo comércio e cultura, graças a uma "rota" que ia da depressão jordaniana ao Mediterrâneo. Ao se tornar capital davídica e graças às políticas salomônicas subsequentes "gerou" a estrada que há trinta séculos a torna, de alguma forma, única no fragmentado sistema de assentamento palestino.

A geopolítica e a espiritualidade formam o pano de fundo da heterogeneidade e do cosmopolitismo: uma imagem que mistura incessantemente pessoas e culturas, sem que nenhuma esteja disposta a renunciar a sua especificidade. Jerusalém, assim como as demais cidades da Terra Santa, "[...] tem sua própria etnia" (VICENTINI 2014, p. 67), “[...] uma mistura original, praticamente indefinível e ainda dividida em seções” (*ibidem*, p. 45). Para se ter uma ideia daquela realidade, a cidade encena uma dramaturgia composta de tréguas precárias entre pessoas, de tolerâncias temporárias entre as culturas ali estabelecidas, mesmo estando em conflito armado. As mesmas religiões que se encontram nas grandes encruzilhadas são profundamente diferentes, embora encobertas pelo mesmo véu abraâmico: judaísmo, cristianismo, islamismo, não apenas por questões teológicas, rito-culturais e históricos conhecidos, mas também por razões lógico-econômicas que serão aprofundados nos capítulos subsequentes.

Desta forma, é proposta a presente discussão sobre o caso do território denominado Terra Santa que em um dado momento é atravessado por conflitos armados em um processo de disputa pelo domínio daquele espaço e, em outro, por meio dos interesses dos atores sociais que se valem do turismo como estratégia para manter a ideia de legitimidade a um território sagrado (biblicamente). O valor desta investigação está na verificação da sobreposição de territórios que oscilam entre múltiplas dimensões. Salienta-se que fundamentação desta pesquisa está baseada, principalmente, nos conceitos de Pine II e Gilmore (1998) que tratam do consumo de experiência, Raffestin (1993) que aborda a dimensão de poder embutida no território por meio dos atores sociais, sobreposição de territórios de Pecqueur (2009), apropriação de territórios (HAESBAERT, 2004), territorialidade temporária (HAESBAERT, 2005), cultura e sentimento de pertencimento

(HALL, 2001), dentre outros.

Salienta-se que nessa pesquisa não será possível, e nem é o propósito, aferir sobre os tipos de experiência e seus graus de possibilidades e autenticidade. Busca-se entender como os eventos estudados sinalizam, não apenas para a recriação ou invenção de "novas peregrinações" em contextos particulares, mas também apontam para as transformações que ocorrem quando os sujeitos religiosos incorporam o turismo como mediação da experiência do religioso que absorve elementos de lazer, consumo e do marketing (STEIL, 2003).

Destarte, a experiência religiosa além de ser subjetiva, parte do reconhecimento dos locais sagrados, símbolos ou aspectos ritualísticos do religioso. Segundo Valle (1998), mesmo quando um indivíduo não consegue expressar o que e como vivenciou determinada experiência, ele percebe que vivenciou uma experiência "inefável" a partir do seu universo axiológico religioso. Ou seja, a identificação da natureza e a vivência religiosa é protagonizada por aquele que a vivencia e não depende da sua estrutura externa para ser legitimada.

1.1 Metodologia

1.1.1 Método de abordagem

O método utilizado como paradigma científico é a fenomenologia de Ponty (1994) a partir da tríade: sensação, percepção e reflexão. Este é o método[10] âncora da tese e a proposta dessa tríade como esquema metodológico (ou parte dele) para a análise da experiência de consumo dos sujeitos entrevistados neste estudo. De acordo Ponty (1993, p.258),

> [...] o espaço não é um meio contextual sobre o qual as coisas estão colocadas, mais sim o meio pelo qual é possível a disposição das coisas. No lugar de pensarmos o espaço como uma espécie de éter onde todas as coisas estariam imersas, devemos concebê-lo como o poder universal de suas conexões.

Nesta concepção está descartada a possibilidade de compreensão do espaço como um fim em si mesmo. A ênfase está no espaço como meio e com poder de estabelecer conexões. O espaço é parte das possibilidades relacionais da existência. Fenomenologia vem da palavra

[10] O método será mais bem explicitado posteriormente no capítulo 6 referente às análises da pesquisa.

grega, *phainesthai*, ou seja, aquilo que se apresenta ou que mostra (PONTY, 1993). É oriunda de uma corrente filosófica que trata dos fenômenos da consciência que desvenda estruturas essenciais dos atos (*noesis*) e as entidades objetivas (*noema*).

Complementa-se como instrumento metodológico a abordagem dos estudos culturais para problematizar o consumo de experiência turístico-religiosa em um dado território que possui forte construção de significados culturais de cunho religioso que geram disputas físicas e simbólicas. Essa construção simbólica remete à certa reflexão sobre a cultura local e como as diversas culturas interagem entre si e com a própria sociedade na construção de um território tido como sagrado. Assim, os estudos culturais são um campo de investigação interdisciplinar que explora as formas de produção ou criação de significados e sua difusão, tentando compreender, por meio da cultura, o que a sociedade produz e qual o sentido dessa produção (WILLIAMS, 2000; HALL, 1997).

1.1.2 Coleta e sistematização da pesquisa

A coleta de dados impulsionou a pesquisa, remetendo a uma técnica que é um conjunto de processos utilizados na ciência (LAKATOS; MARCONI, 2003). Assim, o levantamento de dados abarcou dois sites de agências de viagem turísticas, tendo como critério o site mais antigo de viagens à Terra Santa e, o segundo, no qual o autor participou em um processo de imersão participativo. Iniciou-se a pesquisa pelas observações oriundas da pesquisa de campo, destacando que esta pesquisa exploratória não incluiu somente a investigação de sites e a imersão do autor, pois incluiu as entrevistas realizadas como outros sujeitos além dos turistas e a consulta a outros documentos

Também se empregou a pesquisa bibliográfica para aprofundar os conceitos principais deste estudo. Já a pesquisa documental abarcou os roteiros/pacotes turísticos da referida viagem guardada pelo autor para serem analisados posteriormente. Pesquisa documental tem relação com documentos que não receberam nenhum tipo de análise anterior (GIL, 2008; LAKATOS; MARCONI, 2003). Neste caso, remetem aos sites das agências de turismo investigadas, notícias encontradas nas mídias contemporâneas, fotografias tiradas pelo autor do trabalho e mapas sobre a Terra Santa.

Outra técnica utilizada foi à entrevista semiestruturada que se refere a uma investigação social que junta informações sobre determinado assunto (LAKATOS;

MARCONI, 2003). Em termos de entrevistas, contou-se com os depoimentos dos proprietários das referidas agências de turismo mencionadas acima, do Cônsul da Palestina no Brasil e com doze entrevistas semiestruturadas realizadas com turistas que participaram do pacote, no qual o autor também participou. Esses turistas foram escolhidos para serem entrevistados a partir da sua distinção denominacional, ou seja, sua religião. A riqueza das narrativas experenciadas pelos turistas entrevistados se deu a partir das percepções que cada lugar visitado provocou em cada indivíduo independente do seu credo, provocando um tipo de experiência profunda em cada sítio religioso visitado. Salienta-se que os entrevistados serão identificados apenas pelas iniciais de seus nomes (QUADRO 1).

Quadro 1- Perfil entrevistados

Iniciais do Nome	Idade	Status	Religião	Circustância da Entrevista
D.A	51	Casado	Cristão nominal	Ao final da viagem, no último dia (07/2013)
I. A	48	Casada	Católica praticante	Ao final da viagem, no último dia (07/2013)
S V	39	Casado	Agnóstico	Ao final da viagem, no último dia (07/2013)
D. C	42	Solteira	Católica praticante	Ao final da viagem, no último dia (07/2013)
M.A	25	Solteiro	Evangélico pentecostal	Ao final da viagem, no último dia (07/2013)
A.O	32	Solteiro	Evangélico pentecostal	Ao final da viagem, no último dia (07/2013)
R.O	17	Solteiro	Evangélico pentecostal	Ao final da viagem, no último dia (07/2013)
A.T	38	Casado	Católico praticante	Ao final da viagem, no último dia (07/2013)
I.F	38	Casada	Evangélica	Ao final da viagem, no último dia (07/2013)
E.S	59	Casado	Evangélico	Ao final da viagem, no último dia (07/2013)

R.K	41	Casada	Espírita Kardecista	Ao final da viagem, no último dia (07/2013)
Ibrahim Alzeben	*	**	***	Embaixador do Palestina no Brasil.
Ariminio Souza	*	**	***	Proprietário da Agência Terra Santa Viagens
Benedito Andrade	*	**	***	Proprietário da Agência Viagens Bíblicas

* A justificativa pra a entrevista do embaixador que se deu em 2013 por telefone no Brasil, após o retorno da viagem a Terra Santa, teve como objetivo esclarecer como a Palestina se posiciona e em que medida está envolvida no cenário pujante do Turismo naquela região. Não se entrevistou o cônsul do Estado de Israel, uma vez que esse estudo já se desenvolve a partir do olhar desse Estado.

Fonte: Produzido pelo autor.

Nesta investigação a participação pessoal *in loco* do autor desta tese foi relevante à pesquisa proposta, pois possibilitou que o mesmo compartilhasse individual e em grupo a vivência temporária naquele espaço. A experiência do autor com um grupo de turistas no ano de 2013 para a Terra Santa, seu envolvimento e, sobretudo, a vivência nos sítios sagrados com o grupo permitiu organizar e desenvolver o material percebido e armazenado. Da mesma maneira se pode observar, a partir de um viés analítico metodológico-cientifico, como os turistas foram impactados pela paisagem, história e rituais religiosos daquele lugar visitado e, sobretudo, como cada indivíduo resignificava cada símbolo histórico-religioso da Terra Santa aos quais os turistas eram apresentados, averiguando-se esse entendimento por meio das entrevistas realizadas.

A riqueza deste *constructo* se concentra na partilha de experiências e observação de atividades realizadas em grupo, como as compras, por exemplo. Entende-se que seria melhor compreender por imersão o universo da viagem para somente após apresentar as visões dos turistas a respeito desse turismo-religioso. A opção aqui foi por realizar a descrição etnográfica da viagem em que é incluída uma breve análise das práticas que mais se destacaram em cada circunstância da referida viagem turística. Somente depois, apresentam-se as falas dos turistas entrevistados. Por fim, realiza-se uma análise abrangente da viagem efetivada no intuito de traçar características desse turismo singular entre os *fiéis-consumidores* (SILVA, 2011), elencando suas práticas e experiências, assim como as particularidades das territorialidades e sobreposiçao de territórios construídos a partir da

dinâmica espacial em movimento na Terra Santa.

Essa imersão se deu desde o ano de 2013 com o objetivo de conhecer os lugares sagrados cristãos compartilhados pelo autor que, de algum modo, colocou-se em seguida como pesquisador na medida em que exercitava certo distanciamento do objeto de sua pesquisa. Destaca-se que, embora o autor seja cristão praticante, no exercício do rigor metodológico-científico, foi necessário o afastamento de seu *status* religioso para empreender esta pesquisa, o que foi caro para o autor e, ao mesmo tempo, valoroso para o pesquisador-autor.

O primeiro momento da investigação tratou dos pacotes turísticos ofertados pelas agências de viagens para a Terra Santa e, posteriormente, a literal imersão no universo das caravanas-religiosa, através de uma pesquisa de campo *in loco*. Esse aprofundamento se deu também por meio do acompanhamento constante desse universo nas redes sociais, páginas e vídeos na internet, leituras e por entrevistas com fieis, líderes religiosos e com os responsáveis pelas agências de viagens que comercializavam este tipo de roteiros. Foi o primeiro envolvimento com o objeto da pesquisa.

Vale-se ressaltar que tal imersão ocorreu em julho de 2013 a partir de um grupo de 25 turistas que saíram do município de São Paulo, Brasil, rumo à cidade de Jerusalém. Cada dia prometido pelo pacote turístico na Terra Santa fez com que o autor pudesse anotar detalhes de cada parada na condução dos percursos turísticos, bem como perceber como as emoções do grupo eram materializadas quando expostos a sítios específicos. Estar imerso junto ao grupo investigado foi de fato *sine qua non* para o desenvolvimento desta pesquisa. A coleta de dados de campo também contemplou dados secundários, entrevistas, experiência pessoal e observacional, assim como um diário de campo em que se anotaram as percepções da viagem.

É válido destacar ainda que a escolha do grupo de turistas foi aleatória, porque na verdade, nesse caso, escolheu-se primeiramente a agência devido a sua experiência no setor de turismo religioso para a Terra Santa e seu caráter em promover pacotes multi-denominacionais, isto é, pacotes com características que atendem a diversas denominações religiosas, como católicas, espíritas, cristãs, etc. Fato este que levou o autor a escolher dentre os 25 turistas, somente 12 para as entrevistas que atendessem perfis distintos de motivações da viajem, credos, faixa etária, estado civil, a fim de demonstrar como o conceito de consumo de experiência religiosa abarca indivíduos pretendidos e não pretendidos da mensagem, isto é, para aqueles que se identificam ou não com os conteúdos do pacote, mas que mesmo assim,

se “rendem” à religiosidade na medida em que se emocionam e se envolvem durante as programações ofertadas pela agência de turismo.

1.1.3 Análise dos dados

Utiliza-se a análise de discurso de D'Avila (2003) aplicada às entrevistas realizadas e nos roteiros das agências turísticas, bem como é complementada pela perspectiva de Pine II e Gilmore (1999) acerca do consumo de experiência. A pesquisa está organizada na relação com os objetivos (QUADRO 2).

Quadro 2- Principais conceitos

Objetivos específicos	Conceitos	Autor/ano	Técnicas de Pesquisa
Discutir os conceitos de teóricos da pesquisa.	Consumo de experiência	Pine II e Gilmore (1999)	Entrevistas c/ turistas
	Sentimento de pertencimento	Hall (2001)	Entrevistas c/ turistas
	Identidade Territorial	Amirou (1995)	Entrevistas c/ turistas
Identificar as territorialidades provisórias construídas no contexto da Terra Santa.	Território simbólico Territorialidades	Haesbaert (2004; 2005)	Entrevistas c/ turistas Entrevista c/ cônsul de Israel
Analisar os territórios sobrepostos (ou não) na realidade da Terra Santa.	Território	Raffestin (1993)	Pesquisa documental (Roteiros de viagens, Revistas, Jornais) Pesquisa bibliográfica

Fonte: Produzido pelo autor.

A análise dos dados desta pesquisa se refere aos entrevistados que cederam autorização para usar seus nomes reais nesta pesquisa, bem como o tipo de religião (católico,

evangélico, adventista, ateu e outros). No entanto, mesmo de posse de tais autorizações, optou-se por manter sigilo na identificação dos entrevistados, utilizando somente suas iniciais por uma opção ética do autor. O consumo de experiência religiosa tem relação com uma vivência pessoal e, desta forma, é algo muito particular, mesmo quando analisada em grupo. Como se trata de analisar a fala dos entrevistados tentando compreender suas vivências e significadosm, se utilizou de recursos complementares, como a análise de discurso de D'Avila (2003) para entender como o território simbólico da Terra Santa é mercantilizado por meio do turismo.

A pesquisa está estruturada em seis capítulos. A primeira parte do contexto de religiosidade e do sagrado adentra o consumo de experiência, abarcando a experiência religiosa para se chegar a mercantilização da experiência religiosa a partir do simbólico, chamado de consumo de experiência religiosa. O capítulo seguinte aborda uma discussão contemporânea sobre consumo, experiência, turismo e religiosidade para se aprofundar conceitos que são a base da experiência de consumo religiosa. Faz-se necessária essa abordagem visto que se trata de um consumo específico que tem uma literatura particular ancorada no conhecimento empírico e no acadêmico-científico. O capítulo 4 trata da apresentação da temática e seu vínculo com a discussão na área do Desenvolvimento Regional por meio da discussão do território e suas territorialidades. Aborda-se também o sujeito, a identidade e o sentimento de pertencimento, bem como a economia e o turismo na perspectiva do consumo de experiência. Ao final deste capítulo é proposta uma análise parcial sobre o turismo e os fluxos na Terra Santa.

Na sequência, são trazidas discussões conceituais sobre o território, buscando identificar as territorialidades e a construção socioespacial no contexto da Terra Santa. Este debate da experiência religiosa e seus desdobramentos abarcam a construção de território simbólico, seus deslocamentos, apropriações, territorialidades, microterritorialidades e espaços públicos, incluindo a construção socioespacial: territorialidades sem território na terra prometida dos judeus e a re-territorialização, apresentando, ao final, uma matriz de controle territorial no espaço chamado de Terra Santa. O sexto capítulo discute a configuração dos pacotes de viagens à Terra Santa, lugar reconhecido globalmente como sagrado, seu processo histórico-cultural, as narrativas da experiência de consumo religiosa dos *fiéis-consumidores* que visitaram aquele território e análise da proposta dos roteiros turísticos com as narrativas de experiência dos f*iéis-consumidores*. Por fim, são expostas as conclusões desta pesquisa.

REFERÊNCIAS

ALVES, R. *A volta do sagrado*: caminhos da sociologia da religião no Brasil". Religião e Sociedade, N. 3, 1984, p. 109-141.

AMIROU, R. *Imaginário Turístico e Sociabilidades de Viagem*. Porto: APTUR e Editora Estratégias Criativas, 1995.

ARBEX Jr.; J. *Showrnalismo*: A notícia como espetáculo. São Paulo: Casa Amarela, 2002.

AUGÉ, M. *Não-lugares*: introdução a uma antropologia da sobremodernidade. 1ª Ed. Lisboa: 90 Graus, 1992.

AYROSA, Y. E. *O despertar do turismo*: um olhar crítico sobre os não-lugares. São Paulo: Aleph, 2001.

BACAL, S. S. *Pressupostos do comportamento turístico*: influências psicológicas, sócio-culturais e econômicas. Tese de Doutorado. São Paulo: USP, 1984.

BARD, M. G. *Mitos e Fatos*: a verdade sobre o conflito árabe-israelense. São Paulo: Sêfer, 2004.

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1977.

BAUMAN, Z. *Vida para consumo*: a transformação das pessoas em mercadoria. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BENI, M. *Globalização do turismo*: megatendências do setor e a realidade brasileira, São Paulo: Editora Aleph, 2003.

BENI, M. C. *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: Editora SENAC, 2007.

BEACH J.; RAGHEB M. G. Measuring leisure motivation. *Journal of Leisure Research*, vol. 15, n. 3, 1983.

BÍBLIA, A. T. Livro do Êxodo. In: BÍBLIA. Sagrada Bíblia Católica: Antigo e Novo Testamento. Tradução: José Simão. São Paulo: Sociedade Bíblica de Aparecida, 2008, 20:1-20.

BISHARA, M. *Palestina/Israel*: a paz ou o apartheid. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

BISHARA; ET. AL. Reading the Power of Spaces: Palestinian Israeli women at the Hebrew University. In: ERDREICH, L. *Tamar Rappaport*. Accepted: 28.06.2008. Disponível em: https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/. Acesso em: 28 jul.2019.

BONNEMAISON, J.; CAMBRÈZY, L. Le lien territorial: entre frontières et identités. Géographies et Culturfes. *Le Territoire*, n. 20. Paris: L`Harmattan, 1996. Disponível em: https://revistas.ufpr.br/geografar/article/viewFile/21805/14197. > Acesso em: 23 jul. 2019.

BOULLÓN, R. C. *Atividades turísticas e recreativas*: o homem como protagonista. Bauru:

Edusc, 2004.

BOURDIEU, P. *A produção da crença*: contribuição para uma economia dos bens simbólicos: Porto Alegre: Zook, 2008.

BOURDIEU, P. *Economia e trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 2011.

BRANDÃO, C. Desenvolvimento, economia política e da geografia crítica para construir a abordagem interdisciplinar. In: RIBEIRO, M.T. F.; MILANI, C.R.S. (Orgs.). *Compreendendo a complexidade sócio-espacial contemporânea*: o território como categoria de diálogo interdisciplinar. Salvador, Editora da UFBA, 2008.

CALVELLI, H. Turismo religioso: a relação entre religião e consumo na sociedade contemporânea. In: DIAS, R.; SIVEIRA, E. S. (Orgs.). *Turismo religioso*: Ensaios e reflexões. Campinas: Alínea, 2003, p. 121-134.

CAMPBELL, C. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CAMPBELL, C.; FALK, P. (Eds.). *The Shopping Experience*. London: Sage Publications, 1997.

CAMPOS, L. S. *Teatro, templo e mercado*: organização e marketing de um empreendimento neopentecostal. Petrópolis: Vozes, 1997.

CARNEIRO, S. C. S. Mercado Turístico da Fé. *Revista do Seminário Religião, Mídia e Mediações*. Rio de Janeiro: UERJ, 2013.

CARNEIRO, S. C. S. *Novas peregrinações brasileiras e suas interfaces com o turismo*. Ciencias Sociales y Religión, Porto Alegre, V. 6, Ano 6, 2004 , p. 71-100.

CARÚ, A.; COVA, B. Revisiting Consumption Experience: a more humble but complete view of the concept. *Marketing Theory*, vV. 3, N. 2, 2003, p. 267-286.

CHRISTOFFOLI, A. *Turismo e religiosidade no Brasil*: uma análise das interpretações dos teóricos e autores da área do turismo sobre deslocamento e consumo em santuários católicos. 2012. Tese Doutorado em Administração e Turismo, Universidadedo Vale do Itajaí, UNIVAI, Camboriú, Santa Catarina, 2012.

COLLINS, M.; BLOOM, R. The Role of Oral History in Accounting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 4, N. 4, 1991. Disponível em: http://doi.org/10.1108/EUM0000000001931. Acesso em 28 jul. 2019.

CORTES, M. O mercado pentecostal de pregações e testemunhos: formas de gestão do sofrimento. *Revista Religião e Sociedade*, V. 34, N. 2, 2014, p. 184-209.

CROATTO, J. S. Experiência Religiosa. São Paulo: Paulinas, 2001.

CUNHA, M. N. *A explosão gos*pel: um olhar das ciências humanas sobre o cenário evangélico do Brasil. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

DELLAGNEZZE, R. (2014) *A força do direito e o direito ao uso da força pelo Estado*.

Disponível em: http://www.ecsbdefesa.com.br/defesa/fts/FDDF.pdf. Acesso em: 29 jul. 2019.

DIAS, M. O. L. S. *A interiorização da metrópole e outros estudos*. São Paulo: Alameda Casa Editorial, 2005.

ELIADE, M. *O tratado das histórias das reli*giões. 4. Ed. São Paulo: Martins Fontes, 2016.

ELIADE, Mircea. *O sagrado e o profano*: a essência das religiões. São Paulo: Martins Fontes, 2019.

ESCOBAR, A. An Ecology of Diference: equality and conflict in globalized world. Focaal, *European Journal of Anthropology*, V. 40, 2001, p. 120-137.

FEATHERSTONE, M. *Cultura de consumo e pós-modernismo*. São Paulo: Livros Studio Nobel: 1995.

FERRARI, M. As noções de fronteira em geografia. *Unioeste*, V.9, N.10, 2014. Disponível em: http://erevista.unioeste.br/index.php/pgeografica/. Acesso em: 22 jul. 2019.

FROSSARD, M. S. Caminhando por terras bíblicas: religião, turismo e consumo nas caravanas evangélicas brasileiras para Terra Santa. Juiz de Fora: UFJF, 2013.

GEERTZ, C. *O saber local*: novos ensaios em antropologia interpretativa. 10. Ed. Petrópolis: Vozes, 2006.

GIL, A. C.. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 6. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GOMES, A. R. *A questão da Palestina e a fundação de Israel*. Dissertação de Mestrado. Universidade de São Paulo – Departamento de Ciência Política. São Paulo, 2011.

GUÉRIN-PACE, F. Identité et rapport au territoire. *L'Espace géogr*aphique, V. 35, N. 4, 2006, p. 289-290.

GUERMOND, Y. L'identité territoriale: l'ambiguïté d'un concept géographique, *L'Espace Géographique*, V. 35, N. 4, 2006, p. 291-97.

HABERMAS, J. *Conhecimento e interesse*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1982 [1968].

HABERMAS, J. Para a reconstrução do materialismo histórico. São Paulo: Brasiliense, 1987 [1976].

HAESBAERT, R. *Des-territorialização e Identidade*: a rede "gaúcha" no Nordeste. Niterói: EdUFF, 1997.

HAESBAERT, R. Hibridismo Cultural, antropofagia identitária e transterritorialidade. In: BARTHE-DELOIZY, F; SERPA, A. (Org.). *Visões do Brasil*: estudos culturais em Geografia. Salvador: EDUFBA e Edições L'Harmattan, 2012. p. 27-46.

HAESBAERT, R. *O mito da desterritorialização*: do "fim dos territórios" à multi-territorialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.

HAESBAERT, R. Território, Cultura e Des-territorialização. In: ROSENDAHL, Z; CORRÊA, R. L. *Religião, Identidade e Território*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 1999.

HAESBAERT, R; LIMONAD, E. O território em tempos de globalização. UERJ, Rio de Janeiro, UERJ, v. 3, n. 5, 1999, p. 7-20.

HALL, S. *Cultural identity and diáspora*. London, Harvester Wheatsheaf, 2001.

HERVIEU-LÉGER, D. *O peregrino e o convertido:* a religião em movimento. Petrópolis: Vozes, 2008.

HERVIEU-LÉGER, D. Representam os surtos emocionais contemporâneos o fim da secularização ou o fim da religião? *Religião e Sociedade*. Rio de Janeiro, CER/ISER, V.18, N.1, 1997.

HUNTINGTON, S. *O choque das civilizações e a recomposição da nova ordem mundial*. Rio de Janeiro: Objetiva, 1997.

HUSSERL, E. *Meditações cartesianas*. São Paulo: Ed. Madras, 2005.

JENSEN, R. The Dream Society. *The Futurist*, V. 30, N. 3, 1996.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. *Fundamentos da Metodologia Cientifica*. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LEFEBVRE, H. Chapter Thirty-Eight. Henri Lefebvre, thinker of urban modernity. In: KOUVELAKIS, S. Disponível em: https://brill.com/view/book/. Acesso em: 28.07.2019.

MARCONDES FILHO, E. M. A. Marketing e Guerra Santa: da oferta e atendimento de demandas religiosas à conquista de fiéis-consumidores. *Revista Horizonte*, V. 10, N. 25, 2012, p. 201-232.

MASSEY, D. Power-geometries and a progressive sense of place. In: BIRD, J. et al. (eds.) *Mapping the Futures*: Local Cultures, Global Changes. Londres e Nova York: Routledge, 1994.

MASSEY, D. Um sentido global do lugar. In: ARANTES, O. (org.). *O espaço da diferença*. Campinas: Papirus, 2001 [1991].

MASSEY; SOJA; HOOPER. *Social geographies*: from difference to action, 1993. Disponível em: https://books.google.com.br/books. Acesso em: 28.jul. 2019.

MAZUREK, H. Desarrollo, territorio y ordenamiento: replantear la relación global-local. Santiago de Chile: 51 Congreso de los Americanistas, Universidad de Chile, 2009.

MÉO, G. D. Géographie sociale et territoires - L'identité: une médiation essentielle du rapport espace/société, *Géocarrefour*, V. 77, N 2, 2001, p. 175-184.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Avaliação do Programa de Regionalização do Turismo, Roteiros do Brasil, Resumo Executivo, Brasília, 2010.

MPPM. Site do movimento pelos direitos do povo palestino. Disponível em: https:// www.mppm-palestina.org/. Acesso em: 23.06.2018.

ONU. Site da ONU sobre os Problemas Palestinos. Disponível em:

www.onu.br/problemaspalestinos. Acesso em: 23.03.2018.

PECQUEUR, B. A guinada territorial da economia global. Política & Sociedade, n. 14, p. 79-105, abr. 2009.

RABINOWITZ, D. Postnational Palestine/Israel? Globalization, Diaspora, *Transnationalism, and the Israeli-Palestinian Conflict*. The University of Chicago Press Books, V. 26, N. 4, I Summer, 2000. Disponível em: https://www.journals.uchicago.edu. Pdf. Acesso em: 28 jul. 2019.

RAFFESTIN, C. Ecogénèse territoriale et territorialité. In: AURIAC, F.; BRUNET, R. (coord.). *Espaces, jeux et enjeux*. Paris: Fayard-Diderot, 1986.

RAFFESTIN, C. *Por uma geografia do pode*r. Editora Ática, São Paulo, 1993.

REBORATTI, Carlos. Socio-environmental conflict in Argentina. *Journal of Latin American Geography*, v. 11, n. 2, 2001, p. 4-20.

RICOEUR, P. *A memória, a história,o esquecimento*. Campinas: Editora da Unicamp, 1992.

ROCHA, I. E. *O conflito israelo-palestino*: entre passado e presente. Simpósio Nacional de História, Ed. 28, 2015.

SACK, R. *Human Territoriality*: its theory and history. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.

SAND, S. *A questão Palestina*. São Paulo: Unesp, 2012.

SAND, S. *A invenção da terra de Isra*el. São Paulo: Benvirá, 2014.

SAND, S. *A invenção do Povo Judeu*. São Paulo: Benvirá, 2008.

SANTOS, M.; *ET. AL. O papel ativo da Geografia*: um manifesto. Florianópolis: XII Encontro Nacional de Geógrafos, 2000.

SAQUET, M. A; SPOSITO, E. S. *Territórios e territorialidades*: teorias, processos e conflitos. 1. Ed. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

SILVA, R. M. *A importância do cinema para o desenvolvimento do turismo*. São Paulo: Atlas, 2011.

SOJA, E. Geografias pós-modernas: a reafirmação do espaço na teoria social crítica. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1993.

SOUZA, M. (1995). O território: sobre espaço e poder, autonomia e desenvolvimento. In: CASTRO, I. E.; GOMES, P. C. C; CORRÊA, R. L. (Org.) *Geografia*: Conceitos e Temas. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2003.

SPAREMBERGER, R. F. L; COLAÇO, T. L. Direito e identidade das comunidades tradicionais: do direito do autor ao direito à cultura. *Liinc em Revista*, Rio de Janeiro, V. 7, N. 2, Set, 2011, p. 681-700.

TUAN, Y. *Espaço e lugar*: a perspectiva da experiência. São Paulo: DIFEL, 1983.

BOTIFA. R. Israel, 71 anos, duas visões. Notícias do Oriente Médio – UOL. Publicado em: 14/05/2019, às 12h. Disponível em <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/historia-hoje/a-criacao-de-israel-visao dos-judeus-a-visao-dos-palestinos.phtml> Acesso em 26.07.2019.

WIEVIORKA, Michel. A democracia à prova: Nacionalismo, populismo e etnicidade. Lisboa, Instituto Piaget. [Edição original: (1993), *La Démocratie à l'épreuve*: Nationalisme, populisme, ethnicité. Paris, La Découverte.] __. (1999), Violence en France. Paris, Seuil, 2001.

YAZBEK, M. *O movimento palestino*. Porto Alegre: Mercado Aberto, 1987.

YIFTACHEL, O. *Ethnocracy*: land and identity politics in Israel/Palestine. Philadelphia, University of Pennsylvania Press. 2006. Disponível em: http://www.scielo.br/ pdf/rbcsoc/v25n73/v25n73a09.pdf. Acesso em: 28 jul. 2019.