



Rosa dos Ventos
ISSN: 2178-9061
rrvucs@gmail.com
Universidade de Caxias do Sul
Brasil

‘Um Pedacinho da Itália’ ou ‘Terra de Santa Paulina’? Planejamento Turístico em Nova Trento-SC., 1990-2010

SARTORI, ANDERSON

‘Um Pedacinho da Itália’ ou ‘Terra de Santa Paulina’? Planejamento Turístico em Nova Trento-SC., 1990-2010

Rosa dos Ventos, vol. 11, núm. 3, 2019

Universidade de Caxias do Sul, Brasil

Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473561121011>

DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v11i3p679>

'Um Pedacinho da Itália' ou 'Terra de Santa Paulina'? Planejamento Turístico em Nova Trento-SC., 1990-2010

'A Piece of Italy' or 'St. Paulina' Land? Tourist Planning in Nova Trento-SC, 1990-2010

ANDERSON SARTORI

Instituto Federal Catarinense, Brasil

anderprof@hotmail.com

DOI: <https://doi.org/10.18226/21789061.v11i3p679>

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=473561121011>

Recepção: 06 Junho 2018

Aprovação: 24 Fevereiro 2019

RESUMO:

O município de Nova Trento-SC, a partir da década de 1980 tornou-se um destino turístico de âmbito regional, com a valorização do patrimônio cultural trentino-italiano. Na década de 1990 a situação é modificada com a beatificação e canonização de Santa Paulina, atraindo peregrinos e visitantes do Brasil e do exterior, com o planejamento inicial do turismo envolvendo a gestão pública, instituições religiosas e iniciativa privada. O objetivo deste artigo é o de analisar os impactos do desenvolvimento do turismo religioso no município, que tem no Santuário de Santa Paulina seu principal atrativo. Optou-se por uma pesquisa qualitativa, que utiliza fontes bibliográficas, com a análise de conteúdo, para gerar uma matriz SWOT do destino. Identificou-se a ausência de um planejamento adequado envolvendo os principais atores nesse processo, a vinculação do destino exclusivamente com a 'marca' Santa Paulina e potencialidades a serem desenvolvidas com um planejamento adequado. Embora relevante no turismo estadual e nacional, o destino ainda necessita de maiores estudos e pesquisas científicas para compreensão de seu processo de desenvolvimento e proposição de readequações do formato atual.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo, Turismo Religioso, Planejamento, Santuário de Santa Paulina, Nova Trento-SC, Brasil.

ABSTRACT:

From 1980's the municipality of Nova Trento, in Santa Catarina, Brazil, became a tourist destination of regional scope, with the appreciation of Trentino-Italian cultural heritage. In the 1990's the beatification and canonization of Santa Paulina and the presence of pilgrims and visitors from Brazil and abroad in the place, changes the tourist model. The objective of this article is to analyze the impacts of the development of religious tourism in the municipality, which has the Sanctuary of Santa Paulina as its main attraction. We chose a qualitative research, which uses bibliographic sources and content analysis, to generate a SWOT matrix of the destination. It was identified the absence of adequate planning involving the main actors in this process, the linkage of destination exclusively with the Santa Paulina 'brand' and potentialities to be developed with adequate planning. Although relevant in state and national tourism, the case still requires more studies and scientific research to understand its development process and proposition of readjustments of the current format.

KEYWORDS: Tourism, Religious Tourism, Planning, Sanctuary of Santa Paulina, Nova Trento-SC, Brazil.

INTRODUÇÃO

As transformações geradas nas últimas três décadas modificaram a relação dos sujeitos com as noções de tempo e espaço, proporcionando novas formas de interação e acesso as informações e ao conhecimento. As identidades culturais passaram também por mudanças, pois com a maior interatividade entre os sujeitos, a cultura passou a ser algo dinâmico, em constante alteração, possibilitando novas práticas sociais e culturais. Embora, importante frisar, que o preconceito, em suas diferentes escalas e amplitudes, ainda se mantém e, muitas vezes, são reforçados nesse processo. Nesse contexto, o turismo transformou-se em uma atividade que gera renda e possibilita o desenvolvimento econômico, social, espacial e cultural de diferentes espaços em escala global. As facilidades geradas pelas tecnologias da informação e a ampliação e rapidez das formas de deslocamento proporcionaram aos sujeitos a possibilidade de conhecer novos lugares, tornando assim os

destinos turísticos uma alternativa para as férias, lazer, viagens de trabalho ou peregrinações religiosas, por exemplo.

O conceito de turismo e turista também sofreu e sofre alterações nesse processo, requerendo assim a todo momento avaliações e as readequações do destino turístico para atender as novas demandas que surgem, pois surge o risco de estagnação do destino e/ou sofrer concorrência, podendo perder assim sua atratividade (Pereira & Chistoffoli, 2013). O planejamento é uma ferramenta importante para proporcionar, tanto ao turista como para o morador local, que o turismo seja um fator positivo e seus impactos negativos possam ser minimizados ao máximo e continuar sendo competitivo frente a outras destinações (Cooper, Hall & Trigo, 2011). Pela pluralidade da atividade turística, os sujeitos buscam satisfazer suas necessidades de acordo com um roteiro, destino ou atrativo que atenda sua identidade cultural e sua singularidade. Os segmentos turísticos surgem da concepção na qual os interesses não são divididos por igual, bem como um destino não teria as condições de abarcar todo o público que deseja consumir seus bens, produtos e serviços (Panosso Netto & Ansarah, 2009). Um destes segmentos é do turismo religioso, que pode ser compreendido como uma atividade no qual os indivíduos “se deslocam por motivos e eventos de significado religioso ou para vivenciar locais religiosos que contenham valor histórico, cultural e que expressem alguma singularidade da localidade” (Ardigó, Caetano & Damo, 2016, p.357).

Desta forma, o objetivo deste trabalho é analisar os impactos do desenvolvimento do turismo religioso no município de Nova Trento-SC, sendo seu principal atrativo o Santuário de Santa Paulina. A escolha deste destino ocorreu pela importância turística para o estado de Santa Catarina, considerada como Estância Turística-Religiosa (Lei Estadual nº 10.568/1997), sendo um dos destinos mais procurado neste segmento no Brasil, além da produção científica sobre o processo turístico neste destino ainda ser relativamente pequena, conforme os dados levantados. O município de Nova Trento está localizado no Vale do Rio Tijucas, cerca de 80 quilômetros da capital do Estado de Santa Catarina, Florianópolis, com uma população estimada em 14.099 habitantes e área territorial de 402,891km² (IBGE, 2017) [Fig.1]. Historicamente sua ocupação por imigrantes europeus inicia em 1875, com a chegada em larga escala de italianos oriundos da região norte da atual Itália, além de contingentes, em menor quantidade, de alemães, poloneses e austríacos (Grosselli, 1987).

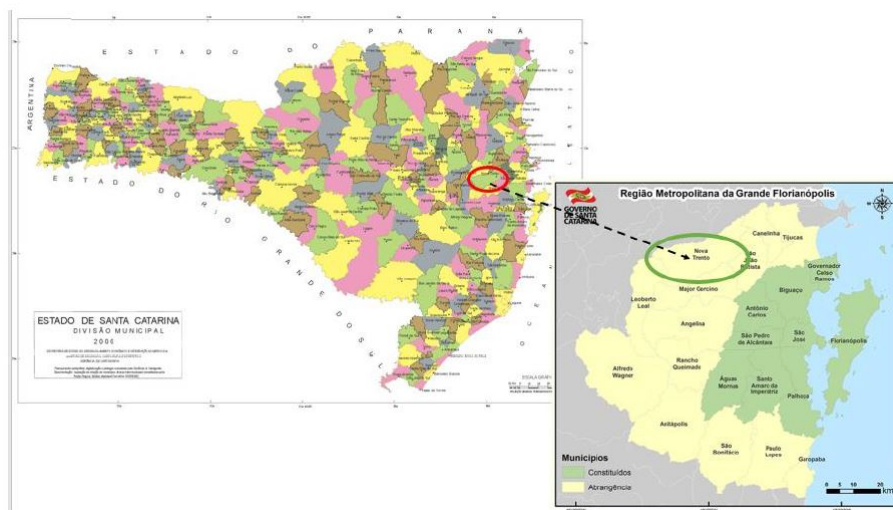


FIGURA 1
Localização geográfica de Nova Trento - SC
Adaptado de Governo de Santa Catarina (2017)

Um das principais características nos primeiros anos de ocupação das novas terras pelos imigrantes era a presença da Igreja Católica, na figura dos padres jesuítas da Companhia de Jesus. Os padres jesuítas eram, além dos orientadores espirituais, também muito respeitados e contribuíam na organização política e econômica da colônia, em um contexto no qual a presença do Estado era quase inexistente, na maioria dos casos. Uma

realidade que não foi exclusiva de Nova Trento, mas também presente na maioria dos núcleos coloniais formados no sul do Brasil de meados do século XIX as primeiras décadas do século XX, no qual a religião foi um elemento fundamental de coesão e de manutenção da ordem.

O catolicismo é presente no cotidiano da cidade, representado em mais de 30 edificações religiosas, como capelas e oratórios, espalhados pela área central e interiores do município. As comunidades assim edificavam seus locais de oração, dependendo das condições financeiras, e dedicando a um santo padroeiro, normalmente rememorando a Itália, decorando, inicialmente, seu interior com quadros, que eram trazidos em meio a bagagem na travessia atlântica. No centro da cidade, além da Igreja Matriz, construída entre 1940 e 1942, foi erguido o Santuário de Nossa Senhora do Bom Socorro, em um terreno a 525 metros de altitude, no início do século XX, que anteriormente a peregrinação à Santa Paulina, já movimentava a cidade com fiéis e visitantes. Dessa forma, até a década de 1990, a cidade, emancipada politicamente em 1892, era conhecida em Santa Catarina pela produção de vinho, pela mão de obra dos pedreiros e por uma significativa formação de padres e freiras, fruto da religiosidade católica que foi mantida com a chegada na América (Cadorin, 1992). O movimento de visitantes que chegava à cidade era de regiões vizinhas e não havia nenhum apelo de marketing para movimentar o turismo, que no período não era visto como um potencial de renda e geração de empregos em um município que tinha no setor primário da economia suas principais fontes econômicas.

O desenvolvimento em maior escala do turismo em Nova Trento inicia a partir da beatificação de Santa Paulina em 1991 e, ganhou maior repercussão, com a canonização que aconteceu em 2002. Santa Paulina, cujo nome civil era Amábile Lúcia Visentainer, fez parte dessa leva de imigrantes de fins do século XIX que fundou a cidade e contribuiu para a manutenção da devoção e práticas religiosas da fé católica (Marques, 2000). A canonização dessa personagem gerou um movimento de transformação espacial, social, econômico e cultural na cidade, com o potencial de desenvolvimento que poderia ocorrer com a exploração do turismo religioso. Assim, a partir da década de 1990, poder público, iniciativa privada e instituições católicas passam a transformar as estruturas existentes e a construir novas, para possibilitar condições para o recebimento de milhares de turistas, anualmente. Nesse contexto, o bairro de Vígolo torna-se o centro do turismo religioso na cidade, por ter sido neste local que Santa Paulina viveu seus primeiros anos de vida no Brasil e começou seu trabalho religioso, que originou a Congregação das Irmãzinhas da Imaculada Conceição (Barbosa, 2002).

Com a inserção do turismo como uma possibilidade econômica, Vígolo passa a ser palco de transformações para receber novos estabelecimentos ao redor da basílica e de seu complexo, inaugurados em 2006. O centro da cidade e demais bairros não recebem esses investimentos, nem foram envolvidos diretamente. O investimento em marketing visava atrair o turismo para o Santuário de Santa Paulina e não a cidade e seus demais atrativos (Ardigó, Caetano & Damo, 2016). Os moradores compreendem, assim, o turismo religioso como importante para a Congregação e para os que possuem seus estabelecimentos comerciais no Vígolo, que na maioria dos casos, vendem mercadorias produzidas em outros lugares, mas não na cidade.

TURISMO RELIGIOSO E O CONTEXTO LOCAL

A segmentação em turismo é uma estratégia fundamental para atingir o público específico para os atrativos singulares dos destinos, criando assim os mecanismos de marketing necessários para oferecer produtos e serviços adequados as necessidades e expectativas de um determinado grupo (Cooper, Hall & Trigo, 2011). Nesse sentido, o turismo religioso, dentro da segmentação do mercado turístico, faz parte dos atrativos com aspecto cultural e histórico, além de ser importante frisar que as formas de segmentação não são estanques e sofrem mudanças de acordo com as transformações na forma de estudar e compreender o turismo. Conhecer o perfil do turista é importante nesse processo para que a segmentação do mercado possibilite um produto com mais personalidade e direcionado para as suas preferências, expectativas (Chiatton & Chiatton, 2013). O turismo religioso é uma experiência cultural e espiritual ao mesmo tempo, pois desenvolve-se em um lugar considerado sagrado pelos fiéis, sendo que estes espaços são lugares de peregrinação que se tornaram um

atrativo turístico, abrangendo assim vivências e experiências muito diferentes, dependendo o interesse do visitante. Esteban (2017), ao analisar a gestão do planejamento turístico em Bogotá [Colômbia] afirma que ao desenvolver o turismo religioso se deve reforçar seu valor histórico e artístico, por exemplo, possibilitando um desenvolvimento sustentável do território, aliando a religiosidade e cultura. Dessa forma:

Os destinos do segmento religioso são considerados lugares de memória e afeto por parte dos devotos, romeiros, peregrinos, penitentes, moradores, turistas e observadores. Locais que, embora em alguns casos distantes geograficamente, contribuem para o retorno periodicamente do praticante dessa forma de turismo. Verifica-se um afluxo de pessoas para locais como o santuário de Nossa Senhora Aparecida em São Paulo, a cidade do Vaticano - Itália, o caminho de Santiago de Compostela na Espanha, a cidade de Fátima em Portugal, Lourdes na França e Jerusalém no Oriente Médio. [...]. Nas cinco regiões do território nacional, um expressivo número de pessoas entre devotos, turistas, fiéis e penitentes se desloca para Juazeiro do Norte-CE, terra do Padre Cícero; Nova Trento-SC onde se encontra o Santuário de Madre Paulina; Belém-PA para a festa do Círio de Nazaré (Aragão, 2014, p. 147).

Outros aspectos se destacam no estudo sobre este segmento, como registrado por Perilla e Perilla (2013), que o abordam como um fenômeno social e econômico, que se transformou numa forma de proporcionar o desenvolvimento dos espaços que recebem agora visitantes, não somente os peregrinos, como anteriormente. Afirmam, ainda, ser necessário aprofundar os fatores que motivam as viagens a espaços sagrados, como por exemplo, as crenças, locais de origem e outras variáveis sociodemográficas do turista/visitante religioso, para poder, assim, determinar de forma mais adequada a efetivação do planejamento e de políticas públicas para atender esta demanda.

No que tange ao turismo religioso, os espaços da Igreja Católica, no ocidente, ainda predominam, no que se refere como atrativo aos turistas ou peregrinos. Para Aragão e Macedo (2013), o turismo religioso tem sido importante campo de investigação, tanto pelo perfil da demanda, pela motivação complexa e diferenciada, que transformam os destinos em locais no qual perpassam diferentes significados, práticas simbólicas e vivências socioculturais. Na Europa, a discussão entre as diferenças do ser peregrino e ser turista no espaço sagrado apresenta diferentes análises, mas o que se coloca como mais significativo são as dinâmicas no espaço religioso. Prazeres e Carvalho (2015), ao estudarem comparativamente quatro cidades-santuários marianos apontam duas dinâmicas que influenciam as formas de interação e comportamento desses sujeitos: a primeira refere-se à comercialização de artigos religiosos, muitas vezes de forma excessiva, que pode expressar a mercantilização da cultura e da própria religião, levando ao questionamento acerca das motivações da viagem a estes espaços, no caso, turistas religiosos ou somente consumidores em busca desses produtos, por exemplo.

A segunda dinâmica, ainda para os mesmos autores, refere-se à diversidade dos visitantes dos espaços religiosos que vêm se modificando nos últimos anos, na busca por novas experiências, produtos e serviços turísticos nestes espaços, sendo o desafio atender essa demanda, garantindo a qualidade do que é ofertado e buscar manter a autenticidade, que muitas vezes é o maior desafio no processo de massificação do destino. Interessante ressaltar que essa percepção sobre o visitante do espaço religioso é diferente no Brasil. Segundo Pereira e Chistoffoli (2013), em uma pesquisa com visitantes em três cidades com santuários católicos [Aparecida-SP, Iguapé-SP e Nova Trento-SC], nesses locais o turismo ainda é pouco desenvolvido de forma mais sistematizada pelos agentes locais [Igreja, gestão pública, uso do marketing e agências de viagens], além do visitante não se considerar um turista nesse ambiente, mas sim, um devoto, chamando a atenção para o desenvolvimento de planejamentos adequados de acordo com o perfil dessa demanda atual, proporcionando a presença do turismo de forma adequada nestes locais.

Nesse contexto, o desenvolvimento do turismo em Nova Trento é recente [e sofre com muitos dos problemas apresentados em estudos sobre este segmento] do ponto de vista histórico, provocando mudanças muito rápidas entre as décadas de 1990 e 2000, com os processos de beatificação e de canonização de Santa Paulina, e consolidando sua estrutura e organização a partir dos anos 2010. A construção da Basílica em 2006 é o marco principal desse atrativo turístico, que fica, no que se refere ao segmento religioso, somente atrás do Santuário de Nossa Senhora Aparecida, em nível de Brasil, em número de visitantes ao longo do

ano. O planejamento turístico, que foi se constituindo de acordo com a ampliação do número de visitantes, centrou-se na preocupação com o Santuário e seu entorno, em um primeiro momento, principalmente focado nos possíveis benefícios imediatos que seriam atraídos para o local que compensariam os aspectos negativos, sendo este movimento conceituado como ufanista, um não planejamento ou seja, “o principal problema do planejamento é atrair o máximo de pessoas possível a um determinado local” (Cooper, Hall & Trigo, 2011, p. 104)

Assim, os elementos característicos da história e da cultura trentino-italianas eram e são presentes, mas o ufanismo com o turismo religioso colocou em segundo plano esta questão na organização local, sendo explorada em menor escala que em outros destinos, como ocorre em cidades do Rio Grande do Sul, como Antônio Prado e Bento Gonçalves. As iniciativas de valorização da italianidade na cidade remontam as comemorações do centenário da imigração italiana para o Brasil, em 1975. Até então, devido ao processo de nacionalização empreendido pelo Estado Novo, de 1937 a 1945, que proibiu o uso da língua e de manifestações culturais estrangeiras no país, em especial de italianos e alemães, a identificação com a cultura dos imigrantes era muito tímida, resistindo nas práticas diárias, bem como no dialeto.

Contudo, sabe-se que ‘ser histórico’, no sentido de ser singular e relevante para a compreensão do passado das sociedades, não é suficiente para ‘ser turístico’. Todavia, cabe à comunidade local primeiramente pensar em preservar sua cultura para as gerações futuras, e depois, caso venha ocorrer um planejamento turístico envolvendo esse legado cultural, o mesmo poderá ser utilizado sem que venha correr o risco de perder suas características principais (Carvalho & Viana, 2014, p. 706).

A aproximação com a Itália, a partir de 1975, produz um novo impulso que busca reforçar a italianidade e possibilitar a inserção do turismo como uma alternativa de renda para a população, embora esse objetivo não tenha sido alcançado antes da década de 1990 (Cadorin, 2003). Grupos culturais foram criados para manter as tradições, bem como os poucos restaurantes da cidade à época buscassem reforçar seu diferencial apresentando em seu cardápio a ‘tradicional’ comida ‘típica’. O sentimento de exclusão identitária construída durante a nacionalização do governo Vargas passou a ser ressignificada, sendo agora o dialeto trentino considerado algo positivo e não como fala de colono, de pessoas que falavam errado. Ser Talian tornava-se assim, novamente, uma identidade a ser valorizada, com a retomada do ensino da língua italiana nas escolas da cidade, embora tal projeto não sobrevivesse, por inúmeros motivos, com o passar dos anos. A produção artesanal, seja de gêneros alimentícios e demais produtos [como móveis, roupas, brinquedos, peças de decoração] não ganhou a mesma atenção e cuidado. O mesmo pode se afirmar do dialeto trentino, que com o passar dos anos vêm perdendo falantes e as novas gerações não são estimuladas a aprender, com uma indiscutível perda cultural, simbólica e da própria identidade dos sujeitos (Beni, 1998). Dessa maneira:

Assim, o processo econômico de consumir enraíza-se nas identidades, somando uma relação conflituosa historicamente construída, formando um processo dialeticamente contraditório: a possibilidade de se vender um local, uma história e uma imagem e a marginalização de outra identidade e sem perspectiva para o mercado econômico. Mesmo que as peças de certas manifestações culturais sejam produzidas, como souvenir, e vendidas na publicidade, há uma negação da demanda da identidade. Certos aspectos do direito social, da cidadania e da justiça social são hermeticamente descartados em nome de uma lógica bem apresentada, fortificada e direcionada para o mercado de bens simbólicos (Carvalho & Viana, 2014, p. 705).

Pode-se observar no processo de consolidação de Nova Trento como um destino turístico, a valorização dos saberes e fazeres da comunidade acabou se restringindo a gastronomia, que é a principal construção cultural consumida pelos excursionistas quando visitam a cidade, mantida em poucos restaurantes por sinal, pois as refeições com preços populares acabam sendo mais atrativas para uma grande parte do segmento dos visitantes. As outras características culturais existentes no local acabam passando despercebidas nessa massificação constituída ao longo dos anos, em um processo de naturalização desse produto histórico e cultural (Meneses, 2006).

É indiscutível que o turismo gera uma demanda de oferta de produtos e serviços e este aspecto é muito bem desenvolvido pela Congregação que administra o Santuário. A reboque, os empresários e a administração

municipal buscam formas de aproveitar esse processo para o desenvolvimento local, que ainda não conseguiu ter o mesmo sucesso que o trabalho empreendido em torno da imagem de Santa Paulina (Silva, 2004). Em uma cidade no qual a atividade turística se desenvolveu sem um planejamento adequado, a comunidade local não foi inserida como parte do processo, mas sim acompanhou as transformações como ‘estrangeiros’, ou seja, a vinculação entre a identidade local e o turismo religioso não aconteceu. Ao centrar a atenção dos visitantes no Santuário de Santa Paulina, os demais atrativos que poderiam também ter seu desenvolvimento não aconteceram, sendo que dessa forma a concepção de turismo para os autóctones se tornou Santa Paulina, somente, ou melhor, Madre Paulina, que é a referência ainda para a população local.

A questão cultural e identitária ficaram em segundo plano no que se refere ao turismo e a busca por retomar a identidade italiana não ganhou o espaço que as administrações municipais buscavam a partir da década de 1980. Importante frisar que a Secretaria de Turismo foi criada somente na gestão municipal do período de 1988-1992, atuando em parceria neste primeiro momento com o Círculo Trentino, fundando em 1985, sendo o primeiro de Santa Catarina. O Círculo tinha por objetivo promover “várias ações no sentido de servir como intermediador autorizado com a província de Trento, bem como para promover a manutenção das ‘tradições trentinas’ na cidade” (Cadorin, 2003, p. 69). Neste momento a personagem, ainda, Madre Paulina, não possuía a projeção nacional que viria a ter, sendo cultuada por pessoas da comunidade local e os poucos visitantes que ouviam falar das graças alcançadas por intervenção da mesma.

A criação da festa Incanto Trentino - Festa do Vinho e das Tradições Trentino-Italianas, em 1988, com a parceria entre a Secretaria de Turismo e o Círculo Trentino, foi a tentativa de ingressar no roteiro das festas de outubro, que movimentavam a região do Vale do Itajaí, como a Oktoberfest [Blumenau] e Fenarreco [Brusque]. A cultura trentino-italiana era o foco que buscava fomentar o turismo na cidade antes do advento de Santa Paulina. Interessante observar que na gestão municipal de 1988-1992 utilizou a expressão para definir Nova Trento como um ‘Pedacinho d’Itália’, difundida em materiais publicitários e nas placas que denominam as ruas. O mesmo prefeito em um segundo mandato, de 1997-2000, renomeou a cidade para Terra de Santa Paulina, demarcando assim uma mudança de concepção da gestão pública municipal sobre a própria identidade da cidade (Cadorin, 2003, p. 74).

No contexto da beatificação de Madre Paulina e o aumento do fluxo de visitantes em Nova Trento, o governo de Santa Catarina reconheceu a cidade como Estância Turístico Religiosa, Lei Estadual nº 10.568, de 7 de novembro de 1997. A Igreja Católica, através do Decreto nº 152 L. Prot. nº 17, de 05 de junho de 1998, cria e constitui no bairro Vígolo um Santuário Arquidiocesano, nomeado Santuário Madre Paulina. Neste processo, foi criada junto a Santur uma Comissão Governamental de Acompanhamento e Implantação do Plano de Turismo Religioso – Projeto Madre Paulina, conforme Decreto nº 912, de 18 de janeiro de 2000, formada por representantes do governo estadual, sendo convidados para as reuniões representantes do poder municipal, religiosos e comunidade local.

A identidade cultural, dessa forma, perdeu espaço frente ao processo de beatificação e canonização de Madre Paulina, que mobilizou diferentes setores públicos e gerou expectativas na comunidade local que a cidade iria se desenvolver muito com o turismo religioso. Mas, com o formato que foi implementado, com o planejamento desse processo centralizado em um empreendimento gerenciado pela Congregação das Irmãs da Imaculada Conceição, com pouca participação do poder público, o bairro Vígolo tornou-se o centro de peregrinação, com a área central da cidade e demais localidades sem possibilidade de uma participação mais efetiva de divulgação para os visitantes. Nas últimas décadas observa-se que o planejamento da Congregação consegue assim atingir seus objetivos, movimentando, segundo estimativas, cerca de 70 mil visitantes por mês no Santuário.

Esse breve histórico das transformações do turismo apresenta indicações que demonstram como a fase do ufanismo passou a um planejamento para uma abordagem econômica, segundo a tendência dominante, com a crescente consolidação do papel do Santuário como destino turístico para os excursionistas, visitantes ou turistas (Cooper, Hall & Trigo, 201), sendo um processo realizado pela Congregação que administra o

espaço, juntamente com os poderes público local e estadual, e a iniciativa privada, que se beneficia das ações desencadeadas desse processo.

METODOLOGIA

Este trabalho tem por características ser uma pesquisa qualitativa, pois possibilita abordar a “riqueza de dados descritivos, bem como focalizando a realidade de forma complexa e contextualizada” (Lakatos & Marconi, 2017, p. 303). Para realizar o tratamento dos dados, que serão coletados através da documentação indireta, com a pesquisa bibliográfica, sendo que esta técnica de pesquisa “não é a mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, visto que propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras” (Idem, p. 200), utilizando-se tanto da imprensa escrita, como teses, dissertações e artigos científicos referentes ao objeto de estudo.

Para o tratamento e análise das informações e dos dados coletados, para realizar a estruturação da matriz SWOT (Kotler, 2000), a análise de conteúdo será a técnica utilizada, pois permite “compreender criticamente o sentido de uma comunicação, observando quer seu conteúdo manifesto, quer seu conteúdo latente, significações explícitas ou ocultas” (Lakatos et al., 2017, p. 308). Os dados da pesquisa bibliográfica foram coletados nas principais bases de dados [Ebsco Host, Periódicos Capes, Scielo e Seer] e em uma publicação local impressa, o jornal semanal O Trentino. Importante ressaltar a escassez de publicações científicas acerca do turismo em geral no município em questão, mesmo com toda relevância no contexto estadual que o Santuário de Santa Paulina possui, além dos demais atrativos, embora ainda pouco divulgados ou atrelados ao planejamento atual. No que se refere a matriz SOWT [Strengths/forças; Opportunities/opportunidades; Weaknesses/fraquezas; Threats/ameaças] é uma metodologia que:

[...] possui grande aderência no meio corporativo por ser uma ferramenta de baixo custo, de fácil acesso, que possibilita análises qualitativas e principalmente pelo potencial de geração de resultados alinhados estrategicamente a variáveis reais do mercado ou do objeto para o qual se designa (...). As possibilidades de aplicação da matriz são diversas dentro da finalidade estratégica a qual se propõe (Fagundes, Mariani, Schmidt, Centurião & Arruda, 2014, p. 69).

É uma ferramenta importante no processo de gestão e de monitoramento de ações, com a realização de diagnósticos, através do levantamento de dados e na realização de uma análise macroambiental, elencando os aspectos do ambiente interno [forças e fraquezas] e do ambiente externo [oportunidades e ameaças]. Na análise interna são abordados os fatores da gestão do sistema turístico, seja estado, região, município e/ou organização. Já no ambiente externo, com as oportunidades e as ameaças, são analisadas questões macroambientais [como indicadores econômico-demográficos, políticos e socioculturais] e no microambiente [clientes, concorrentes, distribuidores e fornecedores] (Rech, 2009). Através dessa metodologia é possível compreender os fatores que influenciam o planejamento e como podem afetar seu desenvolvimento através das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças em questão e dessa forma empreender a elaboração de novas estratégias e ações, seja para a empresa ou destino turístico. A análise do jornal impresso, no caso O Trentino, de circulação semanal, foi limitado a série histórica de 2012 a 2016, buscando assim realizar a análise de conteúdo para a elaboração dos elementos para a matriz SWOT, além da produção científica sobre o destino. Ao buscar analisar o jornal como fonte, trabalha-se assim também com as próprias representações da comunidade, expressa de diferentes maneiras, nas seções do jornal, além da visão de seus editores.

O delineamento deste artigo busca abordar as formas como as transformações realizadas pelo desenvolvimento do turismo religioso, principalmente, foram representadas de diferentes formas pelos sujeitos envolvidos direta ou indiretamente no processo, identificando assim como os fatores internos e externos contribuíram para o contexto turístico local e regional.

DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

As formas como o turismo desenvolve-se na contemporaneidade ganham diferentes formas e contornos, dependendo como os destinos e seus atrativos se preparam para receber o turista. A cidade de Nova Trento passou e passa por este processo de adaptações e readequações, sejam físicas, políticas, econômicas, ambientais ou socioculturais. O planejamento do desenvolvimento do turismo requer ações dos diferentes interessados no contexto local, objetivando atender da melhor forma a expectativa da demanda, sem deixar de ponderar os efeitos positivos e negativos para ambas as partes neste processo. O turismo em Nova Trento, dessa forma, ganha seus contornos atuais com a personagem Santa Paulina, com enfoque na religiosidade a partir da fé nas obras e graças alcançadas pelos fieis, tornando-se um centro de peregrinação e na sequência atraindo o turismo.

Ao analisar os dados da pesquisa bibliográfica, a questão do planejamento aparece esporadicamente nesse contexto, sendo que existe a documentação oficial acerca das reuniões e suas deliberações, mas a efetivação desde processo não visualizada na prática (Nascimento, 2006). Outro ponto em destaque é a dificuldade de articulação do poder público, estadual e municipal estruturarem as ações necessárias de infraestrutura para o turismo, gerando assim um vácuo nas ações na qual a Congregação responsável pelo Santuário assumisse papéis que deveriam ser da gestão pública, como organizar o trânsito, estacionamento e espaços de atendimento ao turismo no entorno do local. Conforme Hall (2004), a política pública é tudo o que o governo decide realizar ou não, ou seja, a omissão ou a dificuldade em operacionalizar certos processos pode também ser compreendido como parte desse processo. Ao estabelecer a sistematização dos dados, chegou-se na seguinte matriz SWOT do processo de implementação do turismo em Nova Trento, através da base de fontes documental.

Por ser um dos municípios mais antigos de Santa Catarina, emancipado em 1892, conta com uma tradição cultural trentino-italiana que já se destacava na região do Vale do Rio Tijucas e atraía visitantes, seja para compra de vinho ou peregrinação ao Santuário de Nossa Senhora do Bom Socorro, fundado no início do século XX. A visibilidade do município assim é uma das forças e a amplitude que o turismo gerou com a canonização de Santa Paulina proporcionou ainda mais a valorização da religiosidade como identidade da comunidade. Nesse mesmo quesito, a culinária, considerada típica, e a vitivinicultura são dois atrativos desse destino que necessitam de uma atenção maior no processo de planejamento, pois sua organização e desenvolvimento ocorreram de acordo com o aumento da demanda dos visitantes, sem uma adequada organização desses empreendimentos (Ceretta, 2012).

Forças	Fraquezas
Visibilidade do município. Valorização da religiosidade como identidade da comunidade. Gastronomia e viticultura. Sinalização turística adequada Potencial de exploração de outros atrativos (histórico, ecológico, aventura, esportes, entre outros).	Investimentos na infraestrutura insuficientes. Falta de efetivo na segurança pública. Concentração turística na região do Santuário. Ausência de um centro de informações turísticas. Falta de normatização para uso de terminologias nos estabelecimentos gastronômicos/culinários. Ausência de planejamento estruturado entre os agentes envolvidos.
Oportunidades	Ameaças
Desenvolvimento da economia Geração de empregos. Novas opções para compras e alimentação. Potencial turístico em outros segmentos, além do religioso. Patrimônio histórico e ambiental.	Exploração comercial da religiosidade. Aumento da população devido à busca de emprego. Poluição visual com propagandas. Ausência de planejamento estratégico. Empreendimentos de grande porte sendo fechados ou transferidos para outros destinos. Sazonalidade e saturação do destino

TABELA 1
Matriz SWOT dos dados coletados
O autor, 2017.

Outro ponto importante é o uso do termo culinária ‘típica’ por estabelecimentos que não possuem essas características, gerando assim um retorno negativo, sendo uma das fraquezas, que necessitariam da atuação da gestão pública. Compreende-se gastronomia típica como combinação dos saberes, fazeres e sabores que fazem parte dos hábitos alimentares de uma localidade, dentro de um processo histórico-cultural, com relação direta entre as tradições e as memórias passadas geracionalmente (Muller & Fialho, 2011). A criação de um selo ou certificação, por exemplo, seria um elemento importante para diferenciar os estabelecimentos nesse ponto, valorizando assim o patrimônio cultural local e permitindo uma nova experiência ao turista/visitante/peregrino. Outra força do destino é o potencial de exploração de diferentes atrativos, como o histórico, ecológico, de aventura, esportivo, entre outros, tanto pelo contexto histórico-cultural como pela geografia do espaço. Mesmo sem fazer parte de um planejamento adequado, várias atividades são realizadas no município, embora não integrem um calendário de eventos. Um público específico participa dessas atividades, como por exemplo o Pedala Trento [cicloturismo que acontece em outubro] ou as competições de drift trike [triciclos infantis adaptados para descidas em asfalto], no qual a cidade conta com uma das melhores pistas do Brasil.

Quanto as fraquezas observa-se que a gestão pública, tanto municipal como estadual, tem dificuldades em contribuir de forma efetiva para as demandas geradas pelo desenvolvimento do turismo, não acompanhando o aumento do fluxo de visitantes com a realidade da cidade, que por ser de pequeno porte [cerca de 14 mil habitantes, segundo dados do IBGE] possui deficiências para atender de forma adequada esse público. As dificuldades com efetivo policial e melhorias na infraestrutura são as mesmas de uma década atrás, conforme constata-se nas atas das reuniões sobre o planejamento turístico (Nascimento, 2006), sem uma efetiva solução desses problemas. A pavimentação asfáltica para acessar o Santuário [cerca de 6 km] e a colocação de placas de sinalização turísticas adequadas desde a BR 101 e nas rodovias estaduais de acesso ao município foram as poucas mudanças efetivas na infraestrutura realizadas pela gestão pública. A própria concepção de turismo é contraditória, pois a região central da cidade é um corredor de passagem dos veículos em direção ao Santuário, gerando a percepção para o morador local do turismo não ser parte do seu contexto, mas sim uma fonte de renda para ‘as Irmãs’ [como são conhecidas as religiosas da Congregação das Irmãs da Imaculada Conceição que administram o Santuário].

Ao analisar as oportunidades e ameaças do destino, é importante ressaltar, como afirma Hall (2004), que “o planejamento deve ser considerado um elemento crítico para se garantir o desenvolvimento sustentável de longo prazo dos destinos turísticos” (p. 29). Ao desenvolver o turismo em Nova Trento, aproveitando-se do momento gerado pela divulgação na mídia nacional e internacional da personagem Madre, e depois, Santa

Paulina, o segmento religioso torna-se a prioridade, embora sem o devido planejamento adequado. Somente a partir da década de 2010 é que se iniciam projetos e parcerias para serem realizados os primeiros estudos referente a demanda e a possibilidade de regionalização do turismo, agregando assim outros Santuários da região em um único roteiro[(ainda em fase de elaboração, chamado Projeto Turismo Cultural Religioso do Vale do Rio Tijucas, parceria Sebrae-SC - Prefeitura Municipal)]. O primeiro estudo realizado pela Santur sobre o turismo na região ocorre somente em 2013, intitulado Estudo da Demanda Turística Regionalizada do Vale do Rio Tijucas.

A preocupação da iniciativa privada com as formas que o turismo religioso se desenvolveu e as ausências de articulação do poder público, geraram a necessidade de uma organização própria, com a fundação da Associação Neotrentina do Turismo [Neotur], em 2003, para a definição de ações e projetos que fortalecessem os empreendimentos além do espaço do Santuário. Assim, observa-se coexistir três movimentos em torno do turismo na cidade, sendo: a gestão pública, a Congregação religiosa e a iniciativa privada, que não necessariamente trabalham em conjunto, muitas vezes acabam sendo competitivos entre si nas suas ações. Um exemplo desse processo foi a retirada, em 2016 dos bondinhos aéreos, um investimento do Grupo Tedesco a partir de 2011, que constituía no atrativo Parque Colina e possibilitava uma visão panorâmica do complexo do Santuário, com um investimento de R\$ 7 milhões de reais. A retirada dos equipamentos e encerramento das atividades ocorreu por motivos econômicos. A complexidade do contexto local e a falta de estudos adequados, vinculado a uma expectativa ainda ufanista, em muitos momentos, gerou esse tipo de situação, no qual a demanda turística tem interesses e condições financeiras diversas, especialmente no caso que envolve excursionistas.

A falta de um planejamento estratégico (Hall, 2004) e definição dos papéis, de forma articulada, desses atores do processo do desenvolvimento turístico, especialmente focado somente no segmento turismo religioso, torna-se uma ameaça efetiva para a saturação do destino.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Torna-se presente o desenvolvimento de pesquisas e estudos mais aprofundados para o desenvolvimento e planejamento do turismo local e regional, através da valorização dos saberes e fazeres da população autóctone, e de incentivos do poder público, pode manter-se na cidade e preservar suas práticas culturais. A bibliografia existente sobre o tema específico ainda é incipiente, bem como a própria concepção de turismo não é algo claro, se observarmos as formas como historicamente buscou-se operacionalizar essa atividade na cidade. Embora com o aumento do turismo, é ainda parte do dia a dia de centenas de neotrentinos [nome gentílico] trabalharem em municípios próximos devido à falta de oportunidade, bem como o esvaziamento crescente do interior do município, que tem um grande potencial para o turismo rural e de aventuras, mas que não teve e não tem nenhum empreendimento, ainda, nesse sentido.

A interpretação da cultura e da história local, com um planejamento adequado e estruturado envolvendo seus diferentes agentes e a comunidade, pode assim contribuir para romper com a centralização do turismo religioso no Santuário de Santa Paulina que pode a longo prazo, sofrer uma redução de demanda ou saturação, e a valorização do patrimônio cultural possibilita ao turista/visitante encontrar elementos únicos, que não possíveis de serem experienciados em qualquer lugar no quadro de crescente globalização que vivenciamos. O potencial do turismo em Nova Trento apresenta-se além de Santa Paulina, que deve se aproveitar dessa marca já existente e desta forma ampliar as oportunidades do desenvolvimento turístico. Gerar uma nova fonte de renda, contribuirá para práticas de preservação e valorização da cultura local, sendo a identidade assim algo único e singular, que em muitos sentidos atrai os sentidos e o interesse de quem procura o diferente em seus passeios ou viagens, podendo também, mudar a percepção dos moradores locais acerca das potencialidades da cidade como um destino turístico.

REFERÊNCIAS

- Aragão, I. R. (2014). Turismo Cultural - Religioso, Festa Católica e Patrimônio em São Cristóvão -Sergipe - Brasil. **Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, 12(1), 145-158. Link
- Aragão, I. R. & Macedo, J. R. de. (2013). Festa, Memória e Turismo Cultural-Religioso: A Procissão ao Nosso Senhor dos Passos em São Cristóvão-Sergipe. **Revista Rosa dos Ventos**, 5(1), 15-28. Link
- Ardigó, C. M.; Caetano, L. & Damo, L. P. (2016). O turismo religioso e o processo de comunicação de marketing: um estudo do Santuário de Santa Paulina em Nova Trento – SC. **Revista Turismo - Visão e Ação**, 18(2), 353-377. Link
- Barbosa, F. D. (2002). **Madre Paulina, a Coloninha**. São Paulo: Loyola.
- Beni, M. C. (1998). **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac.
- Cadorin, J. (1992). **Nova Trento outra vez...** Nova Trento: Prefeitura Municipal.
- Cadorin, J. (2003). **Gente in mutamento**. O processo de produção identitária em Nova Trento: 1875-2003. Dissertação em Educação), Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí-SC. Link
- Carvalho, R. C. O. de & Viana, M. dos S. (2014). Somos o que consumimos: aspectos identitários e turismo contemporâneo. **Revista Turismo - Visão e Ação**, 16(3), 690-709. Link
- Ceretta, C. C. (2012). Eventos de marca: evidências de valor turístico na gastronomia regional do Rio Grande do Sul/ Brasil. **Revista Rosa dos Ventos**, 4(1), 89-99. Link
- Chiattonne, M. V. & Chiattonne, P. V. (2013). Enoturismo: atrativo e ferramenta para o desenvolvimento sustentável de regiões. **Revista Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, 5(4), 616-634. Link
- Cooper, C.; Hall, C. M. & Trigo, L. G. G. (2011). **Turismo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Esteban, N. R. R. (2017). ¿Es la gestión turística importante para el patrimonio religioso de la ciudad de Bogotá? **Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, 15(1), 87-103. Link
- Grosselli, R. M. (1987). **Vencer ou morrer**. Camponeses trentinos (vênetos e lombardos) nas florestas brasileiras. Florianópolis: UFSC.
- Hall, C. M. (2004). **Planejamento turístico: políticas, processos e planejamentos**. São Paulo: Contexto.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2017). **Cidades – Nova Trento**. Link
- Kotler, P. (2000). **Administração de marketing**. São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Fagundes, M. B. B.; Mariani, M. A. P.; Schmidt, V.; Centurião, D. A. S. & Arruda, D. O. (2014). Identificação das variáveis-chave para a promoção do desenvolvimento local por meio da atividade turística no município de Corumbá/MS/ Brasil: uma aplicação da Análise de SWOT. **Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, 12(1), 65-78. Link
- Lakatos, E. M. & Marconi, M. de A. (2017). **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas.
- Marques, A. M. (2000). **Nova Trento in canto de fé**. Itajaí: Univali.
- Meneses, J. N. C. (2006). **História & turismo cultural**. Belo Horizonte: Autêntica.
- Muller, S. G. & Fialho, F. A. P. (2011). A preservação dos saberes, sabores e fazeres da gastronomia tradicional no Brasil. **Travessias**, 5(1), 176-189. Link
- Nascimento, J. do. (2006). **Santa Paulina, reconquista e territorialidade**. uma história em Nova Trento-SC. Dissertação. Mestrado em História. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Panosso Netto, A. & Ansarah, M. G. dos R. (2009). Segmentação em turismo: panorama atual. In: Panosso Netto, A. & Ansarah, M. G. dos. (org.). (2009). **Segmentação do mercado turístico**. Estudos, produtos e perspectivas. Baueri-SP: Manole.
- Pereira, R. M. F. do A. & Christoffolli, A. R. (2013). A evolução dos santuários católicos brasileiros: os casos de Aparecida-SP, Iguape-SP e Nova Trento-SC e a caracterização dos seus visitantes. **Cultur Revista de Cultura e Turismo**, 7(2), 87-110. Link

- Perilla, S. M. T. & Perilla, N. T. (2013). Turismo religioso: fenómeno social y económico. **Turismo y Sociedad**, 14(1), 237-249. Link
- Prazeres, J. & Carvalho, A. (2015). Turismo Religioso: Fátima no contexto dos santuários marianos europeus. **Pasos - Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, 13(5), 1145-1170. Link
- Rech, C. M. C. B. (2009). **Avaliação do potencial turístico no espaço rural do município de Camboriú-SC: uma abordagem para o planejamento turístico local sob a ótica do cadastro técnico multifinalitário e análise da paisagem**. Tese. Doutorado em Engenharia Civil. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.
- Silva, R. (2004). O turismo religioso e as transformações socioculturais, econômicas e ambientais em Nova Trento-SC. Dissertação Mestrado em Turismo e Hotelaria, Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú-SC.