ISSN: 1983-7151

TURISMO RELIGIOSO: ESTUDO DO IMPACTO ECONÔMICO DO CÍRIO DE NAZARÉ NA CIDADE DE BELÉM, PARÁ

RELIGIOUS TOURISM: ECONOMIC IMPACT STUDY OF TE CÍRIO DE NAZARÉ IN THE CITY OF BELÉM, PARÁ

TURISMO RELIGIOSO: ESTUDIO DEL IMPACTO ECONÓMICO DEL CÍRIO DE NAZARÉ EN LA CIUDAD DE BELÉM, PARÁ

Glauce Vitor da Silva

Mestranda em Ciências Ambientais pela Universidade do Estado do Pará (UEPA).

Especialista em Educação Ambiental e Uso Sustentável dos Recursos Naturais pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

Bacharela em Turismo pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

Universidade do Estado do Pará

glaucevitor@yahoo.com.br

Altem Nascimento Pontes

Doutor em Ciências, na modalidade Física, pela Universidade Estadual de Campinas (2001).

Mestre em Geofísica pela Universidade Federal do Pará (1995).

Licenciado Pleno em Física pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

Bacharel em Física pela Universidade Federal do Pará (UFPA).

Coordenador do programa de Pós-Graduação Stricto Sensu - Mestrado Acadêmico em Ciências Ambientais, da UEPA.

Professor Associado II da Universidade Federal do Pará (UFPA) e Professor Adjunto I da Universidade do Estado do Pará (UEPA).
Universidade do Estado do Pará
altempontes@hotmail.com

Sarah Suely Alves Batalha
Mestranda em Ciências Ambientais pela Universidade do Estado do Pará (UEPA)
Especialista em Educação Social para Juventude pela Universidade do Estado do Pará (UEPA).
Licenciada Plena em Ciências Naturais com Habilitação em Química pela Universidade do Estado do Pará (UEPA).
Universidade do Estado do Pará
sarahbatalha@yahoo.com.br

Roberto de Sena Bentes
Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos do Estado do Pará
dieesepa@amazonet.com.br; erpa@dieese.org.br

Data Submissão:
13/02/2014

Data Aprovação:
03/06/2014

Resumo: No segundo domingo do mês de outubro é realizada a grande romaria do Círio de Nazaré na cidade de Belém, capital do estado do Pará. O Círio de Nazaré é um espetáculo religioso que atrai a cada ano um número maior de romeiros, reunindo fiéis, turistas e visitantes, provocando crescimento no setor econômico do estado. Este artigo teve por objetivo ampliar as discussões sobre o aspecto econômico, evidenciando a atividade turística e seus estímulos para o crescimento da receita injetada no estado do Pará durante o Círio de Nazaré. Para compreender o impacto gerado na economia, foi realizado um levantamento de dados disponíveis nos relatórios elaborados pelo DIEESE-PA e pela Diretoria da festa no período de 2007 a 2012. Verificou-se, por exemplo, uma correlação muito forte ($r > 0,9$, $P < 0,001$) entre o número de turistas e a evolução de gastos em milhões de dólares no estado

do Pará, o que reflete a importância do turismo religioso para o setor econômico paraense. Portanto, representar o Círio sob a perspectiva econômica é relacionar suas contribuições para a geração de renda local.

Palavaras-chave: Economia. Religião. Receita Turística. Círio de Nazaré.

Abstract: The second Sunday of October marks the important pilgrimage known as the Círio de Nazaré, which takes place in Belém, capital of the state of Pará. The Círio de Nazaré is a religious event that attracts a growing number of pilgrims each year, including the faithful, as well as tourists and visitors, boosting the economic sector of the state. This article aims to broaden the discussion about the economic aspect, highlighting the tourism activity and its incentives to increase revenue in the state of Pará during the Círio de Nazaré. To understand the impact generated on the economy, a survey was carried out of the available data in the reports prepared by the DIEESE-PA and the festival committee, in the period 2007 to 2012. A very strong correlation ($r > 0.9$, $P < 0.001$) was found between the number of tourists and the evolution of expenditure, in millions of dollars, in the state of Pará, which reflects the importance of religious tourism to the economic sector of the state. Representing the Círio from an economic perspective therefore means linking its contributions to the generation of local income.

Keyword: Economy. Religion. Tourist revenue. Círio de Nazaré.

Resumen: El segundo domingo del mes de octubre se realiza la gran romería del *Círio de Nazaré* en la ciudad de Belém, capital del estado de Pará. El *Círio de Nazaré* es un espectáculo religioso que atrae cada año un número ascendente de romeros, reuniendo

fieles, turistas y visitantes y provocando un crecimiento en el sector económico del estado. Este artículo tuvo por objetivo ampliar los debates sobre el aspecto económico, poniendo en evidencia la actividad turística y sus estímulos para el crecimiento de los ingresos inyectados en el estado de Pará durante el *Círio de Nazaré*. Para comprender el impacto generado en la economía fue realizado un relevamiento de los datos disponibles en los informes elaborados por el DIEESE-PA y por la Dirección de la fiesta en el período de 2007 a 2012. Se observó, por ejemplo, una correlación muy acentuada ($r > 0,9$, $P < 0,001$) entre el número de turistas y la evolución de gastos en millones de dólares en el estado de Pará, lo que refleja la importancia del turismo religioso para el sector económico paraense. Por lo tanto, representar el *Círio* desde el punto de vista económico es listar sus contribuciones para la generación de renta local.

Palabras clave: Economía. Religión. Renta Turística. *Círio de Nazaré*.

INTRODUÇÃO

Tradicionalmente, no segundo domingo do mês de outubro, é realizado o Círio de Nazaré, em Belém, Pará, Brasil. Um grande espetáculo que envolve fé, devoção, festa e cultura. O evento já é considerado a maior manifestação católica do país (ALVES, 2005). Todos os anos, a grande romaria atrai milhões de pessoas em uma peregrinação que percorre as principais ruas do centro histórico e comercial da cidade de Belém, partindo da Catedral Metropolitana sentido à Basílica Santuário, em um percurso de 3.600 metros.

Ao longo do mês de outubro são realizadas 11 romarias oficiais na capital paraense, que integram um ciclo de celebrações religiosas e místicas que, segundo Alves (2005), é um "complexo ritual" que compreende um tempo particular, ao ponto de se considerar o Círio como o Natal para os paraenses.

O conjunto ou a sequência de rituais que compõe o Círio de Nazaré é foco de estudos antropológicos, etnográficos e culturais (LOPES, 2011). Em seu estudo pioneiro sobre a visão geossocial do Círio, Moreira (1971) fez um paralelo entre a festa religiosa e a Cabanagem (revolução ocorrida no Pará, caracterizada pela tomada militar de revolucionários vindos do interior para a tomada da capital provinciana).

Elementos constitutivos da identidade regional amazônica são inseridos e mesclados aos aspectos religiosos da festa (PANTOJA & MAUES, 2008). O grande evento já foi estudado sob a perspectiva da etnografia e das impressões dos rituais que o constituem (LOPES, 2011). Alves (1980; 1993; 2005) associa o Círio ao que ele chama de "carnaval devoto". Todos estes estudos caracterizaram-se por descrições e interpretações a partir da observação empírica das práticas e dos rituais religiosos locais e se apresentam como revisões histórico-religiosas com vasto campo de estudo para a visão sociológica do Círio. No entanto, Amaral (1998) traz a discussão de que o Círio é mais que um evento religioso, a festa é considerada um fato social, no mais pleno sentido, pois mobiliza todas as instituições sociais da cidade e é possível notar que a festa move e transforma não apenas o espírito humano, mas também a sociedade e a economia.

Segundo o Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos do estado do Pará (DIEESE-PA), o Círio de Nazaré movimenta praticamente todos os setores produtivos paraenses, sendo que os principais são: comércio, indústria e serviços (principalmente o Turismo).

Nesse sentido, este artigo teve por objetivo fazer um levantamento do potencial do turismo religioso para a geração de renda durante a grande romaria do Círio de Nazaré na cidade de Belém, Pará.

ECONOMIA DO CÍRIO

Compreender religião (ou religiões) implica, dentre inúmeros conceitos, focalizar interpretações da busca de cada indivíduo. Para Leeuw (2009), o homem não se limita a aceitar simplesmente a vida que lhe é dada, ele busca o "poder", "ter a capacidade de", ou seja, ser capaz de alcançar a salvação. À

medida que todos os indivíduos partilham do mesmo plano de salvação, a religião torna-se comunitária.

Dentre tantas manifestações de comunhão, surgem as romarias que, para Steil (2003), são uma comunhão fusional, um espaço simbólico que ab-roga as regras sociais, as hierarquias e os constrangimentos morais.

Esse fenômeno religioso pode ser muito bem observado no mês de outubro na cidade de Belém, capital do estado do Pará. Grupos partem das mais variadas localidades do estado e do país e convergem para a capital paraense, visando participarem do ciclo de 15 dias de celebrações devotadas à Senhora de Nazaré. Esse momentâneo aumento populacional da cidade requer um preparo estrutural, no que tange a serviços, segurança, economia, entre outros.

À luz da interface Religião e Economia, Lehmann (2007) conceitua a Economia da Religião como um comportamento religioso humano, e resgata a expressão "*commodity* religiosa", utilizada por Iannaccone (1992), ressaltando que a religião não é materializada em um artefato, porém pode estar associada a algo que a represente, tal qual uma recordação, um *souvenir* ou algum objeto que envolva bens e serviços religiosos passíveis de serem consumidos.

No Círio, a dimensão econômica atrelada ao turismo, serviços e bens é estabelecida pelo elemento contemplativo, fomentado pela religião, pela festa, pela cultura, pelo consumo e pela satisfação em se fazer pertencente àquele contexto.

O CÍRIO DE NAZARÉ – TRADIÇÃO QUE IMPACTA NA ECONOMIA

Segundo o DIEESE-PA, mais da metade dos paraenses tem no Círio de Nazaré a sua maior Festa. Para Lopes (2011), o almoço do Círio é como o Natal, no Pará. E assim como no mês de dezembro, em outubro, durante o Círio, o Pará sofre um crescimento vertiginoso em seus setores econômicos que são movimentados pela população local acrescida de turistas, romeiros e visitantes que chegam à capital paraense nos dias que antecedem o segundo domingo de outubro.

Estima-se que só na quadra nazarena haja um crescimento de cerca de 30% no mercado de trabalho – a maioria no setor informal (DIEESE-PA). O evento também funciona como um grande gerador de emprego e renda para o estado. Para Costa *et al.* (2006), a economia do Círio de Nazaré tem três componentes: 1) o impacto na economia que resulta da flutuação populacional de cidade derivada estritamente da festividade; 2) o aumento do consumo do habitante de Belém, resultante do "espírito nazareno"; e 3) os gastos diretos resultantes da produção dos eventos paralelos ao Círio.

MATERIAL E MÉTODOS

COLETA DE DADOS

Para compreender o impacto causado na economia do estado do Pará durante esse grande evento, foi realizado um levantamento dos relatórios emitidos pelo DIEESE-PA – instituição que desenvolve pesquisas relacionadas ao Círio há 25 anos consecutivos, principalmente nos quesitos que envolvem aspectos econômicos –, e pela diretoria da festa de Nazaré, em cinco anos, que corresponde ao período que vai de 2007 a 2012. Esses dados são divulgados anualmente ao término do período nazareno.

Dados anteriores não foram levados em consideração, haja vista o emprego de diferentes metodologias de coleta de dados ao longo desses 25 anos, tanto pelo DIEESE-PA quanto pela diretoria da festa de Nazaré, o que não permitia uma uniformidade da amostra ao longo de todo esse período de tempo.

TRATAMENTO ESTATÍSTICO DOS DADOS

Para a análise dos dados univariados, utilizaram-se ferramentas de estatística descritiva para o estabelecimento de médias e frequências. Os dados foram tabulados e analisados estatisticamente no *software* Excel 2010 (Microsoft, USA), no qual foram também elaborados gráficos e tabelas relativos à dimensão econômica da grande festa.

Foi realizada uma análise de regressão para investigar a existência de relação linear simples entre as diferentes variáveis da amostra considerada, com nível de confiança de 95%. A partir desta análise, obtiveram-se os coeficientes de determinação R^2 e de correlação de Pearson *r*. A análise deste último coeficiente será baseada em Callegari-Jacques (2003, p. 90).

A importância desta análise estatística é a possibilidade de elaboração de cenários futuros para as variáveis empregadas no presente estudo.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A romaria do Círio de Nazaré é um grande espetáculo religioso que atrai a cada ano um número maior de romeiros, reunindo, além dos fiéis de Belém e do interior do estado do Pará, devotos de várias regiões do país e visitantes estrangeiros, alcançando atualmente cerca de 2 milhões de pessoas (VALENÇA, 2006).

De acordo com Carneiro (2004), atualmente, muitos estudos investigam as interfaces entre religião e turismo, e tais estudos têm enfatizado as diferenças entre os tipos sociais característicos desses "deslocamentos espaciais" (turista, peregrino, viajante), considerando as diferentes modalidades de vivenciar as experiências veiculadas no âmbito de um evento ou localidade.

Steil & Carneiro (2008) diferenciam "os romeiros-turistas" dos romeiros tradicionais, o que é observável na postura de cada um, pelas suas ideologias religiosas, suas visões de mundo e, sobretudo, pelas estruturas de significados dentro das quais inserem suas experiências.

Esse raciocínio pode ser complementado por Cypriano & Lima (2010), que identificaram uma mudança no comportamento dos turistas atuais em relação aos de tempos passados. Esses últimos apenas visitavam os locais de culto ou Santuários, com o objetivo único de peregrinar, demonstrar sua devoção e/ou "pagar" promessas, definição de turista peregrino, de acordo com Prats & Fernández (2011). Atualmente, de uma forma peculiar, o turista deseja conhecer os contornos sociais, históricos e culturais subjacentes aos locais de liturgia e à origem dos autóctones.

O Círio é um fenômeno de mobilidade espacial de grupos populacionais, basicamente católicos, no qual se concentram peregrinos, turistas e visitantes e esses grupos dão espaço à categoria de "romeiros-turistas" que se caracterizam pelo conjunto de motivações que os levam a realizar a peregrinação e pelas estruturas de significados nas quais estão inscritas suas experiências (STEIL, 2003).

Para que esse grande evento se concretize, é necessária uma organização prévia que tem início, praticamente, no instante em que se encerra a romaria principal, dando início aos preparativos para a procissão do Círio seguinte. No decorrer do ano, outros eventos atrelados ao Círio são realizados em devoção à Senhora de Nazaré, patrona do estado do Pará, proclamada pela Lei N° 4.371/71.

Além das 11 romarias que são realizadas no mês de outubro em Belém, outras celebrações oficiais são realizadas em 18 municípios do estado do Pará, 10 estados da federação brasileira e 3 países (Portugal, Itália e Guiana Francesa), todas dedicadas à Senhora de Nazaré.

Segundo o DIEESE-PA, em Belém, a realização da grande romaria envolve 17 entidades em sua organização e segurança, reunindo mais de 20 mil pessoas trabalhando, sendo que mais da metade do total dessas pessoas é de voluntários da Cruz Vermelha. Só a Guarda da Senhora de Nazaré possui um efetivo de 1200 voluntários, e a diretoria da festa é composta pelo Conselho Consultivo, pela Diretoria Colegiada e por mais 9 diretorias que compõem as Diretorias Executivas, formando um quadro de 38 diretores.

Esse grande acontecimento religioso atrai todos os anos um fluxo cada vez maior de turistas que visitam a capital paraense em busca da efervescência cultural que envolve a cidade nessa ocasião. A romaria nazarena é uma das maiores festas populares e religiosas do país, com mais de 200 anos, e segundo o Plano Estratégico de Turismo do estado do Pará, o chamado Plano Ver-o-Pará, divulgado em 2011, a festividade é reconhecida como patrimônio nacional e considerada a maior procissão católica do mundo (PARÁ, 2011).

Para o turismo, o Círio de Nazaré é considerado um "Produto Estrela", definido pelo Plano Ver-o-Pará como um produto excepcional, considerado um dos melhores da experiência no destino, por sua singularidade, que o torna um dos principais atrativos captadores de fluxo para o estado do Pará. Esse grande

evento religioso atrai todos os anos milhares de turistas que visitam a capital paraense em busca de novas experiências, utilizando parcial ou totalmente o *Trade* Turístico.

Em 2011, o Círio atraiu aproximadamente 72 mil turistas e em 2012, 76 mil. Esse aumento do número de turistas provoca um consumo adicional na cidade. De acordo com Rabahy *et al*. (2009), o gasto turístico (recursos monetários despendidos) é uma das principais medidas da demanda turística, o que implica receita direta de algum setor de sua economia.

No Gráfico 01, pode-se observar a participação dos gastos de turistas durante o Círio de Nazaré entre os anos de 2007 a 2012. Com base neste Gráfico, constata-se que aproximadamente 91% da variação dos gastos dos turistas está relacionada linearmente com a variação dos anos. Em termos de coeficiente de correlação, obteve-se $r = 0{,}956$, com $P < 0{,}001$, o que indica uma correlação muito forte entre as duas variáveis.

Gráfico 1 – Evolução de gastos em milhões de dólares por turistas durante os Círios de Nazaré, no período de 2007 a 2012

Fonte**:** Elaboração própria.

Os dados coletados revelam que em 2012 o Pará recebeu 10.000 turistas a mais que em 2007, e que o valor injetado na economia foi elevado a 5 milhões de dólares nos últimos cinco anos, o que corresponde a um acréscimo de 1 milhão de dólares ao ano inseridos no Pará durante o Círio, relacionados direta ou indiretamente à atividade turística. O Gráfico 2 apresenta a evolução dos gastos em termos do número de turistas no período de 2007 a 2012. Esse resultado indica claramente que há também uma correlação muito forte (r = 0,986, P < 0,001) entre essas duas variáveis.

Gráfico 2 – Evolução de gastos, em milhões de dólares, em função do número de turistas durante os Círios de Nazaré, nos anos de 2007 a 2012

Fonte**:** Elaboração própria.

Segundo Alves (2005, p. 332), "O Círio de Nazaré é o ponto principal de um ciclo, de um tempo e de um calendário". Ele é o ponto de chegada e de partida de um novo período. A esse ciclo compete atingir as exigências, cada vez maiores, do público que participa ano após ano do Círio. E para que esse grande espetáculo se concretize, cabe à diretoria da festa um grande trabalho para organizar anualmente a maior manifestação religiosa do povo paraense. Mas a cada ano que se sucede, a festa fica mais cara, devido principalmente

às elevações de preços que impactam direta ou indiretamente todos os itens de despesas, conforme pode ser observado na Tabela 1.

Tabela 1 – Evolução do Custo Total (em reais, R$) do Círio de Nazaré, no período de 2008 a 2012

ITENS	2008	2009	2010	2011	2012
DESPESAS COM EVANGELIZAÇÃO (Imagens, Livros de peregrinação, Viagem de Pregadores, Círio Musical).	235.400,00	260.500,00	290.500,00	360.000,00	396.000,00
DESPESAS COM PROCISSÕES (Círio, Trasladação, Círio das crianças, Recírio e Procissão Rodofluvial).	104.000,00	116.000,00	128.150,00	148.000,00	160.000,00
DESPESAS COM MARKETING (Propaganda) (Cartazes, Fôlderes, Banner, Front Light, Camisas, etc.).	234.470,00	260.000,00	290.000,00	330.000,00	350.000,00
DESPESAS COM DECORAÇÃO DO CÍRIO (Decoração, Iluminação da Basílica e da Sé, Flores, etc.).	175.160,00	192.500,00	203.500,00	224.000,00	240.000,00

DESPESAS COM SONORIZAÇÃO (Instalação de som no trajeto Círio e Procissão Infantil, Recuperação de caixas de som e Contratação Trio elétrico).	70.000,00	83.000,00	85.000,00	107.000,00	110.000,00
DESPESAS COM PROMOÇÕES E FOGOS	40.000,00	43.000,00	43.000,00	44.000,00	45.000,00
DESPESAS COM ARRAIAL (manutenção da área do arraial, prestadores de serviços e segurança)	95.000,00	108.000,00	119.000,00	129.000,00	140.000,00
DESPESAS COM A BASÍLICA (Manutenção e reparos diversos)	50.500,00	58.000,00	63.800,00	72.000,00	90.000,00
DESPESAS COM FUNCIONÁRIOS ADMINISTRATIVOS (Centro Social de Nazaré e Diretoria)	80.000,00	89.000,00	95.000,00	105.000,00	1150.000,00
DESPESAS COM A GUARDA DA SANTA	5.000,00	6.000,00	8.000,00	12.000,00	15.000,00
DESPESAS COM MEDALHAS E FOTOS	30.000,00	32.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00

DONATIVOS (Repasses) (Creches, Seminário, Arquidiocese e Fundação Nazaré)	600.000,00	750.000,00	830.000,00	930.000,00	950.000,00
Custo Total	1.721.900,00	1.998.000,00	2.190.950,00	2.496.000,00	2.646.500,00

Fonte**:** Diretoria da Festividade do Círio de Nazaré e DIEESE-PA**.**

As análises comparativas efetuadas com base na Tabela 2 mostram a evolução em percentuais na trajetória do custo orçamentário de cada item de despesa dos Círios de 2007 a 2012, os quais têm sofrido impactos inflacionários, justificando valores mais onerosos no orçamento final.

Tabela 2 – Evolução do peso de cada Diretoria no Custo Total (em reais, R$) do Círio de Nazaré, no período de 2008 a 2012

ITENS ORÇADOS	VARIAÇÃO EM 12 MESES			
	2009 em relação a 2008	2010 em relação a 2009	2011 em relação a 2010	2012 em relação a 2011
DESPESAS COM EVANGELIZAÇÃO (Imagens, Livros de peregrinação, Viagem de Pregadores, Círio Musical).	10,66%	11,52%	23,92%	10,00%
DESPESAS COM PROCISSÕES	11,54%	10,57%	15,49%	8,11%
DESPESAS COM MARKETING (Propaganda) (Cartazes, Fôlderes, Banner, Front Light, Camisas, etc.).	10,64%	11,54%	13,79%	6,06%
DESPESAS COM DECORAÇÃO DO CÍRIO	8,76%	5,71%	10,07%	7,14%
DESPESAS COM SONORIZAÇÃO	18,57%	2,41%	25,88%	2,80%
DESPESAS COM PROMOÇÕES E FOGOS	7,50%	0,00%	2,33%	2,27%
(Manutenção da área do arraial, prestadores de serviços e segurança)	13,68%	10,19%	8,40%	8,53%

(Manutenção e reparos diversos)	14,85%	10,00%	12,85%	25,00%
DESPESAS COM FUNCIONÁRIOS ADMINISTRATIVOS	11,25%	6,74%	10,53%	10,00%
DESPESAS COM A GUARDA DA SANTA	20,00%	33,33%	50,00%	25,00%
DESPESAS COM MEDALHAS E FOTOS	6,67%	9,38%	0,00%	0,00%
DONATIVOS (Creches, Seminário, Arquidiocese e Fundação Nazaré)	25,00%	10,67%	12,05%	2,15%

Fonte: Diretoria da Festividade do Círio de Nazaré e DIEESE-PA.

Apesar dos altos números orçados para esse grande evento, observa-se no Gráfico 3 que eles são muito menores que os valores injetados na economia do estado do Pará durante o período do Círio. Segundo o DIEESE-PA, em termos de impactos globais, os dados apontam que só no Círio de 2012 foram injetados na economia paraense aproximadamente R$ 844 milhões de reais. Além disso, verifica-se que r = 0,982, com P < 0,001, o que justifica uma correlação linear muito forte entre as variáveis em estudo.

Gráfico 3 – Evolução do valor injetado na economia do estado do Pará, em milhões de reais, durante os Círios de Nazaré, nos anos de 2007 a 2012

Fonte: Elaboração própria.

Do ano de 2007 a 2012, o orçamento da festa saltou de R$ 1.383.447,56 para R$ 2.646.500,00, o que corresponde a um aumento de aproximadamente 95% do valor investido no evento, enquanto que o valor injetado na economia do estado durante a festa sofreu um acréscimo de aproximadamente 35%, saltando de R$ 500.000,00 em 2007 para R$ 844.000,00 em 2012, que corresponde em um retorno de mais de 300% para a economia local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Círio de Nazaré é um espetáculo grandioso que envolve fé, tradição, festa e cultura. Segundo o DIEESE-PA, o evento movimenta quase todos os setores produtivos da economia paraense, principalmente o Serviço, o Comércio, a Indústria e o Turismo, destacando-se com maior ênfase as atividades ligadas a esse último setor, em todas as suas vertentes.

As pesquisas realizadas a partir dos dados obtidos pelo balanço final da quadra nazarena entre os anos de 2007 e 2012, divulgados pelo DIEESE-PA e Diretoria do Círio, indicaram que ao longo desses anos o número de romeiros e turistas que visitam Belém do Pará para o Círio não parou de crescer.

Para o turismo, o Círio de Nazaré é considerado um dos melhores produtos turísticos do Pará, justificado por sua singularidade que o torna um dos principais atrativos captadores de fluxo para o Estado. O aumento do número de turistas nesse período tem provocado um consumo adicional em Belém, o que implica a ampliação de receita em vários setores de sua economia.

E para atender a uma demanda cada vez maior de pessoas que participam desse grande evento, a diretoria da festa de Nazaré mostra que a cada ano a festa fica mais cara, devido principalmente às elevações de preços que impactam direta ou indiretamente todos os itens de despesas. Com isso, o custo orçamentário de cada item do Círio tem sofrido os impactos inflacionários, tornando-se mais onerosos. Porém, os valores orçados para o custo são muito menores que os valores injetados no estado do Pará durante o período do Círio, o que mostra um retorno bem maior à economia local.

É fato que o Círio é um "complexo ritual" atrelado a fatores sociais, culturais, tradicionais e econômicos, e que, além disso, funciona como um grande gerador de emprego (a maioria no Setor Informal) para o Estado. Contudo, a perspectiva de receita ocasionada no Pará não está apenas relacionada ou condicionada a motivos e serviços religiosos passíveis de serem consumidos, pois o Círio também causa consumo adicional na cidade no que tange a outros serviços.

REFERÊNCIAS

ALVES, I. M. S. **O carnaval devoto**: um estudo sobre a Festa de Nazaré, em Belém. Petrópolis: Vozes, 1980.

ALVES, I. A. **festiva devoção no Círio de Nossa Senhora de Nazaré**. Estudos Avançados**. v**.19, (54), p.315-332.

AMARAL, R. **Festa à Brasileira**: sentidos do festejar no país que 'não é sério. Tese de Doutorado. Departamento de Antropologia / FFLCH/ USP. 1998.

BRAGA, A. M. da C. Turismo religioso: ensaios antropológicos sobre religião e turismo. **Horizontes antropológicos** [online]. 2003, v. 9, n. 20, pp. 305-308.

CALLEGARI-JACQUES, S. M. **Bioestatística**: Princípios e Aplicações. Porto Alegre: Artmed, 2003.

CAMURCA, M. A.; GIOVANNINI JR., O. Religião, patrimônio histórico e turismo na Semana Santa em Tiradentes (MG). **Horizontes Antropológicos** [*on-line*]. 2003, v. 9, n. 20, pp. 225-247.

CARNEIRO, S. S. **A pé e com** fé: brasileiros no Caminho de Santiago. São Paulo: CNPq/Pronex: Attar, 2007.

CARNEIRO, S. M. C. de S. **Rumo a Santiago de Compostela**: os sentidos de uma moderna peregrinação. Tese de Doutorado em Ciências Humanas (Antropologia Cultural), PPGSA/IFCS/UFRJ, Rio de Janeiro. 2003.

CARNEIRO, S. M. C. de S. **Novas Peregrinações Brasileiras e suas Interfaces com o Turismo**. Ciências Sociais e Religião, ano 6, n. 6, Porto Alegre: Associação de Cientistas Sociais da Religião do Mercosul, p. 71-100, 2004.

COSTA ,F. A.; DINIZ, M. B.; FARIA, A. M. M.; SANTOS, J. N. A & COSTA, J. A. **O Círio de Nazaré de Belém do Pará**: economia e fé. Amazônia: Ciência e Desenvolvimento 3 (6): 93 -125, 2008.

COSTA, F. A.; DINIZ, M. B.; FARIAS, A. M. **O Círio de Nazaré**: economia e fé. IE/ RedeSist (Nota Técnica), Rio de Janeiro, 2006.

CYPRIANO, P. S.; LIMA, T. C. Turismo religioso em São Paulo: uma abordagem mercadológica. **Revista eletrônica de turismo cultural**, Número especial: 1-25, 2008.

DIAS, J. F. G.; CIRIO, G. M.; MIGUEL, M. D.; MIGUEL, O. G. Contribuição ao estudo alelopático de Maytenus ilicifolia Mart. Ex Reiss, Celastraceae. **Revista Brasileira Farmacognosia** [*on-line*]. 2005, v.15, n.3, pp. 220-223.

DIEESE. **Departamento Intersindical de Estatísticas e Estudos Socioeconômicos do estado do Pará.** Belém, 2012.

IANNACCONE, L. Sacrifice and Stigma: Reducing Free - riding in Cults, Communes, and Other Collectives. **Journal of political Economy**. 100: 271 – 291, 1992.

LEEUW, G. V. A religião em sua essência e suas manifestações: Fenomenologia da religião, 1933, Epílogo. **Revista Abordagem Gestaltica**. [*on-line*]15 (2): 179-183, 2009.

LEHMANN, D. A milagrosa economia da religião: um ensaio sobre capital social. H**o**rizontes **Antropológicos** [*on-line*]. 2007, v.13, n.27, pp. 69-98. ISSN 0104-7183.

LOPES, J. R. Círio de Nazaré: agenciamentos, conflitos e negociação da identidade amazônica. **Religião & Sociedade** [*on-line*]. 2011, vol.31, n.1, pp. 155-181.

MOLINA, S. **Turismo**: metodologia e planejamento. Edusc: Bauru, 2005.

MOREIRA, E. **Visão Geo-Social do Círio**. Imprensa Universitária: Belém, 1971.

OLIVEIRA, L. L. S. de; CORTES, R. X.; BALBINOTTO NETO, G. A economia da religião e seus fundamentos: teste de um modelo de escolha religiosa. **Estudos Econômicos** [*on-line*]. 2011, vol.41, n.4, pp. 811-840.

PANTOJA, V.; MAUÉS, R. H. O Círio de Nazaré na constituição e expressão de uma identidade regional amazônica. **Espaço e Cultura**, UERJ, RJ, n. 24, P. 57-68, Jul./Dez, 2008.

PARÁ. **Plano Estratégico de Turismo do Estado do Pará 2012-2020.** Plano Ver- o -Pará. Chias Marketing Ltda. Belém, 2011.

PRATS, L. L.; FERNÁNDEZ, F. R. La ruta de los Sagrados Corporales de Llutxent (Valencia) como una nueva expresión del turismo religioso en España. Estudios y **Perspectivas en Turismo**. 20 (4): 960-971, 2011.

RABAHY, W. A.; SANTOS, G.E O.; VASSALLO, M. D. Determinantes de gasto em viagens turísticas domésticas no Brasil. **Revista Turismo Visão e Ação –** Eletrônica, v. 11, n 3, p. 304 – 324, Set./Dez. 2009.

SILVEIRA, E. J. S. Turismo religioso popular? Entre a ambiguidade conceitual e as oportunidades de mercado. **Revista de Antropologia Experimental**. 4: 1 -16, 2004.

STEIL, C. A.; CARNEIRO, S. de S. Peregrinação, turismo e nova era: caminhos de Santiago de Compostela no Brasil. **Religião & Sociedade**, Jul. 2008, v. 28, n. 1, p.105-124.

STEIL, C. A.; HERRERA, S. R. Catolicismo e ciências sociais no Brasil: Mudanças de foco e perspectiva num objeto de estudo. **Sociologias**, Abr 2010, n. 23, p.354-393.

STEIL, C. Romeiros e turistas no santuário de Bom Jesus da Lapa. **Horizontes Antropológicos**, 2003, n. 20: 249-261.

SILVEIRA, E. J. S. Turismo religioso popular? Entre a ambiguidade conceitual e as oportunidades de mercado. **Revista de Antropologia Experimental**, Província de Jaén, Espanha, n.4, 2004.

VALENÇA, M. M. Culture, politics, faith and poverty in Belém (Brazil). **Geoforum**, v. 37, p. 159-161, 2006.